



KELVIN KAISER

Quem é e como pensa o
novo presidente da
Associação Comercial e
Industrial de Rio Preto

08

CORONAVÍRUS

A reinvenção de negócios,
as lições de solidariedade
e a corrida da ciência
na luta contra a Covid-19

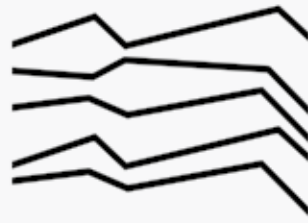
16

O MILAGRE DA FÉ

Acampamentos que combinam
espiritualidade e coaching viram
febre entre rio-pretenses

22





MONTELENA

by Tarraf

torre Rubra



torre Áurea



Imagens ilustrativas

256 M²

4 VAGAS

343 M²

5 VAGAS

AO LADO DO SHOPPING IGUATEMI

Visite o Stand de Vendas no local



Sala Varanda - Apartamento Torre Rubra



Piscina



Stand de Vendas

Foto do local

WWW.TARRAF.COM.BR/MONTELENA



17 99251-1100



TARRAF

Na última edição, falávamos sobre como momentos de crise são uma oportunidade para as empresas se aperfeiçoarem e saírem mais fortes do que entraram. Naquele momento, nos referíamos ao período recente de recessão e da melhora gradual da economia nos últimos anos, e estávamos com o olhar bastante otimista para 2020. Um olhar cheio de esperança.

Mal sabíamos que a verdadeira prova de fogo estava por vir. Dias antes de nossa terceira edição ir para a gráfica, o mundo parou por conta do novo coronavírus. Uma realidade para a qual ninguém estava preparado. Um verdadeiro "Cisne Negro", na definição do autor Nassim Taleb, o mesmo que cunhou a expressão "antifragilidade".

Neste novo mundo que nasceu em meio à pandemia e à quarentena, reinvenção deixou de ser opção e passou a ser regra. Uma necessidade para a sobrevivência dos negócios. E entre tantas dúvidas e incertezas, o digital assumiu de vez o controle para manter a vida girando.

É sobre um pouco dessa realidade que tratamos, inclusive, em nossa reportagem especial, que trata da crise causada pela Covid-19 em Rio Preto. Uma análise do impacto e das ações dos mais diversos setores diante da pandemia.

Além disso, continuamos olhando para a cidade, suas histórias e sua gente. Um dos destaques é a força que vêm ganhando os acampamentos religiosos. Conduzidos por grupos ligados às igrejas católicas, eles transcendem vertentes religiosas e se tornam espaço de reflexão e de busca por autoconhecimento.

Nossa reportagem de capa traz um perfil do novo presidente da Associação Comercial e Empresarial de Rio Preto (Acirp), Kelvin Kaiser, que assumiu a entidade com a proposta de unir experiência e juventude.

Também fomos até o Vale do Silício, nos Estados Unidos, conhecer o que fazem e como pensam as empresas mais disruptivas do mundo, que constroem o futuro no presente.

Contamos ainda as histórias de profissionais que dominam a arte do atendimento e que superaram a origem humilde para construir grandes negócios.

Além de informações e análises consistentes com as quais você já está se acostumando a encontrar por aqui, esperamos que a leitura desta terceira edição da **É RIO PRETO** também sirva de inspiração para o que estamos vivendo e para o que está por vir. Em cenários de dificuldade é que somos realmente testados a mostrar nossa capacidade de resistir e de aprender. Que essas e outras virtudes acendam como uma chama interna poderosa dentro de todos nós.

Boa leitura e até a próxima!



assista
ao vídeo

Elaine Madalhanho
publisher



fale comigo

@elainemadalhanho @elaine@eriopreto.com.br

3ª edição • abril de 2020

jornalista responsável
Elaine Madalhanho

textos
Beto Carlomagno,
Rodolfo Borduqui

projeto gráfico
Ricardo Nardelli

edição
Igor Galante

fotos
Elton Rodrigues

impressão
Fotogravura

tiragem 10 mil exemplares

é rio preto
É uma publicação da
Comunic Comunicação
Estratégica

endereço
Rua Paquetá, 2156 - São
José do Rio Preto, São Paulo
15025-180

17 98810.7000

@eriopreto

/eriopreto

/eriopreto

/eriopreto

PRODUTIVIDADE É



PARA SUA EMPRESA

- Melhor operadora da região*;
- Maior rede hospitalar;
- Atendimento de urgência e emergência em todo o Brasil**;
- Programas de Medicina Preventiva;
- Gestão da saúde dos colaboradores.

*Segundo ranking da ANS. **Rede Unimed Brasil.



Scan me

ANS - nº 335100



Contrate a Unimed
simulador.unimedriopreto.com.br
(17) 3202.1111

Unimed 
S. J. do Rio Preto

 **capa**



Empresário rio-pretense Kelvin Kaiser assume a presidência da ACIRP com a missão de injetar sangue novo na gestão da entidade centenária

 **dicas**

Como interagir com a É?

A É Rio Preto é uma revista em movimento, que permite que você acesse conteúdos exclusivos por diferentes plataformas. A ideia é ampliar sua experiência com a informação produzida pela nossa equipe. Veja como é fácil:

- Baixe o app da É, disponível para iOS e Android, e descubra o recurso de realidade aumentada, que estará disponível para alguns conteúdos da revista. Basta apontar a câmera para a matéria assim que você abrir o app.
- Para outros tipos de conteúdo, como vídeos e imagens 360°, é só apontar a câmera do seu celular sempre que tiver QR Code na página. Gostou? Então experimenta.

 **nesta edição**



especial 12
Nossa equipe foi até o Vale do Silício, nos EUA, e conta tudo sobre a corrida tecnológica liderada por empresas como Google e Tesla



franchising 30
Rio Preto se projeta como cidade das holdings de franquias, conglomerados que detêm verdadeiros impérios multimarcas.



comportamento 40
Mais do que habilidade com as cartas, o pôquer requer inteligência emocional e muito sangue frio. Jogo se populariza entre empresários de Rio Preto



coronavírus 16
Reportagem da É RIO PRETO reúne especialistas de diferentes áreas para analisar os impactos econômicos e sociais da pandemia de Covid-19



empreendedorismo 36
Empreendedores, como Ed Carlos (foto) e Silvio Amaral ensinam o caminho para o sucesso por meio de suas próprias histórias de superação



cultura 42
A consagração de 'Parasita' no Oscar abriu os olhos do mundo para o cinema sul-coreano. Confira outros grandes filmes do país asiático

ATENDIMENTO INDIVIDUALIZADO, SEGURO E CONFORTÁVEL

Sempre atento à segurança, o Ultra-X Medicina Diagnóstica agora oferece atendimento individualizado. Como medida preventiva e para garantir maior proteção, o fluxo de atendimento das nossas unidades foi adaptado para que nossos pacientes possam continuar realizando seus exames de forma rápida, confortável e sem qualquer preocupação.



Horário especial de atendimento de exames de ressonância magnética



Coleta domiciliar para exames laboratoriais



Atendimento em salas privativas



WhatsApp 17 99652-4688

Unidade Boa Vista
Rua Capitão José Verdi, 1421

Unidade Redentora
Rua Cila, 3033

17 4009-4444
www.ultrax.com.br

Redes sociais:

/ultraxriopreto
 @ultraxrp
 /ultra-x



ULTRA-X
Medicina Diagnóstica

MOMENTO DE UNIÃO

O empresário Kelvin Kaiser assume a presidência da Associação Comercial e Empresarial de Rio Preto com a missão de ser a ponte entre a tradição centenária da entidade e o futuro

Respeito ao passado, atento ao futuro. É assim que o empresário Kelvin Kaiser descreve o seu projeto para a presidência da Associação Comercial e Empresarial de Rio Preto (Acirp). Com 40 anos, Kaiser assume o posto com a missão de trazer para a entidade centenária um trabalho de união entre sua tradição e os avanços constantes que o mercado apresenta.

"Há uma expectativa muito grande de renovação. Então, que venha uma renovação no que precisa ser renovado, mas a ética, a transparência e a imagem que a entidade construiu têm de ser preservadas e muito bem", analisa Kaiser em entrevista exclusiva a **É RIO PRETO**.

E a nova diretoria, que contará com 45 membros, será um reflexo dessa realidade. Uma mistura entre gerações e toda a diversidade empresarial que representa tão bem o momento atual da Acirp.

"A entidade é composta por empresas de diversos portes. As grandes estão aqui, mas o grosso da nossa base de associados é formado por empresas menores. Então, a proposta é ter gente para trazer ideias, porque precisamos nos comunicar com esse pessoal que está entrando no mercado de trabalho. Temos de equilibrar, unindo a tradição à nova economia", diz Kaiser.

Ao todo, entre diretorias e conselho, a nova gestão contará com 90 empresários envolvidos diretamente nas demandas da entidade. Na diretoria, houve uma taxa de quase 35% de renovação. Já no conselho, a renovação chega a 50%. "A ideia é essa. Manter a entidade blindada, mas também trazer a comunicação para esse



peçoal que não sabe o que é a Acirp, para que a gente se torne cada vez mais forte", diz o presidente da entidade.

E Kaiser encara esse papel com satisfação. "Quando se fala o nome da Acirp, todo mundo abre as portas porque sabe que é um assunto sério. Por mais que tenhamos nossas empresas e trabalhos, isso instiga muito a dar continuidade a tudo que vem sendo feito ao longo dos 100 anos da Acirp e, principalmente, ao que foi semeado agora nas últimas gestões do Maurício (Belodi), da Adriana (Neves) e, principalmente, do Paulo (Sader)."

Já pelo lado pessoal, chegar ao posto mais alto da entidade é uma realização e motivo de orgulho para o empresário, principalmente por ser um feito que deixaria feliz seu pai, falecido há cerca de dez anos. "Quando entrei para a diretoria meu pai sentiu um orgulho absurdo. Ele fez questão de me falar diversas vezes. Então, tenho certeza que eu, hoje, ocupando cargo de presidente, o deixaria extremamente orgulhoso."



INSPIRAÇÕES

Kaiser, que é diretor executivo do Grupo Cene, teve seu primeiro contato com a Acirp durante a gestão de Maurício Belodi, entre os anos de 2008 e 2012, quando atuou como segundo secretário. Com Adriana Neves como presidente, entre 2012 e 2016, ele passou a ocupar algumas diretorias e teve a oportunidade de se aprofundar mais na rotina da entidade.

Já na última gestão de Paulo Sader, Kaiser foi vice-presidente. "Na hora que você atua em uma vice-presidência, você consegue, realmente, olhar e entender melhor a entidade. E ver as três gestões foi muito interessante porque cada uma foi de um jeito. Todas fantásticas, mas únicas", recorda.

E Kaiser espera reunir na sua gestão as qualidades identificadas em cada um de seus antecessores. "Maurício com um modelo de gestão muito estratégica, pensada, discutida. A Adriana com o arrojo enorme, de fazer acontecer. O Paulo com uma costura de relacionamento, uma rede de networking muito grande. Se eu conseguir juntar os três, networking, arrojo e planejamento, estou muito bem. E é por isso que os três estão comigo no conselho, para nos ajudar a desenvolver."



vídeo



1 Abra a câmera no seu iOS ou Android



2 Foque no QR Code e clique na notificação



Pronto! Você será redirecionado para o conteúdo interativo e exclusivo

“Se eu conseguir juntar o melhor dos três, networking, arrojo e planejamento, estou bem. E é por isso que os três estão comigo no conselho.”

