

## Marketing e Tecnologia

**Juntos nas  
Transformações  
Digitais e na  
Inovação**

# MARKETING, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO PARA OS NEGÓCIOS

Prof. MSc. Alexandre Conte

FAE Completa  
Data: 24/10/2023





# MARKETER, DIGITAL TRANSFORMATION AGENT AND PROFESSOR

- ✓ Gestor de Marketing no Grupo ECONET.
- ✓ Palestrante, Podcaster e Agente de Transf. Digital.
- ✓ Professor de Administração e Marketing.



**@AlexandreConte**



# # A INFORMAÇÃO POR COMPLETO



**A maior comunidade tributária, trabalhista e contábil do Brasil.  
Sua fonte segura de informação**

## **Econet em números:**

- + 600 Colaboradores** distribuídos em 3 estados.
- + de 150 mil Atendimentos** telefônicos por mês.
- + de 65 mil Dúvidas respondidas** por e-mail, por mês.
- + de 300 Ferramentas disponíveis** em nosso Site.
- + de 140 Publicações** por mês em nossos boletins exclusivos.
- + de 50 mil Clientes** em todo o Brasil.
- + 3.5 milhões de Acessos** ao nosso Web Site todo mês.



# Professor CONTE



- Embaixador do Instituto Kotler no Brasil.
- Conselheiro da ADVBPR
- Finalista do Prêmio TOP MEGA Brasil na categoria Executivo de Comunicação Corporativa da Região Sul 2020
- Finalista do Prêmio Personalidade de Marketing ADVB-PR 2019

**Gestor de Marketing do Grupo ECONET;**

**Publisher de informações legislativas, líder de mercado e maior comunidade tributária, trabalhista e contábil do Brasil.**

**Professor;**

**ESIC, FAE, PUCPR, ISAE/FGV, UP, Centro Europeu, Hotmilk Academy**

**Palestrante e Podcaster;**

**Palestrante nas áreas de Marketing, Gestão, Tranf. Digital, Inovação e etc.**

**Contecast – Marketing e Gestão**

**Atuante no Mercado de Comunicação e Marketing há + 20 anos.**

**Com vivência nos setores de;**

**Varejo, Trade, Promoção, Eventos, B2B, Vendas, TI, Internet, Startup e Educação.**

**Experiências com;**

**Planejamento de Marketing, Marketing Estratégico, Gestão de Marcas, Gestão de Relacionamentos, Marketing Digital e Comunicação.**



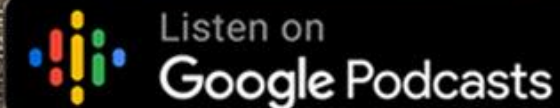






**CONTECAST**  
SEU CONTEÚDO Nº1 DE MARKETING E GESTÃO NA WEB

ALEXANDRE**CONTE**.COM



**ALEXANDRECONTE.COM**



SE VOCÊ **PENSA**  
**GRANDE**, QUER  
**TRANSFORMAR** E É UM  
“**APAIXONADO**” POR  
**TECNOLOGIA**, ENTÃO  
VOCÊ **ESTÁ**  
**HABILITADO** PARA  
**FAZER HISTÓRIA** NESTA  
**NOVA ERA.**







# NERD

ESTUDE O MÁXIMO  
POSSÍVEL. SEMPRE!



# GEEK

AMADUREÇA. MAS  
NUNCA ENVELHEÇA!



# GAMER

SEJA COMPETITIVO.  
DESAFIE-SE CONSTANTEMENTE.  
E VIVA CADA EXPERIÊNCIA.





2019





2020





2021





2022





2022!





**2022!!!**





2023



# MINHAS **3 PERGUNTAS** AO **CEO** DA SUA EMPRESA

SUA ÁREA DE **MARKETING** É COBRADA E/OU ESTIMULADA A **OBSERVAR O MERCADO E TRAZER INSIGHTS** PARA NOVOS PROJETOS?

SUA ÁREA DE **TECNOLOGIA** É COBRADA E/OU ESTIMULADA A PENSAR **E CONTRIBUIR ESTRATEGICAMENTE** COM O NEGÓCIO?

O **RH** DA SUA EMPRESA ESTÁ **HABILITADO PARA GERIR** E DESENVOLVER UMA **CULTURA DE INOVAÇÃO**?





# MARKETING + TECNOLOGIA = CULTURA DE INOVAÇÃO

LOBO E CORDEIRO | COPERNI - PARIS | 03/03/2023





**COMO UMA**  
**EMPRESA**  
**PODE SER**  
**INOVADORA?**







# **CULTURA**

## **Esta é a resposta.**

- Mas, como se cria uma cultura inovadora?
- Como se transforma uma cultura resistente a mudança?
- Para compreender isso, será preciso encarar uma breve jornada.

**VAMOS NESSA?**



# MARKETING

~~DEFINITIVO~~  
CONSTANTE

A  
ORIENTAÇÃO DE MARKETING  
PODE SERVIR DE BÚLSULA PARA  
SUA EMPRESA CHEGAR AO  
FUTURO.





