ADVB

ANUÁRIO**2024**

EM REVISTA

AS GRANDES INTELIGÊNCIAS MERECEM O TOPO

A inovação, a estratégia e a visão moldam o futuro do marketing e das vendas

ADVBPR
ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES DE VENDAS E MARKETING DO BRASIL

SUA EMPRESA MERECE AS **MELHORES E MAIS COMPLETAS SOLUÇÕES PARA O SEU NEGÓCIO.**

Ter o próprio negócio é se reinventar todos os dias. E para dar aquele apoio, temos a Claro empresas: as melhores e mais completas soluções para levar o seu negócio ainda mais longe.

Aproveite o Claro 5G+, a internet móvel mais rápida do Brasil e a banda larga líder em ultravelocidade, além de tecnologias para a segurança, a gestão e a produtividade do seu negócio.

Garanta o sucesso que a sua empresa merece.

Venha para a Claro empresas.

CLAROEMPRESAS.COM.BR | 0800 720 1234

Sua empresa merece o novo.

ADVB PR
ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES DE VENDAS E MARKETING DO BRASIL

PRESIDENTE
GISLAYNE MURARO

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO
Ney Emilio Braga Alves

VICE-PRESIDÊNCIA EXECUTIVA
Aldo Alfredo Malucelli
Andreia Cristina Caldani
Cicero Gustavo Rohr
Laila Sol
Silvia Candeloro

VICE-PRESIDÊNCIA REGIONAL
Claudia Barbosa - Ponta Grossa
Fábio Goes - Maringá
Fabrizio Marchetti - Foz do Iguaçu
Paulo Henrique Ferreira - Londrina
Pedro Andrade - Cascavel

DIRETORIA
Alessandra Almada
André Telles
Carolina Chab
Claudia Zilli Teixeira
Cleia Ciscatto
Cris Alessi
Giovanna Leal Dalla Corte
Guilherme Vieira Pinto
Iolanda Viola
Joaquin Presas
Leonardo Rates Franklin
Marcelo Repetto
Michelle Cirqueira
Paulo Krauss
Rafael Maia
Raphaela Deki Borba
Rodrigo Libório
Rogério Afonso
Rogério Kriger
Rogério de Lorenzo Leal
Thais Lucia Costa
Ticiane Pfeiffer

CONSELHO FISCAL
Heleni Harumi Katto
Jean Claudio R. dos Santos
Lian Trabulci
Marcos Junior da Silva

COORDENADORES DOS NÚCLEOS TEMÁTICOS
Núcleo de Comunicação
Coordenação: **Heleni Kato**
Núcleo de Customer Success
Coordenação: **Giovanna Dalla Corte**
Núcleo de Educação e Capacitação
Coordenação: **Karen Jardzwski**
Núcleo Estratégico
Coordenação: **André Telles**
Núcleo de Futuros e Tendências
Coordenação: **Isabela Albuquerque**

COORDENADORES DE PROJETOS
Bastidores do negócio
Coordenação: **Michelle Cirqueira**
Business connect
Coordenação: **Birgit Marsili**
Estrela ADVB
Coordenação: **Cícero Rohr**
Hackatop de marketing
Coordenação: **Iolanda Viola**
Prêmio personalidades ADVB
Coordenação: **Laila Sol**
TOP ESG - fórum de sustentabilidade
Coordenação: **Raphaela Borba**
Top de marketing
Coordenação: **Andreia Caldani**

EX-PRESIDENTES
Paulo Becker
Pedro Stier
Agatino Emanuelle
Diógenes Stori
Mário Turek
Itaci Cardoso
Luiz Antônio de Souza
Francisco Fernando Fontana
Odone Fortes Martins
Leonardo Petrelli Neto
Jair Euclides Capristo
Marcos Aurélio Silveira
Rogério Mainardes
Antônio Carlos Araújo Maciel
Décio Bronze Almeida
Cristiane Mocelin
Onez Mário da Silva
Norman de Paula Arruda Filho
Rodrigo Turra
Rodrigo Florenzano
Ronie Pires
Eduardo Jaime Martins
Ney Braga Alves
Claudio Stringari Marques

Confira aqui a galeria de fotos do evento de posse da Gestão 2024/25

COORDENAÇÃO GERAL ADVB/PR 2024
Michelle Meschino

COORDENAÇÃO ADMINISTRATIVO FINANCEIRA ADVB/PR 2025
Luana Santos

COORDENAÇÃO EDITORIAL E PRODUÇÃO
Trio Comunicação

JORNALISTAS RESPONSÁVEIS
Flávia Ferreira | Mariana Siqueira Telles

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
Geísa Borrelli

FOTOS
Valterci Santos | Ezequiel Prestes | Marcelo Elias
Arquivo ADVB/PR

ADVB/PR
41 3085 3124
www.advbpr.com.br

PALAVRA DA PRESIDENTE

Gislayne Muraro
Presidente da ADVB/PR

Doze meses. 365 dias. 8.760 horas. 525.600 minutos. 31.536.000 segundos.

Todos nós vivemos esse mesmo período de tempo no último ano. Mas a maneira como escolhemos utilizá-lo é o que define nossas conquistas, nosso impacto e nosso legado. Algumas pessoas decidem direcionar parte desse tempo a algo maior do que elas mesmas: o associativismo. E quando cito estas pessoas, estou me referindo a todos os nossos diretores, apoiadores, patrocinadores e associados.

O associativismo é a união de indivíduos com interesses comuns, que se organizam para promover o crescimento coletivo, gerar oportunidades e fortalecer seus mercados e comunidades. Ele nasce da iniciativa daqueles que acreditam que, juntos, podem construir algo mais sólido e transformador.

Há nove anos, faço parte ativamente da ADVB/PR e, ao longo dessa jornada, testemunhei de perto o poder do associativismo. No entanto, neste último ano, como Presidente, tive a oportunidade de perceber com ainda mais clareza a relevância do tempo que tantas pessoas dedicam à nossa entidade. São profissionais que poderiam estar investindo essas horas em suas carreiras, negócios ou lazer, mas escolhem se doar para fortalecer a ADVB/PR.

E são essas pessoas – com sua energia, criatividade, trabalho e, sobretudo, tempo – que tornam realidade todas as ações, projetos e eventos que estão documentados neste anuário que está em suas mãos. Cada iniciativa aqui registrada só foi possível graças ao esforço coletivo destes profissionais, que entendem a importância de uma entidade forte, capaz de promover o mercado, reconhecer talentos e fomentar a capacitação e o networking.

Mas mais do que compreender essa importância, essas pessoas sabem que nada acontece no automático e que para que a ADVB/PR cumpra seu papel, é preciso ação, dedicação e comprometimento. E elas fazem isso acontecer.

A todas essas pessoas, meu muito obrigada. E que venham mais 365 dias, 8.760 horas, 525.600 minutos, 31.536.000 segundos de associativismo e trabalho conjunto! Este ano será ainda mais especial, pois celebraremos os 60 anos da ADVB/PR, uma história construída com dedicação e visão de futuro. Essa comemoração envolverá diversas agendas, reafirmando nosso compromisso com o mercado e com a construção de um legado cada vez mais forte.

O que foi feito no passado nos enche de responsabilidade e inspiração. O que faremos no futuro depende do que decidimos fazer agora. Seguimos juntos, construindo, inovando e fortalecendo o associativismo.

A gente cuida muito bem do seu dinheiro. E melhor ainda do mercado paranaense.

O Sicredi está sempre ao lado dos dirigentes de marketing e venda do nosso estado. Aqui, você sempre pode contar com um portfólio completo de soluções financeiras, e o melhor: um atendimento próximo e humano.

Sicredi

É ter com quem contar.

ADVB/PR CELEBRA 60 ANOS com programação especial e resgate da sua história

Entidade lança campanha comemorativa, digitaliza acervo e promove eventos que destacam sua trajetória no mercado

No dia 6 de dezembro de 2024 a Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil - Seção Paraná (ADVB/PR) completou seis décadas de história, conectando profissionais, impulsionando marcas e fortalecendo o mercado de vendas e marketing no Estado. Para marcar esse momento, a entidade preparou uma programação especial ao longo deste ano, que inclui selo especial, mini documentário, campanha publicitária, podcasts, evento comemorativo e a digitalização de seu acervo.

"Quem não sabe de onde veio, não sabe para onde vai. Por isso, celebrar os 60 anos da ADVB/PR é mais do que olhar para o passado – é compreender como e o que construímos ao longo dessas seis décadas para traçar o futuro do associativismo de vendas e marketing no Paraná. Mais do que isso, é uma oportunidade de reconhecer e homenagear aqueles que dedicaram seu talento e esforço para escrever essa história", afirma a presidente da ADVB/PR, **Gislayne Muraro.**

A campanha publicitária, assinada pela TIF Comunicação, trará o mote *"Quando a ADVB/PR fala, o mercado escuta"*, reforçando o papel da entidade na formação de líderes e na influência do setor. Já a digitalização do acervo garantirá que documentos, fotos e vídeos históricos sejam preservados e fiquem acessíveis a profissionais e estudantes.

Entre os destaques da programação, estão o lançamento de um livro comemorativo, que será lançado durante o evento Personalidades ADVB/PR; um mini documentário produzido pela RPC/TV, que abordará momentos emblemáticos da entidade em cinco episódios; e uma série de podcasts desenvolvidos pelo Grupo RIC, que receberá convidados para revisitar as seis décadas da entidade e do marketing e da publicidade no Paraná ao longo de 12 episódios.

A comemoração culminará no Top de Marketing 60 Anos, edição histórica do evento que é considerado o *"Oscar do Marketing Paranaense"*. Nesta ocasião, além de premiar os melhores cases do ano, a ADVB/PR relembrará estratégias e campanhas que marcaram sua trajetória.

Além disso, o tradicional Prêmio Personalidades terá uma edição especial para homenagear dirigentes que marcaram os 60 anos da entidade.

"Mais do que uma celebração, este projeto resgata e valoriza a trajetória da entidade, que sempre conectou profissionais, impulsionou negócios e ajudou a transformar o setor. Com iniciativas institucionais e culturais, estamos valorizando essa história e reafirmando nosso compromisso com o futuro. A ADVB/PR segue como referência, inspirando novas gerações e preparando o mercado para os desafios e oportunidades que vêm por aí", celebra a diretora da ADVB/PR e coordenadora do projeto, **Cláudia Zilli**.

O hotsite especial da campanha reunirá todo o conteúdo comemorativo, incluindo linha do tempo interativa, episódios do documentário e do podcast, se consolidando como um verdadeiro acervo digital do marketing paranaense.

Se você tem algum material para contribuir com nossos 60 anos, acesse:

Confira aqui a galeria de fotos do evento.

Estrela ADVB/PR 2024 recebe grandes nomes do mercado nacional

A agenda foi movimentada, com nove encontros em Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Cascavel

Consolidado como um dos principais eventos promovidos pela entidade, as nove edições do Estrela ADVB/PR de 2024 receberam grandes nomes do mercado nacional. O evento é destinado a profissionais das áreas de marketing, vendas e gestão, que são convidados para um café da manhã, com muito networking.

ESTRELA ADVBPR

" O Estrela ADVB tem esse compromisso de trazer ao público temas relevantes do mercado de vendas e marketing. Durante o ano, proporcionamos grandes insights e trouxemos bons cases para inspirar os nossos associados, reforçando nossa missão enquanto entidade."