Sobre o papel no Conselho da Acirp dos três últimos presidentes da entidade, Maurício Bellodi, Adriana Neves e Paulo Sader

DE OLHO NO PLANO DIRETOR

Kaiser, que foi eleito para o cargo no último dia 27 de março, herda do também empresário Paulo Sader a entidade com a casa bem organizada - Sader permaneceu como presidente por duas gestões, entre 2016 e este ano.

Demandas que há anos vinham sendo trabalhadas pela entidade junto ao poder público devem sair do papel ou já estão em andamento. Exemplos são a revitalização da região central e os projetos em torno da mobilidade urbana. "Fizemos esse balanço e está na hora de começar a desenvolver e bater forte em outras bandeiras", revelou Kaiser.

Entre as ações prioritárias para esse primeiro ano de gestão, o empresário destaca o acompanhamento de perto da implantação do novo Plano Diretor de Rio Preto, documento que orienta a política de desenvolvimento e ordenamento da expansão urbana do município pelos próximos dez anos.

O projeto ganhará, inclusive, uma pasta dentro da própria entidade. "Era uma luta nossa ter um Plano Diretor. Ele está para ser feito, então vamos continuar discutindo. Vamos ter uma pasta de diretoria para isso, totalmente dedicada ao acompanhamento e elaboração do projeto e como forma de ajudar a fazer o plano ser desenvolvido", diz Kaiser.

Outras prioridades, segundo o novo presidente, são contribuir para o desenvolvimento do conceito de Smart City e promover a parte de inovação da própria entidade, trazendo a Acirp para a era digital.

As novidades, no entanto, não significam que bandeiras defendidas pela associação nos últimos anos vão ficar para trás. Kaiser é bastante enfático ao dizer que o projeto do Centro de Convenções, que há anos é debatido e nunca saiu do papel, vai se tornar realidade dentro de um prazo de dois a quatro anos. "É uma grande bandeira para nós. Cansamos de pedir. Ninguém vai fazer? Então nós vamos fazer. Já achamos uma maneira", diz.

Outra briga antiga que deve continuar é a questão em torno da flexibilização do horário do comércio. Há anos a Acirp propõe que os empresários tenham a liberdade de negociar com seus funcionários uma jornada de trabalho diferente do padrão existente em Rio Preto. No entanto, a ideia é rejeitada pelo Sindicato dos Empregados no Comércio (Sincomerciantes), entidade que defende o interesse dos trabalhadores.

"A gente entende o posicionamento, eles têm mérito e faz sentido o que eles pedem. Eles defendem o modelo do trabalhador. Mas, ao mesmo tempo, a cidade precisa mudar. As coisas mudam. O que tem muita confusão é que as pessoas acham que vai aumentar a carga horária. Não, ela vai flexibilizar. Vai mudar os turnos com muita conversa. Então, na verdade, a intenção é que gere mais emprego." Kaiser ainda trará de volta duas pastas que haviam deixado de existir na entidade: turismo e comércio exterior.



IMPACTO POLÍTICO

Não é só na Acirp que 2020 é ano de eleição. Esse também é o ano em que os rio-pretenses vão às urnas para escolher o prefeito que vai comandar a cidade pelos próximos quatro anos. E o resultado também pode impactar a entidade. Como grande parte das demandas da associação estão ligadas ao trabalho do poder público, um bom relacionamento é fundamental para que elas saiam do papel.


"O impacto é direto e pode ser muito favorável ou muito desfavorável. A gente percebe a sinergia que tivemos no último ano com o governo do prefeito Edinho Araújo. E ter um diretor nosso no cargo de secretário de Desenvolvimento Econômico faz muita diferença. Isso gera uma sinergia tão grande que a gente consegue entregar muita coisa para a cidade. Hoje, a Acirp é ouvida, chamada e representada em praticamente qualquer grande decisão que envolve a cidade. Seja quem estiver no próximo governo, a ideia é que isso continue. A Acirp não tem partido. Se é bom para o empresariado e é bom para a cidade, estamos dentro. Seja quem for. O mais importante é ter essa participação muito próxima", afirma Kaiser.

Alanny's

Salon & Spa



Acesse e conheça
tudo que podemos
oferecer para você!

 www.alannys.com.br

VALE DO SILÍCIO

O FUTURO PRESENTE



vídeo



1 Abra a
câmera no
seu iOS ou
Android



2 Foque no
QR Code e
clique na
notificação

A É RIO PRETO foi até o Vale do Silício, sede de gigantes como Google, Apple, Facebook e Tesla, empresas na dianteira da corrida tecnológica que está revolucionando o mundo como o conhecíamos

Basta um olhar mais atento para perceber que há algo de diferente ao redor. Na velocidade frenética de uma grande metrópole como São Francisco, na Califórnia (EUA), os históricos bondes de madeira puxados por cabos subterrâneos, que fazem a alegria dos turistas, rasgam as ruas da cidade ao lado de carros autônomos, sem motoristas, que mais parecem ter saído de um filme de ficção científica.

Talvez essa seja a melhor imagem para definir o Vale do Silício, ou Silicon Valley, região ao sul de São Francisco que reúne várias cidades onde o futuro já está sendo vivenciado e construído neste exato momento.

Há pouco mais de meio século, poucas pessoas poderiam imaginar que essa região se tornaria um dos maiores polos tecnológicos do mundo. Com o fim da Segunda Guerra e início da Guerra Fria, os Estados Unidos criaram diversas políticas de incentivo e várias indústrias surgiram nos arredores de São Francisco, principalmente as que usavam silício para fabricação de condutores utilizados em chips e processadores. Daí o nome Vale do Silício.

Hoje, o local abriga algumas das gigantes do mercado de tecnologia, como Google, Apple, Facebook, LinkedIn, Netflix, HP, Microsoft, Intel, Yahoo!, Adobe, Tesla, entre muitas outras, além de várias em diferentes ramos como medicina e indústria farmacêutica, por exemplo. Empresas que, juntas, promovem uma verdadeira corrida tecnológica que atrai pessoas do mundo todo em busca de conhecimento, oportunidades, investimentos e parcerias.

“Aqui a velocidade é outra. Tudo acontece muito rápido. Não há tempo de criar, testar, ajustar e depois colocar no mercado. As coisas são lançadas em protótipos e ajustadas com o tempo. Senão ficam para trás”

Gloria Hunt, diretora sênior de Investimentos e Tendências do Consulado do Brasil em São Francisco



Empresários brasileiros em uma das mais recentes missões de negócios no Vale do Silício. O repórter da É RIO PRETO, Rodolfo Borduqui (na foto o quarto da direita para a esquerda) foi até lá conferir tudo de perto



Pronto!
Você será redirecionado para o conteúdo interativo e exclusivo

PRESSA DE CHEGAR AO FUTURO

“O Vale chama atenção do mundo, mas aqui a velocidade é outra. Tudo acontece muito rápido. Não há tempo de criar, testar, ajustar e depois colocar no mercado. As coisas são lançadas muitas vezes em protótipos e depois ajustadas com o tempo, senão, certamente, ficará para trás”, afirma a diretora sênior de Investimentos e Tendências do Consulado do Brasil em São Francisco, Gloria Hunt.

O mindset de quem vive imerso nessa realidade tem sido fundamental para que muitas coisas que só eram imaginadas na ficção já estejam funcionando e beneficiando a sociedade. Os

carros autônomos, por exemplo, chamam a atenção apenas dos turistas, mas não tanto da população local que, de certa forma, já percebe essa tecnologia cada vez mais presente em seu dia a dia.

Isso talvez explique um pouco o sucesso da Tesla, empresa cujo foco é a fabricação de carros elétricos, painéis solares e armazenamento de energia limpa. O CEO, Elon Musk, conseguiu fazer com que milhares de carros fossem vendidos e se tornassem sonho de consumo entre os americanos, mesmo não existindo postos de carregamento de energia suficientes nas estradas do país.

Supermercados como o Amazon Go são utilizados com naturalidade por quem já se acostumou em testar o futuro. Basta que o cliente crie uma conta no aplicativo e utilize um QR code gerado para entrar no local. Depois, é só pegar o que quiser e sair da loja. Em poucos minutos, o cliente recebe a conta no celular. Tudo graças a centenas de sensores que reconhecem quem é o cliente e o que ele está comprando.

A inteligência artificial está mudando as relações trabalhistas de forma radical. Segundo o CEO da Circuit Launch, co-working para startups de IOT e demais hardwares eletrônicos, Alex Dantas, "em 20 anos não haverá um trabalho sequer que não poderá ser realizado por meio de inteligência artificial. Tudo terá de ser reinventado e esse será um dos grandes desafios da humanidade".

Atualmente, robôs já servem cafés e drinks em bares, varrem as ruas, constroem carros, entregam pizzas e até "cuidam" de pessoas. A IOT (Internet of Things) ou internet das coisas, que nada mais é do que tornar objetos cada vez mais conectados à internet, é uma realidade sem volta.

Geladeiras fazem compras pela internet ao identificar que algum produto acabou, carros localizam postos de gasolina quando o tanque está vazio, eletrodomésticos começam a funcionar minutos antes do dono chegar em casa para facilitar o dia a dia. As cidades estão ficando inteligentes, os semáforos "conversam" entre si para desafogar o trânsito, postes de luz comunicam a prefeitura quando uma lâmpada está queimada, câmeras avisam a polícia de que determinada situação não está normal.

Os temas mais recorrentes atualmente no Vale do Silício e que norteiam o trabalho de muitas empresas e pessoas são a tecnologia 5G, que promete revolucionar a internet no mundo, a eletricidade, suas formas de produção e utilização, inteligência artificial, internet das coisas, reconhecimento facial, techfood (tecnologia para aprimorar a produção de alimentos), armazenamento de dados, longevidade e sustentabilidade.

“Mais do que tecnologias, o que diferencia o Vale do resto do mundo são as pessoas. O ser humano é fundamental e ali estão profissionais focados não em reinventar a roda, mas em melhorar a vida de pessoas.”

André Bianchi, CEO da IIN Global



REFERÊNCIA EM PESQUISA

Por mais que a tecnologia seja a face do Vale do Silício, tudo só aconteceu por causa das pessoas. A região conta com algumas das maiores e mais concorridas universidades do mundo. De uma delas, Stanford, famosa por atrair as mentes mais criativas e por impulsionar a criação de dezenas de startups de tecnologia todos os anos, já saíram 27 prêmios Nobel em diversas áreas, entre professores e ex-alunos.

Mas não são só esses talentos que ajudam a colocar o Vale no topo. Um exemplo é a brasileira PhD, doutora em imunologia pela UFMG, co-fundadora e CSO da OneSkin, Alessandra Zonari.

Ela e as sócias desenvolveram pele humana em laboratório para ser utilizada em testes de medicamentos e cosméticos. Para colocar o projeto em prática, decidiram buscar investimento no Vale do Silício e acabaram se instalando no MBC-Biolabs, coworking que reúne mais de 40 startups de biotecnologia em um só local.