**EM RESUMO...**

**MERCADEANDO POR AÍ.**



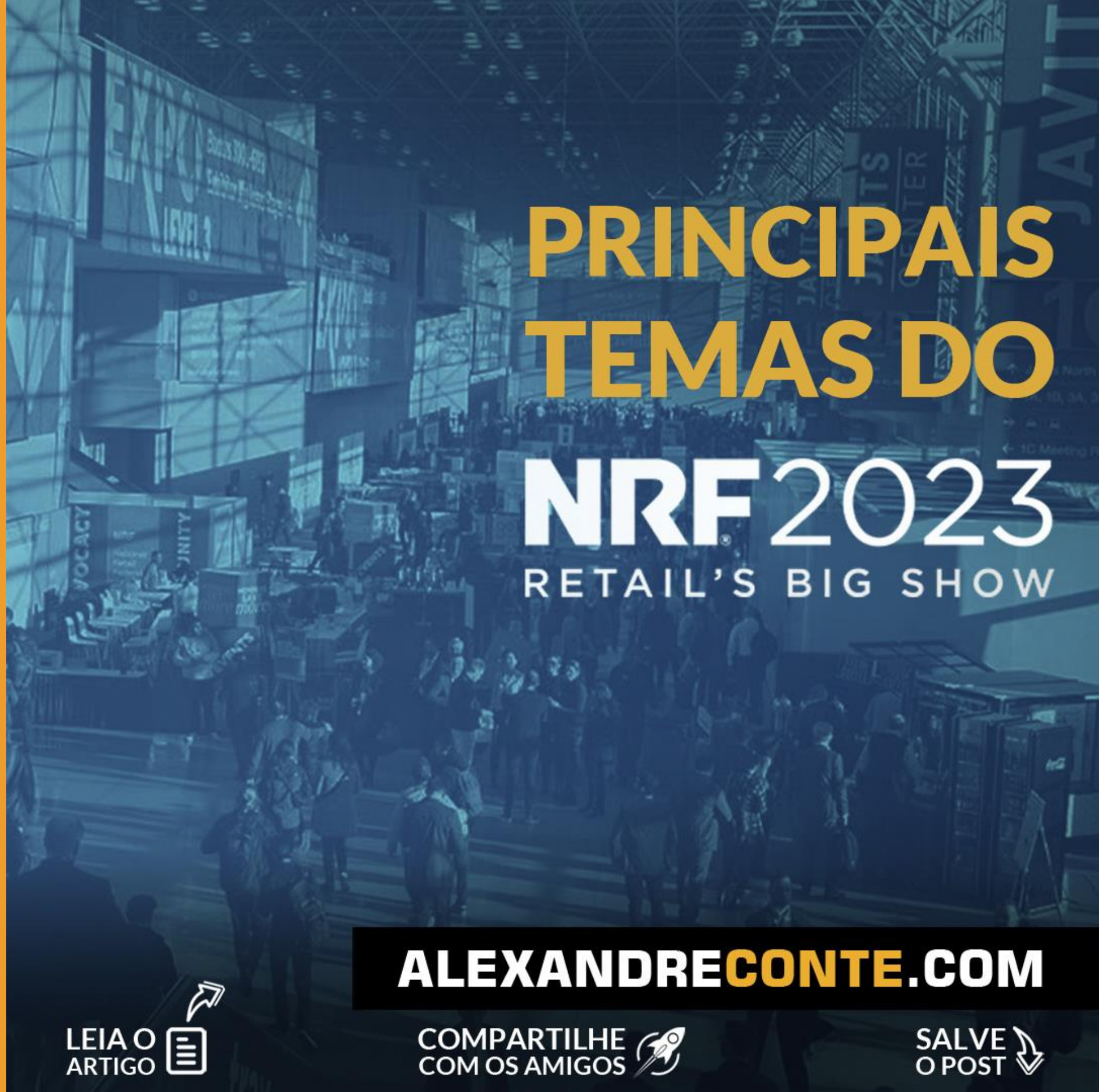




**CONTEÚDO ESTENDIDO:**

**Artigo da Newsletter do LinkedIn**

**<https://bit.ly/3m7UT4y>**



# PRINCIPAIS TEMAS DO

## NRF 2023

RETAIL'S BIG SHOW

**ALEXANDRECONTE.COM**

LEIA O  
ARTIGO



COMPARTILHE  
COM OS AMIGOS



SALVE  
O POST





# TENDÊNCIAS E DESTAQUES EM 2023

- TECNOLOGIA E **METAVERSO**
  - GERAÇÃO **Z** [1995/97-2010/12]
  - **SUSTENTABILIDADE**
  - ECONOMIA **CIRCULAR**
  - OPERAÇÃO ENXUTA  
**SEM INTERMEDIÁRIOS**
  - VAREJO DE **VIZINHANÇA**
  - MUDANÇA DO **PAPEL DAS LOJAS**
- ✓ **CONVENIÊNCIA E EXPERIÊNCIA**  
**CONTINUAM SENDO PREMISSAS**





# DEFINIÇÃO DE **MARKETING**

## Marketing

é a atividade, conjunto de instituições e processos para criar, comunicar, entregar e trocar ofertas que tenham valor para consumidores, clientes, parceiros e sociedade em geral.



...ofertas que tenham valor

MARKETING É  
**RECOMPRA**





**PRODUTO**  
**PREÇO**



**PRAÇA**  
**PROMO**



**R\$ 31.500**





# CAÇANDO OS CONSUMIDORES

- NOVOS CONSUMIDORES,
- NOVOS CANAIS,
- NOVAS ESTRATÉGIAS

[TV X PUSH]