Cícero Rohr
Coordenador do evento e vice-presidente da ADVB/PR

Confira as nove edições de 2024:

ENRICO MILANI, CEO da Vapza

A edição realizada no dia 4 de abril de 2024 no Hard Rock Cafe, em Curitiba, recebeu **Enrico Milani**, CEO da Vapza Alimentos. Com o tema ***"Há 30 anos nutrindo o futuro com inovação e saudabilidade"***, Milani compartilhou *insights* com a plateia, destacando os principais desafios enfrentados pelo setor de alimentos. A mesma palestra foi oferecida aos profissionais de Ponta Grossa, numa edição do Estrela ADVB realizada na ACIPG no dia 22 de julho.

Enrico Milani no Estrela ADVB/PR.

Gil Giardelli e Gislayne Muraro.

GIL GIARDELLI, professor e escritor

Um dos nomes mais respeitados no setor da inovação no país, o professor e escritor **Gil Giardelli** trouxe aos associados a palestra: ***Quando a Inteligência Artificial se encontra com a Inteligência Humana.*** O evento, realizado em 28 de maio de 2024 em Curitiba, fez o público refletir sobre o uso da IA e como ela poderá ser um agente facilitador no mercado. Na ocasião, Giardelli lançou seu novo livro, ***Pensando o Impensável***, e os 100 primeiros inscritos ganharam o livro, autografado pelo autor. Além disso, os associados tiveram a oportunidade de adquirir mais exemplares da obra, cuja renda foi doada para campanhas sociais de apoio ao Rio Grande do Sul.

PÓS - TRADE CONNECTION

A edição do Estrela ADVB realizada em 20 de Junho de 2024 promoveu um painel com o CMO do Grupo Amigão, **Eandres Aguiar**, e o então CMO do Condor Super Center, **Leonardo Franklin**. Mediado pelo CEO da SA+Trade, **Eduardo Jaime Martins**, o painel debateu os temas mais relevantes abordados no Trade Connection, o maior evento de Trade Marketing do Brasil, incluindo *insights*, estratégias atualizadas e tendências do segmento de Trade Marketing.

Eandres Aguiar, Cicero Rohr, Eduardo Jaime Martins, Gislayne Muraro e Leonardo Franklin.

Gislayne Muraro, Thiago Muniz e Cícero Rohr.

THIAGO MUNIZ
CEO do Receita Previsível

"Mercado Lotado: como se diferenciar com Receita Previsível". Esse foi o tema da palestra do CEO, **Thiago Muniz** na edição do Estrela ADVB que aconteceu no dia 31 de outubro de 2024, em Curitiba. Thiago é o representante no Brasil do Receita Previsível, metodologia de vendas e crescimento empresarial inspirada no best-seller *"Predictable Revenue"*, de Aaron Ross e falou para uma plateia lotada, no Hard Rock Café , sobre como construir um processo de vendas replicável e escalável.

Guto Bacila no Estrela ADVB.

GUSTAVO BACILA
CEO da Baston Aerosois

No dia 1° de agosto de 2024, Cascavel sediou a edição do Estrela ADVB com o CEO da Baston Aerosois, **Gustavo Bacila,** com palestra sobre o tema ***"Above: construção e crescimento de uma marca paranaense que disputa com multinacionais do setor no país inteiro".*** O evento foi realizado no auditório da Associação Comercial e Industrial de Cascavel (ACIC). Guto, como é conhecido, cativou o público com suas histórias e inspirou o público com o *case* de mercado que, inclusive, já foi Gran Prix do Top de Marketing da ADVB/PR, em 2023.

Paulo Fortes, no Estrela ADVB.

PAULO FORTES
Diretor do Madero

Londrina teve uma edição especial do Estrela ADVB com o diretor de expansão do Grupo Madero, **Paulo Fortes,** que comandou a ***palestra sobre o case de expansão da rede de restaurantes Madero,*** nacionalmente conhecida, que hoje conta com 300 unidades em todo país. O evento aconteceu na Central de Decorados da A.Yoshii no dia 17 de setembro.

Matthias Schupp no Estrela ADVB.

MATTHIAS SCHUPP
CEO da Neodent e Grupo Straumann LATAM

O CEO da Neodent e EVP do Grupo Straumann LATAM, **Matthias Schupp,** foi o convidado, no dia 30 de julho, do Estrela ADVB de Maringá, no norte do Estado. Com o tema ***"O poder de criar sorrisos",*** a palestra levou ao público da cidade o case de sucesso da empresa, que é líder mundial em soluções odontológicas.

Ariel Palácios, no Estrela ADVB.

ARIEL PALÁCIOS
Correspondente internacional da Globo News

Londrina foi sede do primeiro Estrela ADVB de 2024, que aconteceu no dia 19 de abril, no auditório da Associação Comercial de Londrina (ACIL), com o jornalista argentino e correspondente internacional da Globo News, **Ariel Palacios.** O tema da conversa foi o cenário político e econômico dos primeiros meses de governo de Javier Milei e os reflexos na relação Brasil e Argentina.

Times da ADVB/PR e da BPW durante o último Business Connect de 2024.

NETWORKING + GERAÇÃO de NEGÓCIOS = BUSINESS CONNECT

Ampliar a rede de relacionamentos profissionais e gerar negócios. Esse é o objetivo do Business Connect, evento gratuito e aberto ao público promovido pela ADVB/PR desde 2016.

Em 2024, o formato diferente e inovador marcou as edições do evento. "Cada edição é feita em um local diferente para trazer novos convidados e aumentar, assim, a possibilidade de networking e geração de negócios. O objetivo é ampliar, cada vez mais, o círculo de relacionamento dos nossos associados e consolidar o evento como um dos maiores do segmento no mercado paranaense", diz a coordenadora do Business Connect, deste biênio, **Birgit Marsili.**

A dinâmica segue a mesma: um bate-papo com um palestrante, trazendo insights e muito conteúdo bom para os presentes e, depois, o painel é aberto para troca de cartões e muito networking.

Brindes são uma excelente ferramenta de branding, promoção, eventos e endomarketing.

A Pronto Brindes é especializada em brindes corporativos que vão deixar sua marca ainda mais forte.

São Mochilas, Canetas, Garrafas, Fones de ouvido, Chaveiros, Cadernos, Bolsas e mais de 4000 ítens para fortalecer sua identidade e criar conexões duradouras.

Destaque-se no mercado e encante seus clientes e colaboradores.

@prontobrindes

Solicite seu orçamento agora!
Atendemos todo o Brasil.

pronto brindes
sua empresa mais presente

Porto Alegre - RS
51 **3516 1232**

Balneário Camboriú - SC
47 **98924 3535**

Curitiba - PR
41 **99505 0250**

São Paulo - SP
11 **3539 1232**

Confira as edições realizadas em 2024:

Edição inaugural - Diretoria da ADVB/PR

A primeira edição do Business Connect foi exclusiva para a diretoria da entidade, promoveu um bate-papo com o diretor de vendas e canais presenciais da Claro, **Leandro Bueno,** na loja conceito da marca, que é uma das Patrocinadoras de Gestão da entidade.

Diretoria da ADVB/PR no primeiro Business Connect de 2024, na loja conceito da Claro.

2ª edição - com o Clube de Negócios do Clube Curitibano

O primeiro encontro aberto ao público do ano foi no Clube Curitibano. Associados do clube e da ADVB/PR puderam se conectar e gerar negócios em um grande evento com sucesso de público. O bate-papo inicial foi conduzido pelo professor, palestrante e escritor nas áreas de negócios e comportamento humano, **Luiz Gaziri.** Na sequência, foi aberto o espaço para os participantes fazerem um pitch de cinco minutos, e ouvir os discursos dos demais presentes.

Luiz Gaziri.

3ª edição - Em parceria com a MEX, no Hard Rock Cafe

Promovido em parceria com o MEX - Espaço Mulheres Executivas, o encontro trouxe um bate-papo sobre neurovendas e processo de decisão dos clientes, com o consultor, professor e palestrante, **Fernando Di Chiara,** especialista em Neurovendas, Neuromarketing, Gestão de Vendas, Administração de Vendas e Protagonismo no Atendimento.

Birgit Marsili e Fernando Di Chiara.

easystand

A F9 Comunicação Visual apresenta o EasyStand, um **estande inovador** que une beleza, sustentabilidade, praticidade e um ótimo custo-benefício.

Mais econômico que os estandes construídos tradicionalmente.

Montagem rápida e descomplicada, sem necessidade de equipe especializada.

Estrutura resistente em papelão colmeia com impressão UV de alta qualidade.

100% reciclável e alinhado às práticas ESG.

MAIS LEVE, MAIS PRÁTICO E MUITO MAIS ACESSÍVEL.

No seu próximo evento, escolha EasyStand e reduza custos sem abrir mão da qualidade.

efenove comunicação visual

FALE COM A GENTE

f9.com.br

Regional Londrina

Sucesso de público, o Business Connect da regional Londrina aconteceu na Montevidéu Parrilla & Pizza e promoveu *pitches* dos presentes, para que pudessem apresentar seus empreendimentos e realizar *networking* qualificado para a geração de negócios.

Parte da Diretoria da regional de Londrina da ADVB/PR.

Edição Fun'ki Sushi

O último Business Connect de 2024 recebeu o mestre em Psicologia Positiva pela *University of East London*, especialista em Felicidade e Felicidade Corporativa, **Henrique Bueno,** que falou sobre "Felicidade se Aprende: A Ciência e a Prática do Bem-estar Integral". Após a palestra, foram realizadas rodadas de *networking*.

Birgit Marsili e Henrique Bueno.

Edição Campos Gerais

A edição do Business Connect em Ponta Grossa, realizada com patrocínio da TOTVS, teve como objetivo aproximar empresários locais de novos líderes que passaram a atuar na região. A TOTVS também fez uma apresentação institucional, destacando suas soluções para o mercado. O encontro reuniu mais de 80 empresários e lideranças na Lui Gastronomia, do Hotel Vila Velha, promovendo *networking* e conexões estratégicas.

Edição Maringá

Maringá também recebeu uma edição do Business Connect, em setembro. Grandes líderes da cidade participaram do evento, que, além de muito *networking* e geração de negócios, contou com um bate-papo com o empresário e CEO da Buy Soft, **Clemilson Correia,** que trouxe *insights* valiosos para os presentes.

Clemilson Correia e Fabio Goes.

Confira aqui a galeria de fotos do evento.

UP EXPERIENCE

2025 É O ANO
QUE VOCÊ E SEUS PROJETOS VÃO BRILHAR!

Faça seu evento no Teatro Positivo, Viasoft Experience ou nos espaços da UP Experience em todo o Brasil.

Ambientes versáteis para receber feiras, exposições, festas, cursos, espetáculos e variados tipos de eventos.

Aqui, **cultura, esporte e ciência** se unem para contar grandes histórias.

(11) 94478-3635
COMERCIAL.UPX@CRUZEIRODOSUL.EDU.BR

WWW.UPX.ART.BR

Bastidores do Negócio no Hard Rock Cafe Curitiba.

BASTIDORES DO NEGÓCIO

ADVB/PR faz imersão dentro da área restrita de grandes empresas

O **Bastidores de Negócio** é um projeto em que os associados da ADVB/PR podem visitar as 'áreas restritas' de grandes empresas, parceiras da entidade, para conhecer o funcionamento, operações, curiosidades, imersão e experiência. ***"O projeto tem o objetivo de estreitar a relação entre empresas, clientes, equipes e mercado, além de fornecer aprendizado de boas práticas, cases positivos e divulgação da marca e valores das empresas anfitriãs"***, afirma a coordenadora do projeto e diretora da ADVB/PR, **Michelle Cirqueira.**

A primeira edição foi realizada no Hard Rock Cafe Curitiba. Foram duas horas e meia de visita por todas as áreas restritas e, ao final, os participantes almoçaram no restaurante, com valor das refeições doado para o prêmio Zilda Arns de Responsabilidade Social, promovido pela ADVB/PR.