Com o avanço das pesquisas, passaram a entender melhor o processo de envelhecimento da pele e elaboraram um creme rejuvenescedor que será lançado em julho deste ano nos Estados Unidos. "Como envelhecer de forma saudável e cada vez melhor é um dos maiores desafios desse tipo de indústria. Um dos pontos que norteiam muitas pesquisas e startups no Vale", afirma Alessandra.



VALORIZAÇÃO DO SER HUMANO

"Mais do que softwares, o Vale desenvolve pessoas." Essa talvez seja uma das frases mais presentes na vida de quem conhece a fundo o Vale do Silício. As empresas investem em desenvolvimento de talentos, na qualidade de vida e no bem-estar dos funcionários. No Google, por exemplo, todas as refeições são gratuitas, os colaboradores podem solicitar equipamentos específicos e muitos outros benefícios.

Segundo o representante global da plataforma Rocket.Chat e que já atuou em gigantes como Apple, Salesforce e News Relic, Bruno Solis, "a experiência do colaborador é levada muito a sério. Para eles, o funcionário precisa estar feliz para que o cliente final também fique. É dessa forma que as grandes corporações conseguem reter talentos e fazer com que o Vale seja o que ele é", afirma.

O sócio e CEO da IIN Global, empresa que organiza missões ao Vale do Silício com empresários e profissionais de diversas áreas para imersões de negócios, André Bianchi, reforça esse conceito. "Mais do que tecnologias, o que diferencia o Vale do resto do mundo são as pessoas. O ser humano é fundamental e ali estão pessoas focadas não em reinventar a roda, mas em buscar soluções efetivas que possam melhorar a vida de muitas pessoas. Essa é a grande diferença e que faz com que aquela região se torne tão especial", explica.

Contrastes

Mesmo em meio a tanta tecnologia e investimentos que facilmente batem na casa dos milhões e até bilhões, a região ainda sofre com problemas comuns de grandes cidades. Trânsito intenso e congestionamentos são rotina, principalmente na região de São Francisco. A quantidade de moradores de rua impressiona e a conexão wi-fi, principalmente em hotéis e locais públicos, nem sempre funciona. Problemas que denotam ainda um contraste em relação a tudo de mais incrível que é desenvolvido ali.

RIO PRETO PAROU

Com a quarentena imposta pelo novo coronavírus, negócios em vários setores tiveram de se reinventar para sobreviver; enquanto isso, Saúde luta para evitar o colapso

O ano de 2020 começou cheio de promessas. Olimpíadas. Eleições. Empresários apostando numa retomada forte da economia, otimismo em alta... Ninguém poderia imaginar o que estava por vir.

Começou em dezembro de 2019, quando um novo agente do coronavírus foi descoberto na China. A partir daquele momento, a Covid-19, como é conhecida, espalhou-se rapidamente pelo mundo. No Brasil, o primeiro caso foi confirmado no dia 26 de fevereiro.

Por todos os lados, autoridades começaram a correr contra o tempo para tentar entender a situação e propor formas de combater a doença. Com o número crescente de casos e de mortes, os países foram se fechando e, em março, o mundo praticamente inteiro parou.

Em Rio Preto, que registrou o primeiro caso em 13 de março, a quarentena começou no dia 23 de março e se estenderia até 22 de abril (no momento do fechamento desta edição), seguindo o decreto estadual.

A saída para comércio e demais serviços não essenciais como hospitais, supermercados e postos de combustíveis foi buscar estratégias que posicionassem o negócio dentro das novas regras. O que em alguns casos significou reestruturar totalmente a operação, como a Ammici Gastronomia.

Marcio Vidoti e Mona Hussein são donos de um buffet focado em festas e eventos, um dos setores mais afetados. "Nosso trabalho era baseado na reunião de pessoas. E isso foi diretamente impactado. Por isso, tivemos de rever a forma de trabalho em busca de uma oportunidade de negócio e, ao mesmo tempo, nos posicionando para ajudar", conta Vidoti.

A ideia foi levar os pratos da Ammici até a casa das pessoas. A dupla desenvolveu uma linha de marmitas. "Foi a forma que encontramos de manter o negócio girando e também de facilitar para aquelas pessoas que não querem ou não têm como cozinhar", explica.



“Nosso trabalho era baseado na reunião de pessoas. E isso foi diretamente impactado. Por isso, tivemos de rever a forma de trabalho em busca de uma oportunidade de negócio e, ao mesmo tempo, nos posicionando para ajudar”

Marcio Vidoti, empresário

Na pizzaria Bella Capri, a experiência mostrou que é preciso ter agilidade e criatividade para se adaptar aos novos cenários. Eles, que já investiam muito em delivery e retirada, intensificaram o atendimento e implementaram ações como a Entrega Segura, em que o entregador não tem contato com o cliente.

Além disso, a Bella Capri está incentivando o pagamento online, feito pelo aplicativo. Com isso, o número de pedidos cresceu 30% desde o início da quarentena.

“Essa experiência mostra que o caminho para o digital está cada vez mais consolidado. O fato de termos nosso aplicativo fez toda a diferença neste momento. O importante é se adaptar”, afirma Guto Covizzi, diretor da Bella Capri Franchising.



O QUE JÁ MUDOU?

Como resposta inicial à crise causada pelo novo coronavírus, o governo brasileiro editou medida provisória que flexibilizou uma série de regras trabalhistas durante o período de calamidade.

Para o trabalhador, a possibilidade de home office ou teletrabalho, regime especial de compensação de horas no futuro (no caso de interrupção do trabalho), suspensão de férias para profissionais da área de saúde ou serviços considerados essenciais, antecipação de férias individuais e concessão de férias coletivas.

Para as empresas, as primeiras ações trouxeram o adiamento no prazo para pagamento de alguns tributos e depósito do FGTS e redução na jornada de trabalho, entre outras medidas.

São muitas novidades e elas continuam surgindo. Para o advogado André Gustavo De Giorgio, especialista em direito do trabalho e sócio do PCOG Advogados, a proximidade e a confiança recíproca entre empregadores e funcionários precisam ser fortalecidas, pois os próximos dias, semanas e meses serão de muitas dificuldades. "O

papel de cada um é trabalhar para amenizar os potenciais problemas de saúde, sociais, psicológicos, emocionais e econômicos que surgirão a partir de agora", afirma.

Segundo o contador e diretor da Rissi Contabilidade Médica, José Eduardo Rissi, do ponto de vista tributário, não houve grandes mudanças. Até o fechamento desta edição, estados e municípios ainda não haviam anunciado nenhuma redução ou cancelamento de cobrança.

"Aconselhamos a todas as empresas reverem seus custos, item a item, e tentarem renegociar o que está ocioso neste momento. Empresas que estão fechadas, por exemplo, podem tentar renegociar aluguéis e contratos com fornecedores", orienta Rissi.

"Aconselhamos a todas as empresas reverem seus custos e tentarem renegociar o que está ocioso neste momento."

—
José Eduardo Rissi, contador

COMO FICA A SAÚDE?



Para o presidente da Unimed, Helencar Ignácio, a excelência de Rio Preto em medicina não diminui o compromisso com as recomendações básicas de saúde

Rio Preto está entre as 13 cidades paulistas consideradas como centros de maior risco para a propagação do novo coronavírus, segundo estudo realizado pela Unesp. O levantamento levou em conta o número de casos confirmados de Covid-19 e outros fatores, como a quantidade de suspeitos e o total de internações por síndrome respiratória grave.

"Além da responsabilidade com a população local, temos o desafio de conter ao máximo aqui para que não se propague para as cidades menores", afirma o secretário municipal de Saúde, Aldenis Borin.

Até o dia 30 de abril, Rio Preto contava com 2.923 notificações, 1.366 pessoas testadas, 111 casos confirmados e 8 mortes. Um cenário preocupante, segundo o médico Helencar Ignácio, presidente da Unimed Rio Preto.

"Temos uma cidade que é polo de medicina, com hospitais de ponta, profissionais qualificados, grande número de leitos e sistema sanitário entre os melhores do País. Mas nada disso dispensa o comprometimento da população e das autoridades em fazer sua parte", diz.



Márcio Vidotti e Mona Hussein, da Ammici: adaptações em tempos de crise



Para o advogado André De Giorgio, do PCOC, confiança entre empregadores e funcionários

EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA

Com a quarentena desde o dia 23 de março, as escolas tiveram suas atividades interrompidas. Algumas optaram por permanecer fechadas. Outras, foram em busca de alternativas.

No Colégio Arte Manha e Coeso, o caminho foi usar a tecnologia. O projeto já era uma parte do método de ensino da escola, mas teve de ser ampliado para se tornar o principal meio de levar o conteúdo para os alunos.

Assim, as aulas passaram a ser ministradas pela internet, ao vivo. Os alunos têm as mesmas disciplinas, marcam presença, interagem, tudo como se estivessem na sala de aula normal.

Além disso, as aulas ficam gravadas, possibilitando o acesso depois. E os resultados têm sido bastante positi-

vos, garante Cenira a diretora do colégio, Cenira Blanco Fernandes Lujan. "Apesar do motivo ser sofrido e angustiante, é bonito ver o trabalho que vem sendo feito. Solidariedade, troca de aprendizado. Sempre somos capazes de nos reinventar."

A rede municipal de ensino também precisou se adaptar. A Prefeitura anunciou o programa Rio Preto Educ Ação, com orientação de rotina de estudos e propostas de atividades para os alunos.

Todos os conteúdos foram disponibilizados em plataformas on-line e também por materiais impressos, para as famílias que não têm acesso à internet. As orientações estão centralizadas no canal de educação digital da Secretaria de Educação

(<https://digital.educacao.riopreto.br>).

ASSESSORIA DE IMPRENSA

AJUDA A CONSTRUIR REPUTAÇÃO E RELACIONAMENTO COM A MÍDIA.



Unimed 
S. J. do Rio Preto

A Unimed Rio Preto reconhece a importância da credibilidade perante a sociedade.

A **UNIMED RIO PRETO** CONFIA À **COMUNIC**
SUA **ASSESSORIA DE IMPRENSA**.



Conheça um pouco mais do nosso trabalho.



comunic

comunicação estratégica

SOLIDARIEDADE EM TEMPOS DE MEDO

Em momentos de crise, a solidariedade aflora. Muitas pessoas, empresas e entidades, diante das dificuldades impostas pela nova realidade de quarentena e isolamento social, têm se colocado à disposição do próximo.

Médicos se prontificaram a tirar dúvidas da população em relação ao novo coronavírus usando suas redes sociais e vizinhos têm se oferecido para fazer compras e ajudar quem não pode sair de casa.

A Tereos aproveitou sua estrutura industrial para produzir e doar desde o início da pandemia até o começo de maio 52 mil litros de álcool 70° para ser utilizado na assepsia de hospitais e postos de atendimento do SUS. O grupo ainda doou 7 toneladas de Açúcar Guarani, sua marca no varejo, para instituições de saúde do interior e da capital paulista.