# O QUE AS MARCAS VENDEM?



**NÃO VENDE INGRESSOS E FILMES,  
VENDE FANTASIA.**



**NÃO VENDE PRODUTOS,  
VENDE COMODIDADE.**



**NÃO VENDE CALÇADOS,  
VENDE O ESPÍRITO ESPORTIVO.**



**NÃO VENDE COSMÉTICOS,  
VENDE "REAL BELEZA"**



**NÃO VENDE BEBIDAS,  
VENDE AVENTURA.**



**NÃO VENDE CONTAS DIGITAIS,  
VENDE SIMPLIFICAÇÃO.**



**NÃO VENDE SANDÁLIAS,  
VENDE BRASILIDADE.**



**NÃO VENDE CELULAR,  
VENDE EXCLUSIVIDADE.**

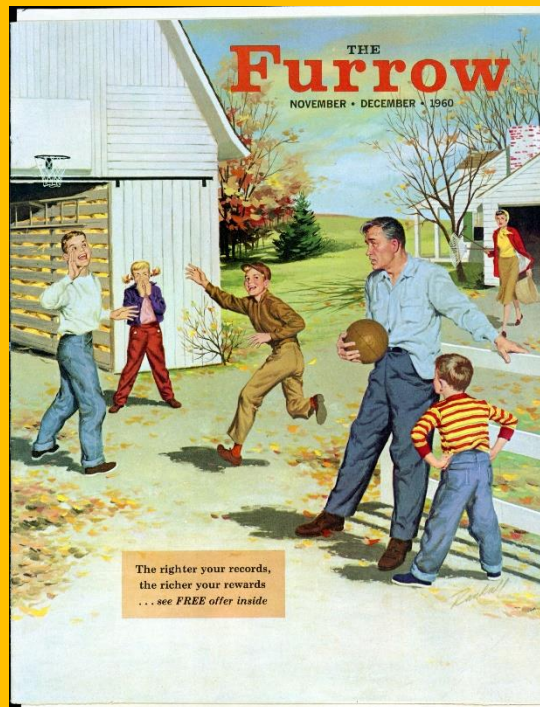


# CASE

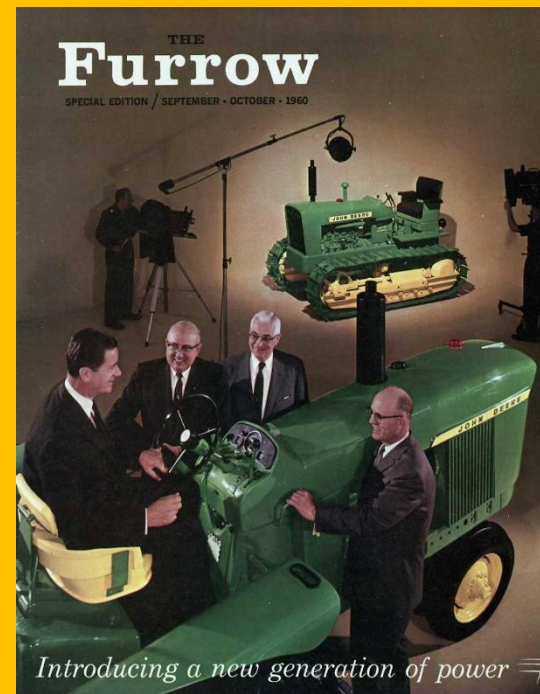
## 1897



1897



1960



1960



2019



## John Deere

Buscando se tornar uma referência em recursos para a agricultura, a empresa lançou em **1885** a revista **The Furrow**.

O principal objetivo da publicação era de oferecer **informação relevante ao agricultor**. A ideia era inspirá-lo a tornar o seu negócio mais lucrativo e próspero.

A relação de confiança estabelecida entre a empresa e o público foi tanto que a revista se tornou um sucesso de vendas:

Em **1912**, mais de **4 milhões de leitores** já eram fiéis à marca.

A The Furrow **ainda existe**, e atualmente suas edições são veiculadas em **40 países** e em **12 idiomas diferentes**.

# *The Furrow*

## CONTEÚDO ESTENDIDO:

### Site da The Furrow da John Deere

<https://www.deere.com/en/publications/the-furrow/>



# CASE

1900



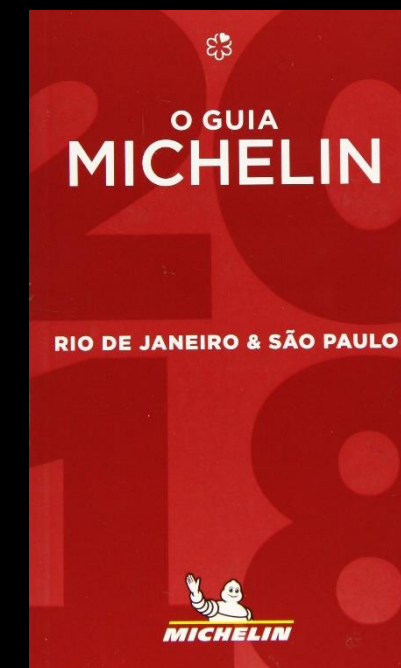
**CONTEÚDO ESTENDIDO:**  
**Site em Português do Guia Michelin**  
[https://guide.michelin.com/br/pt\\_BR](https://guide.michelin.com/br/pt_BR)

- **MICHELIN** fundada em Clermont-Ferrand, **1889**.

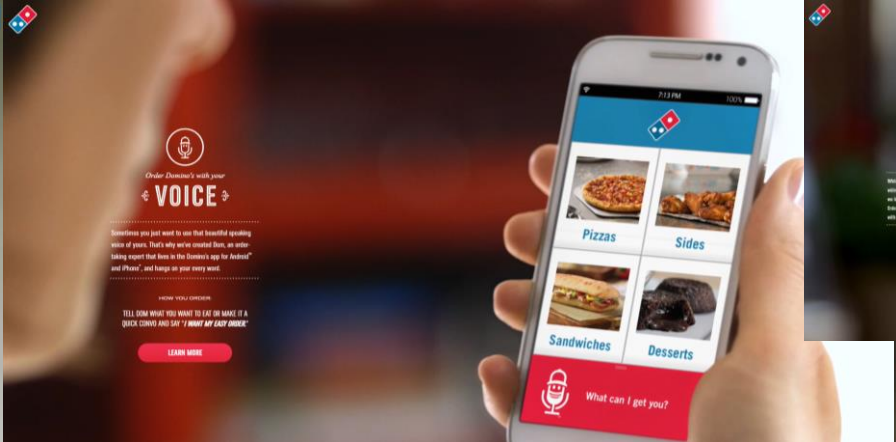
**1900, Guia Michelin – Gratuito.**

Para ajudar os motoristas a realizar suas viagens – aumentando, assim, as vendas de carros e, por sua vez, as compras de pneus –, os irmãos Michelin produziram um pequeno guia com informações úteis para os viajantes, como mapas, como trocar um pneu, onde encher o tanque de gasolina, e maravilhosamente – para o viajante em busca de descanso, das aventuras do dia – uma lista de lugares para comer ou passar a noite.

**1920, Novo Guia – F 7,00.**



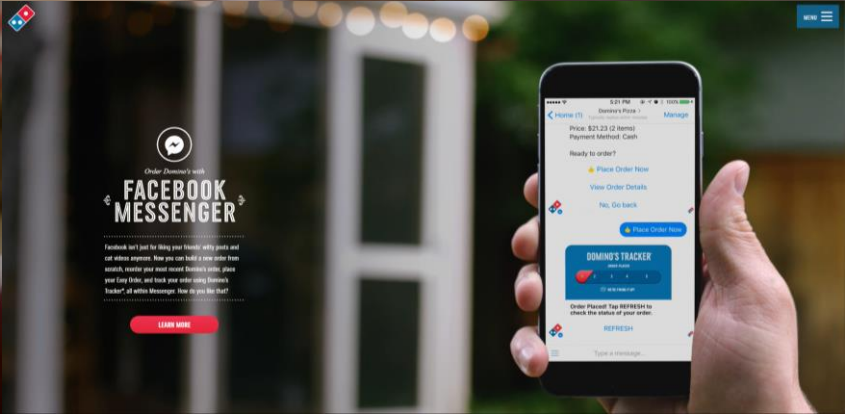
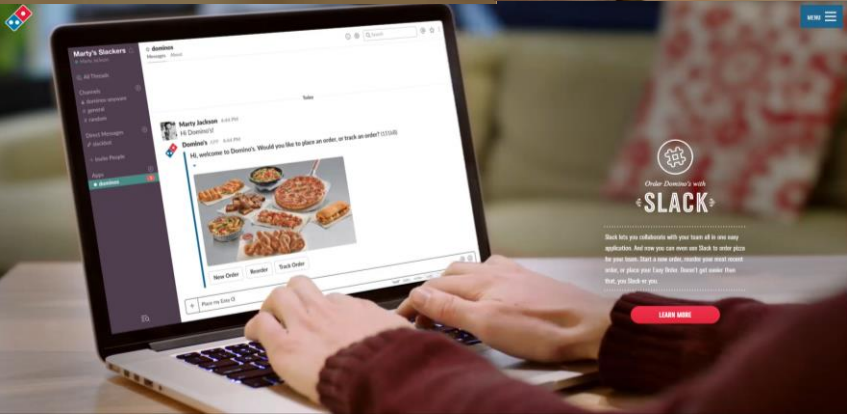




# CASE



**CONTEÚDO ESTENDIDO:**  
**DOMINO'S ANYWARE**  
<https://anyware.dominos.com>





**MARCAS ÍNTIMAS**  
**QUE TÊM UM FORTE**  
**VÍNCULO EMOCIONAL**  
**COM SEUS CONSUMIDORES**  
**TENDEM A SUPERAR MAIS**  
**FACILMENTE SUA**  
**CONCORRÊNCIA.**







- **Intensão de Recompra**
- **Disposição pra Recomendação**





**RESOLVA MEUS  
PROBLEMAS  
E EU LHE  
SEREI  
FIEL.**





# TECNOLOGIA NÃO É TUDO. EXPERIÊNCIA É FUNDAMENTAL!

- A **tecnologia não é a solução final**. Mas funciona como uma **IMPORTANTE FACILITADORA**.
- **73% dos consumidores** do mundo apontam a **experiência de consumo** como um fator importante em suas **decisões de compras**.
  - No **Brasil**, este número alcançou **89%**.
- **48% dos clientes** brasileiros [**43%** no mundo] **aceitam pagar mais** para ter **maior conveniência**.
- **36% dos clientes** brasileiros [**42%** no mundo] **pagariam mais** por um **atendimento amigável** e acolhedor.





# A EXPERIÊNCIA É O MELHOR VENDEDOR.

SE A EXPERIÊNCIA FOR AGRADÁVEL,  
DIVERTIDA E/OU PRAZEROSA O  
CONSUMIDOR VAI PREFERIR  
VIVENCIÁ-LA MAIS DE UMA VEZ.



NEW YORK | AMSTERDAM | MILÃO







# TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

É O **PROCESSO** EM QUE AS EMPRESAS USAM A **TECNOLOGIA** PARA **ALAVANCAR** O **DESEMPENHO**, **AMPLIAR** O **ALCANCE**, **ELEVAR** A **EFICIÊNCIA** E **OBTER** MELHORES **RESULTADOS**.

ENVOLVE, ESSENCIALMENTE, UMA **MUDANÇA** PARA UMA **CULTURA DIGITAL**, TENDO A **TECNOLOGIA** COMO PRINCIPAL ALIADA.



# 3 CANAIS PARA SINTONIZAR



**PESSOAS**

**PROCESSOS**

**TECNOLOGIA**





**A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL  
JÁ ESTÁ ACONTECENDO.**

**VOCÊ JÁ PERCEBEU?**



**O SOFTWARE SE  
ADAPTOU AO  
HARDWARE.**





# O HARDWARE SE ADAPTOU AO SOFTWARE.







**OS DISPOSITIVOS  
SE ADAPTARAM  
ÀS PESSOAS.**

**"AGORA TEMOS  
HARDWARE COM  
MOLHO DE SOFTWARE"**

**Luli Radfahrer**





**AGORA FALTA  
AS PESSOAS SE  
ADAPTAREM ÀS  
NOVAS  
TECNOLOGIAS.**

**IT'S TIME!**



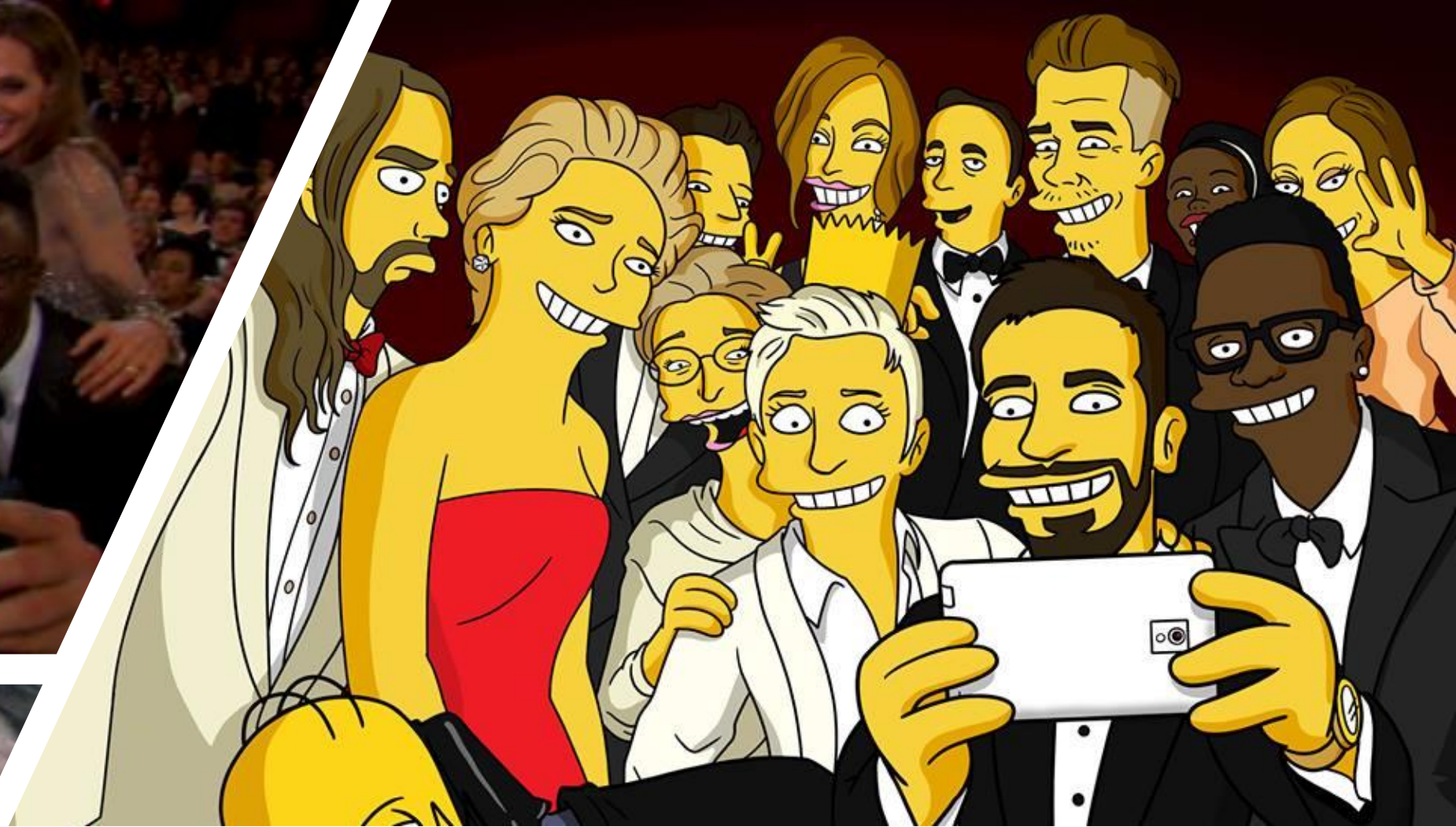


2005



2013





2014





2016





## CONTEÚDO ESTENDIDO:

Perfil da Sofia Cheung no Instagram: <https://www.instagram.com/hike.sofi/>



# METAVERSO



## CONTEÚDO ESTENDIDO: RAYBAN+FACEBOOK

<https://www.cnnbrasil.com.br/business/facebook-e-ray-ban-fazem-oculos-inteligentes-que-realmente-parecem-oculos/>



## CONTEÚDO ESTENDIDO: METAVERSO PODE SER A NOVA INTERNET

<https://mittechreview.com.br/metaverso-pode-ser-nova-internet-e-vira-prioridade-das-big-techs/>





# 10 TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS ESTRATÉGICAS

GARTNER 2023

**ALEXANDRECONTE.COM**



## CATEGORIA 1: OTIMIZAÇÃO

- 1 – Sistema Imunológico Digital
- 2 – Observabilidade Aplicada
- 3 – AI TRiSM: Gerenciamento de Confiança, Risco e Segurança de IA.

## CATEGORIA 2: ESCALA

- 4 – Modelo de Plataformas em Nuvem
- 5 – Engenharia de Plataforma
- 6 – Valorização das comunicações sem fio

## CATEGORIA 3: PIONEIRISMO

- 7 – SuperApps
- 8 – IAs Adaptativas
- 9 – Metaverso
- 10 – Tecnologias Sustentáveis

Fonte: GARTNER 2023

# 10 TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS ESTRATÉGICAS

**CONTEÚDO ESTENDIDO:  
ARTIGO DA NEWSLETTER DO LINKEDIN**

<https://www.linkedin.com/pulse/10-tend%C3%A2ncias-tecnol%C3%B3gicas-estrat%C3%A9gicas-para-o-seu-conte-da-nova>



## CATEGORIA 1: OTIMIZAÇÃO

### 1 – Sistema Imunológico Digital

Segundo estudos do **Gartner**, as organizações que investirão em sua **Imunidade Digital até 2025, aumentarão a satisfação de seus clientes** por diminuir o tempo de inatividade em **80%**.

## CATEGORIA 2: ESCALA

### 4 – Modelo de Plataformas em Nuvem

O Gartner afirma que **até 2027, mais de 50%** das empresas usarão **plataformas de nuvem** para acelerar suas iniciativas de negócios.

## CATEGORIA 3: PIONEIRISMO

### 8 – IAs Adaptativas

As empresas que adotarem **práticas de engenharia de IA** para construir e gerenciar sistemas de **IA adaptativos superarão seus pares e concorrentes** na aplicação de modelos de IA **em pelo menos 25% até 2026**.

### 10 – Tecnologias Sustentáveis

O Gartner preconiza que **até 2025, 50% dos CIOs** terão **métricas** de desempenho de **TI vinculadas à sustentabilidade** da organização.

Fonte: GARTNER 2023

# 10 TENDÊNCIAS TECNOLÓGICAS ESTRATÉGICAS

**CONTEÚDO ESTENDIDO:  
ARTIGO DA NEWSLETTER DO LINKEDIN**

<https://www.linkedin.com/pulse/10-tend%C3%A2ncias-tecnol%C3%B3gicas-estrat%C3%A9gicas-para-o-seu-conte-da-nova>



A close-up, profile view of a futuristic robot head. The robot has a metallic, silver-colored face with a large, circular, multi-layered ear on the right side. Its mouth is slightly open, revealing internal mechanical components. A black, spherical microphone is positioned in the lower-left foreground, pointing towards the robot's mouth. The background is blurred, showing a crowd of people in a public setting.

# CONVERSANDO COM CHATGPT: A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E SEU IMPACTO NA SOCIEDADE

**CONTEÚDO ESTENDIDO:  
ARTIGO DA NEWSLETTER DO LINKEDIN**

<https://www.linkedin.com/pulse/conversando-com-chatgpt-intelig%C3%A2ncia-artificial-e-seu-conte-da-nova>





# **INOVAÇÃO**

## **COMO ESTRATÉGIA COMPETITIVA E CRIAÇÃO DE QUALIDADE**



**"CABE AO MAIS FORTE  
A CORAGEM DE  
ATACAR A SI PRÓPRIO."**

**OU SEJA:**

**TORNE VOCÊ,  
O SEU PRODUTO  
OBSOLETO, ANTES QUE  
ALGUÉM O FAÇA.**

**SUN  
TZU** 知

**A ARTE DA  
GUERRA**

OS TREZE CAPÍTULOS ORIGINAIS





# ESTRATÉGIA DE DIFERENCIAÇÃO X ESTRATÉGIA DE PARIDADE





# OS 4 Ps

# DA INOVAÇÃO

A INOVAÇÃO PODE SER DIVIDIDA EM  
4 GRANDES CATEGORIAS ABRANGENTES:

- **PRODUTO:**

É a mudança em produtos e serviços que uma empresa pode oferecer;

- **PROCESSO:**

É a mudança na maneira como as tarefas, os produtos e serviços são criados e entregues;

- **POSICIONAMENTO [MARKETING]:**

É a mudança no contexto em que produtos e/ou serviços são colocados no mercado;

- **PARADIGMA [ORGANIZACIONAL]:**

É a mudança nos modelos mentais subjacentes, orientando o que a empresa faz e oferece ao mercado.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K.  
Gestão da inovação. Editora Bookman, 2008. 600 p.





# **AMBIDESTRIA DA GESTÃO**

**A VIDA É FEITA DE ESCOLHAS**





# INOVAÇÃO

## INOVAÇÃO INCREMENTAL

Consiste em uma série de pequenas melhorias ou atualizações feitas nos produtos, serviços, processos ou métodos existentes. São inovações sustentáveis que ajudam as empresas a permanecerem no jogo, mas não geram um grande impacto, necessariamente.

**Abordagem evolutiva:**  
**LIDERANÇA DE MERCADO**

## INOVAÇÃO DISRUPTIVA

Trata-se de um processo em que uma tecnologia, produto ou serviço é transformado ou substituído por uma solução inovadora superior. Para os clientes, isso significa ser mais acessível, simples ou conveniente. O impacto dessa inovação é tão grande que acaba gerando uma mudança no comportamento de consumo do público em geral. O resultado é que a solução anterior se torna obsoleta e pode até desaparecer.

## INOVAÇÃO RADICAL

É um processo complexo, e não um evento discreto. Normalmente propõe uma abordagem diferente para o crescimento de um negócio. Em vez da empresa lutar por uma fatia de mercado, ela explora novos mercados. Isso exige um investimento significativo de tempo e recursos.

**Abordagem evolutiva:**  
**EXPLORAÇÃO DE NOVOS MERCADOS**

**Abordagem evolutiva:**  
**CRIAR NOVOS MERCADOS E**  
**COMPORTAMENTOS**



**A INOVAÇÃO É O QUE PERMITE QUE  
PROFISSIONAIS, EMPRESAS E NEGÓCIOS  
SE MANTENHAM COMPETITIVOS  
AO LONGO DO TEMPO.**





# xerox

Poderia ter sido a maior empresa da história.



Em **1970**, foi inaugurado o lendário **Xerox Palo Alto Research Center**, ou **Xerox PARC** no Vale do Sílício. Esse centro de pesquisa foi um dos **mais importantes da história** da tecnologia

Teria sido a **Cultura Google** de inovação e criatividade (conceito cool), criada pela **Xerox**?



xerox



# O Xerox Alto

O **Xerox Alto** em **1973** tinha conceitos revolucionários como **interface gráfica, armazenamento local, conexão em rede, impressora e mouse**. A direção da empresa **não entendeu o poder do Alto**, e decidiu manter o foco em **impressão**.



# A visita do Steve Jobs

Em **1979**, **Steve Jobs** e sua equipe fazem uma visita paga ao **Xerox PARC** (paga por um acordo de compra de ações da Apple). A **Apple contratou** vários funcionários da Xerox que estavam **desiludidos** com o **fracasso** em implantar produtos no **PARC**.



# xerox

**Xerox Alto (1973)**



**Macintosh (1984)**

“Primeiro Computador Pessoal”





# xerox



**Xerox é comprada pela japonesa Fujifilm por US\$ 6,1 bilhões**

Em **Fev/2018** a Xerox é comprada pela Fujifilm por **US\$ 6,1 bilhões** e passa a se chamar **Fuji Xerox**.

**CONTEÚDO ESTENDIDO:**

<https://tecnoblog.net/233545/fujifilm-fuji-xerox/>

# VS



**Rumo ao novo trilhão: Apple atinge valor de US\$ 2,59 tri com novo recorde nas ações**

08 de setembro de 2021 18

Apple já vale **US\$ 2,59 tri** em **Set/2021**.  
O valor de mercado da Apple poderia comprar mais de **424 Xerox**

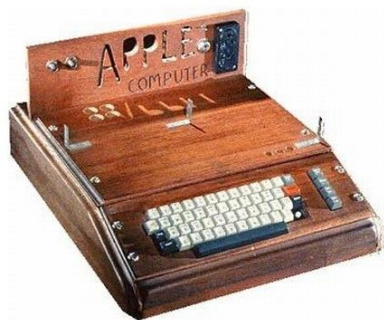
**CONTEÚDO ESTENDIDO:**

<https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n176827/apple-atinge-valor-de-mercado-de-us-24-trilhoes.html>





**A INOVAÇÃO PERMITE DIFERENCIAÇÃO E QUALIDADE SUSTENTÁVEL**





# FATORES QUE PROMOVEM A INOVAÇÃO



**INSPIRAÇÃO**



**VISÃO**



**ANÁLISE**



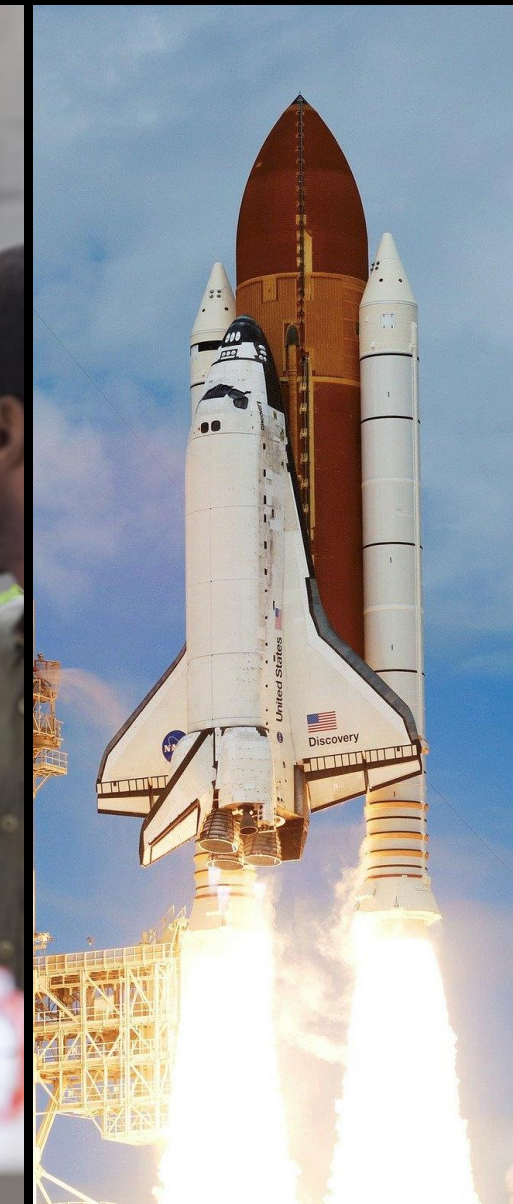
**CRIATIVIDADE**



**DESENVOL  
VIMENTO**



**TRABALHO  
EM EQUIPE**



**SUCESSO**





**TAO**  
**MAGNA**  
**INNOVARE**  
**EST?**





# KODAK *Vs* AMAZON

**CASE**



**Uber**



**CASE**

**MAERSK LINE**

+

**IMPRESSÃO 3D**







**INOVAÇÃO**



**CASE**

**DISRUPTIVA**





NESPRESSO®

**INOVAÇÃO**

**CASE**

**RADICAL**



# INOVAÇÃO INCREMENTAL

**CASE**





**VALORIZE  
A OPINIÃO  
E AS IDEIAS  
DE TODOS**

**ACREDITE  
NA PREMISSA DA  
HONESTIDADE  
E NA VONTADE  
DE ACERTAR.**

**ABOBINE A  
OMISSÃO!**

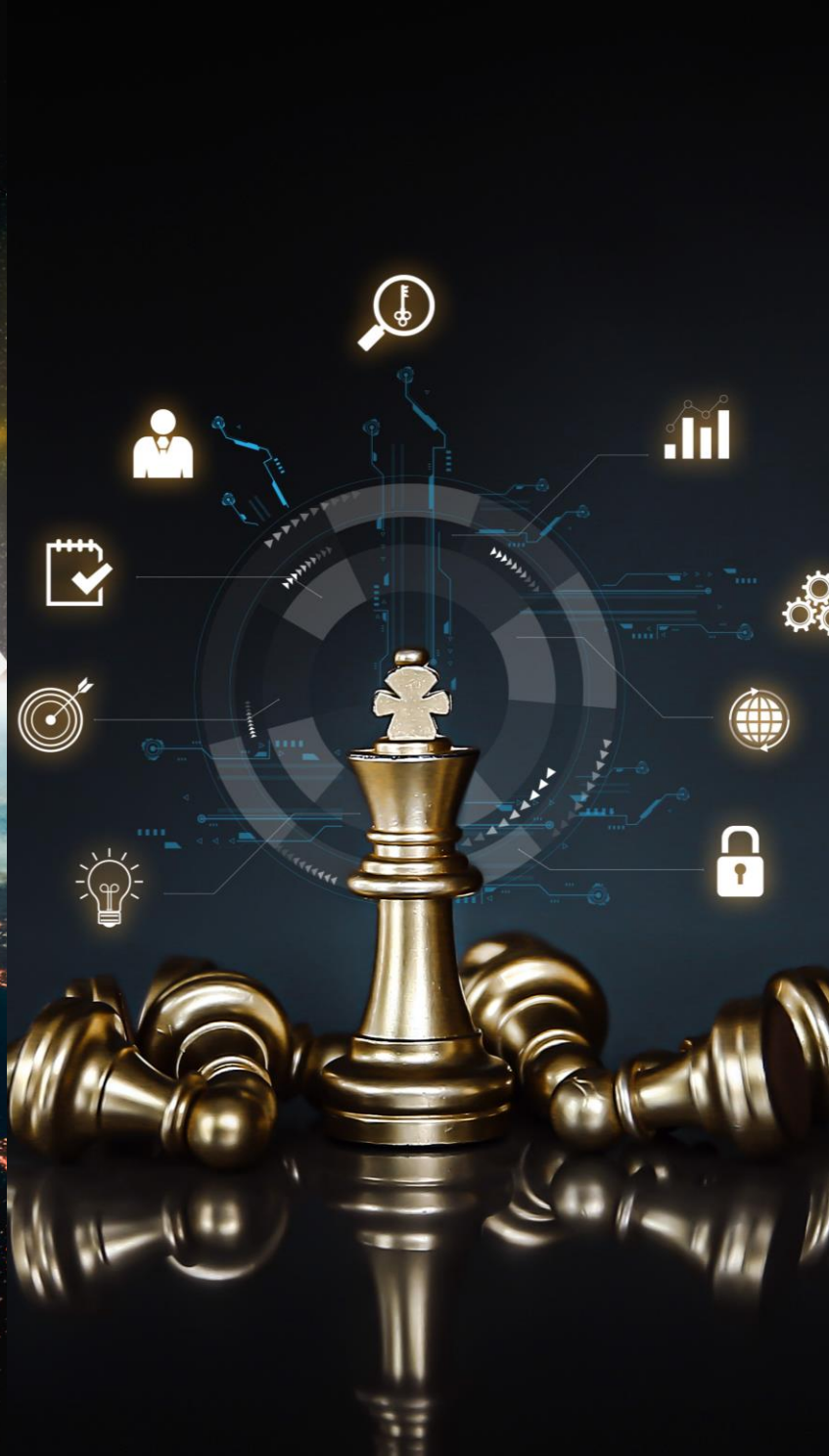


**LEMBRAM  
DA CULTURA  
QUE EU FALEI?**





**OLHAR PARA FORA:**  
**ORIENTAÇÃO A MERCADO**



**INSTRUMENTAR A**  
**ESTRATÉGIA**



**GERIR A**  
**CULTURA**



**ENGAJAR AS PESSOAS**  
**E**  
**INSPIRAR REALIZAÇÕES**





**"INNOVATION IS THE  
TRANSFORMATION  
OF KNOWLEDGE  
INTO MONEY!"**


**GEOFF NICHOLSON**

**Escritor Britânico**



The NASA logo is located in the top right corner of the image. It consists of the word "NASA" in a bold, sans-serif font, with a stylized "meatball" emblem to its right. The emblem features a globe with a swoosh above it, all enclosed within a circular border.

NASA

The background of the image is a photograph of the Space Shuttle Columbia during its ascent. The shuttle is positioned vertically, with its external tank and solid rocket boosters clearly visible. A large, billowing cloud of white smoke and steam surrounds the base of the shuttle, indicating the point of liftoff. The sky is a deep blue with scattered white clouds. In the foreground, the flat, green landscape of the launch complex is visible.

**"DIFICULDADES PREPARAM  
PESSOAS COMUNS  
PARA DESTINOS  
EXTRAORDINÁRIOS."**

**C.S. LEWIS**



**COMPRE AGORA!**  
[loja.themasters.com.br](http://loja.themasters.com.br)







# PROGRAMA TRAIN<sup>✓</sup>EE ECONET



[econeteditora.pandape.infojobs.com.br](http://econeteditora.pandape.infojobs.com.br)



# ALEXANDRECONTE.COM

## NPS: 88

  
**CONTECAST**  
SEU CONTEÚDO Nº1 DE MARKETING E GESTÃO NA WEB

 **ECONET**



**ASSINE**  
**A NEWSLETTER**

 **THE MASTERS**

 **Red Bull**

**HOTMILK**  
ACADEMY  
**PUCPR**

  
ACADEMIA  
EMPRESARIAL  
**APRAS**

  
**CENTRO**  
**EUROPEU**  
PROFISSÕES  
IDIOMAS

**Kotler**  
impact latam  
BRASIL

**ADMBPR**  
ASSOCIAÇÃO DOS DIRIGENTES DE  
VENDAS E MARKETING DO BRASIL

 **ISAE**  
Escola de Negócios

**abpod**



@AlexandreConte



@AlexandreConte



/ConteMKT



/AlexandreConteMKT

 **HESIC**  
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  
FACULDADE INTERNACIONAL  


 **PUCPR**  
GRUPO MARISTA

 Universidade  
**POSITIVO**

 **UNIBRASIL**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO

**FAE**