O segundo encontro foi no Jockey Plaza Shopping, onde **Michelle Cirqueira** é gerente de marketing. O time pode conhecer todos os bastidores do maior shopping do Paraná, desde o sistema de segurança, destinação do lixo, o que acontece enquanto o empreendimento está fechado para o público, até por onde entra o carro sorteado nas promoções de final de ano até chegar ao pátio central.

Michelle Cirqueira no Bastidores do Negócio no Jockey Plaza Shopping.

POR TRÁS DESSE SORRISO TEM GOLD FOOD SERVICE

Há mais de 21 anos abastecendo restaurantes com o **maior mix do mercado gastronômico!**

São mais de **4.500 produtos**: do ingrediente secreto ao delivery perfeito, tudo em **um só fornecedor.**

Prazer em servir!

GOLD FOOD SERVICE

(41) 2117-8800

@goldfoodservice

aponte, clique e compre.

loja.goldfoodservice.com.br

Raul Candeloro ministrando o curso VendaMais com ChatGPT em Curitiba.

CHATGPT, BUDGET DO MARKETING E LINKEDIN marcaram a programação do Núcleo de Educação e Capacitação em 2024

A agenda de cursos da ADVB/PR de 2024 trouxe novidades para os associados. Foram três cursos com temáticas atuais e inovadoras e sucesso de público.

Confira os cursos promovidos pela ADVB/PR em 2024:

"VendaMais com ChatGPT"

Curitiba, Londrina e Maringá receberam a edição do curso VendaMais com ChatGPT. Durante a aula, os alunos puderam ter a experiência de aprendizado ao combinar as melhores práticas de vendas com Inteligência Artificial, utilizando o ChatGPT em cada etapa do processo de vendas, proporcionando não apenas melhorias nos resultados, mas também uma abordagem renovada e envolvente para o trabalho diário. Além disso, os participantes tiveram acesso a conteúdo exclusivo sobre Inteligência Artificial e vendas, promovendo uma compreensão aprofundada das últimas tendências do setor.

Curso de Vendas com ChatGPT em Londrina.

Budget do Marketing

Educação Financeira para Profissionais de Marketing – essa foi a proposta da aula, com quatro horas de duração, que aconteceu em parceria com a Valore Elbrus. O curso foi ministrado por três especialistas em finanças, mundo corporativo e investimentos: **Andrews Pereira,** sócio e assessor de investimentos da Valore Elbrus; **Leonardo Paixão,** founder da Influx e head de educação da Valore Elbrus; e **Willie Osinaga,** sócio da Efika Soluções Empresariais. O impacto da macroeconomia nos recursos das empresas até dicas de planejamento para a gestão financeira empresarial e pessoal foram temas abordados no encontro.

Karen Jardwski, Heleni Kato, Gislayne Muraro e Michelle Meschino.

LinkedIn na Prática

"LinkedIn na Prática: Estratégias para fortalecer sua marca profissional e gerar negócios" levou muito conhecimento aos profissionais que desejam melhorar sua presença no LinkedIn e potencializar suas vendas. O workshop, com três horas de duração, foi conduzido por **Maria Almeida,** socióloga e mentora comportamental de lideranças e equipes, e **Gabriela Paiva,** especialista em marketing digital e posicionamento de marcas. Juntas, elas abordaram temas como social selling, otimização de perfil, estratégias de relacionamento, criação de conteúdo relevante, táticas de visibilidade e gestão de marca pessoal.

Turma do curso de LinkedIn na Prática.

Curso de Vendas com ChatGPT em Curitiba.

Quando a pressão aumenta,

sua estratégia comercial é forte o suficiente para entregar resultados reais?

VendaMais

Transformamos desafios comerciais em resultados sustentáveis há mais de 30 anos.

@grupo.vendamais
vendamais.com.br

Destravamos, aceleramos e potencializamos a performance comercial de empresas de médio e grande porte.

Diagnóstico Comercial

Tenha clareza do seu próximo passo.

Com nosso Diagnóstico Comercial você terá uma visão precisa dos pontos fortes e das oportunidades ocultas em sua operação de vendas. Fornecemos recomendações estratégicas para decisões assertivas e resultados imediatos.

Consultoria Estratégica

Estratégias que geram resultados reais.

Implementamos estratégias comerciais personalizadas e soluções práticas que otimizam processos, aumentam a produtividade e garantem um retorno tangível sobre seu investimento.

Treinamentos Personalizados

Capacite seu time para resultados superiores.

Oferecemos treinamentos empresariais sob medida, fortalecendo competências essenciais para equipes comerciais, gerando performance consistente e sustentável.

Fale conosco:
vendamais.com.br | contato@vendamais.com.br

VendaMais

NFT ADVB
Núcleo Futuro & Tendências

NFT lança relatório sobre o futuro do consumidor

O documento foi divulgado no evento Futurize-se, realizado no MON, com grandes nomes do mercado nacional

Faça o Download do Futurize-se, o primeiro Report do NFT

Uma noite de insights e transformações no Museu Oscar Niemeyer (MON). Liderado pelo Núcleo de Futuro e Tendências da ADVB/PR, o **"Futurize-se: o consumidor do futuro"** deu o start na agenda deste comitê e contou com a presença inspiradora de **Gabriel Milanez,** vice-presidente de estratégia da Box 1824, que apresentou uma palestra sobre as tendências que estão redesenhando o cenário empresarial. Na ocasião, os presentes participaram de um painel dinâmico com **Pollyanna Mantovanello,** gerente de Branding e Comunicação do Grupo Boticário, e **Karen Rebello,** executiva de TI renomada no cenário nacional.

"Usamos o cenário inspirador do MON para provocar essa discussão tão importante. O mercado mudou completamente nos últimos anos e estamos só no começo de uma nova era nas relações de consumo. Nosso intuito é promover ainda mais diálogos entre grandes nomes do mercado e a sociedade. Foi um momento de muita provocação sobre o futuro, que ao mesmo tempo em que se apresenta desafiador, é um lugar repleto de oportunidades para quem consegue acessá-lo. Todos saíram, sem dúvidas, com a cabeça fervendo", conta a coordenadora do NFT, **Isabela Albuquerque.**

Isabela Albuquerque.

Gabriel Milanez, Karen Rabello, Pollyana Mantovanello, Isabela Albuquerque, Gislayne Muraro e Joaquin Presas.

Gabriel Milanez durante sua apresentação no Futurize-se.

O evento foi marcado também pelo lançamento do relatório **"Futurize-se: o Consumidor do Futuro"** - uma colaboração entre o Núcleo Futuro e Tendências (NFT), da ADVB/PR, e a Box 1824, que apresentou uma análise das tendências que moldarão o comportamento do consumidor nas próximas décadas.

"A ADVB/PR conta com profissionais da mais alta qualidade entre os seus diretores e associados e entendemos que este know how precisa ser útil para o desenvolvimento do nosso mercado. O time do Núcleo Futuro e Tendências fez uma curadoria inédita de conteúdos produzidos por diversas fontes do Brasil e do Mundo e uniu estes achados ao conteúdo brilhante da Box 1824. O resultado deste trabalho servirá agora como uma bússola para empresas dos mais diversos setores repensarem o futuro de seus negócios.", conta a presidente da entidade, **Gislayne Muraro.**

O material destaca a importância de entender tendências emergentes para que as empresas possam se adaptar e inovar em um mundo em constante transformação. Entre as principais tendências abordadas, está a ascensão da **"Geração Generativa"** (GenGen), uma geração moldada pela inteligência artificial (IA) generativa, que terá um papel central na criação do futuro. Além disso, o relatório discute a influência crescente dos consumidores mais velhos, os **"prateados"**, que representam uma parcela significativa da população e que demandam produtos e serviços adaptados às suas necessidades.

O documento também explora como a metamorfose da influência, com a transição do poder das celebridades para as comunidades online, está remodelando a forma como as marcas interagem com seus públicos. Outro ponto crucial abordado é a **"Economia da Atenção",** que analisa como a atenção do consumidor se tornou um recurso valioso e escasso em um ambiente saturado de informações.

O estudo enfatiza que as empresas precisam estar atentas às mudanças culturais, tecnológicas e sociais para moldar o futuro em vez de apenas reagir a ele. A colaboração entre a ADVB/PR e a Box 1824 busca fomentar a inteligência coletiva e promover o **"future thinking",** incentivando um diálogo contínuo sobre as transformações que definirão os negócios nas próximas décadas.

Confira aqui a galeria de fotos do evento:

Isabela Albuquerque, Joaquin Presas, Patrícia Presas, Darci Piana, Gislayne Muraro e Ernani Buchmann.

Conteúdo ADVB/PR - Futurize-se #01

A reinvenção do dinheiro e a sua relação com o consumidor do futuro

Como a tecnologia está transformando o sistema financeiro e preparando o consumidor para um mundo mais digital e descentralizado

No cenário global de inovações financeiras, a **tecnologia de registro descentralizado** (**DLT,** na sigla em inglês) tem desempenhado um papel revolucionário. Essa tecnologia está promovendo novos modelos de negócios, democratizando o acesso a ativos e reformulando a relação do consumidor com o dinheiro.

A coordenadora do **NFT - Núcleo de Futuros e Tendências da ADVB/PR, Isabela Cavalcanti de Albuquerque,** afirma que estamos em um momento histórico, onde o dinheiro está se reinventando e os consumidores estão cada vez mais preparados para abraçar essas transformações digitais. *"É essencial entendermos como essas inovações podem impactar positivamente a sociedade, oferecendo soluções mais acessíveis, ágeis e seguras"* destaca.

A DLT como alavanca de eficiência e confiabilidade

A DLT não apenas possibilita a automação e a padronização de processos, mas também viabiliza a composição de serviços financeiros utilizando contratos inteligentes. Esses contratos, programados para executar automaticamente termos e condições predeterminados, eliminam intermediários e garantem maior transparência e auditabilidade. No Brasil, a implementação de soluções como o Drex, moeda digital do Banco Central, promete revolucionar o mercado financeiro, alinhando a eficiência das tecnologias descentralizadas à segurança e à regulação.

O papel da tokenização de ativos

A tokenização, que transforma ativos tradicionais em representações digitais, tem crescido exponencialmente, sendo uma tendência que oferece vantagens como transferências instantâneas, divisibilidade e integração com aplicações descentralizadas. *"A tokenização não é apenas uma evolução tecnológica, mas também uma oportunidade de inclusão financeira, permitindo que mais pessoas tenham acesso a investimentos que antes eram restritos a um público seleto,"* reforça **Isabela.**

Com relação às criptomoedas, embora o ecossistema no Brasil seja promissor, a falta de uma infraestrutura descentralizada integrada com a moeda do Banco Central apresenta desafios. Essa lacuna tem sido preenchida por stablecoins, que, embora inovadoras, não possuem regulamentação adequada, gerando riscos financeiros. Nesse contexto, o Drex surge como uma solução essencial, garantindo segurança, transparência e rastreabilidade para as transações digitais.

Consumidor do futuro: tendências e comportamento

O consumidor moderno está mais conectado e busca por soluções digitais que simplifiquem sua relação com o dinheiro. Dados recentes indicam que 68,5% dos curitibanos acreditam em uma melhora econômica no próximo ano, e quase 30% já utilizam aplicativos de mobile banking. Apesar disso, 39% ainda relatam desconhecimento sobre investimentos e finanças. Esse cenário aponta tanto para a necessidade de educação financeira quanto para a oportunidade de oferecer produtos financeiros mais intuitivos e acessíveis.