Enquanto isso, artistas e ídolos do esporte se uniram para um leilão beneficente com objetos doados por eles para arrecadar recursos que foram revertidos para a compra de respiradores, kits de testes de coronavírus, máscaras e luvas para hospitais de Rio Preto e região. A arrecadação junto a itens doados somou mais de R\$ 400 mil.



Tereos, que produz etanol e açúcar, doou 20 mil litros de álcool líquido para hospitais da região



INICIATIVA EMPRESARIAL

Algumas doações feitas por empresas de Rio Preto durante a live da dupla Zé Neto & Cristiano

- AMERICAN FLEX
1 TONELADA DE ALIMENTOS
- EUROMOTORS
1 TONELADA DE ALIMENTOS
- UNIMED
2 TONELADAS DE ALIMENTOS
- TARRAF
1 TONELADA DE ALIMENTOS
- GRUPO JUNQUEIRA RODAS
30 TONELADAS DE LARANJA
- TEREOS
5 TONELADAS DE AÇÚCAR
- KODILAR ALIMENTOS
2 TONELADAS DE ALIMENTOS
- POLO JOALHEIRO
CONJUNTO DE PEDRAS PRECIOSAS
NO VALOR DE R\$ 20 MIL

PERSPECTIVAS ECONÔMICAS

Relatório divulgado em abril pelo Fundo Monetário Internacional (FMI) apontava para uma retração de até 3% da economia mundial.

Para o economista José Mauro Silva, a retomada não deverá ocorrer antes de seis meses. "O ano de 2020 está perdido economicamente, podemos só minimizar prejuízos relacionados a emprego e renda."

MARKETING DIGITAL

AJUDA A ALAVANCAR NEGÓCIOS
DENTRO E FORA DA INTERNET.



A Brie Delicatessen usa o marketing digital para gerar sensações e desejos.

A **BRIE DELICATESSEN** CONTRATA OS
SERVIÇOS DE **MARKETING DIGITAL** DA **COMUNIC**.



Conheça um pouco mais
do nosso trabalho.



comunic

comunicação estratégica

O COACH DA FÉ



Grupos e paróquias de Rio Preto promovem acampamentos que atraem de católicos a evangélicos e até ateus, com fila de espera: "Uma experiência transformadora"

“É como se você reunisse dez anos de terapia em quatro dias. Acho que todo mundo deveria passar por esse processo, independentemente da religião (porque pessoas de outras religiões também fazem). As coisas que acontecem lá são experiências que você não vive aqui fora”.

É assim que o comerciante Milton Homsí Filho, de 38 anos, define a experiência de ter participado de um dos acampamentos promovidos por paróquias da Igreja Católica em Rio Preto.

Ele já tinha o catolicismo como religião na base de sua família, mas não era praticante. “Fui batizado, fiz primeira comunhão, meus avós e minha mãe sempre frequentaram a igreja... Mas depois que fiz a primeira comunhão fui só algumas vezes à missa”, recorda.

Adulto, começou a buscar o lado espiritual, inclusive em outras religiões, mas nunca se aprofundou. A mudança veio em 2018 - quando, convidado por um primo, e depois de muito adiar -, ele resolveu passar pelo proces-

so do acampamento.

“Foi um divisor de águas na minha vida e na vida da minha família. Minha esposa também fez. O que eu sinto é que não existe um projeto de evangelização maior que os acampamentos. É uma imersão, são quatro dias onde você conhece realmente o amor de Jesus Cristo. Você sai de lá conhecendo esse amor”, conta.

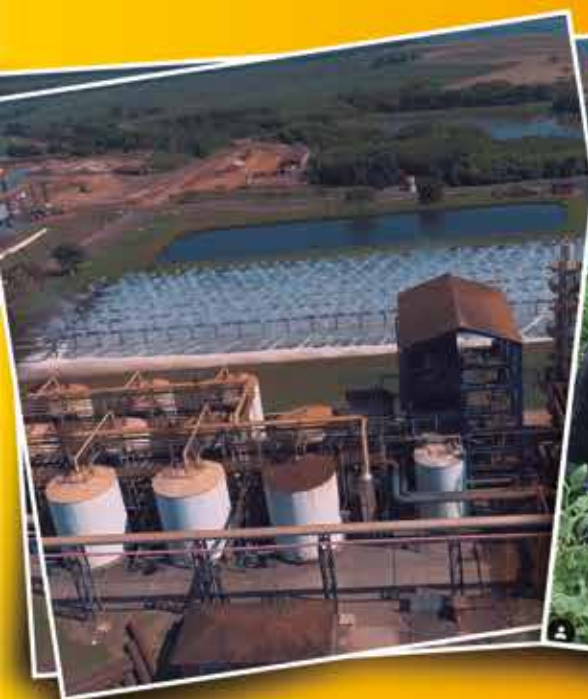
Homsí Filho é um dos milhares de participantes dos acampamentos que estão se tornando uma febre em Rio Preto, onde há atualmente quatro grupos que organizam acampamentos todos os anos.

A Canção Nova começou com o projeto há 11 anos, aproximadamente. Eles trouxeram para a cidade o modelo dos acampamentos realizados por um grupo de Presidente Prudente inspirado pelo conceito criado no México.

Diante da experiência vivenciada pelos padres de algumas paróquias de Rio Preto, que fizeram o acampamento original em Presidente Prudente ou o da

PRODUTORA DE VÍDEOS

VÍDEOS CHAMAM MAIS ATENÇÃO E POR ISSO SÃO UMA PODEROSA FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO.



Tereos

A Tereos valoriza a força do vídeo.

A **TEREOS** PRODUZ SEUS **VÍDEOS**
COM A **COMUNIC**.



Conheça um pouco mais
do nosso trabalho.



comunic

comunicação estratégica

Canção Nova, o modelo de evangelização começou a se espalhar.

Hoje, além da Canção Nova, os outros acampamentos são promovidos pelas paróquias Santa Edwiges e Santa Luzia (em conjunto), pela paróquia Menino Jesus de Praga e pela Missão Guadalupe, que tem como base a paróquia Nossa Senhora do Santíssimo Sacramento de Monte Serrat, na Vila Maceno.

“Vi que os acampamentos são um instrumento poderoso de evangelização, porque o que está na base dos acampamentos é o anúncio do ‘Kerygma’, que significa o anúncio fundamental da fé. Amor de Deus, pecado, fé e conversão, Jesus salvador e senhor, Espírito Santo, todos esses temas constituem o anúncio fundamental da fé”, revela o Padre Marcos Vinicius Cavallini, da paróquia Santa Edwiges.

Essa força de evangelização descrita por quem participa é tão forte que surpreende até mesmo os religiosos. O padre José Vinci, da paróquia Santa Luzia, foi um dos que encontraram nos acampamentos algo nunca visto, mesmo depois de anos de estudos pelo mundo.

“Fui fazer o acampamento como estudioso, mas também como cristão, como padre. Vi ali o testemunho de pessoas e disse ‘não, tem coisas que não são normais. As pessoas não podem mudar tanto em tão pouco tempo. Não pode haver tantas transformações em tantos sentidos’. E foi isso que me tocou. Eu queria isso para minha igreja”, recorda.



Homsí Filho é um dos milhares de participantes dos acampamentos que estão se tomando febre em Rio Preto.

“Tem muita gente que não sabe que é insegura, que é ansiosa. Todas essas sensações que a gente tem no dia a dia e que, às vezes, não se encaixam, porque a gente não para pra pensar, o acampamento nos ajuda a identificar.”

Milton Homsí Filho, comerciante

PREPARAÇÃO ESPIRITUAL

A realização dos acampamentos exige um preparo prévio da equipe responsável por organizar e receber os campistas. O Núcleo do Acampamento Sênior é responsável por determinar todo o trabalho que será feito.

Esse núcleo é formado pelos padres Marcos Vinicius Cavallini, da paróquia Santa Edwiges, e José Vinci, da paróquia Santa Luzia. Eles são os diretores espirituais do acampamento, dando o direcionamento necessário para os fiéis que são voluntários.

Já a parte estrutural fica por conta dos coordenadores Fábio Marcondes e Ricardo Floriano. Eles precisam providenciar tudo o que precisa para o acampamento ser realizado. Também trabalham em parceria com os coordenadores de cada equipe – pessoas que já fizeram o acampamento e são escolhidas pelos padres para ficarem responsáveis pela execução da missão confiada, além de cuidar do que eles chamam de irmãos de cada equipe.

“Antes do acampamento acontecer, temos a preparação espiritual com toda a equipe de trabalho, onde vivemos a fraternidade e o amor mútuo”, afirma Geisi Santos, que trabalha com Maitê Floriano na formação de equipes de cada acampamento.



Geisi Maitê, Ricardo, Fábio e os padres Marcos Vinicius e José Vinci formam a equipe de trabalho.

PARTICIPAÇÃO CONCORRIDA



Daniela e Beto Guraib, colaboradores do projeto da Missão Guadalupe. No centro, o Padre Carlos Naldi.

Quando os acampamentos começaram em Rio Preto, a participação dos fiéis ainda era tímida. "No primeiro, o Paulo e a Mariana Faria, idealizadores do acampamento da Missão Guadalupe juntamente com o Padre Carlos Naldi, brincam que eles tiveram de 'chantagear' os amigos para participarem", conta Beto Guraib, colaborador do projeto.

Hoje, são de três a cinco acampamentos sênior – para adultos – por grupo a cada ano. Esses acampamentos reúnem em torno de 100 pessoas. Assim, são cerca de 2 mil pessoas por ano participando do processo. Parece muito, mas a demanda é ainda maior.

A procura é tão grande que os realizadores estão buscando formas de seleção que sejam mais justas para os interessados. Na Missão Guadalupe, a participação é por ordem de chegada no dia da inscrição. E tem gente que até acampa em frente à igreja, afirmam os organizadores. Já no acampamento das Paróquias Santa Edwiges e Santa Luzia, a forma escolhida foi o sorteio. "A fila de espera já seria capaz de encher o próximo acampamento inteiro", afirma o Padre Marcos.

Há ainda a questão de datas e locais. Normalmente, os acampamentos são realizados na Fazenda Santa Paulina, em Potirendaba. O espaço foi todo pensado por seus proprietários para esse tipo de evento. Mas, com o crescimento, as datas disponíveis estão ficando escassas.

Uma opção, segundo Beto Guraib, da Missão Guadalupe, é uma área em Jaci, também na região de Rio Preto, onde realizarão um acampamento pela primeira vez este ano.

DESPERTANDO A CURIOSIDADE

Apesar dos muitos motivos listados por grande parte dos envolvidos nos acampamentos, é inegável que a curiosidade despertada por eles é um dos fatores mais fortes na atração de novos participantes. Toda a dinâmica desenvolvida dentro da fazenda é mantida em segredo.

O que se sabe é que se trata de um processo de imersão completo e que vai além de rótulos religiosos. Os campistas ficam de quatro a cinco dias em uma área rural, isolados, sem contato com as pessoas aqui fora e também sem aparelhos eletrônicos. A rotina lá envolve uma série de atividades, desafios, palestras e, também, oração. Mas a mecânica de como a evangelização é trabalhada é mantida a sete chaves.