Empresas que desejam liderar essa transformação devem focar em três áreas principais: intermediação, emissão e infraestrutura. Plataformas que promovem negociação de ativos tokenizados, desenvolvimento de soluções baseadas em contratos inteligentes e integração de sistemas por meio de modelos XaaS serão diferenciais competitivos. *"A reinvenção do dinheiro não se trata apenas de tecnologia, mas de repensar como o sistema financeiro pode atender melhor às necessidades dos consumidores. Este é o momento de construir uma economia mais inclusiva e sustentável,"* conclui **Isabela.**

68,5% dos curitibanos acreditam em uma melhora econômica no próximo ano, e **quase 30%** já utilizam aplicativos de mobile banking. Apesar disso, **39%** ainda relatam desconhecimento sobre investimentos e finanças.

Bate-papo com Maílson da Nóbrega.

NÚCLEO ESTRATÉGICO

Grandes nomes do mercado reunidos para discutir temas relevantes para sociedade

Durante 2024, o Núcleo Estratégico da ADVB/PR se reuniu em dois cafés da manhã, para discutir temas importantes para a economia do país

Os eventos contaram com a presença dos secretários de estado do Paraná, **Guto Silva** (Planejamento) e **Cleber Mata** (Comunicação), além de grandes empresários, executivos C-Level de empresas de grande relevância no Estado e da diretoria executiva da entidade.

O primeiro encontro foi marcado pelo bate-papo com o jornalista econômico, **Carlos Alberto Sardenberg,** que falou sobre as perspectivas para o cenário econômico brasileiro de forma leve e descontraída.

Encontro com o Mailson da Nóbrega.

Já a segunda rodada teve como convidado o ministro da Fazenda do governo José Sarney, **Mailson da Nóbrega.** Durante a conversa, o economista falou sobre a otimista perspectiva para a economia do Brasil, fez considerações importantes sobre a economia norte-americana e um comparativo com o cenário político atual, em ambos os países.

Ambas as conversas contaram com apoio da rádio CBN Curitiba além dos apoios da Construtora Hestia, na 1ª edição, e da TOTVS, na 2ª edição, e foram conduzidas pela jornalista da rádio, **Joyce Carvalho.**

André Telles, coordenador do Núcleo Estratégico da ADVB/PR, reforçou a importância desses encontros, como um espaço para a troca de ideias e experiências entre os executivos presentes. *"O intuito do Núcleo Estratégico é criar um ambiente propício para a troca de ideias e experiências entre os executivos de grandes empresas do Paraná, fomentando discussões que possam impulsionar o desenvolvimento do setor de vendas e marketing no estado"*, destacou Telles.

Gislayne Muraro, presidente da entidade, ressaltou o papel estratégico do núcleo na ampliação do alcance da ADVB/PR. *"A seleção dos nomes convidados a compor o grupo se deu de maneira criteriosa e estratégica, buscando oportunizar novos caminhos e oportunidades para o crescimento de nossa entidade e, consequentemente, para o fortalecimento do nosso mercado"*, apontou Muraro.

Os eventos não apenas fortaleceram as relações entre a ADVB/PR e as empresas locais, mas também promoveram um networking de alto nível e a disseminação de práticas inovadoras no mercado. A presença de líderes empresariais e autoridades estaduais destacou a relevância do encontro e o comprometimento da ADVB/PR em promover o desenvolvimento econômico e empresarial no Paraná.

Confira aqui a galeria de fotos do evento.

Cleber Mata, Gislayne Muraro, Maílson da Nóbrega e André Telles.

Guto Silva, Gislayne Muraro e André Telles.

Amarildo Lopes, Joyce Carvalho, Carlos Alberto Sardenberg, Gislayne Muraro, André Telles e Cleber Mata.

Neodent.
Para sorrir com a vida.

A marca mais utilizada **pelos dentistas no Brasil**

Os sorrisos são respostas espontâneas, e é isso que motiva a Neodent a **criar novos sorrisos todos os dias.**

Em parceria com milhares de dentistas, combinamos soluções estéticas, reabilitadoras e implantes dentários inovadores, garantindo que as pessoas possam sorrir sem hora marcada.

Descubra o poder da marca mais utilizada pelos dentistas no Brasil.

Encontre seu dentista **Neodent** em:

neodent.com.br/pacientes

NEODENT®

Valéria Lopes, Fernando Aguiar e Tatiana Schuchovsky Reichmann SÃO AS PERSONALIDADES DO ANO DE 2024

Prêmio consagrou os principais nomes do setor de Marketing, Vendas e Empresário(a) do Ano

Os mais de 4.500 votos de executivos de todo estado do Paraná elegeram os grandes vencedores do Prêmio Personalidades ADVB/PR 2024, evento promovido pela ADVB/PR. Os troféus ficaram com a gerente de marketing e comunicação da Unimed Curitiba, **Valéria Lopes** (Personalidade de Marketing), o gerente comercial da C. Vale Cooperativa Agroindustrial, **Fernando Aguiar** (Personalidade de Vendas), e a CEO da Ademicon, **Tatiana Reichmann** (Empresária do Ano) - representada na ocasião por seus filhos, **Ernesto** e **Germano Reichmann**, bem como o vice-presidente da empresa, **Guilherme Carrasco.** A premiação tem o objetivo de reconhecer e homenagear os profissionais de destaque do Paraná em suas áreas de atuação.

A cerimônia de entrega, realizada no Graciosa Country Club, reuniu mais de 200 convidados, entre eles, representantes de órgãos governamentais e líderes empresariais de todo o Paraná. Ao término da entrega dos troféus, os presentes degustaram um jantar, ao som de **Mariana Zibáh** e do pianista **Jean da Rosa.**

Entre os finalistas, estavam grandes nomes como **Emanuelle Henche,** Head de Marketing da Britânia Eletrodomésticos e Philco Brasil; **Jeisan Santos** – então Diretor de marketing das Farmácias Nissei; **Luís Antônio Sebben** – Diretor Executivo do Grupo Slaviero; **Roberto Trindade** – CEO do Grupo SVD; **Rodolfo Baggio Pereira** - então Diretor Comercial e Marketing da GT Building Incorporadora; **Jefferson Nogaroli** – Presidente do conselho de administração do Grupo Nogaroli; **Joanir Zonta** – Fundador e presidente do Grupo Zonta.

"O tema da edição deste ano foi 'Inspirando gerações e construindo um futuro de crescimento' e as histórias de perseverança, trabalho e sucesso de cada um dos 10 finalistas são uma grande fonte de inspiração para todos nós. É nosso papel, enquanto entidade, consagrar e homenagear quem constroi essas histórias e faz tanto pelo nosso mercado", ressaltou a presidente da ADVB/PR, **Gislayne Muraro.**

A escolha dos nomes que compuseram a grande final começou por meio de eleição online, realizada com um seleto mailing composto por gerentes, superintendentes, vice-presidentes, CCO, CMO e diretores de vendas e marketing com atuação no Paraná, além da diretoria e associados da ADVB/PR. A votação final foi aberta ao público, pelo site da associação.

PRÊMIO PERSONALIDADES ADVBPR 2024

"Temos um papel crucial no desenvolvimento do nosso Estado, como entidade referência no setor no Paraná. Todos os profissionais homenageados este ano têm como características em comum a resiliência, perseverança e grandes resultados ao longo do ano, e isso os fez destaque nesta premiação", destacou a coordenadora do evento e vice-presidente da ADVB/PR, **Laila Sol.**

CONFIRA OS VENCEDORES DO PERSONALIDADES ADVB/PR 2024

EMPRESÁRIO(A) DO ANO

FINALISTAS:

Jefferson Nogaroli – Pres. do cons. de admin. do Grupo Nogaroli

Joanir Zonta – Fundador e presidente do Grupo Zonta

VENCEDORA:

Tatiana Schuchovsky

CEO da Ademicon

Tatiana acredita que o consórcio é um meio de democratizar o acesso ao crédito no Brasil e é uma ferramenta de planejamento financeiro. Sob o seu comando, a Ademicon se transformou na líder nacional de mercado no segmento de consórcios, entre as administradoras independentes.

"Considero esse o prêmio mais importante, pois é um prêmio para toda a empresa, vai além do empresário."

PERSONALIDADES DE MARKETING

FINALISTAS:

Emanuelle Henche – Head de Marketing da Britânia Eletrodomésticos e Philco Brasil

Jeisan Santos – Diretor de marketing das Farmácias Nissei

VENCEDORA:

Valéria Lopes

Gerente de Marketing e Comunicação da Unimed Curitiba

Publicitária, com 25 anos de experiência e sólida atuação no marketing e comunicação, na área da saúde suplementar. Apaixonada por propaganda, inovação, construção da marca, propósito, diversidade, é responsável por todas as campanhas da Unimed no Paraná e por projetos de grande relevância como a já tradicional corrida da Unimed.

"Foi uma surpresa. Esse reconhecimento dá ainda mais credibilidade ao meu trabalho e de todos que estão comigo nessa jornada."

PERSONALIDADES DE VENDAS

FINALISTAS:

Luís Antônio Sebben – Diretor Executivo do Grupo Slaviero

Roberto Trindade – CEO do Grupo SVD

Rodolfo Baggio Pereira – Diretor Comercial e Marketing da GT Building Incorporadora

VENCEDOR:

Fernando Aguiar

Gerente comercial da C. Vale Cooperativa Agroindustrial

Formado em comunicação, lidera um time com mais de 100 pessoas, levando a marca para 37 países mensalmente e mais de 19 estados brasileiros. Em 2023, a C.Vale encerrou com faturamento de R$24,4 bilhões, um aumento de quase 8% em relação ao ano anterior.

"Um marco importante na minha carreira. Uma validação de esforço e dedicação daqueles que me acompanham nessa jornada."

PRÊMIO PERSONALIDADES ADVBPR 2024

Confira aqui a galeria de fotos do evento:

Ernesto Reichmann, Gislayne Muraro, Guilherme Carrasco, Valéria Lopes, Fernando Aguiar, Laila Sol e Germano Reichmann.

Roger Rieger e Fernando Aguiar.

Guilherme Carrasco e Ney Braga Alves.

Valéria Lopes e Jean Claudio dos Santos.

Eduardo Jaime Martins, Gislayne Muraro e Ney Braga Alves.

Fernando Aguiar.

Valéria Lopes.

Ernesto Reichmann, Guilherme Carrasco e Germano Reichmann, representando a empresária do ano, Tatiana Reichmann.

Camila Casagrande, Heloísa Arns e Leandro Dias.

PRÊMIO ZILDA ARNS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

ABC VIDA Servir por algo maior

ABC Vida e o Instituto INCANTO são homenageados com prêmio Zilda Arns de responsabilidade social

Durante a celebração do Prêmio Personalidades ADVB/PR 2024, a entidade também homenageou com o Prêmio Zilda Arns de Responsabilidade Social duas entidades: a **ABC Vida** e o **Instituto INCANTO.** Cada instituição ganhou um cheque no valor de R$10 mil.

Gislayne Muraro, Heloísa Arns, Leandro Dias e Laila Sol.

Gislayne Muraro, Camila Casagrande, Oséas Oliveira e Laila Sol.

Daniela Vasconcelos, Heloísa Arns, Gislayne Muraro, Camila Casagrande, Leandro Dias, Laila Sol e Oséas Oliveira.

A **ABC Vida** é uma organização social que atende mais de 7.000 pessoas, entre adolescentes e jovens em situação de vulnerabilidade social, em Curitiba e Região Metropolitana, oferecendo projetos de aprendizagem profissional, inclusão social, defesa de direitos, qualidade de vida para idosos e mulheres, e promoção da dignidade por meio de ações de saúde, lazer e cultura.

"Esse prêmio tem um gostinho muito especial, ele é como a coroa desse nosso trabalho tão importante e especial", celebra o coordenador geral da ABC Vida, **Leandro José de Souza Dias.**

Já o **Instituto de Cultura, Arte e Novas Tecnologias - INCANTO,** é uma ONG de Curitiba que tem como missão transformar a vida de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social. O objetivo da entidade é gerar o senso de pertencimento a uma vida digna às crianças e adolescentes, por meio da arte, da cultura, da tecnologia, da educação e dos esportes como ferramentas de humanização, conquista de autonomia e de desenvolvimento social.

"45% das crianças do Brasil, de 0 a 14 anos, vivem em condição de pobreza. Por meio das nossas atividades, o instituto impacta mais de mil crianças toda semana, e qualifica mais de mil pessoas todo ano nos cursos de qualificação profissional, para mostrar para essas pessoas que todos têm direito de sonhar", comemora a presidente da INCANTO, **Camila Casagrande.**

Dra. Zilda Arns Neumann

O prêmio leva o nome da fundadora da Pastoral da Criança e quatro vezes indicada ao Prêmio Nobel da Paz, que concedeu o direito de uso de imagem de forma exclusiva para a ADVB/PR. Participaram da seleção organizações sem fins lucrativos, como ONGs, Associações, Fundações e OSCIPs que, após a inscrição, foram criteriosamente avaliadas por uma banca especializada.

Segundo o CEO da Gold Food Service, **Oséias Oliveira,** participar do prêmio como patrocinador pelo terceiro ano consecutivo é devolver à sociedade todos os frutos que a empresa colhe ao longo do ano. *"Estamos entregando para sociedade, apoiando o trabalho dessas entidades, um pouco do que ela nos dá"*, finaliza.

Confira aqui a galeria de fotos do evento.

Muita gente conhece a **Itaipu Binacional** como a usina hidrelétrica que mais gerou energia na história. São mais de **3 bilhões de megawatts/h acumulados**, um recorde mundial a ser batido. O seu trabalho, contudo, vai muito além. Hoje ela também é educação ambiental, agricultura ecológica, áreas preservadas e obras de infraestrutura, em especial, no Paraná e no Mato Grosso do Sul. É ainda vanguarda e protagonismo no desenvolvimento de novas fontes de energia, como o projeto pioneiro do combustível sustentável para aviação (SAF), o biogás que abastece a sua frota e a energia solar que ilumina escolas, hospitais e comunidades. **É a energia da Itaipu presente no desenvolvimento e fazendo a diferença na vida das pessoas.**

Onde tem transição energética, tem o pioneirismo da ITAIPU.

itaipu.gov.br

Inovação, trabalho e responsabilidade socioambiental para produzir muito mais que energia.

ITAIPU BINACIONAL MAIS QUE ENERGIA

GOVERNO FEDERAL BRASIL UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Parte do time de mentores do Hackatop de MKT 2024.

Hackatop de MKT propôs desafio do uso de IA para soluções em marketing e vendas

A maratona de inovação aconteceu em agosto, na Innosphera Meeting Center

A quarta edição do Hackatop de Mkt da ADVB/PR reuniu mais de 130 jovens na Innosphera Meeting Center, localizada na Hotmilk da PUCPR, em agosto de 2024.

O evento buscou encontrar soluções para os setores de marketing e vendas, usando como ponto principal um dos cinco desafios propostos pela organização, todos eles relacionados ao uso de IA para a solução de diferentes problemas de marketing. Além disso, foram propostos dois desafios extras, dos patrocinadores do evento. O **Condor Connect** desafiou os participantes a encontrarem uma solução para o uso de dados de anúncios físicos e digitais e de tecnologia para criação de ofertas, tablóides e comerciais de TV com alto desempenho. Já a **Kapazi** trouxe como desafio o uso da tecnologia para simplificar a compra e instalação de pisos vinílicos, dando autonomia e segurança para o cliente.

Entre as 18 equipes participantes, a grande vencedora foi a **Buyer Analytics,** que desenvolveu uma solução para resolver um problema comum enfrentado por muitas empresas: a dificuldade de atingir com eficácia todo o público-alvo devido à diversidade de perfis existentes. *"Nossa solução utiliza Inteligência Artificial para realizar um trabalho que seria humanamente inviável: a hiper personalização do relacionamento com cada um desses perfis"*, explica o participante, **Carlos Henrique Scheuer.** A Buyer Analytics usa a inteligência artificial para segmentar o público-alvo com base nos leads recebidos pelo cliente, criando perfis menores e mais específicos. Isso permite a construção de estratégias, abordagens, funis de venda e parâmetros de tráfego personalizados para cada perfil, o que aumenta significativamente a eficácia e a eficiência das campanhas. Como resultado, há uma redução considerável do custo de aquisição de clientes (CAC) e um aumento no retorno sobre o investimento (ROI), entre outros benefícios.

"Com apoio dos mentores que estão disponíveis na competição, com uma infraestrutura completa para ajudar a gente a performar da melhor forma possível. E a gente usar isso entregando o máximo da nossa energia, chegar no final do segundo dia e ver que isso trouxe um resultado e que a gente realmente superou as expectativas e conseguiu se destacar em meio a tantos projetos bons, é muito gratificante, uma sensação de orgulho", comemora o estudante.

Segundo a presidente da ADVB/PR, **Gislayne Muraro**, o Hackatop de MKT transforma a trajetória profissional dos participantes. *"Ver a transformação que estamos promovendo na vida desses jovens não tem preço. Com o comprometimento dos mais de 100 participantes e o apoio importantíssimo dos mentores, foram apresentadas soluções muito significativas, e algumas já prontas para serem aplicadas. A cada ano, elevamos a régua da competição e isso nos deixa animados para o próximo ano"*, disse, revelando a abertura das inscrições para a maratona de 2025, a se realizar nos dias 23 e 24 de agosto.

As três equipes ganhadoras foram escolhidas por uma banca avaliadora composta por grandes nomes do mercado, como: a vice-presidente da ADVB/PR, **Andreia Caldani;** o Gerente de Produtos e Formatos na RPC, **Alexandre Gurtat;** o então presidente da Compagas, **Rafael Lamastra;** o head de trade marketing da Positivo Tecnologia, **Rhilton Matumoto; Dornelles Vissotto** e **Kauana Irina,** diretores do Condor Connect; a CEO da Xperts, **Erica Marques;** o CEO da Kapazi, **Jonathan Kapazi;** o diretor de negócios de marketing da Agência Curitiba de Desenvolvimento, **Paulo Krauss,** e o head de marketing do sistema FIEP, **Jefferson Lobo.**

"Foram dois dias intensos de maratona, com muito conteúdo, palestras e dinâmicas interativas. Lindo ver estudantes abdicando do seu final de semana de descanso para se dedicarem ao estudo, ao empreendedorismo, e apresentarem ideias tão brilhantes. Sem dúvida, eles farão a diferença no futuro", comemora a coordenadora do Hackatop de Mkt, **Iolanda Viola.**

Durante o final de semana, os participantes puderam contar com mentorias de mais de 40 profissionais de destaque no mercado paranaense, palestras e a possibilidade de realizar muito networking.

Confira aqui a galeria de fotos do evento.

PREMIAÇÃO

O primeiro lugar recebeu vagas para os programas de liderança e startups do SEBRAE, além de cinco horas de consultoria especializada e um cheque de R$3.000. O segundo colocado conquistou uma vaga para o programa Sonar, cinco horas de consultoria do SEBRAE e um cheque de R$1.500. Já o terceiro lugar foi agraciado com cinco horas de consultoria especializada do SEBRAE e um cheque de R$ 500. O primeiro lugar, ainda, tem participação garantida no programa Rocket da RPC.

As inscrições para o Hackatop de MKT 2025 já estão abertas e podem ser feitas pelo sympla.com/advbpr.

Equipe Buyer Analytics.

Equipe de mentores do Hackatop de MKT 2024.

Equipe de mentores do Hackatop de MKT 2024.

Equipes quebrando a cabeça na maratona de inovação.

Time de apoiadores, jurados e patrocinadores do Hackatop de MKT 2024.

O PODER DOS CONSUMIDORES PRATEADOS

No Brasil, as pessoas com 60 anos ou mais movimentam cerca de R$ 2 trilhões ao ano, sendo importante que empresas estejam preparadas para acolher esse público

De acordo com dados do relatório "Futurize-se: o Consumidor do Futuro" - uma colaboração entre o Núcleo de Futuros e Tendências (NFT), da ADVB/PR, e a Box 1824, o envelhecimento da população é uma realidade global, que avança rapidamente e traz consigo não apenas desafios, mas oportunidades significativas para o mercado. No Brasil, os consumidores prateados, com 60 anos ou mais, já movimentam anualmente cerca de R$2 trilhões, enquanto, globalmente, esse valor atinge impressionantes US$15 trilhões, sendo importante que empresas insiram esse público nas suas estratégias de vendas, marketing e também os vejam como profissionais aptos para o mercado de trabalho. O report apresenta uma análise das tendências que moldam o comportamento do consumidor nas próximas décadas.

Segundo a coordenadora do Núcleo de Futuros e Tendências da ADVB/PR (NFT), **Isabela Albuquerque,** o envelhecimento da população é um fenômeno irreversível que está ressignificando a forma como vivemos. *"O que antes era visto como um fim de ciclo, hoje é encarado como uma fase de novas possibilidades. A longevidade crescente traz um novo perfil de consumidores, que possuem poder aquisitivo e vontade de se manterem ativos, tanto no mercado de trabalho quanto na sociedade"*, afirma.

Segundo pesquisa da Kantar IBOPE Media em 2024 - uma das fontes que compôs a curadoria do Futurize-se, 27% dos curitibanos com 60 anos ou mais continuam no mercado de trabalho, com renda média de R$3.267, 15% superior à média geral. *"Esse público não se identifica mais com a imagem de fragilidade, sendo ativo, conectado e consumista. É importante ressignificar a velhice de forma positiva, superando estereótipos. A longevidade é heterogênea, variando conforme fatores sociais, econômicos e de saúde, além de que um olhar mais otimista pode aumentar a expectativa de vida"*, explica Isabela.

COMUNICAÇÃO E MARKETING PARA 60+

Ainda segundo os dados da Kantar, 84% dos 60+ em Curitiba possuem smartphones, 53% têm animais de estimação e 21% planejam comprar um automóvel no próximo ano. Além disso, segundo a CNDL/SPC Brasil, 60% dos 60+ relatam dificuldade em encontrar produtos direcionados a eles, especialmente em áreas como turismo, alimentos e entretenimento. *"Os 60+ da atualidade são um um público tecnológico, independente e que busca qualidade de vida. Há um descompasso entre o potencial de consumo desse grupo e a oferta de produtos e serviços que atendam às suas necessidades. Nesse panorama, é importante que as empresas estejam atentas a esse nicho, buscando se adaptarem e direcionarem seus esforços de marketing para atender esse público que será cada vez maior com o passar dos anos"*, ressalta a coordenadora.

"A comunicação com esse grupo ainda está muito defasada. Eles não querem mais ser tratados como frágeis ou dependentes, mas como consumidores ativos, engajados e tecnológicos. As empresas devem estar preparadas para atender às suas demandas de forma personalizada e eficiente, dialogando de maneira respeitosa e acessível com esse público", explica.

A LONGEVIDADE NO MERCADO

Isabela afirma que as empresas que desejam se destacar precisam urgentemente rever suas estratégias para atender essa parcela da população que está em franco crescimento: 46% dos 60+ exercem alguma atividade profissional e, em média, pretendem trabalhar até os 74 anos. *"É preciso quebrar o mito de que os idosos são inativos ou desinteressados pelo mercado de trabalho, com as empresas enxergando os idosos não apenas como um público com necessidades especiais, mas como uma frente de mercado em constante evolução. A longevidade é uma realidade cada vez mais presente e representa um vasto oceano de oportunidades para quem souber entender e atender os consumidores prateados"*, finaliza.