"Todo mundo que faz não pode contar o que acontece lá dentro. Só que as pessoas saem com uma alegria e um entusiasmo tão grandes que isso contagia. Então eu diria que o entusiasmo é um fator. As pessoas sabem algumas informações, mas o que acontece de verdade lá dentro é sigiloso e cada um tem que viver sua própria experiência", diz o Padre Marcos.

Para Daniela Guraib, também da Missão Guadalupe, você pode até contar o que vivenciou lá dentro, mas a experiência nunca será a mesma entre as pessoas. "Ninguém vai viver o que eu vivi. Cada um tem suas crenças, sua bagagem. E cada detalhe que a pessoa absorve ou sente vai influenciar no resultado final."

Milton Homsí Filho compara a experiência a ter um filho. "Não dá para traduzir em palavras o que você vive lá. É como o nascimento do seu primeiro filho. Todo mundo sempre fala que quando você tem um filho você ama de um jeito sem igual. Eu questionava como era esse amor. As pessoas explicavam, mas não adiantava. Só soube o que era quando fui pai."

OS DESAFIOS DO LADO DE FORA

A palavra "transformador" é a mais utilizada por todos os envolvidos para descrever o período vivenciado pelos campistas dentro da fazenda onde os acampamentos são realizados.

"Acho que é essa força de Deus que eles experimentam que faz com que eles mudem. Até eu, como padre, não acreditava em muita coisa. Mas você vai vendo a mudança. Eu vejo na paróquia... Os que fazem acampamento mudam da água para o vinho. A pessoa se torna mais humana, menos agressiva", pontua o Padre Vinci.

Mas o trabalho após a saída de lá também é muito importante. É preciso dar continuidade na evangelização e cada paróquia ou grupo desenvolve suas próximas ferramentas para estímulo. Grupos de oração, encontros e atividades são algumas das formas de evangelização para tentar garantir o retorno dos católicos e a adição de novos fiéis.

Uma forma de se manter conectado é doando seu tempo como voluntário. Como cada pessoa só pode fazer o acampamento uma vez, a possibilidade é voltar para trabalhar e ajudar na realização de outros acampamentos.



Padre Marcos Vinicius Cavallini, da paróquia Santa Edwiges: "Os acampamentos são um instrumento poderoso de evangelização".

“Ali, a gente tenta mostrar o caminho. Você quer se realizar na vida? É só ser um pouco mais humilde e deixar Deus falar na sua vida. E ali Deus vai falando na simplicidade, na humildade.”

Padre José Vinci

Padre José Vinci, da paróquia Santa Luzia



Colágeno

O que é?

O que podemos fazer para auxiliar na prevenção da perda do colágeno?

Com o uso dele, podemos melhorar a flacidez? E quais são outros benefícios que ele traz para saúde?

Qual a idade correta para se usar?

Para ver as respostas dessas e de outras perguntas, acesse o QR Code ao lado



📍 Av Eliezer Magalhães, 2497 - Jd. Marilú
Mirassol/SP

☎ 17 3242.2108 | 98160.0191

📷 @regislainesouzamiquelin


Dra. Regislaine Souza Miquelin
dermatologia
CRM 130198 / RQE 71535

MESTRES DO ATENDIMENTO



Edson Crispim de Araújo, do Confraria do Espeto

Leandro Gomes da Silva, o Léo, do restaurante Mirai

Atender é uma arte. Garçons há décadas em Rio Preto, Edson Crispim e Leandro Gomes da Silva dão aula de empatia e excelência



vídeo

1 Abra a câmera no seu iOS ou Android

2 Foque no QR Code e clique na notificação

Pronto! Você será redirecionado para o conteúdo interativo e exclusivo

Atender é uma arte. É vocação. Não basta querer. E, para a maioria dos negócios, o atendimento de excelência pode ser o grande diferencial entre o sucesso e o fracasso. Mais do que levar o trabalho a sério e ter um bom conhecimento do produto, é preciso entender o ser humano. Ter empatia e colocar-se no lugar do cliente.

Todas essas características vêm naturalmente para Leandro Gomes da Silva, o Léo, garçom do restaurante Mirai. Algo que nem ele mesmo sabia que tinha. Leandro é de uma cidadezinha no interior de Pernambuco. Até os 18 anos, viveu com a família em uma propriedade rural e seu único trabalho havia sido na agricultura de subsistência.

Em busca de mudança, resolveu deixar Pernambuco e vir para o estado de São Paulo. Soube por amigos que os proprietários do Mirai, com restaurantes já em Ribeirão Preto, estavam se preparando para abrir um novo estabelecimento em Rio Preto e precisavam de funcionários.

“Tive a curiosidade, a vontade de mudar do interior do Pernambuco, de uma cidade de 40 mil habitantes, bem simples, no agreste. Eu era o que o pessoal chama de ‘bicho do mato’. Tímido. Muito acanhado. Chegava alguém lá em casa e eu ficava escondido. Parecia que eu não existia. Mas criei coragem, falei com meus

“A melhor coisa que o ser humano pode fazer é conseguir entender o outro, surpreender.”

Leandro Gomes da Silva

pais e, por curiosidade, resolvi vir para o Mirai”, recorda.

O começo não foi fácil. A timidez pesava. “Eu ficava muito de cabeça baixa, não tinha coragem de olhar no olho das pessoas. Ficava sempre acanhado nos cantinhos. Comecei, por 12 dias, na cozinha, lavando louça. Aí a patroa pediu para que eu comesse a atender, a levar entradas, bebidas. Fui me soltando. Os clientes perguntavam de onde eu era. Começava ali uma nova história”, conta.



Assim nascia o Léo, como é conhecido pelos clientes do restaurante. Um Léo que, como ele mesmo descreve, conversa com todos, tem muitos amigos. E que descobriu um dom.

"Percebi que atender era a minha vida. Atender pessoas, para mim, é um prazer imenso. A melhor coisa que o ser humano pode fazer é conseguir entender o outro, surpreender", diz Léo, há 12 anos em Rio Preto como garçom do Mirai.

Um de seus segredos é ser bastante observador. Ele afirma que aprende olhando tudo, prestando atenção nas pessoas, no jeito que elas se movimentam. "Prestar atenção para conseguir levá-las para um caminho melhor. Às vezes, elas não conhecem esse caminho e é bem gratificante."

Léo garante que sabe o nome de todos os seus principais clientes, os pratos preferidos e até a data de aniversário. "Se você tem um amigo, se você faz um amigo hoje, você não quer esquecer dele jamais e se preocupa com os detalhes. E quando você se preocupa com detalhes, as pessoas se tornam únicas. E você não esquece de pessoas únicas. Para mim, todos que atendo hoje são únicos", diz.

SENSIBILIDADE PARA ENTENDER O CLIENTE

A arte de atender também é praticada com excelência por Edson Crispim de Araújo, que há dez anos conquista os clientes do Confraria do Espeto. Com 44 anos, Crispim, como é conhecido pelos frequentadores do bar, já fez um pouco de tudo, mas sempre em áreas de relacionamento com o público. Já foi office-boy, carteiro, vendedor, chapeiro, atendente. "Falo que, se você consegue vender consórcio e plano funerário, vende qualquer coisa."

Com perfil bastante expansivo, a entrada no Confraria do Espeto foi ato do destino. Amigo dos proprietários, um dia ele foi ajudar no atendimento do bar por causa de um funcionário que havia faltado. De lá não saiu mais e ainda trouxe com ele clientes e amigos de trabalhos anteriores que se tornaram frequentadores do bar.

Quanto ao atendimento, Crispim revela que o segredo é estar sempre bem, não deixar que a vida lá fora atrapalhe o trabalho. "Eu procuro ser sincero, espontâneo, tento deixar meus problemas pessoais do lado de fora e trazer para cá o que é relacionado ao bar. As pessoas têm que ver esse meu lado, não o outro. No dia a dia também sou desse jeito."

Outro fator é ter a sensibilidade de entender o que o próprio cliente espera do atendimento. "É realmente se adaptar ao cliente. Alguns dão brechas, outros não. Então, você está sujeito a

tudo. Mas sempre abordo com um sorriso no rosto", revela.

A preocupação é tanta que Crispim chega a entrar ele mesmo em contato com os clientes costumeiros da casa que estão há algum tempo sem aparecer. Manda mensagem, procura saber se está tudo bem, se precisam de algo.

"Quando o cliente não fica satisfeito com você ou com a casa, a tendência é ele não voltar. A gente tenta fazer isso não acontecer."

"As pessoas falam que cada um tem uma estrela, não é? A minha deve bilhar para isso. Sempre abordo com um sorriso no rosto."

Edson Crispim



NEGÓCIOS SOB CONTROLE

Berço de algumas das marcas de franchising mais fortes do país, Rio Preto começa a se projetar também como celeiro de holding de franquias

Rio Preto há muitos anos é conhecida como celeiro de franquias. Aqui nasceram algumas das marcas mais consolidadas do setor, que figuram, inclusive, entre as 50 maiores redes do Brasil em números de unidades, segundo levantamento feito anualmente pela Associação Brasileira de Franchising (ABF).

Mas o destaque no setor não para por aí. A cidade também vem avançando a passos largos para se tornar referência entre holdings de franquias, conglomerados que concentram diversas marcas e são responsáveis pela manutenção e gestão desses negócios nos quais elas têm participação ou exercem total controle.

São daqui holdings como a MoveEdu, o Grupo Zanon e a SMZTO Holding de Franquias, só para citar algumas que vêm se destacando no mercado. Entre formatação, auxílio em expansão e acompanhamento das operações, as três detêm marcas conhecidas nacionalmente.

E todas também são desdobramentos de outros negócios. A MoveEdu nasceu de uma escola de cursos profissionalizantes, a Prepara Cursos, criada em 2004 com foco em informática. Desde aquele momento, a empresa já investia em um sistema híbrido de ensino.

De lá para cá, Rogério Gabriel, o fundador da Prepara, entrou de cabeça no mundo da educação e foi expandindo, primeiro dentro de seu próprio negócio, criando outras marcas, e, depois, apostando no crescimento inorgânico, com a aquisição de outras empresas.

Assim ele chegou a MoveEdu, uma das maiores holdings de franquias de educação profissional do mundo. Hoje, são oito marcas, 1,2 mil escolas em todo o Brasil e cerca de 500 mil alunos formados por ano.

"Nossa estratégia foi escolher o segmento de atuação, a educação. Isso facilitou na sinergia e no foco da empresa. Depois, trabalhamos em etapas para o nosso crescimento", revela Gabriel.

A estratégia consistiu na expansão interna, montando unidades próprias da Prepara antes de iniciar no franchi-

Rogério Gabriel,
o fundador
da Prepara

DEIXE O

SOL

PAGAR A SUA CONTA
DE ENERGIA!

A ENERGIA SOLAR É UM INVESTIMENTO QUE, ALÉM DE
CONTRIBUIR COM O MEIO AMBIENTE, POSSIBILITA VOCÊ
ECONOMIZAR ATÉ 95% EM SUA CONTA DE LUZ.

📍 RUA CUBA, 522 - JARDIM AMÉRICA
SÃO JOSÉ DO RIO PRETO - SP

📞 17 99666.2030 | 98829.6865

✉️ CONTATO@ECONENERGY.COM.BR

📷 @ECON.ENERGY

📘 /ECON.ENERGY

🌐 WWW.ECONENERGY.COM.BR



ECON[®]
ENERGY
Energia solar
Fotovoltaica



sing.