60+ em CURITIBA

- **84%** possuem smartphones
- **53%** têm animais de estimação
- **21%** planejam comprar um automóvel no próximo ano

Temos muitas telas e uma delas está em branco para construirmos, juntos, a melhor solução.

NEGÓCIOS RPC

Vivemos a comunicação juntos

SAIBA MAIS

EXPECTATIVAS E PERFIL DOS PROFISSIONAIS DE VENDAS PARA 2025:

Um Retrato do Mercado no Paraná

Pesquisa revela anseios, desafios e oportunidades para os profissionais de vendas em 2025

Uma pesquisa realizada pela Datacenso, em parceria da ADVB/PR, oferece um panorama detalhado sobre a expectativa e o perfil dos profissionais de vendas no estado do Paraná. O estudo, conduzido entre 7 e 14 de outubro de 2024, contou com 117 entrevistas e uma margem de erro de 9,1%, apresentando um grau de confiança de 95%. Os resultados são reveladores e lançam luz sobre as dinâmicas de um mercado em constante evolução.

Entre os pontos levantados pela pesquisa, está a compreensão do perfil dos profissionais de vendas e o fornecimento de subsídios para empresas e entidades do setor avaliem estratégias que promovam o desenvolvimento do mercado paranaense, que atualmente é responsável por cerca de 6,5% do PIB nacional, segundo dados do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES). O Estado se destaca pela diversidade de segmentos e pelo papel essencial que os profissionais de vendas desempenham no crescimento econômico regional.

O CEO do Datacenso e conselheiro da ADVB/PR, **Cláudio Shimoyama,** afirma que os dados levantados pela pesquisa mostram que, mesmo diante de desafios como a transformação digital e a alta concorrência, os profissionais de vendas no Paraná permanecem resilientes e prontos para se adaptar. *"Com o estado contribuindo com uma grande parcela do PIB nacional, o impacto desse setor é inegável. É um setor que tem potencial para alavancar ainda mais a economia local, desde que haja investimentos contínuos em capacitação, tecnologia e na construção de um mercado mais reconhecido e valorizado"*, afirma.

OPORTUNIDADES E AMEAÇAS DO MERCADO DE VENDAS

O mercado de vendas no Paraná apresenta uma dinâmica que combina desafios e possibilidades, exigindo dos profissionais uma postura adaptativa e estratégica. No lado das oportunidades, aspectos como a inovação tecnológica e a crescente demanda por profissionais qualificados se destacam como pilares para o crescimento. Já as ameaças, incluindo mudanças nos hábitos dos consumidores e a concorrência com inteligência artificial, reforçam a necessidade de uma constante atualização.

Carlos Tristao, Iolanda Viola, Claudio Shimoyama, Raphael Manzoni, Rafael Medina, Fábio Assahi e Antonio Gilberto Deggerone.

Shimoyama destaca que o equilíbrio entre forças positivas e negativas molda o cenário e redefine as competências exigidas para 2025. *"O mercado paranaense está em transição, exigindo que os profissionais sejam adaptáveis e estejam prontos para integrar tecnologias como a inteligência artificial às suas estratégias de venda"*, reforça.

Com relação às oportunidades e ameaças do mercado de vendas, os resultados da pesquisa apontam aspectos positivos e negativos.

ENTRE AS OPORTUNIDADES MAIS DESTACADAS ESTÃO:

- A inovação e novas tecnologias.
- Alta demanda por profissionais qualificados.
- Flexibilidade de atuação e desenvolvimento de networking.

POR OUTRO LADO, AS PRINCIPAIS AMEAÇAS INCLUEM:

- Constantes mudanças no comportamento dos consumidores.
- Concorrência crescente com inteligência artificial e vendas digitais.
- Alta exigência do mercado e falta de reconhecimento dos profissionais.

HABILIDADES ESSENCIAIS E PERFIL PROFISSIONAL

Os profissionais de vendas no Paraná estão no centro de um cenário em constante transformação, onde as habilidades e o perfil ideal para a área ganham destaque. *"Em um mercado competitivo como o paranaense, a capacidade de se adaptar às exigências tecnológicas e ao comportamento do consumidor é essencial. As empresas precisam não apenas reconhecer, mas também valorizar o papel estratégico desses profissionais, que são a linha de frente para gerar negócios e fortalecer a economia local"*, afirma **Cláudio.**

Principais habilidades destacadas pelo estudo:

- Comunicação, empatia, confiança e persuasão.
- Conhecimento profundo do produto ou serviço.
- Bom relacionamento antes e depois da venda.

Entre as soft skills, os profissionais apontaram:

- Saber escutar o cliente.
- Personalizar as vendas e superar as expectativas dos clientes.

Entre as hard skills, destacam-se:

- Técnicas de relacionamento com clientes.
- Expertise em produtos e serviços.

Analisando o resultado da pesquisa Shimoyama ressalta que a busca por habilidades específicas, como empatia, comunicação e conhecimento técnico, reflete a necessidade de um profissional multidimensional, que consiga alinhar inteligência emocional com expertise técnica. "Os dados evidenciam que o vendedor consultor, que alia um profundo conhecimento do produto à habilidade de entender e resolver problemas dos clientes, será cada vez mais valorizado em 2025. Em seguida, aparece o vendedor amigo, que prioriza relações interpessoais como ferramenta de vendas", complementa o executivo.

As áreas mais demandadas incluem:

- **Técnicas de vendas**
- **Novas tecnologias e inteligência artificial**
- **Relacionamento com clientes em mídias digitais**

EDUCAÇÃO CONTINUADA E FUTURO

A maior parte dos entrevistados apontou a falta de cursos e eventos especializados como uma lacuna significativa no mercado. **Shimoyama** reforça que: *"investir em capacitação e inovação é essencial para o futuro dos profissionais de vendas e para que o Paraná se destaque no mercado nacional. Esta pesquisa serve como um guia valioso para nortear as ações necessárias também nesse campo"*, explica.

IMPACTO NO MERCADO DE 2025

Os resultados da pesquisa fornecem um panorama detalhado que sintetiza as expectativas, desafios e oportunidades do mercado de vendas no Paraná para 2025, sendo um estudo que destaca a resiliência dos profissionais de vendas diante de um cenário desafiador, marcado pela transformação digital e pela evolução constante das necessidades dos consumidores. Fatores como inovação tecnológica, alta demanda por qualificação e a necessidade de atualização são apontados como caminhos para superar as adversidades e fortalecer o setor.

"O futuro do mercado de vendas no Paraná depende de uma ação coordenada entre profissionais, empresas e entidades. É fundamental que o conhecimento gerado por esta pesquisa seja aplicado de forma prática, promovendo um ambiente onde a inovação e a valorização do profissional sejam prioridades", finaliza **Cláudio.**

pr.gov.br

PARANÁ.
DESENVOLVIMENTO EM RITMO ACELERADO

4ª MAIOR ECONOMIA DO BRASIL

Com trabalho, visão e planejamento, o Paraná cresce afinado como uma orquestra.

Recorde na geração de empregos: + de 6 milhões de pessoas empregadas no PR.

Crescimento de 63% em seis anos, PIB do Paraná chega a R$ 718 bilhões em 2024

Nota A na CAPAG, pela qualidade na gestão das contas públicas.

PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO

Terra de gente que trabalha e cuida

TOP DE MARKETING 2024:
as grandes inteligências merecem o topo

O evento consagrou os melhores cases de vendas e marketing do Estado, com o "Oscar do Setor" nas categorias Agro, Arquitetura e Construção, Comunicação, Indústria, Serviços, Social, Startup e PME, e Varejo

A ADVB/PR revelou, no dia 26 de novembro, os *cases* vencedores do **Top de Marketing 2024** nas categorias **Agro, Arquitetura e Construção, Comunicação, Indústria, Serviços, Social, Startup e PME,** e **Varejo.** A festa, que reuniu mais de 500 pessoas, foi uma noite dedicada a enaltecer a inteligência humana.

Além dos vencedores, o troféu **Grand Prix** foi entregue ao case que teve maior pontuação entre todos os vencedores, na opinião dos mais de 50 profissionais que integraram a comissão julgadora do **Top de Marketing.** O **Ideia TOP** também consagrou cases que se destacaram como a estratégia mais criativa entre todos os cases finalistas.

"E no ano que só se falou de inteligência artificial, podemos dizer que passamos para uma era em que a inteligência não será medida apenas pelo conhecimento acumulado, por dados e informações infinitas, mas pela capacidade de sonhar, de questionar, criar, adaptar e, principalmente, transformar. E é por isso que a inteligência humana sempre foi, em sua essência, a porta para os maiores avanços da humanidade", finaliza a vice-presidente da ADVB/PR e também coordenadora do Top de Marketing, **Andréia Caldani.**

O processo de julgamento contou com a avaliação criteriosa de um time de cerca de 50 profissionais, como presidentes, CEOs, diretores, consultores e conselheiros de grandes empresas do Brasil. A auditoria ficou a cargo da Datacenso Inteligência de Mercado, que prezou pela lisura e credibilidade da premiação.

O evento foi realizado na UP Experience e contou com o humorista **Tiago Barnabé,** no papel de Narcisa, como mestre de cerimônias, ao lado de **Juliana Karam.** A festa também contou com caricaturas em tempo real do artista **Natan SS,** apresentação de malabares e artistas circenses, e foi embalada pela **DJ Luiza Bernardi,** bares do Hard Rock Café, Roots e do Grupo RIC, estrutura audiovisual da Stage, imagens da TB Filmes, ativação da Claro e patrocínio da Copel.

"O Top de Marketing é um trabalho que evidencia a inteligência humana, por isso, na festa deste ano, homenageamos os cases ganhadores tendo como pano de fundo algumas figuras notórias que representaram a importância do fator humano nas diferentes categorias dos prêmios, com nomes como Zilda Arns, citada na categoria social, passando por Silvio Santos, em comunicação, até Anísio Teixeira, em serviços. Além disso, quisemos trazer a emoção em cada detalhe, entendendo que todas as histórias, dos cases finalistas e ganhadores e também das ações da própria instituição, sempre envolvem muito trabalho em equipe e emoção."

Gislayne Muraro
Presidente da ADVB/PR

Adreia Caldani.

Gislayne Muraro.

Diretoria, parceiros e membros da ADVB/PR no Top de Marketing 2024.

Confira aqui a galeria de fotos do evento:

AGRO

FINALISTAS

AGROCETE

Lançamento do
GRAP NOD PHOS

KAS

Sombrero Seguradora -
o lançamento de uma marca
inovadora no setor agro

Sicredi

Sicredi Plano Safra -
É ter com quem contar

VENCEDOR

Castrolanda

Equipe Castrolanda, vencedora da categoria Agro.

Case: **Agroleite 2024 - Horizontes em Sintonia**

Na região centro sul do Paraná, a cidade de Castro, conhecida como Capital Nacional do Leite, é palco do **Agroleite**, um evento promovido pela Castrolanda que se consolidou como referência para a cadeia leiteira da América Latina.
Com 24 edições realizadas, o Agroleite este ano enfrentou o desafio de manter sua relevância em um cenário desafiador para o agronegócio, inovando constantemente para atrair novos expositores, engajar visitantes e apresentar soluções rentáveis para o setor.
Pela primeira vez, a edição 2024 trouxe três plenárias de palestras focadas em mercado, manejo do rebanho e sucessão familiar, reforçando seu compromisso em levar informação prática e relevante aos visitantes.
Além disso, a campanha de marketing, intitulada **'Horizontes em Sintonia',** refletiu os desafios e oportunidades da cadeia do leite, conectando empresas e produtores. A comunicação incluiu uma música original, comerciais em canais regionais e nacionais, além de outdoors estrategicamente posicionados.

O RESULTADO: Um evento histórico: mais de **330 expositores** — um aumento de **18%** —, **150 mil visitantes,** 44 mil a mais que em 2023, e cerca de **R$ 520 milhões em negócios gerados.**

ARQUITETURA E CONSTRUÇÃO

VENCEDOR

GT. Building

Equipe GT Building, vencedora da categoria Arquitetura e Construção.

Case: **Lange,Turin**

Nos últimos cinco anos, Curitiba viu mais de 9 mil unidades compactas serem lançadas para locação por temporada, criando um mercado padronizado e competitivo. No meio desse cenário, a GT Building enfrentou um desafio: justificar um preço premium de R$ 22 mil/m², o dobro da média, para um público exigente.
A resposta foi visionária: lançar o **Lange, Turin,** o primeiro short stay 6 estrelas de Curitiba, uma verdadeira obra de arte habitável. Com mais de 20 peças raras de artistas como Frederico Lange de Morretes e João Turin, o empreendimento uniu luxo, cultura local e hospitalidade de alto padrão.
A GT Building criou uma campanha poderosa, educando e conquistando investidores com um storytelling cativante sobre arte e exclusividade. Integrando comunicação multicanal e experiências imersivas, o Lange, Turin se destacou no mercado.

O RESULTADO: 243 contratos fechados, um ticket médio de R$ 730 mil e R$ 182 milhões em vendas em apenas três meses. O Lange, Turin representou 42% do mercado especial de Curitiba, criando um novo benchmark para o setor.

FINALISTAS

ALTMA INCORPORADORA

B41 - o primeiro student
housing do Paraná

LAGUNA

Galeria Laguna

AYA RESIDENCES

AYA Residences - Muito
Mais Que Ir Além

VANGUARD

Pulse

COMUNICAÇÃO

FINALISTAS

Arcos Dorados
(McDonald's) - Portas Abertas

Arena Sustentável

VENCEDOR

Equipe Grupo Air, vencedora da categoria Comunicação.

Case: **Disney Magic Run Curitiba**

Com o crescimento do 'maraturismo' e a popularidade das corridas de rua, a Air Promo decidiu transformar Curitiba em palco de um evento mágico, unindo a força da marca Disney ao turismo e à cultura local.
Mas organizar um evento desse porte com uma marca tão icônica trouxe grandes desafios: garantir infraestrutura robusta para um público diverso, criar experiências seguras e inclusivas, e gerir o impacto ambiental por meio de estratégias eficazes de compensação de carbono e reciclagem.
A **Disney Magic Run** inovou ao integrar ativações físicas e digitais, expandindo sua comunicação por canais online, pela Extranet e em parcerias estratégicas com marcas, garantindo ampla visibilidade e engajamento.

O RESULTADO: Com 6 mil participantes e um impacto econômico de R$ 12 milhões, o evento movimentou setores como turismo, hotelaria e alimentação, gerando mais de 830 empregos e consolidando Curitiba como um destino global para eventos esportivos e culturais.

INDÚSTRIA

VENCEDOR

Equipe Dr. Peanut, vencedora na categoria Indústria.

Case: **Unbelievable Energy Flavor**

Com consumidores cada vez mais exigentes, buscando saúde e prazer, e diante de uma crise de imagem com seu influenciador principal, a Dr. Peanut enfrentou o desafio de educar o mercado e competir com gigantes como Nutella e Santa Helena. A Dr. Peanut aproveitou a tendência de 'Smart Eating', que combina saudabilidade e energia, e ousou sair do nicho fitness para desafiar o mercado tradicional com um diferencial claro: o equilíbrio entre saúde e sabor inacreditável.
A marca lançou a campanha **'Unbelievable Energy Flavor',** investiu em feiras de grande porte, influenciadores de peso como Pedro Scooby e Henrique Fogaça, além de materiais de PDV e degustações que levaram o sabor Dr. Peanut diretamente ao consumidor.

O RESULTADO: Com embalagens inovadoras, tamanhos acessíveis e novas estratégias digitais, a Dr. Peanut revolucionou o mercado, crescendo 114% nos pedidos online e aumentando em 185% as vendas no canal farma.
A marca passou do 7º para o 2º lugar no mercado alimentar e se consolidou como líder no segmento especializado e farma, redefinindo o mercado de pastas de amendoim no Brasil.

FINALISTAS

Campanha Air Fryer -
No modo Britânia

Expansão Freddo Gelateria

Neodent World Tour -
30 anos de inovação
celebrados em uma jornada
global por 13 países

Campanha Institucional
Positivo Tecnologia

SERVIÇOS

FINALISTAS

Vale do Pinhão

A Transformação da Copel no Mercado Livre com Inteligência Integrada

Ponta Grossa Festival Rota 01

Poupança Premiada Sicredi

VENCEDOR

Equipe Uninter, vencedora da categoria Serviços.

Case: **Quando a vida vira filme: histórias de transformação**

No mercado educacional, a conexão emocional é essencial. **A Uninter** percebeu que campanhas genéricas com celebridades não criavam identificação suficiente. O desafio? Romper padrões, humanizar a marca e mostrar o impacto transformador da educação por meio de histórias reais. A grande sacada foi captar mais de 400 histórias reais de alunos, respeitando suas individualidades e transformando essas trajetórias em filmes inspiradores que tocaram o coração do público. A integração de mídias online e offline foi a base para o sucesso. Peças promocionais para redes sociais, estratégias digitais e ações nos polos garantiram engajamento em todas as frentes.
Essa campanha inovadora exigiu planejamento estratégico e uma colaboração impecável entre equipes, demonstrando o potencial da Uninter em um mercado tão competitivo.

O RESULTADO: Um aumento de 38,9% nas matrículas e um crescimento de 6,1% no interesse, enquanto a concorrência registrou queda de 9,2%.
Ao transformar histórias de vida em narrativas autênticas, a Uninter consolidou sua força, provando que autenticidade é o diferencial que transforma marcas.

SOCIAL

VENCEDOR

Equipe do Hospital Cajuru, vencedora na categoria Social.

Case: **Som da Vida**

Referência em urgência e emergência, o **Hospital Universitário Cajuru** cuida de mais de 135 mil pacientes por ano, todos atendidos pelo SUS. Com esse impacto, o hospital enfrentava dois grandes desafios: criar uma conexão emocional com a sociedade e aumentar as doações para sustentar seu trabalho. A resposta foi o projeto **Som da Vida,** que integrou tecnologia de Inteligência Artificial com um olhar profundamente humano. O objetivo? Levar conforto emocional para pacientes de longa permanência e cuidados paliativos por meio de músicas personalizadas. A Pastoral Hospitalar ouviu histórias de vida e gostos musicais dos pacientes. Essas informações foram transformadas pela IA Suno em canções exclusivas, que traduzem cada trajetória em melodias emocionantes. Essas entregas foram registradas e compartilhadas nas redes sociais, como TikTok, Shorts e Instagram, além de ampla cobertura na imprensa, conectando o público ao impacto humanizado do projeto.

O RESULTADO: Excepcionais. O projeto gerou 20 músicas personalizadas, 46 clippings e valoração de mídia de mais de **R$ 1,1 milhão.** Com audiência de **123 milhões de pessoas** e mais de **890 mil impressões,** o impacto foi amplamente reconhecido. A arrecadação de recursos cresceu **451%,** passando de R$ 1,57 milhão em 2023 para impressionantes R$ 8,69 milhões em 2024, consolidando o impacto do projeto.

FINALISTAS

Banco de Alimentos - Comida Boa

Gente que Faz o Bem - Voluntariado no Grupo Boticário

Expedição Novos Sorrisos - Frente de apoio ao estado de Calamidade Pública no Rio Grande do Sul

Gincana Orgulho de Cuidar - Unimed Curitiba

VAREJO

FINALISTAS

Claro

Claro Mueller - Inovação e Conectividade na loja mais moderna do Brasil

Nissei mais que farmácia

E-commerce em Foco - A Revolução digital da Nissei

JOCKEY PLAZA SHOPPING CENTER

Neon Fun 2024 - Recorde de público e faturamento no maior evento infantil da cidade

SHOPPING ESTAÇÃO

Casa da Julieta - Para sempre seu amor

VENCEDOR

THE BEST açaí

Equipe The Best Açaí, vencedora na categoria Varejo.

Case: **The Best Day - 100 mil açaís em um dia**

Com mais de 100 mil clientes visitando suas lojas diariamente, a The Best Açaí enfrentava um grande desafio: como sair do ambiente físico e entrar no dia a dia dos consumidores por meio de uma comunicação digital provocativa e inovadora? A resposta foi o lançamento do **Clube The Best,** um app desenvolvido internamente, estreado com a campanha **The Best Day,** onde celebrou o Dia do Açaí no Brasil com a distribuição de 100 mil potes grátis. O app inovou ao usar inteligência artificial para distribuir cupons estrategicamente, com base em métricas de desempenho e volume de vendas de cada loja. Além disso, o lançamento foi impulsionado por estratégias robustas: conteúdos autorais para Instagram e TikTok, materiais de apoio para franqueados e uma ampla cobertura na imprensa nacional.

O RESULTADO: O Clube The Best atingiu o **TOP 1 dos apps mais baixados no Brasil,** superando gigantes como McDonald's e iFood, com 216 mil downloads. A base de dados cresceu 98% e as postagens da campanha alcançaram 11 milhões de usuários. Com 95,5% das lojas esgotando os cupons, a receita saltou de R$ 30 milhões em setembro de 2023 para R$ 56 milhões em 2024 — um aumento de 86%! O Clube The Best agora é o maior aplicativo de açaí do Brasil e um case de sucesso em inovação e marketing digital.

STARTUP E PME

VENCEDOR

ZEDIA

Equipe Zedia, vencedora da categoria Startup e PME, e o humorista Tiago Barnabé.

Case: **Paraná como plataforma de lançamento da TV 3.0 no Brasil**

A TV aberta enfrenta desafios crescentes: competir com as plataformas digitais, manter a atenção em múltiplas telas e monetizar conteúdos em diversos formatos. A falta de interatividade, métricas precisas e segmentação eficaz faz com que anunciantes redirecionem seus investimentos para o digital.
Para transformar esse cenário, a **Zedia** trouxe uma solução inovadora: tecnologia de segmentação precisa e interatividade em tempo real, conectando o universo do broadcast ao digital. A estratégia começou no Paraná, com validação do produto, criação de um MVP e posterior escalabilidade.
A Zedia estruturou sua força de vendas com treinamento e evangelização, participou de eventos do setor e realizou roadshows para divulgar a tecnologia junto ao mercado.

O RESULTADO: 50 campanhas e R$290 mil em receitas no primeiro semestre de 2023. No segundo semestre, um salto de 200%, consolidando R$2,6 milhões em receita até 2024. A tecnologia da Zedia já impactou mais de 370 campanhas, combinando engajamento de público e retorno para anunciantes.

FINALISTAS

inbix

A Maior Experiência de Inovação Corporativa do Paraná

GRAND PRIX

ZEDIA

O troféu Grand Prix foi entregue para a ZEDIA, vencedora da categoria Startup e PME, que criou uma plataforma de publicidade para entregar anúncios segmentados na TV aberta. O case teve maior pontuação entre todos os vencedores na opinião dos mais de 50 profissionais que integraram a comissão julgadora do Top de Marketing.

Zedia, vencedora do Grand Prix.

IDEIA TOP

O Ideia TOP teve empate técnico e consagrou dois cases, que se destacaram como a estratégia mais criativa entre todos os cases finalistas.