O passo seguinte foi investir em um modelo multimarcas, criando novos negócios ligados à educação. Por fim, veio o crescimento inorgânico, com a compra de outras marcas. "Dessa forma, fomos construindo um negócio que nos permite ter uma estrutura colaborativa mais robusta e que se torna mais atraente para investidores."

A expansão traz desafios. Com uma grande quantidade de negócios e marcas, é preciso garantir que a governança do grupo consiga dar a estrutura necessária para o franqueado, afirma Gabriel. "O desafio é ser responsável e ter eficácia em todas as marcas."

Para o CEO da MoveEdu, é importante que, depois de escolher um modelo de atuação, você "sente no cavalo e siga com ele" até o final. E passar para holding exigiu uma série de adaptações. "A estrutura é muito diferente, mas muito disso passa por gente e sistemas. É preciso ter um time para fazer acontecer, com pessoas que sejam tão boas ou melhores que você nas operações, e construir uma estrutura de negócio dentro da complexidade exigida."

A EXPANSÃO DO GRUPO ZANON

Em 2008, os irmãos Reinaldo Zanon e Gustavo Zanon assumiram a corretora de seguros do pai, a Seguralta. Com quase 40 anos de história na época, a dupla resolveu expandir as operações usando o sistema de franquias. Foi quando fundaram a Seguralta Franchising.

"Esperamos o segmento de seguros ficar totalmente informatizado e fizemos muitas pesquisas de mercado para já iniciarmos a operação com todos os modelos de negócios disponíveis", relembra Reinaldo.

De lá para cá, a Seguralta se tornou uma das franquias de maior sucesso no Brasil - atualmente eles contam com mais de 1,3 mil franqueados. Com a expertise adquirida e de olho em novas oportunidades de mercado, em 2014 Reinaldo fundou o Grupo Zanon, uma holding de franquias multissetorial que hoje conta com marcas como a própria Seguralta, Los Mex, Segcredi e Ateliê Nail Design.

"Tudo isso que temos hoje é resultado da soma de experiências, inovação, confiança entre colaboradores, empenho, dedicação e principalmente da consciência de que é necessário saber conquistar o seu espaço", revela Gustavo.

E a dupla já está preparada para novos passos. Recentemente, eles criaram a marca Zanon Expand para formatação e expansão de franquias de novos negócios de sucesso. "Por meio da Zanon Expand, vamos oferecer a oportunidade para novos empresários expandirem suas marcas com o know-how do Grupo Zanon", complementa Gustavo.



Os irmãos Reinaldo e Gustavo Zanon, da Seguralta e de outras marcas sólidas do franchising.

NOVO SUV PEUGEOT 3008,
robustez e elegância em uma
experiência ampliada.

E NOVO SUV PEUGEOT 5008,
tecnologia, design, segurança
e conforto em 7 lugares!



Agende seu Emotion Drive!

São José do Rio Preto
Av. Bady Bassitt, 4979 | (17) 3214-7733
www.lumierepeugeot.com.br



LUMIÈRE
VEÍCULOS





Para José Carlos Semenzato, crise atual pode levar à falência até 10% das empresas do setor

“Preservar empregos pode custar mais barato que demitir. E também é uma ação importante para a retomada.”

José Carlos Semenzato, presidente da SMZTO

IMPACTO DO CORONAVÍRUS SOBRE O SETOR

O mercado de franquias desafia crises há anos. Enquanto muitos setores registravam quedas, o franchising crescia. Em 2019, não foi diferente. Segundo levantamento da Associação Brasileira de Franchising (ABF), o faturamento do segmento registrou alta de 6,8% na comparação com o ano anterior.

Para 2020, as expectativas também eram positivas. As projeções da entidade previam uma alta de 8% no faturamento, com crescimento de 6% no número de unidades e o mesmo percentual na quantidade de empregos. Mas tudo mudou diante do novo cenário mundial, com a crise criada pelo novo coronavírus (Covid-19).

Um estudo feito pela Federação Ibero-americana de Franquias (FIAF) mostra que o setor de varejo é o mais afetado pela nova crise, com 50%, seguido pelo setor de restaurantes e alimentação, com 38%. Para o empresário José Carlos Semenzato, presidente da SMZTO, a crise pode levar de 5% a 10% das franquias do País à falência.

“As empresas não têm a cultura de guardar e se planejar e isso pode levar a esse cenário de fechamento de unidades. Minha recomendação é buscar todo tipo de ajuda. Prorrogar e parcelar o que puder, segurar as reservas possíveis, renegociar aluguéis, compromissos com fornecedores. Mas tudo dentro do bom senso. Nessa hora, toda ajuda é importante”, afirma Semenzato.

Outro conselho é preservar os empregos. “Eles são nossos maiores ativos. Faça o possível. Neste momento, pode custar mais barato que demitir. E também é uma ação importante para a retomada”, diz o empresário, cuja holding conta com participação societária em uma dezena de franquias, como EspaçoLaser, OdontoCompany, Oakberry, Instituto Embelleze, Casa X e L’Entrecôte de Paris.

Para Rogério Gabriel, do Grupo MoveEdu, o momento é de dificuldade para todos dentro do franchising. No entanto, cabe a cada um escolher a forma de agir. “Você escolhe reclamar e sofrer ou encarar. É trabalhoso, difícil, mas não há outra opção.”

Dentro do negócio de Gabriel, a primeira ação foi fazer funcionar para, depois, ajustar. “Tivemos de acelerar um processo de transformação. O que levaria dois ou três anos para ser aplicado agora será feito em um. Mas é hora de encarar a mudança. O mundo não será mais o mesmo depois disso e precisamos já nos preparar.”

Diante do cenário atual, Lucas Atanzio, CEO do Grupo ATNZO - a mais jovem das holdings da cidade, com quatro anos de operação - está promovendo a campanha “Vamos Vencer”, para auxiliar, de forma gratuita, estabelecimentos que não têm serviço de delivery a implantá-lo. A ação é resultado de uma parceria com empresas como iFood, Rappi e Qualisan Consultoria Sanitária.

“Muitos estabelecimentos ainda não utilizam delivery ou oferecem o serviço de maneira desestruturada. Há também bares e restaurantes que precisam de adequações no cardápio para realizarem as entregas. Nosso papel é auxiliar esses empreendedores e mostrar que, com planejamento e gestão, é possível manter o caixa girando mesmo durante a crise”, explica o gerente geral da holding, Luis Fernando Nardi. A ATNZO tem entre suas marcas a tradicional Sucos Moenda, transformada há pouco tempo em franquia.

TRANSPLANTE CAPILAR

UMA CIRURGIA INOVADORA, QUE
REJUVENESCE E ELEVA A AUTOESTIMA
DE FORMA NATURAL E HARMONIOSA,
SEM MUDAR AS CARACTERÍSTICA

comunic



ACESSE E SAIBA MAIS
SOBRE TRANSPLANTE CAPILAR

TRANSPLANTE CAPILAR | PRÓTESE DE MAMA | ABDOMINOPLASTIA | MMP CAPILAR


Dr. Felipe Bicudo
CRM-SP 121.227

Dr. Felipe Bicudo
Cirurgião Plástico
📍 dr.felipebicudo.cirurgiaplastica
📱 @drfelipebicudo
🌐 www.felipebicudo.com.br

☎ 17 98103.8651
📍 Rua Ernando Nora, 213 - 1º andar
Jd Fuscaldo - São José do Rio Preto, SP
Caldeira Estetical Center
☎ 17 3422.2614
📍 Rua Minas Gerais, 3.175 - Santa Elisa
Votuporanga, SP

VENCENDO BARREIRAS

Empreendedores como Ed Carlos e Silvio Amaral compartilham histórias semelhantes de superação. Ambos tiveram de ultrapassar as dificuldades de uma origem humilde no campo para construir uma realidade diferente na cidade

Da roça para o sucesso profissional na cidade. Em muitas cidades da região de Rio Preto, especialmente nas menores, não são raros os empresários que conquistaram o sucesso saindo de vidas bastante humildes no campo. Empreendedores que, em alguns casos, foram construindo verdadeiros impérios e provaram que, com determinação, sonho e olhar consciente sobre o mercado, é possível se transformar.

CAVANDO O SUCESSO

Ed Carlos começou a trabalhar ainda jovem em um sítio próximo à cidade de Adolfo. Lá, fazia trabalhos rotineiros de roça, com enxadas e máquinas. Mas queria mais. Mudou-se para Rio preto 25 anos atrás, em busca de oportunidades.

Começou trabalhando como porteiro na Unimed Rio Preto, onde sua aptidão para eventos logo começaria a surgir. "Os médicos tinham um grupo de consórcio e sempre faziam churrasco. Comecei a trabalhar nesses churrascos, bem lá de baixo mesmo. Lavando pratos, depois fui garçom, churrasqueiro. Pegava uma festinha de dez, 15 pessoas, e fui acreditando também no negócio. Ao mesmo tempo, fui contratado para um cargo no administrativo da empresa. E a minha vida assim foi mudando", recorda.

Tudo que ele ganhava com os churrascos era investido de volta no negócio, com a compra de novos equipamentos e materiais. Mas, junto com os investimentos, ele também teve visão de mercado.



vídeo

1. Abra a câmera no seu iOS ou Android

2. Foque no QR Code e clique na notificação

"Tinha uma lacuna, porque todo mundo estava acostumado com o churrasco muito informal. Eu comecei a sofisticar o churrasco. Então, isso abriu um leque, um mercado enorme e que ninguém fazia. Churrasco de qualidade, com talher bacana, prato bacana. Fez a diferença."

Por nove anos, Ed equilibrou o trabalho diurno na Unimed com seu papel de churrasqueiro nas horas vagas. No entanto, chegou um momento em que ficou insustentável. Foi quando decidiu pedir demissão e abrir formalmente sua empresa.

A Ed Churrasco nasceu, se estabeleceu e foi ganhando proporções que nem ele esperava. "Nunca imaginei. Foi uma coisa de Deus. Porque a gente começou por necessidade, vem de família humilde. Já trabalhei a troco de comida. Mas acabou dando certo."

Logo, a Ed Churrasco acabou se tornando Ed Buffet, que depois passou a ser também Ed Locações e, em breve, passará a ter também mais um "braço", o Espaço Ed (leia mais nesta reportagem).

O segredo para o sucesso está, segundo Ed, na dedicação e na forma como ele conduziu o negócio sempre, cuidando de tudo com muita atenção e lutando para fazer dar certo. "Ao contrário do que todo mundo pensa, eu não sei cozinhar. Eu sou só um churrasqueiro. Mas gosto de qualidade, sei comprar, gosto das coisas bem feitas. Foi isso que fez com que tudo desse certo."

Outro fator que ele afirma ser determinante para um negócio dar certo é ter o olho do dono. "É acompanhar de perto, fazer com carinho, amor, dedicação, respeito ao cliente. Como a gente trabalha com eventos, com sonhos, temos uma responsabilidade muito grande. Vamos ficar marcados pelo resto da vida desses clientes. Positivamente ou negativamente. Então, temos que nos empenhar muito", diz.

Atualmente, Ed realiza eventos por todo o Brasil, organizando aniversários, casamentos, shows, leilões para milhares de pessoas. E ainda têm clientes famosos como Zezé di Camargo e Ivete Sangalo.

Nos últimos anos, o empreendedor passou também a atuar como produtor de grandes shows, em um formato que difere que privilegia o uso de toda sua estrutura de decoração e buffet. Um dos eventos mais recentes foi o show do Jota Quest, no clube Monte Libano.

ESPAÇO PRÓPRIO

A inquietude faz parte de Ed e ele já está se preparando para dar novos passos. "Chegou a um ponto em que me questioneei: 'Qual é a minha dificuldade?'. Eu não tenho para onde crescer, porque eu sou um buffet itinerante. Eu não tenho um espaço meu ainda. Então, o que faltava? A cereja do bolo", adianta.

Ed se prepara para a criação do Espaço Ed, um projeto que vai reunir em um só local um salão para eventos preparado para receber festas e eventos diversos, como formaturas, congressos, shows. Além disso, o espaço contará com área de lazer, capela, cozinha industrial e estacionamento.

"Adquirimos uma área e vamos montar a maior estrutura de eventos do Brasil. Rio Preto é uma cidade que comporta e é carente. Você não encontra um lugar aqui adequado pra fazer um congresso ou uma palestra que atenda 3, 4, 5 mil pessoas. E é isso que a gente está trazendo. Estamos terminando o projeto, acho que dentro de um ou dois meses deve começar a construção. A inauguração está prevista para janeiro ou fevereiro do ano que vem", revela.

Ed começou fazendo churrasco para pequenos grupos de médicos em Rio Preto. Hoje o negócio expandiu com buffet, móveis para decoração, organização de shows e, em breve, um espaço próprio para eventos.



Pronto!
Você será redirecionado para o conteúdo interativo e exclusivo

AS 'COLHEITAS' DE SILVIO AMARAL

Pontalinda, próxima a Jales, sempre pareceu pequena para Silvio Amaral. Ele, que começou a trabalhar na roça com a família aos seis anos, nunca se viu vivendo na cidade para sempre. Também não queria continuar colhendo café, milho e feijão, como mandava a tradição.

O pai, vendo que o filho não estava satisfeito, resolveu ajudá-lo a abrir novas portas. Pediu na única padaria da cidade uma oportunidade de trabalho. "Ele falou com o dono da padaria, questionou se tinha uma vaga, porque tinha um filho que precisava trabalhar. Então, aos 14 anos, eu ingressei nessa padaria e fiquei até os 18", recorda.

Maior de idade, Silvio quis expandir horizontes e resolveu deixar tudo para trás para se mudar para São Paulo. Lá, ficou por um ano até que acabou, contra sua vontade, em Rio Preto. "Rio Preto nunca foi uma escolha. Eu moro aqui, amo a cidade, mas foi meio que um acidente. Eu tinha uma única tia que morava aqui e meu pai falou: 'Ou você fica em Rio Preto ou volta pra Pontalinda'. Como eu não queria voltar, acabei ficando. E foi maravilhoso. A melhor coisa da minha vida essa coincidência que me projetou e me trouxe até aqui."

Com apenas R\$ 150 no bolso, presente do pai, Silvio começou a procurar emprego. Foi almoxarife e trabalhou como confeitiro, aproveitando a experiência dos anos de padaria. "Nessa época, minha vida estava bem complicada financeiramente. Um dia, indo embora para casa, passei em frente a uma escola que se chamava Magia. Era uma escola de cabeleiros."

Ser cabeleiro nunca havia passado pela sua cabeça até então, mas rapidamente se apaixonou pela profissão. Depois de três anos de curso, deixou o emprego na padaria e arriscou ao abrir seu primeiro salão em sociedade. "O começo foi desafiador, principalmente por não ser de Rio Preto. Eu não conhecia quase ninguém. Atendi primeiro as meninas que trabalhavam comigo na padaria, foram minhas primeiras clientes. E, assim, as coisas foram acontecendo", conta.

Mas não foi apenas o trabalho de qualidade que o fez se destacar. Silvio também pensava em estratégias de marketing. Para ganhar clientela, fechou parceria com uma loja de vestidos de noiva e se comprometia a buscar os vestidos para as noivas mesmo sem ter carro. "Fiz tudo o que eu podia para tentar meu lugar ao sol. Buscava uma estratégia de marketing como podia. E o que eu podia? Buscar o vestido de noiva. Eu não tinha carro, ia de ônibus."

Os primeiros resultados começaram a aparecer, mas o sucesso só chegou mesmo quando ele se mudou para o imóvel onde mantém seu salão há 14 anos. "Foi quando eu fiz o meu primeiro curso no exterior. Aí a minha mente abriu e tudo foi evoluindo. Cada dia é uma evolução", comemora.

Sua estratégia para crescer sempre foi inspirada em acreditar no próprio talento, ser ele mesmo e oferecer um atendimento exclusivo e diferenciado. "Gosto de ter tempo pra cuidar do cabelo, cuidar da cliente. E eu gosto de acompanhar todos os processos. Desde a hora que a cliente entra até a hora que sai do salão. Se ela está tomando café, lendo revista. Os gostos dela. E, assim, eu consegui me posicionar no mercado."

O cabeleiro Silvio Amaral, hoje dono de um dos salões mais disputados da cidade, começou aos 6 anos colhendo grãos na roça em Pontalinda, próxima a Jales

"Fiz tudo o que eu podia para tentar meu lugar ao sol. E cada dia é uma evolução."

Silvio Amaral, cabeleiro



Guarani
+ Mais que Açúcar

SORTE
NA
MEDIDA



COMPRE 5kg
DE PRODUTOS
GUARANI
E CONCORRA



1
CARRO*



1
MOTO*



1
ANO DE VALE-COMPRAS

PRÊMIOS
INSTANTÂNEOS DE ATÉ
500,00

Acesse: www.sortenamedidaguarani.com.br

f t @guaraniaçucar

Promoção autorizada pela SECAP. Participação válida de 10/02/2020 a 31/05/2020. Consulte regulamento, condições de participação e certificado de autorização em www.sortenamedidaguarani.com.br.

*Imagens meramente ilustrativas, sendo simples sugestão de uso do prêmio. Premiação entregue em certificado de barra de ouro.



JOGO DA MENTE



vídeo

1. Abra a câmera no seu iOS ou Android

2. Foque no QR Code e clique na notificação

Pronto! Você será redirecionado para o conteúdo interativo e exclusivo

Cerebral, pôquer se populariza entre rio-pretenses, especialmente empresários. Modalidade estimula tomadas de decisão

O pôquer é um dos jogos de cartas mais populares no mundo e, no Brasil, seu mercado cresce vertiginosamente. Mas, muito além de um simples jogo de cartas, em que muitas vezes a aleatoriedade e a sorte falam mais alto, o pôquer exige de seus praticantes habilidades intelectuais e comportamentais para vencer. Tanto que é considerado pelo Ministério do Esporte como um esporte da mente, no mesmo patamar do xadrez.

“O que mais me atrai no pôquer é que você, a todo instante, tem de tomar decisões importantes. É um jogo de pessoas jogando com cartas. E você é na mesa de pôquer o que você é na vida. Se você é arrojado na vida, é arrojado na mesa de pôquer. Não é um jogo de sorte. É um jogo puramente de habilidade. Tem muito cálculo pra fazer”, diz o empresário rio-pretense Fernando Issas, que já foi eleito o melhor jogador de pôquer da América Latina.

Issas começou a jogar em 2005 por curiosidade. Viu na televisão uma reportagem sobre um torneio online que daria ao vencedor uma viagem para o Caribe. Interessado, foi pesquisar mais sobre o esporte, participou da competição e acabou ganhando. A partir daí, passou a se dedicar cada vez mais, jogando profissionalmente entre 2009 e 2012, período em que chegou a ganhar US\$ 171 mil em um único torneio.

O paralelo do pôquer com a vida é um dos fatores que despertam seu interesse e o que tem tornado o espor-

Rio-pretense Fernando Issas já foi o melhor jogador de pôquer da América Latina

te tão popular especialmente entre grandes executivos. “Você tem de tomar essas decisões a todo instante, e se você toma a decisão errada, você paga o preço de perder um torneio importante ou até de ser eliminado. Assim, o pôquer te dá mais capacidade de decisão. E, hoje, ele é usado por grandes empresários para aliviar o estresse e até construir uma personalidade melhor, principalmente na questão comercial.”

O pôquer também ensina muito sobre concentração. É preciso avaliar os oponentes durante o jogo. “Você precisa saber como jogam, se blefam muito, se apostam sem ter jogo... Por isso muitos jogam de óculos de sol, porque não querem dar nenhum tipo de informação no olhar, no gestual, na respiração.”

“O que mais me atrai no pôquer é que você, a todo instante, tem de tomar decisões importantes. Você é na mesa de pôquer o que é na vida.”

Fernando Issas, empresário

Torneios

A barbearia St. James acabou se tornando o ponto de encontro de jogadores de pôquer em Rio Preto. Tudo começou como um momento de encontro entre amigos. “Como a barbearia funciona de terça à sábado, às segundas-feiras ela ficava ociosa. Nós já tínhamos uma roda de pôquer entre amigos em que cada jogo era na casa de um. Para facilitar para

todos, decidimos transferir os jogos para a barbearia", conta Alberto Ribeiro, um dos sócios.

Desses jogos nasceu a ideia de criar um torneio. Com 45 vagas, todas as mesas ficaram lotadas e o sucesso despertou o interesse em expandir, além de trazer parcerias e patrocínios. Hoje, são quatro torneios por ano que garantem ao menos R\$ 15 mil ao vencedor.

"A gente se encontrou muito bem nessa do pôquer. O foco principal é o corte de cabelo bem feito, a barba e os nossos produtos próprios, que a gente distribui para 40 barbearias da região. Mas essa vertente de eventos na casa é muito forte. Eu gosto muito disso e acompanho de perto", afirma Ribeiro.

O empresário Fábio Abudi é um dos participantes dos torneios da barbearia, atividade que ele encara como passatempo e lazer. Mas isso não significa que não há competitividade. "É a emoção de ganhar, de sentar e desafiar seu oponente e conseguir entendê-lo melhor, diante das circunstâncias que o jogo apresenta."



Alberto Ribeiro (à direita), um dos sócios da barbearia St. James, que organiza torneios de pôquer em Rio Preto (acima)

CELEIRO DE TALENTOS

Um levantamento da Confederação Brasileira de Texas Hold'em (CBTH) mostra que o pôquer vem se popularizando ano a ano no Brasil. A última estimativa, de 2017, apontava 8 milhões de jogadores em atividade, contando profissionais, semiprofissionais e recreativos.

"O Brasil, hoje, é o segundo maior torneio do mundo de pôquer. É um celeiro de grandes jogadores. Nós já temos no cenário mundial alguns jogadores de destaque. Somos muito respeitados no mundo inteiro", diz Fernando Issas.

O esporte também se tomou o segundo maior em premiações no país, ficando atrás apenas do futebol em 2017. Foram R\$ 63,7 milhões em prêmios. Além disso, estima-se que o pôquer empregue cerca de 30 mil trabalhadores no Brasil, entre "dealers" (profissionais que dão as cartas), "floors" (profissionais que supervisionam as mesas e os torneios), diretores de torneios, encarregados de produção, logística e imprensa especializada.

Entenda o Texas Hold'em



O Texas Hold'em é o estilo mais popular praticado entre os jogadores de pôquer;



O objetivo é fazer a melhor mão possível de cinco cartas, combinando as duas cartas fechadas (que cada jogador recebe no início de cada rodada) com as cinco cartas "comunitárias" abertas pelo "dealer" na mesa;



Tudo isso seguindo uma série de regras e obedecendo o ranking das melhores "mãos" possíveis dentro do jogo, com o Royal Straight Flush como a mais forte de todas. Nela, o jogador forma uma sequência do 10 ao Ás, sendo todas cartas do mesmo naipe;



8 milhões

É o número de jogadores em atividade no Brasil. Mercado nacional movimenta mais de R\$ 60 milhões em prêmios e emprega 30 mil pessoas



VAI DE TELEGRAM

Menos popular que seu primo famoso, o WhatsApp, mas mais eficaz, como ferramenta de comunicação e vendas, aplicativo começa a conquistar empresários e profissionais liberais de Rio Preto

WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter. Não faltam opções de redes sociais ou ferramentas digitais dentro da rotina de trabalho das empresas atualmente. Há sempre aquela máxima de que, para ser visto, você precisa estar nas mídias mais faladas. Sim, é importante. Mas às vezes o resultado também aparece de onde menos se espera.

Enquanto o WhatsApp continua sendo o aplicativo de mensagens mais popular no Brasil, o Telegram vem surgindo como excelente opção para negócios. O principal motivo para isso é sua liberdade.

O Telegram é baseado em nuvem com sincronização contínua. Isso significa que você pode acessar suas mensagens de vários dispositivos ao mesmo tempo. Ele também te deixa compartilhar um número ilimitado de fotos, vídeos e arquivos nos mais diversos formatos e com até 1,5 GB sem a necessidade de download. O aplicativo também permite que empresas tenham grupos com até 200 mil membros.

Esses fatores todos somados foram determinantes para a endocrinologista Luisa Cherubini escolher a ferramenta para acompanhamento de suas pacientes. "Já usava o Instagram, mas não o acho muito funcional. Foi quando descobri esse 'WhatsApp' um pouquinho diferente que permitia adicionar um grupo com quantas pessoas eu quisesse", conta.



comunic

... "Não foi fácil chegar até aqui, mas foi gratificante" ...
Márcia Campos



Você sabia que uma das maiores e mais completas lojas de Pedras Decorativas do Brasil está localizada em Rio Preto?

40 ANOS



📍 Rua Dr. Coutinho Cavalcanti, 1170
São José do Rio Preto - SP

🌐 www.pedregal.com.br

☎ 17 3234.3557
3234.4914

📷 @pedregalpedras



Outro motivo foi pela segurança. Ao contrário do WhatsApp, o Telegram permite que a médica crie um grupo, adicione quantas pessoas quiser e não precise compartilhar seu número com os participantes.

Hoje, o grupo de Luisa conta no Telegram com aproximadamente 11,7 mil pessoas. O ambiente virtual é descrito por ela como uma extensão do seu consultório. Assim, a médica mantém um contato constante com seus pacientes, garantindo que a motivação dure mais que a empolgação inicial na busca por uma vida mais saudável.

"Quando a pessoa vai até o consultório procurando longevidade, emagrecimento e qualidade de vida, percebo que elas saem superfocadas, no pico, querendo fazer tudo. Com 15 dias, o foco começa a se dissipar. Não que eu proíba que ela beba, que ela coma, mas acho que tem que ter o meio termo. Nos primeiros 15 dias a gente tem que ser um pouco mais organizado. Então, o Telegram foi uma continuação do meu consultório. Uma continuação para as minhas pacientes terem uma conversa comigo, um estímulo, um 'up' para continuarem mudando o estilo de vida", revela.

Mas o grupo não está restrito ao acompanhamento. É um espaço também para dicas constantes sobre saúde, bem-estar e qualidade de vida. "Ajuda muito minhas pacientes e eu consigo ajudar aquelas pessoas de longe, que não conseguem estar no consultório todo mês. O grupo é uma ferramenta de ajuda e quero continuar com ele assim. Ele não me onera tempo, não me onera nada."



A médica endocrinologista utiliza o Telegram como extensão do seu consultório

"Pelo Telegram, consigo ajudar também quem não consegue estar no consultório todo mês. É um estímulo para minhas pacientes conversarem comigo."

Luisa Cherubini, médica endocrinologista

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

O empresário Paulo Yossimi, CEO da Nhô Sorvetes, viu no Telegram uma oportunidade para agilizar a comunicação interna de sua empresa. Após uma conversa com um fornecedor, ele descobriu a capacidade dos grupos com mais de 250 mil membros e outras características mais "robustas" do app. Assim, o Telegram se tornou o canal oficial de comunicação para todo o time, os franqueados da marca e os colaboradores da rede.

O Telegram vem ao encontro desta realidade mais ágil e conectada dos dias de hoje, ao contrário das tradicionais ferramentas como intranet e plataformas de abertura de chamados. "Como temos muita demanda no nosso departamento de relacionamento com os franqueados, percebemos que manter a comunicação com intranet ou apenas com plataforma de abertura de chamados era algo extremamente antiquado para a época que estamos vivendo", conta.

Para Paulo, o aplicativo contribui para construir relacionamento em todos os níveis. "Para você ter uma ideia, no lugar de grupos, temos a opção de criar canais que nos permitem enviar comunicados, posts, vídeos, links e demais materiais para a operação e gestão do negócio. Também conseguimos montar pesquisas e, assim, fazer votação sobre determinados assuntos. Muito mais dinâmico que o uso do e-mail, por exemplo."

O desafio, garante o CEO, é fazer as pessoas aderirem a mais um aplicativo de mensagens. Mas, quando abraçam a novidade, as vantagens são diversas. "Você pode criar canais para venda de produtos, por exemplo. No meu caso, estou iniciando um projeto que se chama Escola de Franquias. Desta forma, montei um canal 'público' em que as pessoas podem se conectar por um link ou até mesmo pela 'busca' no Telegram e lá eu envio conteúdo diário."

"Temos a opção de criar canais para enviar comunicados, posts, vídeos, links. Também conseguimos montar pesquisas e fazer votação sobre alguns assuntos. Muito mais dinâmico que o e-mail, por exemplo."

Paulo Yossimi, empresário

VANTAGENS DO TELEGRAM



- Grupos ou canais com até 250 mil membros (no WhatsApp, a capacidade é de 250 participantes);
- Envio de arquivos em alta resolução e/ou vídeos inteiros;
- Possibilidade de agendamento de mensagens;
- Opção de deixar o histórico do grupo ou canal visível para novos participantes;
- Possibilidade de ocultar o número do telefone;
- Aplicativo no PC funciona com o celular desligado;
- Galeria de "mensagens salvas";
- Tudo salvo na nuvem, sem ocupar espaço no celular;
- Funcionalidade para enquete ou quiz;



Paulo Yossimi,
CEO da Nhô Sorvetes



ALÉM DE HOLLYWOOD

Em um momento histórico, a Academia de Artes e Ciências Cinematográficas premiou "Parasita" como o melhor filme de 2019 na última cerimônia do Oscar, realizada no início de fevereiro. Nos 92 anos da premiação, essa foi a primeira vez que um filme não falado em inglês venceu o prêmio máximo do cinema.

Na teoria, o Oscar deveria, todos os anos, reconhecer o melhor da produção cinematográfica no mundo. No entanto, por ser essencialmente norte-americana, a premiação sempre acabou priorizando produções em língua inglesa, relegando outras nacionalidades a uma categoria específica de filmes estrangeiros.

Em todos esses anos do Oscar, além de "Parasita", apenas outros dez filmes não falados em inglês receberam indicações ao prêmio máximo da noite, o de melhor filme. Entre os indicados estão "Roma" (2018), "Amor" (2012) e "A Vida é Bela" (1997).

A vitória do longa sul-coreano é uma prova de que as mudanças estão vindo – nos últimos anos, a academia vem trabalhando para diversificar seus membros por nacionalidade, gênero e raça –, mesmo que lentamente.

É, também, um reflexo de como o alcance da arte está se expandindo. O cinema feito além dos grandes estúdios hollywoodianos ainda é de nicho, mas está ganhando seu espaço graças à evolução da comunicação. Hoje, é muito mais fácil encontrar, assistir e compartilhar essas produções que dão voz a tantos outros públicos.

O resultado ainda é um reflexo do trabalho que a Coreia do Sul vem realizando já há alguns anos para incentivar a sua produção cultural. O país investe na arte e protege suas criações. A indústria cinematográfica de lá recebe incentivos governamentais, possui regras trabalhistas que prezam por uma jornada com qualidade de todos os envolvidos e ainda conta com cotas de exibição, limitando a entrada de produções estrangeiras nas salas de cinema do país.

Tudo isso ajudou a construir, entre os próprios sul-coreanos, uma cultura de apreciação do cinema local – normalmente, os filmes mais vistos nos cinemas do país são os produzidos por lá mesmo. Esse incentivo, aliado à liberdade de criar, também contribuiu para o surgimento de mentes brilhantes como o próprio Bong Joon-ho, diretor de "Parasita".

Bong Joon-ho,
diretor de "Parasita"

O NOVO CINEMA SUL-COREANO

"Parasita"

Todos os quatro membros da família Ki-taek estão desempregados, porém uma obra do acaso faz com que o filho adolescente comece a dar aulas privadas de inglês à rica família Park. Fascinados com o estilo de vida luxuoso, os quatro bolam um plano para se infiltrar nos afazeres da casa burguesa.

"O Hospedeiro"

Na beira do rio Han moram Hie-bong e sua família, donos de uma barraca de comida no parque. Todos cuidam da menina Hyun-seo, cuja mãe saiu de casa há muito tempo. Um dia, surge um monstro no rio, causando terror nas margens e levando com ele a neta de Hie-bong. É quando, em busca da menina, os membros da família decidem enfrentar o monstro.

"Invasão Zumbi"

A Coreia do Sul decreta estado de emergência após um vírus desconhecido tomar conta do país. Algumas pessoas tentam fugir de zumbis e ficam presas em um trem-bala que está a caminho de Busan, a única cidade que não foi afetada pelo vírus.

"A Criada"

Durante a ocupação japonesa, a jovem Sookee é contratada para trabalhar para uma herdeira nipônica, Hideko, que leva uma vida isolada ao lado do tio autoritário. Só que Sookee guarda um segredo: ela e um vigarista planejam desposar a herdeira, roubar sua fortuna e trancafiá-la em um sanatório.

AA.ORG.BR



PSMD

NÃO DESPERDICE SUA FAMÍLIA.
PARE DE BEBER ENQUANTO É TEMPO.



COLEÇÃO DE CLOSETS E REVESTIMENTOS DE PAREDES COM SOLUÇÕES CUSTOMIZADAS. DESTAQUE PARA A GRANDE VARIEDADE DE ACESSÓRIOS.



FLO | WALL