Foram eles: HOSPITAL CAJURU e, novamente, a ZEDIA.

Hospital Universitário CAJURU
GRUPO MARISTA

ZEDIA

Equipe Hospital Cajuru e Zédia, vencedores do Ideia TOP.

O MAIOR
GRUPO
MULTIPLATAFORMA
DO PARANÁ

YouTube /partner
RECORD
RIC social branded
RIC tv
360
RIC tv conectada
grupo ric
JP FM
RIC OOH
JP NEWS
TOPVIEW
Banda B
Portal Rádio
RIC.com.br
R7

A FORÇA DA ADVB/PR EM TODOS OS CANTOS DO ESTADO

Com atuação em todo o Paraná, entidade fortalece o associativismo fora da capital, impulsionando eventos, cursos e networking regional

A ADVB/PR tem sua força na união dos profissionais e empresas que acreditam no associativismo como ferramenta de desenvolvimento. Para além da capital, a entidade tem uma atuação expressiva no interior do Estado, fortalecendo o setor empresarial por meio de suas regionais em Londrina, Maringá, Ponta Grossa (Campos Gerais) e Cascavel. Com eventos estratégicos, cursos especializados e ações voltadas à qualificação profissional, a ADVB/PR fomenta o crescimento econômico local e amplia a representatividade do setor.

A ADVB/PR é uma entidade que se fortalece com a participação ativa de seus membros em todas as regiões do estado. O envolvimento das regionais é essencial para levar conhecimento, conexões e oportunidades de negócio para além de Curitiba. É por meio dessa presença consolidada que conseguimos impactar positivamente o mercado e os profissionais de diversas cidades. Por anos seguidos, as empresas do interior do Estado se destacam nas premiações da entidade, como o Prêmio Personalidades e o TOP de Marketing. Isso só é possível por conta do relacionamento forte dos nossos líderes regionais.

CAMPOS GERAIS

A Presidente da ACIPG, Giorgia Bin Bochenek, Enrico Milani, Gislayne Muraro, Andreia Caldani, Claudia Barbosa e Wilson Oliveira.

// Em 2024, a ADVB Campos Gerais consolidou sua atuação, ampliando sua representatividade e conexão com o mercado. Firmou parcerias estratégicas com a ACIPG e seu Comitê de Marketing, impulsionando o setor na região. A participação no Prêmio Top de Marketing da ADVB Paraná resultou em quatro cases finalistas, incluindo o Agroleite e a Castrolanda, com um dos projetos premiados. O Business Connect e o Estrela ADVB reforçaram o compromisso com a valorização do mercado regional. Com essas iniciativas, a entidade fortaleceu o marketing e os negócios locais, preparando-se para um 2025 ainda mais promissor."

Cláudia Machado Barbosa,
vice-presidente da regional dos Campos Gerais.

DIRETORIA:
Claudia Barbosa, Fabio Madeira, Nadja Marques, Wilson Oliveira.

A simplicidade
inspira, conecta e **transforma.**

GRUPO MASSA
Simples como deve Ser

REDE MASSA · sbt · massa FM · Massa .com.br · massa digital · Instituto Solange Massa

Descubra as ***Soluções 360º*** do Grupo Massa
e impulsione sua marca de forma integrada
e ***simples, como deve ser***.

MARINGÁ

Diretoria regional Maringá.

// Em 2024, a ADVB/PR atuou ativamente na região de Maringá, promovendo reuniões mensais itinerantes na estrutura de diferentes membros do corpo diretivo, incluindo Grupo RIC, Massa, IPC, Associação Comercial e Industrial de Maringá (ACIM), Rede D'Or e Amigão. Além disso, foram realizados eventos marcantes, como a Estrela ADVB e Business Connect, além de cursos, promovendo networking e geração de negócios."

Fábio Góes, vice-presidente da regional de Maringá

DIRETORIA: José Roberto Mattos, Julieta Bragança, Karla Fumiere, Marcos Moreira, Rodrigo Fernandes, Rogerio Cesar Broiato, Theodoro Tortoro.

LONDRINA

// Com uma abordagem focada em conexões e relacionamento, conseguimos atrair mais participantes e fortalecer os eventos da entidade, como o Business Connect e o Estrela ADVB/PR. Para 2025, já estão confirmados três eventos de cada vertical e uma forte mobilização para destacar cases locais nas premiações estaduais. A ADVB Londrina se consolida como uma entidade baseada em conexões, troca de experiências e fortalecimento mútuo entre seus membros e a sociedade."

Paulo Henrique Ferreira
vice-presidente da regional de Londrina

Diretoria regional Londrina.

DIRETORIA: Ana Mauriceia Castellani, Diego Menão, Edmir Filho, Fabiane Rocha, Fernanda Prado, Gelson Negrão, Larissa Santos, Luciane Soutelo, Marco Kumura, Nicolás Mejía, Patricia Kreling, Paulo Gusmann.

CASCAVEL

Guto Bacila, o presidente da ACIC, Siro Canabarro e Gislayne Muraro.

// A ADVB Cascavel teve um 2024 atribulado, marcado por iniciativas estratégicas para fortalecer a presença da entidade na região. Em parceria com a ACIC – Associação Comercial e Industrial de Cascavel, promoveu uma edição do Estrela ADVB/PR com Guto Bacila, empresário de grande renome em todo Paraná. Além disso, realizou reuniões e encontros com lideranças locais, reforçando a representatividade da entidade e ampliando sua atuação no cenário empresarial de Cascavel."

Pedro Andrade
vice-presidente da regional de Cascavel

DIRETORIA:
Andréia Biliibiu, Adriano Arrosi, Bruno Vieira, Rafael Greiner.

COPEL.COM/70

HÁ 70 ANOS, O PARANÁ AVANÇA COM A FORÇA DA COPEL

Saiba mais:

A Copel chega aos 70 anos como a maior empresa do Paraná e uma das mais inovadoras do Brasil, com energia 100% renovável. E comemora com o maior investimento da história: R$ 2,5 bilhões em 2025 para dobrar a oferta de energia em todas as regiões do Paraná. Copel, movida a futuro.

70 COPEL Pura Energia

ADVB/PR leva temas atuais e relevantes a um dos maiores eventos de inovação em gestão empresarial do país

Instituição comandou três painéis no Connect Week Summit, abordando temas como marketing, comunicação e vendas

Nos dias 19 e 21 de junho, a ADVB/PR participou de um dos maiores eventos sobre gestão empresarial e inovação do Brasil, o **Connect Week Summit.** Nos painéis da entidade, nomes importantes dos setores de varejo, vendas, marketing e comunicação abordam temas relevantes e atuais que vão movimentar o público em discussões sobre negócios, comunicação, tendências para vendas, marketing, entre outros.

"É o nosso terceiro ano no evento – antes Viasoft Connect e agora Connect Week Summit - e participar desta iniciativa é fortalecer o posicionamento da ADVB/PR enquanto uma instituição conectada com novas tendências e na vanguarda do marketing e das vendas. Por isso, estruturamos uma sequência de paineis com muito conteúdo relevante e temas atuais, que têm real impacto nos negócios e em toda a cadeia produtiva do setor. São nomes importantes que trarão conteúdos riquíssimos e muitos insights, uma vez que são profissionais renomados do mercado e que contam com muita experiência, reputação e propriedade sobre os assuntos tratados", afirma a presidente da entidade, **Gislayne Muraro.**

CONFIRA OS PAINÉIS APRESENTADOS PELA ADVB/PR NA CONNECT WEEK:

1.

Tendências em vendas, com o empresário, palestrante, mentor e conselheiro empresarial, **Marcelo Caetano** - sócio do grupo VendaMais, patrocinador de gestão da ADVB/PR, e do IEV.

2.

Tendências do Marketing, com a presidente da ADVB/PR e sócia na GMKT Soluções, **Gislayne Muraro**, a gerente de marketing do Jockey Plaza Shopping, **Michelle Cirqueira**, e a head de marketing da Volvo, **Alessandra Almada.**

3. Tendências na Comunicação, com o sócio da Central Press, **Claudio Stringari**, o diretor comercial Curitiba e mercado nacional da RPC Paraná, **Rodrigo Libório**, a diretora executiva de marketing do Grupo RIC, **Laila Sol**, o vice-presidente de Comunicação da Rede Massa, **Luiz Benite**, e a diretora da AERP, **Ticiane Pfeiffer.**

DA CONSCIÊNCIA AO CONSUMO: como o ESG está redefinindo as estratégias de mercado

Por Raphaela Borba

O comportamento do consumidor tem evoluído rapidamente, impulsionado por uma crescente consciência em relação à sustentabilidade, à responsabilidade social e à governança corporativa. Em um cenário em que o ESG deixou de ser uma escolha para se tornar uma exigência, as empresas precisam alinhar suas estratégias de vendas e de marketing às expectativas desse consumidor consciente. Essa transformação não somente cria novas oportunidades, como também impõe desafios significativos.

Hoje, é evidente que o pilar ESG impacta diretamente as decisões de compra. É o que mostra, por exemplo, o Índice do Setor de Sustentabilidade de 2023, da Kantar, que indica que mais da metade da população deixa de consumir produtos de marcas que não investem em sustentabilidade ou que mantêm práticas vistas como nocivas ao meio ambiente e à sociedade. Em outras palavras: oferecer um bom produto ou serviço já não basta; é preciso conquistar a confiança e o engajamento do cliente.

A sigla, portanto, deixou de ser apenas uma agenda de conformidade para se consolidar como um diferencial competitivo, capaz de criar conexões autênticas entre as empresas e seus públicos. Para as áreas de Marketing e Vendas, esse contexto representa a necessidade de um reposicionamento estratégico, em que comunicar valores é importante, mas vivenciá-los é essencial. Campanhas que promovam iniciativas ESG, transparência nos processos produtivos e histórias de impacto real conquistam a confiança do consumidor e, por consequência, impulsionam as vendas, fortalecendo a reputação da marca e promovendo a fidelização.

Assumir compromissos com a agenda ESG não é um caminho sem desafios e requer, muitas vezes, decisões de alto impacto e mudanças estruturais nas operações. É nesse momento que as empresas podem enfrentar a pressão por resultados imediatos, enquanto os investimentos nessas transformações estruturais são planejados a longo prazo. Além disso, evitar o greenwashing — a divulgação de iniciativas sustentáveis sem comprovação concreta — é fundamental.Transparência, coerência e, principalmente, a liderança pelo exemplo são indispensáveis para conquistar a confiança do consumidor.

As tendências mostram que marcas que acreditam, praticam e vivem o ESG não só se destacam no mercado, mas também moldam um futuro mais sustentável. Na Neodent, acreditamos fortemente que é possível aliar, de maneira sinérgica, o crescimento econômico da companhia a um impacto positivo na sociedade e no meio ambiente. Esse é o caminho que guia nossas ações e inspira nossa jornada de criar novos sorrisos por onde passamos, todos os dias.

Por isso, a reflexão que fica é: sua empresa está preparada para atender às expectativas do consumidor moderno e ter o ESG como alavanca para o sucesso em vendas e marketing? Olhar para o futuro exige que as empresas invistam em pesquisas para entender os anseios de seus consumidores e desenvolver narrativas que reflitam genuinamente seus compromissos.

O presente e o futuro das estratégias empresariais precisam estar, sem dúvidas, mais verdes, inclusivos e transparentes.

***Raphaela Borba** é diretora de Comunicação Corporativa e Sustentabilidade da Neodent e coordenadora do Top ESG.*

Patrocinadores de Gestão:

Media Partner:

Patrocinadores Corporativos:

Parceiros oficiais:

Parceiros de mídia: