

Revista

050
R454
N-401-ano-37-2000

ACIM



Dezembro/2000
Nº 401
Ano 37

Associação Comercial e Industrial de Maringá

Em 2000 a corrida
pelo sucesso
fez muitos
vencedores



mais empregos e desenvolvimento
ligando Maringá a uma vida melhor

ACIM

Clas. 050

R454

Reg. 0373

Data 26-04-05

Proced.

NF

R\$

Data



2004

O futuro chegou
e com ele os nossos
desejos de paz e
prosperidade.

 **CESUMAR**
CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DE MARINGÁ

Colégio
 **OBJETIVO**



Quando o ano novo chegar...

2001 se anuncia como um ano promissor. Pode parecer otimismo em demasia, principalmente se forem colocadas na balança as notícias que esquentaram as manchetes dos jornais locais nos últimos meses do ano. Corrupção, desvios, tragédia. Não me lembro de Maringá ter passado por um período tão tumultuado assim.

Apesar de tudo continuo apostando em um ano novo próspero. Ainda que moderado, há em todo o país sinais de crescimento. Já se fala em queda nas taxas de juros e nos índices de desemprego.

O governo também vem apresentando bons resultados em suas finanças e fechando brechas de ganância, com controle sobre os Estados e municípios e com a entrada em vigor da Lei de Responsabilidade Fiscal.

São indícios de que começa um período de expansão e geração de riquezas. Parece que finalmente poderemos respirar aliados.

Não só as previsões econômicas, mas a expectativa de mudança de governo, também é capaz de renovar a esperança dos maringaenses. Ao que tudo indica vamos entrar no novo milênio com o pé direito e a promessa de maior transparência e participação nas decisões políticas.

Ainda há tempo para uma avaliação do ano que chega ao fim. Foi meu primeiro ano como diretor da ACIM e devo dizer que gostei da experiência. Entre as responsabilidades da pasta, está a Revista ACIM que neste ano ganhou "roupa nova", ficou mais moderna e bonita. E não sou o único a dizer isso. Tenho recebido muitos elogios de empresários e amigos. Aproveito e reparto-os com a equipe de redação.

Neste número conversamos com alguns empresários que, de alguma for-



Nivaldo Reginato: otimismo e planos para o próximo ano

ma, se destacaram nos seus empreendimentos. Quisemos fazer deles, exemplos de otimismo, afinal enquanto muitos comerciantes se fecharam, reclamando da crise, eles arregaçaram as mangas em busca do sucesso. Que façam escola e sirvam de incentivo. E que, no próximo ano, tenham outros nomes engrossando a lista.

Destaque também para a GVT, empresa de telefonia recém-instalada na cidade e que chega prometendo aquecer a economia local. A conferir.

Quero ainda falar um pouco de planos. A exemplo de outros anos, a Revista ACIM não circula em janeiro e fevereiro. É um tempo de

recesso para que a equipe possa reprogramar a publicação: Devemos ter novidades nas edições futuras, sempre com assuntos de interesse da comunidade em geral, e dos empresários em particular. Espero contar com a colaboração de todos. Afinal, como bem disse o diretor da ACIM, Ariovaldo Costa Paulo, numa das matérias desta edição da Revista: "Uma andorinha só não faz verão".

Por enquanto é só. Até a volta e Feliz Ano Novo a todos!

NIVALDO REGINATO

Diretor de Comunicação
e Marketing da ACIM

ACIM

Rua Néo Alves Martins, 2321 - Fone (44) 221-5050
Fax (44) 221-5007 - Cx. Postal 1033 - Maringá - Paraná
Home-page: www.acim.com.br e-mail: acim@acim.com.br

Presidente: Jefferson Nogaroli
1º Vice-Presidente: Antônio Fermenton
2º Vice-Presidente: Adilson Emir Santos

DIRETORIA

Assuntos Comunitários: Luiz Roberto Marquezini
Assuntos Sócioeconômicos: Carlos A. Corrêa
Agronegócios: Luiz Lourenço
Comércio Exterior: Luis Fernando Ferraz
Comunicação e Marketing: Nivaldo Reginato
Desenvolvimento de Bairros: Paulo R. Silva Bassi
Eventos e Promoções: Eduardo Daibert Araújo
Finanças e Patrimônio: Carlos A. Tavares Cardoso
Indústria: Carlos Walter M. Pedro
Prestação de Serviços: José Carlos Valêncio
Relações Públicas: Carlos Alberto Würmeister
Serviços e Inovações Tecnológicas: Ariovaldo C. Paulo
Sicredi: Luiz Ajita

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Hélio Costa Curta
Secretário: Paulo Moraes Badan
Membros: Ali Saadeddine Wardani,
Antonio Donizete Busíquia, Cícero Bianchi,
Claudio Haruo Mukai, Claudomiro Siroti,
Cleide Tono Freitas Noronha,
Gilson Odair Barbiero, Luiz Carlos Masson,
Jorge Toyofuku, José Gomes Ferreira, José Rubens Abrão,
Reginaldo Nunes Ferreira, Sabas Martins Fernandes,
Sebastião Carlos Abrão.

GALERIA DE PRESIDENTES

Américo Marques Dias; Murilo Macedo; Alfredo Maluf;
Odwaldo Bueno Neto; Ermelindo Bolfer;
Manuel Mário de Araújo Pismel; Ivo Vitor Asmann;
Emílio Germani; João de Faria Pioli; Rodolfo Purpur;
Joaquim Dutra; Ubirajara de Araújo Pismel;
Luiz Júlio Bertin; Alvaro Miranda Fernandes;
Sidney Meneguetti; Atair Niero;
Raymundo do Prado Vermelho; Alcides Siqueira Gomes;
Carlos Mamoru Ajita; Fernando Henriques;
Massao Tsukada; Pedro Granado Martines; Hélio Costa Curta.

COPEJEM

CONSELHO PERMANENTE DO JOVEM EMPRESÁRIO
Presidente: Wilson de Matos Silva Filho
Vice-Presidente: Sandro Bertoni

DIRETORIA

Assuntos Universários: Enicéia Silva
Comércio: Marcos César Gameiro Obici
Comércio Exterior: Paulo Roberto Viscardi
Eventos Comunitários: Wesley Dejuli
Eventos Sócioeconômicos: Walcir Franzoni
Finanças: Rogério Yabiku
Indústria: Claudio L. Zavattini
Inovações Tecnológicas: Ademir Kimura
Prestação de Serviços: Rejane Capristo de Oliveira
Relações Públicas: Luiz Eduardo Borin Gonçalves

CONSELHO DA MULHER EMPRESÁRIA E EXECUTIVA

Presidente: Roni Enara
1º Vice-Presidente: Sílvia Cristina Franchini Rezende
2º Vice-Presidente: Maria Lúcia Fernandes
1ª Secretária: Nilva Cardoso El Ghoz
2ª Secretária: Fátima Macedo
1ª Tesoureira: Clarice R. L. Franchini
2ª Tesoureira: Márcia Milatti
Assuntos Comunitários: Sandra Mara de Carlo Ceranto
Diretora Adjunta: Leonita Aparecida Prestes Tarosso
Eventos: Wilma Maria Romero Beloto e Eunice Paiva
Relações Públicas: Maria Alice Pinatti e Fátima Iwata

Superintendente da ACIM: Dirceu Herrero
Gerente Administrativo: César Augusto Galli
Gerente de Negócios e Expansão: Koiti Celso Kikuchi

NESTA EDIÇÃO

- **ENTREVISTA**
Ariovaldo Costa Paulo fala da sua trajetória empresarial na entrevista do mês

PÁG. 6

- **CAPA**
Empresas que foram destaque no ano 2000

PÁG. 10



- **NEGÓCIOS**
GVT se instala em Maringá e promete trazer novo fôlego à economia local

PÁG. 26

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO NORTE DO PARANÁ
ANO XXXVII - Nº 401 - Dezembro/2000

Publicação Mensal da Associação Comercial e Industrial de Maringá - ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL
Nivaldo Reginato

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Tereza Parizotto - MT - 15.118 - SP

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO
Sérgio Guilherme
João Claudio Fragosso

- **SAÚDE**
Tai-chi-chuan: a ginástica que ajuda a combater o estresse

PÁG. 16

- **MULHER EMPRESÁRIA**
Elas contam como é difícil negociar com homens

PÁG. 22

DEPARTAMENTO COMERCIAL
Mário Sérgio Verri

CONSELHO EDITORIAL
Nivaldo Reginato, Luiz Carlos Masson,
Paulo Moraes Badan, Roni Enara,
Wilson de Matos Silva Filho, Dirceu Herrero Gomes,
Tereza Parizotto e Sérgio Guilherme

PROJETO GRÁFICO
Kiko Medeiros

EDITORIAÇÃO
Andréa Tragueta

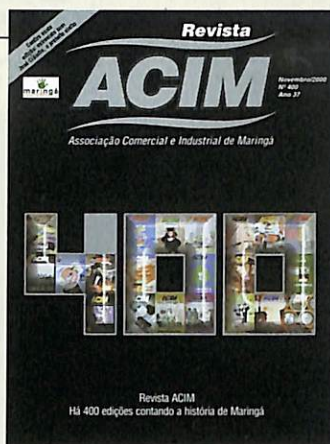
CAPA
Criação: Publik

FOTOLITOS
Bureau Maringá

IMPRESSÃO
Gráfica Regente

ESCREVA-NOS
Rua Néo Alves Martins, 2321
Fone 44 221-5064 - Fax 44 221-5007
Caixa Postal 1033 - Maringá - Paraná
e-mail: imprensa@acim.com.br

CARTAS DO LEITOR



REVISTA ACIM

Interessante conhecer a história da Revista ACIM. A propósito, não sabia que ela era “quase uma quarentona”. Parabéns a todos que fizeram ou fazem a história desse importante veículo de comunicação da cidade.

Cândido Artur de Souza,
Estudante de jornalismo

JARDINEIRO

Não me canso de ouvir os “causos” do Sr. Anníbal Bianchini. A lucidez e a sensibilidade desse grande homem sempre me emocionam. Gostei de vê-lo nas páginas da Revista ACIM.



Dolores Peres
empresária

CODEM

Concordo com o presidente do ACIM, Jefferson Nogaroli, quando ele diz, na seção Palavra do Presidente, que o Codem foi o grande vencedor dessas eleições.

Plínio de Souza,
Vendedor autônomo

SOLIDARIEDADE

Realmente a solidariedade não pode surgir apenas junto com o Natal. Parabéns aos empresários que, como mostrou a matéria “O espírito natalino em qualquer época do ano” (edição 400), praticam o amor ao próximo durante os 365 dias do ano.

Fernando Couto de Andrade,
Empresário

As cartas para esta seção devem ser enviadas para:

Rua Néo Alves Martins,
2321
CEP 87013-060
Maringá - PR
Se preferir mande

um e-mail para:
imprensa@acim.com.br

Agora em Maringá!!!
*O melhor e mais completo
salão de eventos do Paraná*

**Escolha o buffet de
sua preferência e visite-nos!**

**Ambientes requintados e
infra-estrutura com arquitetura
moderna de 1º mundo**



O MOINHO VERMELHO OFERECE AINDA:

- Sistema central de ar-condicionado
- Sala de reuniões
- Ampla cozinha, bar e churrasqueira
- Mesas e cadeiras
- Estacionamento amplo
- Espaço para até 1.200 pessoas

Av. Colombo, 8700 - Fone (44) 262-5000 - Maringá - Paraná

“Uma andorinha só não faz verão”

Natural de Terra Boa, na região de Campo Mourão, onde nasceu há 38 anos, o empresário Ariovaldo Costa Paulo é um daqueles homens que podemos chamar de “bom papo” e “boa cabeça”. Trabalhando desde cedo auxiliando o pai, o Sr. Cláudio, Ariovaldo casou-se aos 16 anos com Lucinei Mologne e tratou logo de firmar o seu espaço em Maringá.

Contando apenas com o entusiasmo e a união da família, em 1980 iniciou a carreira como distribuidor de frios para bares, lanchonetes e residências. Sua carreira empresarial hoje está solidificada e é destaque em todo o Paraná.

Sempre ao lado da família, pai, mulher e dos filhos, André e Suelem, Ariovaldo transformou a Arilu Distribuidora numa empresa de renome, que administra as marcas Meleus e Frigão, e que foi a primeira do Brasil a comercializar o “cheddar” (queijo utilizado nas lojas do Mc Donald’s) embalado a granel. Em 1997 foi eleito o Comerciante do Ano pela ACIM e pelo Sivamar. Foi diretor para Assuntos do Comércio da ACIM em 1998/99 e agora responde pela diretoria de Serviços e Inovações Tecnológicas. Também foi o fundador e é o atual diretor do Conselho do Comércio e Serviços da ACIM, que reúne mais de 60 comerciantes.

Nesta entrevista para a Revista ACIM, Ariovaldo Costa Paulo conta um pouco de sua história, acreditando sempre na parceria e valorização do ser humano, e revela um grande otimismo para o novo século. Confira!

ACIM - A Arilu Distribuidora está comemorando 20 anos de atividades em Maringá. Como foi chegar até aqui?

ARIOVALDO - Me sinto realizado. Depois de vários planos econômicos e várias dificuldades nós conseguimos passar por todas essas barreiras. O que eu mais admiro na Arilu, hoje, é a quantidade de pessoas que depende dela, o que já chega a quase 200.

ACIM - É verdade que tudo começou com uma Kombi 1968, que era o meio de transportes e



a sede da empresa?

ARIOVALDO - É isso mesmo. Ela era meu carro de passeio e meio de transporte da empresa.

ACIM - Tem alguma história curiosa dessa época?

ARIOVALDO - Lembro de um dia que estava geando eu fui em uma determinada cidade para fazer uma entrega. Como eu cheguei muito tarde e sem dinheiro tive que dormir dentro da Kombi, debaixo de uma geada violenta. Aquela noite foi inesquecível.

ACIM - Você descobriu um nicho de mercado que era a distribuição de produtos para os bares, restaurantes, lanchonetes e mercearias da periferia, que nunca eram atendidos pelos grandes atacadistas. Como foi isso?

ARIOVALDO - O atacado trabalhava apenas com os grandes clientes e sobravam os pequenos. Vendo a necessidade desses pequenos comerciantes, eu ia até os grandes atacadistas, comprava suas mercadorias e repassava para esses clientes. Isso foi aumentando até eu chegar a ter crédito e passar a comprar direto da indústria. Foi pela necessidade dos clientes e conversando com eles que nós conseguimos chegar até aqui. Felizmente, na época, nin-

guém teve a mesma idéia.

ACIM - Qual o segredo de vender de porta em porta o que todo mundo pode comprar numa gôndola de supermercado?

ARIOVALDO - Naquela época existia a inflação, então nós conseguíamos ganhar clientes com a prestação de serviço. Este é o segredo que dura até hoje.

ACIM - Como foi passar de vendedor para gerente e diretor de uma grande empresa, tendo sob sua responsabilidade uma centena de vendedores?

ARIOVALDO - Vendedor a gente nunca deixa de ser. É uma grande mudança, pois todas as estratégias implicam na vida de centenas de pessoas. Hoje, na Arilu, todas as decisões são expostas aos funcionários e as escolhas são feitas de comum acordo.

ACIM - A que se deve a expansão de sua empresa e o surgimento dos Alimentos Meleus e do Frigão?

ARIOVALDO - Durante esses 20 anos, a Arilu fez parceria com muitas marcas e com muitas indústrias, só que não teve a reciprocidade delas. Nós comprávamos a idéia, abraçávamos a

causa e quando mudava a diretoria da indústria, rompia-se o contrato e o sistema de entrega. Um exemplo, a Marba (marca de mortadela) foi a Arilu que colocou no mercado local. Ela custava três vezes mais do que a marca líder da época e nós conseguimos deixá-la em primeiro. Nós não rompemos com ela, mas imaginamos que se tivéssemos uma marca que estivesse sendo trabalhada durante esses 20 anos com certeza ela estaria consolidada. Foi daí que surgiu a idéia de criarmos uma "grife". Não queremos ter indústria, muito pelo contrário, queremos administrar a qualidade. O dinheiro que se investe na indústria é transferido para o marketing e no atendimento ao consumidor.

ACIM – Por quê Meleus? (de trás para frente lê-se Sulem, nome de sua filha).

ARIOVALDO – Meleus significa harmonia. Para dar a idéia que se tem um produto que esteja em harmonia com o lar, com a dona de casa, com o meio ambiente. A idéia é "a natureza em sua mesa". E nós temos a outra marca que é a Frigão, que tem o mesmo segmento e já conquistou seu espaço. A Meleus tem 32 itens e a Frigão 17. Todos os produtos têm seu diferencial, pois não pode cair na mesmice. Qualquer item lançado apresenta algo de inovador. É o caso do "cheddar". Nós fomos os primeiros no Brasil a ter o "cheddar" em granel; antes ele só vinha em pacote pequeno. Isso foi através de uma parceria com uma empresa chamada Surrainder, que é o maior laticínio do mundo em queijo processado e o maior fornecedor do Mc Donald's.

ACIM – Quem são os clientes da Arilu e em quais Estados ela atua?

ARIOVALDO - Do bar da esquina até um Carrefour, nós atendemos qualquer tipo de cliente. É claro que cada um com seu produto, com sua taxa de preço, dentro dos critérios da empresa. Nós atendemos todo o Paraná, menos Curitiba onde iremos entrar no início do ano, e o interior de São Paulo. Também já está 80% fechado um contrato de exportação com a Argentina, Japão, França e Estados Unidos.

ACIM – É possível, hoje, uma empresa de fundo de quintal se tornar uma referência no mercado?

ARIOVALDO – Desde que eu me conheço por gente meu pai fala em cri-

se, mas todas as vezes nós estamos vendo as pessoas crescerem, despontarem no mercado. Então, há espaço, desde que a pessoa se dedique, faça um trabalho sério, visando não só o lucro mas também atender a empresa, os funcionários, pois você não consegue fazer uma empresa crescer sozinho, você depende de seus funcionários. Se a pessoa visar o lucro somente para ela, não vai conseguir ir para frente.

ACIM – Você é associado da ACIM desde que iniciou seu negócio. Qual sua opinião sobre a importância do associativismo?

ARIOVALDO – Eu acho que qualquer coisa que a comunidade fizer, tem que ser feita como no associativismo, pois "uma andorinha só não faz verão".

ACIM – Em seu trabalho como diretor da ACIM, você assumiu a coordenação do Conselho do Comércio e Serviços. Como tem sido essa experiência?

ARIOVALDO – Foi a função mais interessante que já desempenhei na ACIM. Nós fizemos um planejamento de visitar todos os associados, e nas visitas sentimos a revolta dos comerciantes. Eles diziam que não era feito nada pela ACIM. Então foi criado o Conselho do Comércio. Nós convidamos todas as pessoas descontentes para virem trabalhar com a gente. Com isso saíram pessoas fantásticas, muitos diretores hoje. Esse Conselho é uma escola de formação de líderes.

ACIM – É difícil reunir comerciantes em torno de idéias comuns?

ARIOVALDO – Sim. Há divergência de opiniões. Não é fácil chegar a um consenso. Agora quando a coisa é para o bem da comunidade, todos são unânimes em apoiar, aplaudir e tocar a coisa para diante.

ACIM – Visando a competição, você arriscaria mudar o seu negócio?

ARIOVALDO – Nós estamos constantemente mudando, modernizando. Isso devido a globalização, devido a mudança muito rápida de mercado. Nós estamos fazendo um investimento muito grande na área de informática na empresa e sabemos que daqui há dois

anos teremos que mudar de novo, pois já estará tudo ultrapassado. As marcas Meleus e Frigão são uma prova dessas mudanças. Estamos nos modernizando para o que está vindo aí pela frente. O foco continua o mesmo, o que estamos mudando é o serviço.

ACIM – Sua empresa ainda é dirigida de forma familiar?

ARIOVALDO – Ainda é, só que nós a estamos profissionalizando. Esse processo já dura dois anos, mas infelizmente ela depende muito da minha pessoa. A parte financeira já não depende mais, o que está muito ligado ainda é a área comercial, mas já esta sendo mudado. Eu ainda participo de quase todos os treinamentos dos vendedores.

ACIM – Como você avalia a chegada do novo milênio?

ARIOVALDO - O Brasil vai entrar em uma fase fantástica. A pecuária em expansão com o problema da vaca louca lá fora, juros caindo, Mercosul em ritmo acelerado, balança comercial equilibrada. Daqui para frente o país irá viver anos de ouro. Tenho uma visão otimista para o Brasil, principalmente aqui para a nossa região.

ACIM – Confia na nova administração municipal?

ARIOVALDO - O prefeito vai entrar com uma credibilidade muito grande perante a população, então ele terá que mostrar muito trabalho. Acredito que será uma excelente gestão, com pessoas novas, com sangue novo e com vontade de se fazer uma boa administração. E mais, a credibilidade que está sendo dada para o CODEM é fundamental.

ACIM – Você é um homem realizado?

ARIOVALDO - Ninguém consegue fazer uma empresa sozinho, por isso eu valorizo muito o ser humano, a equipe de trabalho. Nada conseguiria sem minha equipe de empresa. Todos têm que delegar serviços e acreditar que a pessoa fará bem. Henry Ford tem uma mensagem especial: "O meu sucesso se deve a estar cercado de pessoas competentes". A maior valorização deste século será o ser humano, ninguém conseguirá fazer nada sozinho. Sei trabalhar em equipe, por isso sou realizado. ■

POR SÉRGIO GUILHERME

CRÍTICAS

Pelo menos 150 empresários confirmaram participação no lançamento da Maringá Liquida, no SESC, no último dia 14. Só 60 compareceram. No final do evento, vários empresários discutiam se o presidente Jefferson Nogaroli havia ou não sido “duro” ao criticar os “faltosos”. Disse o presidente: “As pessoas que não participam são as primeiras a criticar. Aceitamos críticas, sim. Mas daqueles que se envolvem, daqueles que criticam com o intuito de ajudar, de construir”.

DESCONTO

A Maringá Liquida acontece de 7 a 17 de fevereiro, mas a “liquidação” já começou: empresários que adquirirem kits até 10 de janeiro pagam 20% menos do que aqueles que deixarem para a última hora.

PAOLICCHI

Parabéns aos jornalistas Paulo Pupim (O Diário) e Antônio Carlos Moretti (O Estado do Paraná), que “furaram” o bloqueio e tiveram acesso ao primeiro depoimento do ex-secretário da Fazenda da Maringá, Luís Antônio Paolicchi. Afinal, alguém provou que “furo de reportagem” não é coisa do passado.

PESSIMISMO

Alguns empresários andavam desanimados com os negócios no início de dezembro. Acabaram dando a idéia da matéria de capa desta edição da Revista ACIM. A equipe da redação considerou importante mostrar o sucesso de alguns para motivar outros.

PERDE E GANHA

Perdemos um contato de

vendas da Revista ACIM, ganhamos um amigo na Secretaria de Esportes. Parabéns Mário Verri!

APROVADA

Foi muita bem aceita pela comunidade empresarial a indicação da professora Rosa Izelli para a Secretaria de Indústria, Comércio, Turismo e Agricultura. Ponto para a ACIM e Codem. E, lógico, para o Município, pois com certeza a professora tem condições de realizar um excelente trabalho.

TROCA-TROCA

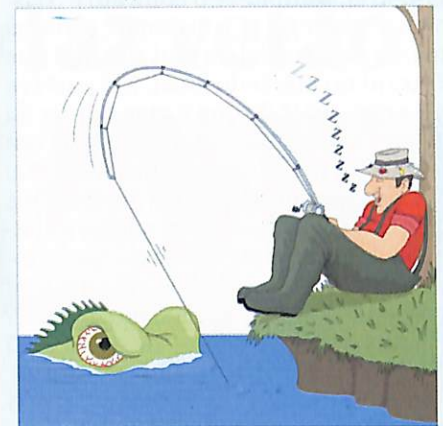
Luís Carlos Martins Branco, deixou a Apras após realizar um excelente trabalho e assumiu a gerência da Intervin. Em seu lugar está Roberto Guimarães. Roberto teve sua prova de fogo no último dia 8 de dezembro, durante Jantar de Final de Ano dos supermercadistas. O evento foi um sucesso.

CUIDADO COM AS LATAS

Este aviso veio pela Internet: os consumidores devem lavar, com água e sabão, as latas de refrigerantes, cervejas e outros alimentos antes de consumir o conteúdo. É que existe a possibilidade de que as latas estejam contaminadas com urina de rato seca, que contém substâncias tóxicas e letais, inclusive leptóspiras, causadoras da leptospirose.

**BANHEIRO PÚBLICO**

Uma pesquisa do INMETRO identificou algumas latinhas de refrigerante mais poluídas que banheiro público.

**PARA PENSAR**

Esta contribuição é do Adilson Emir Santos.

Um empresário, estava vindo do e, ao passar por uma ponte, deparou com um pescador. Não se conformou. Em plena segunda-feira, o sujeito estava na beira do rio, pescando. Parou o carro, cheio de autoridade:

- “O senhor não trabalha, não?”

Sem ao menos virar o rosto, o pescador respondeu:

- “Para quê?”

- “Ora, para ganhar dinheiro...”

- “Para quê?”

- “Para constituir família, comprar uma casa...”

- “Para quê?”

- “Para juntar dinheiro, quem sabe montar uma empresa, gerar empregos...”

- “Para quê?”

- “Para ficar rico, ter uma aposentadoria tranquila, pescar...”

- “Ora moço, para quê eu vou fazer tudo isto e no fim da vida sair para pescar? Eu abreviei todo este caminho e cá estou eu, pescando...”

DIRCEU HERRERO

Notas e/ou comentários para coluna: fax 221-5007 - e:mail: imprensa@acim.com.br

A ACIM É ASSIM

A Associação Comercial e Industrial de Maringá é uma entidade que hoje congrega e unifica as forças da livre iniciativa, defendendo e apoiando os interesses dos seus associados. A associação também trabalha em conjunto com os poderes legalmente constituídos, visando o desenvolvimento econômico e social do município.

Sociedade civil sem fins lucrativos, a ACIM foi fundada em 12 de abril de 1953 e conta hoje com 2.200 empresas associadas. Representam a entidade uma Diretoria Executiva que atualmente é composta por 17 membros, além de um Conselho Deliberativo composto por 16 membros, um Conselho Permanente do Jovem Empresário, com 12 membros, um Conselho da Mulher Empresária e Executiva, também com 12 membros e um Conselho do Comércio e Serviços, com 55 membros. Todos escolhidos dentre empresários associados, representando as áreas da indústria, do comércio e da prestação de serviços. A entidade ainda conta um corpo de membros natos, representados por seus ex-presidentes.

Tanto a Diretoria Executiva, quanto os membros dos Conselhos (Deliberativo, Jovem Empresário do Comércio e Serviços e Mulher Empresária) e os membros natos, não são remunerados, trabalhando no intuito único de unir e representar a classe, visando o interesse de todos.

Para dar impulso às atividades desenvolvidas, a ACIM conta com um



corpo funcional formado atualmente por 48 funcionários, divididos nos diversos setores da entidade. Entre eles Assessoria de Imprensa, Telemarketing, SCPC, Eventos, Consultoria, Administração, Secretaria e outros.

A ACIM também dispõe de sede própria, onde conta com dois locais que podem ser usados pelas empresas associadas: o auditório Herbert Mayer, com capacidade para 128 pessoas; e uma sala de reuniões e cursos com capacidade para 30 pessoas. A utilização destes espaços obedece uma escala prévia e também um regulamento próprio,

possibilitando desta forma que o maior número possível de empresas possam fazer uso deles. Tanto o auditório, quanto a sala de cursos estão equipados com aparelhagem de som, vídeo e retroprojeto.

Trabalhando com o objetivo de ampliar e aprimorar constantemente os serviços oferecidos aos associados, permitindo dessa forma um melhor desenvolvimento das empresas locais e da região, a ACIM entra no século XXI com uma proposta de renovação. Novos e melhores serviços estão sendo preparados para o próximo ano.

Fotos: João Cláudio Fragoso

A Lupa Consultoria agradece aqueles que contribuíram para a nossa história em 2000 e deseja a todos um Feliz Natal e Prósperos resultados em 2001.

Esperamos Construir juntos um 2001 produtivo, com Objetivos definidos capazes de Melhorar a rentabilidade da sua empresa.



- Diagnóstico Empresarial
- Implantação de Instrumentos para Controle Financeiro
- Planejamento Estratégico

LUPA CONSULTORIA

Fone: (44) 246-4625 ou (44) 9101-7294

e-mail: lupaconsultoria@uol.com.br

Maringá - PR

PROSPERIDADE À VISTA!

Crise? Que nada! Com trabalho e planejamento esses empresários ampliaram seus negócios em 2000

A economia brasileira revela a cada dia novas formas de investimentos e de alternativas para a expansão de negócios que obriga o empresário a um dinamismo impressionante. O incremento tecnológico e de informações dos últimos anos foi tão veloz que da mesma maneira que colaborou para abertura de novos mercados provocou o naufrágio de quem não estava preparado ou não soube suportar as mudanças. Maringá não ficou alheia a este processo e, depois de um período de “observação”, conseguiu ver ao longo de 2000 o surgimento de novas empresas, mas principalmente, a consolidação de lojas e empreendimentos tradicionais com abertura de filiais.

Quando se verifica o “currículo” dos empresários responsáveis por esta expansão é possível notar características marcantes que de tão semelhantes mostram que são essenciais para quem quer permanecer neste ávido mundo dos negócios. Afinal, se já não é fácil abrir e manter uma empresa, multiplicá-la é algo que merece aplausos.

E foi assim em Maringá, com empreendimentos nos mais variados setores, da venda de sapatos, passando pela comida popular, roupa, ao mundo dos livros. Este crescimento na economia local ainda não é mensurável em números, mas notável e benéfico para o desenvolvimento da cidade. Claro que nem todas “as revelações do ano” estão aqui. Felizmente, há mais empresários de sucesso nesta cidade, do que espaço nesta revista.

Porém, destacar empresas em expansão é uma prática que a Revista ACIM pretende adotar sistematicamente. Ampliando-a, inclusive. A intenção é abrir espaço para que diretores da associação, associados e lideranças empresarias de diferentes segmentos façam suas indicações a cada ano.



Mega Store: a primeira do gênero no Paraná

PRIMEIRA NO GÊNERO – O empresário Massao Tsukada, dono de quatro unidades da Livraria Bom Livro em Maringá e duas em Londrina, além de atuar no setor atacadista, conquistou em 2000 uma posição que, se antes já era consolidada, agora é privilegiada. Depois de inaugurar em fevereiro uma loja no Shopping Aspen Park com o conceito de “Mega Store” levou a Bom Livro a figurar entre as 10 principais e mais importantes livrarias do País, conforme avaliação da Associação Nacional de Livrarias (ANL). Com isso, a Bom Livro Mega Store é uma das únicas do interior do Brasil fora do eixo dos grandes centros urbanos.

A Mega Store também foi a primeira do gênero no Paraná. Tanto destaque é na realidade o resultado de um trabalho feito “no capricho”. Tsukada atuou com critérios técnicos antes do investimento. O principal foi a pesquisa de mercado e de consumo. O empresário verificou a necessidade regional de uma livraria confortável, diferente da tradicional, com uma variedade imensa de livros técnicos, infantis, de literatura, entre outros. Para garantir o consumo, o empresário não enfrentou muitas dificuldades, pois, Maringá se abriu nos últimos dois anos para a área de educação universitária e já se consolida como um pólo de referência no ensino superior.

Atuando em ou-

Genir Pavan: em busca de novas fatias de mercado

tro segmento, mas repetindo a mesma fórmula de sucesso, a empresária Arzina Maria de Jesus Silva, a Nina, cujo apelido deu nome às lojas Nina Modas, além do atacado e de três lojas próprias, trabalha com representantes que levam a confecção de Maringá para pelo menos seis estados brasileiros. São em média 10 mil peças de roupas produzidas por mês. A loja mais recente foi aberta em maio, na Rua Santos Dumont. "A Nina Modas não vai parar porque trabalhamos para crescer, gostamos do que fazemos e também do próprio sucesso", considera a empresária.

Descobrir o quê fazer, como e para quem vender pode ser considerado o básico, mas se configura no principal segredo e nos ingredientes da pesqui-

sa de mercado. Segundo Nina, o empresário deve ter a característica de empreendedor e não pensar em nenhum momento em "crise". "Afim, a crise só existe para quem fica olhando para ela", define a empresária.

QUALIDADE E PREÇO – Conhecer bem o mercado e estar a procura de novidades é para Toshio Naka, das lojas Bonny e Zak, o grande desafio de quem está no ramo. Ele conta que para obter sucesso no que faz – hoje são cinco Bonny e uma Zap – viaja muito pelos grandes centros em busca do melhor para o cliente. "O consumidor quer hoje ser bem



Arzina Maria de Jesus Silva: trabalhamos para crescer e gostamos do sucesso

AINDA FALTAM EMPREENDEDORES

Para o diretor executivo do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), João Celso Sordi, existem dois tipos de empresários: o que responde à demanda e aquele que cria demanda. Este segundo tipo é o do chamado empresário empreendedor, em cujas características marcantes, estão a propensão ao risco e a capacidade de inovação.

O crescimento que Maringá vem experimentando, ainda é fortemente resultado da ação do primeiro tipo de empresário. Modernização industrial coloca produtos mais baratos no mercado e, com isso, classes sociais até então à margem, passam a ter acesso a uma gama grande de produtos. Isso justifica, em essência, a maioria dos investimentos produtivos que acontecem em Maringá.

Sordi explica que da ação do empresário empreendedor resultaria produtos ou serviços inovadores - criadores de demanda - ou maneiras inovadoras de produzir mercadorias ou serviços já conhecidos. "O efeito dessa ação sobre a economia é provocadora de desenvolvimento dada sua sinergia e as reações em cadeia provocando novos investimentos".

Maringá "começa a consolidar um ambiente propício" para o surgimento da figura do empresário empreendedor, por já dispor de significativa base de pesquisa e desenvolvimento, de estrutura de formação e treinamento profissional em todos os níveis, de incubadora tecnológica, de centro tecnológico, além de razoável qualidade de vida.

Mas, na concepção de Sordi, faltam à cidade alguns mecanismos que incentivem e facilitem o surgimento de um maior número de empreendedores. "O fortalecimento e ampliação da incubadora tecnológica e a criação de linhas de financiamento de alto risco são dois desses mecanismos indispensáveis", explica Sordi. Contudo, o surgimento desse tipo de linha de financiamento é muito difícil.

"Como esses investimentos são, normalmente, de elevado risco, o ideal seria a formação de grupos de empresários que passassem a destinar uma pequena parcela de seus lucros para esses empreendimentos", opina Sordi.

"Quanto maior o risco envolvido no empreendimento, maiores são as probabilidades de prejuízo e a taxa de retorno esperada", complementa.

Por isso, o diretor sugere a formação de grupos e a destinação de pequenas parcelas dos seus lucros. Sem esses mecanismos de financiamento, "o

empreendedor, sem dinheiro, acaba arriscando os bens pessoais, tipo casa e automóvel, ou até de parentes, para desenvolver e colocar um produto ou serviço no mercado".

A incubadora tecnológica desenvolve atualmente oito projetos na área de software. "Sua capacidade deveria ser ampliada, no curto prazo, para trinta. Além de envolver outras áreas fora da informática", acrescenta o diretor.

Sordi acredita que o efeito de sinergia de uma empresa inovadora é muito interessante para a cidade. "Um produto ou serviço novo demanda novos fornecedores, sistemas de transporte, assistência técnica, entre outras atividades que sempre acabam surgindo". Mas, ele explica que para desenvolver economicamente o município, basta que o empreendimento seja inovador localmente.

Cita como exemplos a GVT, de telefonia, a Solabian, produtora de princípio ativo para cosméticos e medicamentos e o próprio aeroporto, como capazes de imprimir velocidade no desenvolvimento. "O efeito do aeroporto, por exemplo, promete ser extraordinário nos próximos cinco a dez anos", aposta Sordi.

atendido e sair da loja com uma roupa de qualidade”, diz Naka. A busca do equilíbrio “qualidade e preço” também se resume em um segredo importante do negócio. “É preciso muita força de vontade e espírito de trabalho para poder vencer”, completa o dono da Bonny.

Pensamento semelhante tem o empresário Jair Morroni, proprietário da Studio Matrice. “Empresários ágeis nas compras são os que obtêm melhor resultado”, ensina. Morroni vende na Matrice sua confecção própria e de outras grifes e conta que produz a roupa no mesmo lugar, com o mesmo pano e facção, das melhores marcas vendidas no País. “O consumidor vê no balcão, tem a chance de comparar e de escolher qual quiser”, diz.

Depois de 10 anos com a loja do Shopping Avenida Center, o empresário inaugurou a unidade da Avenida Brasil. Para Morroni, a satisfação de se expandir no mercado foi imensa, principalmente, pelo fato de acalantar durante todos estes anos o sonho de trabalhar com uma “loja de rua”. “Sempre tive vontade de ter uma loja na Avenida Brasil porque acho que a política de venda é mais agressiva”, diz Morroni. Ele conta que a maior dificuldade foi encontrar o ponto por causa do preço. “Demorei para ter esta loja porque fui exigente na escolha do ponto, mas acabei encontrando o local ideal”, completa o empresário se referindo à loja encravada na Brasil entre a Rua Piratininga e Avenida Herval, em um dos lugares mais movimentados da avenida.

PARCERIA COM O FORNECEDOR

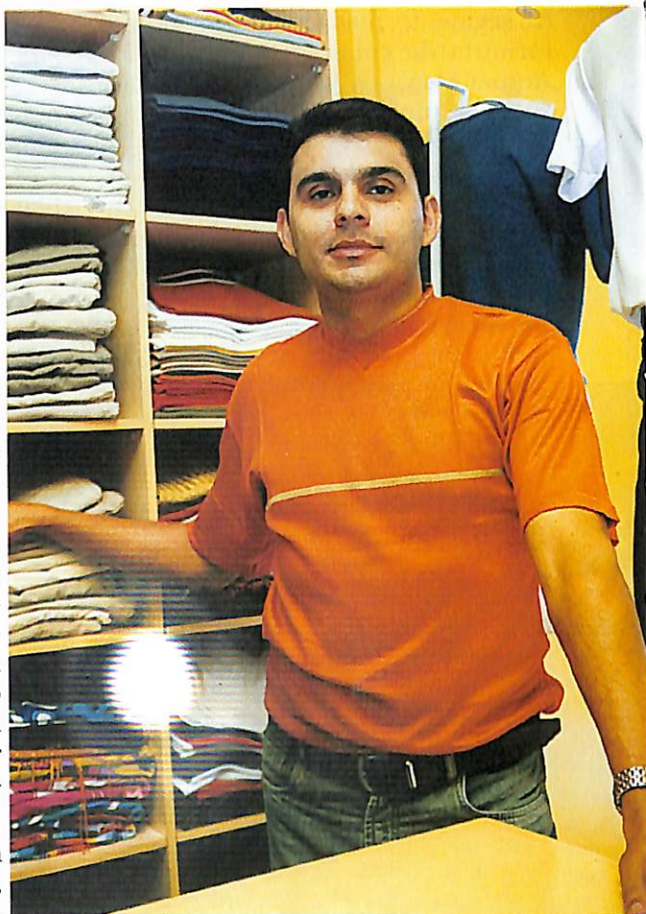
– Na concepção de Ricardo dos Santos, da Happyday, a vontade e a dedicação somam pontos para o sucesso do empreendimento. Este ano, Santos abriu a terceira loja da Happyday, em plena Avenida Herval. Ele comemora feliz o resultado do trabalho que começou em uma pequena confecção, em Paçandu. Antes de partir para o próprio negócio, Santos era empregado, inclusive atuou no setor administrativo da ACIM. Em 1996, abriu a primeira loja em Maringá no Shopping Direto da Fábrica e de lá para cá só contabiliza resultados positivos.

O empresário acredita que está conseguindo crescer porque mantém um diferencial importante nos negócios. “Sou o contato direto com o for-

necedor, como também com o cliente”, diz Santos. Ele explica que estabelece uma espécie de parceria com o fabricante e assim conquista produtos de qualidade e preços bons. “Já o meu consumidor acaba se tornando um cliente fiel porque sabe que minha loja terá roupa de qualidade e sem pagar mais por isso”, avalia o empresário.

Além de se dedicarem com exclusividade às empresas, os empresários de sucesso têm em comum o trabalho em família. Para Jair Morroni, isso representa economia e garantia de continuidade do negócio. Ele ressalta que o trabalho em família deve ser aliado ao amor pela própria empresa. Segundo Morroni, a dedicação do empresário que acorda cedo e vai para o trabalho acaba refletindo também nos funcionários. “É bom para o empregado se identificar com a figura de batalhador do patrão”, acrescenta o empresário.

EM FAMÍLIA - No caso da Churrascaria Pavan, de Maringá, a família teve um papel fundamental. O primeiro restaurante foi aberto há 45 anos pelo pai e tio de Genir Pavan, em Monte Serrado (SC) e hoje é um empreendimento tocado por diversos familiares, em seis cidades diferentes, incluindo churrascarias em Belém (PA) e interior de São Paulo. “Hoje, cada restaurante é independente apesar de manter o mesmo nome”, explica Genir. De todas as “Pavan”, a de Maringá foi a única que se expandiu em busca de novas fati-



Ricardo Santos: de uma pequena confecção a três lojas abertas

as de mercado.

Genir inaugurou no Shopping Avenida Center, a Pavan Grill para atender o cliente que opta por refeição rápida e paga pelo que consome no sistema a quilo. Na Pavan Grill, o cliente encontra o mesmo *buffet* servido tradicionalmente na Churrascaria Pavan, com 30 tipos de frios e 20 pratos quentes e ainda 18 variedades de carne. Segun-

Interação entre empresa e bairro

O empresário Oscar Conchon, do Ponto das Fábricas Móveis e Eletrodomésticos, tem uma visão interessante sobre o negócio que comanda há 12 anos: a interação com o Jardim Alvorada, bairro onde vive há 36 anos e é um dos pioneiros. Prestes a inaugurar uma indústria de móveis, Conchon só lamenta o fato de não ter conseguido um terreno industrial na região do Alvorada. Depois de três lojas no ramo de varejo, o empresário decidiu

ampliar os negócios e fabricar móveis tubulares para o atacado.

De fala simples e sempre animada, Conchon diz que agora realiza o grande sonho da vida dele que é o de se tornar um “industrial”. O empresário garante que junto com a indústria de móveis vai lançar um produto revolucionário no setor de construção civil. “Não posso revelar ainda porque é segredo”, diz Conchon. Ele adianta que a indústria vai produzir suportes para eletrodomésti-

do Genir, a maior diferença do consumidor da Grill é a média de permanência no restaurante. Enquanto que na churrascaria o cliente costuma "exagerar" na refeição e não fica menos de uma hora e 20 minutos na mesa, na unidade do shopping, 30 minutos são suficientes para quem chega, escolhe o quer, pesa e rapidinho esvazia o prato. "Na Pavan Grill ganhamos pela rotatividade e com um preço bem adequado para a refeição do dia-a-dia", diz o empresário.

Para o dono da Pavan de Maringá, trabalhar com um restaurante no centro da cidade tem sido uma experiência agradável. "Optamos por um ambiente moderno e requintado e estamos obtendo sucesso", cita.

NOVA FATIA DE MERCADO –

Além da Pavan Grill, o empresário abriu este ano, em sociedade, o Spetinho's com mais de 50 variedades de espetinhos de carne. Na nova empresa a "fatia de mercado" é outra, com característica mais de bar. Genir parece animado em conseguir levar para lá o tradicional espetinho de rua, muito comum nas calçadas de bares da periferia. "Não conhecia esse sistema, muito em moda em São Paulo, mas também acabei gostando do estilo de trabalho", conta o empresário. Segundo ele, o cardápio do bar vai aumentar ainda mais e se tornar "exótico" com lançamentos diferentes como espetinhos de carne de rã e de coelho.

Entusiasmado, Genir adianta os planos para o próximo ano. Além de concluir a reforma da churrascaria, que este ano ganhou sistema de ar condiciona-

cos, como microondas, cuja maior novidade será o modelo de teto, além de mesas e cadeiras no modelo tubular. "A indústria entra em atividade no dia 3 de janeiro de 2001", destaca o empresário.

Mesmo com tantas atividades nas lojas de varejo e na montagem da indústria, Conchon ainda arruma tempo para se dedicar à comunidade do Jardim Alvorada. Ele participa do Fórum de Desenvolvimento do Grande Alvorada, de promoções da igreja, da Associação Comunitária de Bairro, da ACIM e ainda é vice-presidente do Kart Club de Maringá. "Ando pelo

O SUCESSO DO POPULAR

Da barraca para uma rede de franquia. Esse é o resultado do trabalho de Toshinobu Koyama, que em 1969 vendia pastel em uma barraca modesta nas feiras de Maringá. Pelo nome japonês ninguém identifica, mas quando se pronuncia Pastel do Roberto, não há dúvidas sobre o sucesso do produto. O filho, Jerry Koyama, gerente de franquia da empresa, conta que o pai descobriu um segmento no mercado interessante porque colocou qualidade em um produto popular.

Hoje são nove lojas em sistema de franquia, uma loja própria e a fábrica de massas e recheios. Só este ano foram abertos cinco quiosques, porém, a maior conquista foi iniciar o mercado fora de Maringá. O Pastel do Roberto já está em Mandaguari, Apucarana e Paranavaí. Segundo Jerry, o plano de expansão da empresa se assemelha a um espiral. "Vamos do interior para fora até atingir o Paraná e a partir daí, quem sabe, outros estados", conta.

Conforme Jerry, o sucesso se deve principalmente ao padrão estabelecido ao produto. "O nosso pastel é feito com ingredientes de qualidade, com higiene e limpeza e é servido com rapidez", informa o gerente.

Segundo ele, o sistema de franquia



Toshinobu Koyama: hoje são 9 lojas em sistema de franquia, uma loja própria e a conquista de um mercado regional

foi a maneira mais interessante encontrada pela empresa para escoar a produção. Jerry explica que o Pastel do Roberto não exige experiência no ramo, mas procura no franqueado um perfil próprio. "Nós buscamos no franqueado um pessoa que tenha dedicação exclusiva no negócio e faça da atividade uma realização pessoal", diz Jerry. Ele cita que essas pessoas são ex-bancários, ex-agricultores, ou seja, profissionais em busca de um negócio próprio. Jerry revela que um quiosque custa hoje R\$ 70 mil mais a taxa de franquia estabelecida em contrato.

bairro e todo mundo me conhece, mas o mais importante é a credibilidade que adquiri junto à comunidade e também com os meus fornecedores", conta Conchon. Segundo ele, o envolvimento entre a empresa e a comunidade é benéfico para os negócios e muito interessante para o desenvolvimento social. "Não podemos ficar alheios ao que acontece do nosso lado", alerta o empresário.



Oscar Conchon prestes a realizar o grande sonho: tornar-se um industrial



Jair Morroni, da Studio Matrice:
“empresários ágeis nas compras são os que obtêm melhor resultado”

do, o empresário vai partir para o segmento de festas e eventos. Ele pretende duplicar a capacidade do salão da churrascaria que hoje abriga 450 pessoas. “Adquirimos o terreno ao lado para comportar um estacionamento maior e vamos ampliar o negócio e abrir uma nova opção em Maringá de ambiente para festas e eventos”, adianta Genir Pavan.

SETOR SUPERMERCADISTA – O ano de 2000 movimentou bastante o setor supermercadista em Maringá, principalmente com a instalação de duas grandes redes, que acabou acirrando ainda mais a concorrência. Para se sobressair nesse setor o Supermercado Cidade Canção contou com 23 anos de tradição e excelência no atendimento ao cliente. Das atuais três lojas em Maringá, uma foi inaugurada este ano e outra ampliada, com direito a mudança de endereço e reinauguração. Além disso, a empresa conta com mais três supermercados na região. “Tivemos um ano próspero. A estabilidade econômica ajudou, mas também fizemos bons investimentos na empresa, o que atraiu mais clientes, e contamos com forte presença na mídia, o que contribuiu para consolidar nossa marca”, avalia Cícero Gomes de Paiva, gerente administrativo. ■

MARTA MEDEIROS

Especial para a Revista ACIM

Promoção como “estímulo elegante”

Oferecer ao cliente a passagem de ônibus ou o equivalente pelo combustível gasto para chegar até a loja. Este estilo de promoção é o grande diferencial da Jorrovi Calçados que da primeira loja aberta em 1995, em Campo Mourão, conta hoje com seis unidades, sendo três de um sócio independente. Segundo João Amélio Pavan, supervisor geral da Jorrovi, a propaganda sobre a promoção da loja acaba se transformando em um “estímulo elegante” para o cliente. “É como oferecer um desconto”, diz Pavan.

O supervisor explica que nos municípios onde está instalada, a Jorrovi costuma receber um grande número de clientes regionais. “Fazemos em determinados períodos este tipo de promoção que quando levada em forma de propaganda realmente chama a atenção”, acrescenta Pavan. O cliente ganha o combustível ou passagem se a cidade de origem estiver em um raio de 70 quilômetros da loja.

Segundo ele, a Jorrovi também foi a primeira do ramo a oferecer o pagamento em cheque pré-datado

com 120 dias direto. “Pagamos caro com a inadimplência, mas hoje o pré para 120 dias virou uma condição da pagamento tradicional da loja”, conta o supervisor. Para ele, administrar o negócio exige criatividade e muita dedicação.

Além do diferencial nas promoções e propagandas, a Jorrovi conquistou a expansão dos negócios através de investimentos em estoque. “Nós temos o maior estoque em calçados da região porque desta forma conquistamos melhores preços ao consumidor”, garante Pavan. Ele cita que o cliente da loja sabe que mesmo em períodos de promoções não encontra um produto de “queima de estoque”. “Nós fazemos promoções de mercadoria nova e não de produtos ultrapassados”, ressalta o supervisor.

Conforme Pavan, a negociação de compras que variam de três a cinco mil pares de calçados de uma só vez de acordo com promoção é feita direto com a fábrica. Um dos resultados positivos do negócio, além da conquista de melhores preços, é oferecer um sapato de marca a preço popular.



Qualidade e preço fazem o sucesso da Bonny

Trabalho e ócio numa mesma fórmula

Em *O Ócio Criativo* o autor rejeita a idolatria do trabalho e propõe um novo modelo onde lazer, estudo e convivência familiar têm o mesmo peso que o trabalho nosso de cada dia

“O homem que trabalha perde tempo precioso”. A frase flutua no computador do professor e sociólogo, Domenico De Masi, sintetizando uma teoria. A de que o futuro pertence a quem souber libertar-se da idéia tradicional do trabalho como obrigação e for capaz de apostar numa mistura de atividades, onde a labuta se confundirá com o tempo livre e o aprendizado.

Em essência é isto que traz o livro *O Ócio Criativo*, da Editora Sextante do Brasil. Trata-se, na verdade, de um livro-entrevista, onde De Masi revela suas idéias a uma jornalista (que segundo o sociólogo “revelou-se uma interlocutora ideal”), tendo como pano de fundo uma insatisfação diante do modelo centrado na idolatria do trabalho e da competitividade.

Contrapondo a este modelo tradicional, De Masi aborda que exercitar o “ócio criativo” implica entre outras coisas em aprender a ser pai, cidadão e turista, a escolher e a apreciar um bom filme, um concerto, uma boa culinária ou as belezas da natureza. Enfim, aprender a viver a plenitude da vida pós-industrial, feita não só de trabalho cansativo, mas também de ócio inteligente.

Aos mais incrédulos, uma ressalva. De Masi não prega a indolência. Ao contrário, é um homem que “pegou no batente” desde cedo. Com dezenove anos já publicava, nas revistas especializadas, ensaios de Sociologia



Jefferson Nogaroli: admirador do sociólogo italiano

Urbana e do Trabalho. Aos vinte e cinco anos, ensinava na Universidade de Nápoles e depois, por mais de trinta anos, desenvolveu uma atividade frenética com uma quantidade infinita de prazos e compromissos a cumprir.

Foi dessa overdose e de não conseguir dizer não aos compromissos, que brotou uma reação. Ao estudar os paradoxos e desperdícios do tempo, usando a si mesmo como cobaia, De Masi conseguiu constatar os infinitos absurdos organizacionais que angustiam o trabalho nas empresas.

A idéia de reformular o tempo que dispomos, a opção de darmos mais atenção às nossas vidas e do quanto essas duas coisas juntas podem se traduzir em resultados mais positivos, é inegavelmente sedutora e inteligente. Devo dizer que me transformei em um dos tantos admiradores desse sociólogo italiano. E que pretendo aprender com ele a praticar o ócio criativo.

JEFFERSON NOGAROLI
Empresário e presidente da ACIM

O QUE ESTOU LENDO



José Alexander de Oliveira Barbosa

Empresário

FÓRMULAS SECRETAS DO MAGO DA PUBLICIDADE

“Este livro nos leva a pensar rever opiniões e agir em prol de um futuro de sucesso. Há nele um quê de magia que atrai até o leitor mais incrédulo. Vale a pena conferir!”

Roy H. Willians
Editora Futura



Edson Bertão
Empresário

O EXECUTIVO DO SÉCULO

“O livro conta a história empresarial de Jack Welch, Presidente Mundial da General Mottors. Entre as estratégias que o presidente relata está a quebra de fronteiras entre níveis gerenciais, engenheiros e profissionais de marketing, que inúmeras empresas criaram.”

Robert Slater
Negócio Editora



**SUA EMPRESA AINDA NÃO É AUTOMATIZADA?
ACESSE!!!**

www.automatizar.com.br

FORNECEDORES



PERCON

FURUKAWA



Micronet

Sed

Novell



EQUISUL



MALHAÇÃO ZEN

Cresce o número de pessoas que trocam o frenesi das academias de ginástica pela suavidade oriental do tai-chi-chuan. É gente à procura de um corpo sarado, mas sem estresse

Nada de corpos suados malhando freneticamente ao som de dance music. Muito menos de um preparador físico com o biotipo de Jean-Claude Van Damme incentivando seus alunos a ganharem

músculos e a perder calorias na base da gritaria. Aqui o clima é outro, exatamente o oposto. O silêncio é quase absoluto, quebrado apenas pelo som harmonioso de uma música instrumental. Ou

pela voz do instrutor, que vez ou outra orienta os passos suaves de uma ginástica inspirada nos movimentos da natureza: o tai-chi-chuan.

Similar a uma dança, tal é sua



Instrutores do Alfazen (Centro de Desenvolvimento das aulas em praças públicas)

ONDE PRATICAR

Em Maringá, o Alfazen Centro de Desenvolvimento Humano oferece aulas regulares de tai-chi-chuan. Segundas e quartas-feiras em dois horários: das 17 h às 18h e das 18h30 às 19h30. Terças e quintas-feiras das 19 h às 20h.

Os instrutores informam que não há necessidade de roupas especiais para o treino, basta que sejam confortáveis e o calçado, flexível. Para obter melhores resultados é indicado um mínimo de duas aulas por semana.

João Parizotto é um dos instrutores do Alfazen. Ele explica que o tai-chi-chuan é compatível com qualquer outra prática física ou esportiva, potencializando inclusive a capacidade de aproveitamento e performance nas demais atividades físicas. Além disso, ao promover abundante irrigação sanguínea e oxigenação de todos os ligamentos e músculos do corpo, evita luxações, distensões, torções durante a prática esportiva.

“O tai-chi-chuan é ideal para qualquer pessoa que queira recuperar seu bem es-

tar, sua saúde e busque conquistar para si uma vida plena de saúde e harmonia interior.”, complementa o outro instrutor, Renato Fernandes.

Segundo informam os instrutores, no próximo ano o Alfazen estará levando o tai-chi-chuan para empresas, a exemplo do que acontece em cidades como Rio de Janeiro e São Paulo.

O Alfazen – Centro de Desenvolvimento Humano fica na rua Floriano Peixoto, 691, na Zona 7. O telefone para contato é (44) 269-5323

performance graciosa, o tai-chi-chuan atende as aspirações de quem procura um trabalho integral. Os movimentos, regulados pelo *timing* entre uma respiração e o pulsar do diafragma, ajuda no fortalecimento muscular e soltura das articulações das várias partes do corpo. Também beneficia os órgãos internos, artérias e o sistema respiratório, melhora a circulação do sangue e do sistema linfático e ativa o sistema nervoso central.

Mas se a prática dessa arte milenar propicia um estado geral de saúde ao corpo, os efeitos não terminam aí. Segundo os praticantes, a quietude da mente e concentração, requeridas em todos os movimentos durante os exercícios, promove o equilíbrio geral, trabalhando nos níveis orgânico, psíquico e emocional.

COMBATE AO ESTRESSE - Não é à toa que nos grandes centros muitos executivos escolheram o tai-chi-chuan para ajudar no combate ao estresse. Também é crescente o número de empresas que colocaram à disposição dos seus funcionários aulas semanais, durante o expediente. A experiência, segundo relatos, comprova que o investimento vale a pena. Há sempre um aumento na concentração e na produtividade dos praticantes.

Para os instrutores, o tai-chi-chuan é um caminho preventivo contra inúmeras doenças. Eles dizem que adoecemos porque há excesso ou falta de energia em determinados pontos do corpo. Os movimentos ritmados dessa ginástica seriam capazes de desbloquear os fluxos de energia, fortalecendo e melhorando o estado geral do organismo.

A prática do tai-chi-chuan não encontra limites. Os exercícios são feitos com suavidade, num ritmo lento e com ênfase na

respiração (que, acreditam os instrutores, precisa ser “reaprendida”). Por isso não provocam dores nem lesões e podem ser praticados igualmente por crianças, adultos e até anciões. A idéia é não fazer esforço e sim praticar os movimentos naturalmente, eliminando a sensação de fadiga. Ao final da aula, o aluno deve estar mais disposto do que no início.

ESFORÇO MÍNIMO - Está aí a regra básica do tai-chi-chuan: empenhar o mínimo esforço, para obter o máximo resultado. Não se pratica os movimentos com falta de fôlego, nem a dor muscular. A dor é o sinal de que se chegou ao limite da amplitude dos movimentos, e deve-se ficar sempre aquém deste limite, dizem os instrutores.

A agilidade e a exatidão dos movimentos, vêm aos poucos. O maior segredo desta prática é ser natural, paciente, persistente e não ter pressa. Com o tempo, os efeitos serão sentidos, equilibrando o corpo e a mente. Segundo os instrutores, com noventa dias de prática já dá para sentir os efeitos do relaxamento, da respiração correta e da postura adequada.

Com o tempo e a prática constante do tai-chi-chuan outros benefícios são sentidos. Entre eles o alívio contra depressão, dores de cabeça, asma e outras doenças. O emagrecimento e o aumento do vigor sexual também estão na lista dos possíveis efeitos positivos.

Assim como a natureza está em perfeito equilíbrio e nada é desperdiçado, o tai-chi-chuan traz a precisão de movimentos. Ao relaxar o corpo em ação, permitimos que ele se solte, serenando a mente. É desta simples combinação que se consegue o maior benefício desta prática. ■

Na hora de comprar
um plano de saúde
faça o que o seu
coração mandar.



PARANÁ ASSISTÊNCIA MÉDICA

227-8188 • 225-0055

www.pam-online.com.br

e-mail: pam@pam-online.com.br

Carlos Ajita, presidente da ACIM em 89 e a diretora Maria de Lourdes Seravali, posaram ao lado de Angélica

TÚNEL DO TEMPO

1ª PROMOACIM



- Pesquisa ACIM
- Por que fazer propaganda?
- DCTF - Prorrogado
- Licença Maternidade

Alguém se lembra da capa da Revista?

Naquela época a Revista ACIM era editada em preto e branco

Criamos esta seção especialmente para os saudosistas (quem não é?). Vamos sempre revisitar antigas edições da Revista ACIM e lembrar o que já foi destaque nas páginas desse veículo de comunicação. Na estréia, escolhemos a matéria de capa da edição de agosto de 1989. Em destaque a 1ª PROMOACIM, uma grande campanha que movimen-

o comércio local naquele ano e que terminou com um show da apresentadora Angélica.

Aproveitando a deixa, vale destacar que a PROACIM foi uma espécie de precursora da Maringá Líquida, que já está na sua quarta edição (veja matéria na página 34) e constitui hoje a maior promoção do nosso comércio.

ENQUETE

O que você espera de 2001?

A Revista ACIM perguntou a duas figuras públicas o que elas esperam do próximo ano



“Estamos às portas de um novo milênio, refrescado com os ares da esperança de uma vida com mais dignidade e respeito. Calcada nessa esperança é que tenho a certeza de que as pessoas que detêm ou que vão exercer mandato público, corresponderão aos anseios do povo desta nossa cidade”.

Cida Borghetti Barros
publicitária



“O ano de 2001 promete ser um dos melhores para a economia brasileira e, conseqüentemente, para Maringá e região. Acredito que com a nova administração municipal e a prática de ações conjuntas entre o poder executivo, empresários e entidades, estaremos acelerando o desenvolvimento do município. Com isso serão beneficiados empregados e empregadores, possibilitando que a valorização humana chegue ao seu rumo ideal.”.

Edmar Arruda
Engenheiro, vereador eleito

Transporte Coletivo Cidade Canção e Secretaria Municipal de Transporte de Maringá implantam a "Integração Inteligente"

Em novembro de 1999, o Transporte Coletivo Cidade Canção de Maringá, deu um grande incremento no sistema de transporte de passageiros, implantando a Bilhetagem Eletrônica.

Durante um ano, a TCCC vem desenvolvendo em parceria com a DIGICON, empresa do Rio Grande do sul programas e equipamentos (software & hardware) capaz de possibilitar a segunda etapa da Bilhetagem Eletrônica, a chamada Integração Inteligente, que nada mais é, do que um grande benefício para o usuário do transporte coletivo em nossa cidade.

É muito fácil de ser entendido. No sistema anterior, o usuário que pretendia mudar de linha usando o mesmo bilhete tinha que se dirigir até o terminal central, desde sábado dia 25 de novembro o usuário está podendo mudar de linha ou seja fazendo a Integração no terminal central, em 21 pontos de integração (P.I.) e mais 884 pontos comuns.

É menos tempo de viagem e mais opção de deslocamento, possibilitando inclusive a viagem interbairros, não havendo mais a necessidade de ir ao centro da cidade.

E quando se fala em integração é muito fácil achar exemplos, veja um: Para quem pretendia sair do Jardim Alvorada e ir ao conjunto Hermans Moraes de Barrros tinha que obrigatoriamente se dirigir ao terminal central, graças a Integração Inteligente, vai ser possível o usuário mudar de linha no ponto de integração (P.I.) nº 14 antigo Supermercado Reder, e tomar por exemplo a linha 137, economizando em média 40 minutos.

A TCCC e a Setran estão distribuindo no terminal central uma cartilha contendo 10 páginas informando o usuário de como melhor utilizar a integração à partir de agora.

Neste informativo contém os elementos que compõe a integração, todas as perguntas possíveis, mapa de Maringá contendo a localização de todos os pontos de integração (P.I.), o tempo de integração, número e descrição de todas as linhas existentes na cidade.

Vale lembrar que todas as linhas e horários não sofrerão nenhuma alteração e que os cartões (Smart Card) dos servidores municipais e estudantes permanecerão da mesma forma, podendo inclusive ser aberto a toda a população muito em breve.

Segundo o diretor da Tccc empresa concessionária do transporte coletivo de Maringá Roberto Jacomelli, com este material gráfico vai ser possível até mesmo pessoas de outras cidades, turistas, etc, a usar o transporte coletivo de Maringá sem dificuldades, mas é muito importante que a população fique bem atenta em não adquirir bilhete (passes) de pessoas não autorizadas pela empresa, evitando assim aborrecimentos, mesmo porque os bilhetes agora possuem o tempo de integração e se os mesmos estiverem esgotados não vai ser possível a integração.

Ressaltou Jacomelli.

CHEGOU A INTEGRAÇÃO INTELIGENTE



Menos tempo
de viagem e
mais opção de
deslocamento.

Fazendo inclusive viagens interbairros sem
ter necessidade de ir ao centro da cidade.

SETRAN  PREFEITURA DE
MARINGÁ

TRANSPORTE COLETIVO
*cidade
canção*

Com a implantação da integração inteligente o embarque e desembarque de passageiros no terminal central está sendo feito pela porta da frente dos coletivos.

Para o usuário ou a população em geral, que tiver o interesse em obter mais informações sobre a integração, deve ligar para a central de atendimento 0800-444043 ou através do e-mail: tccidadecancao@wnet.com.br.

É o Transporte Coletivo Cidade Canção e a Secretaria de Transporte do Município de Maringá trabalhando para oferecer sempre o melhor transporte.



TRANSPORTE COLETIVO CIDADE CANÇÃO
Av. Monteiro Lobato, 473 - Bairro Aeroporto
Maringá - Paraná
e-mail: tccidadecancao@wnet.com.br

CONVÊNIO INÉDITO

Foi assinado no final de novembro, em Mandaguari, um convênio entre a Associação Comercial e Industrial e o Poder Judiciário. A união é a primeira do Estado e prevê a cobrança de dívidas de micro-



empresas, com base na lei n.º 9841 que convênio feita pelo juiz Devanir Cestari) Evanir Stadler, presidente da Aciman, observa a assinatura do

roga que estas pas- sam a ser pessoas físicas, capazes de propor ações em juizado especial. A associação custeará um micro computador e um funcionário para aju-

dar na catalogação dos processos. A cada conta recebida, 10% será repassado à associação para custear as despesas do convênio.



Paulo Roberto foi o primeiro a tirar nota máxima no doutorado da PUC

NOTA MÁXIMA NA PUC

nte anos dedicando parte sua carreira ao Direito Ambiental, Paulo Roberto Pereira Souza defendeu tese de doutorado e recebeu nota máxima, com distinção e louvor, além da indicação para publicação de livro, no último dia 11, na PUC de São Paulo.

Fundador do Codem, Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá, Dr. Paulo Roberto Pereira de Souza já foi reitor da UEM, secretário de Estado da Ciência e Tecnologia e Desenvolvimento Urbano, professor dos cursos de mestrado na UEM/UEL, professor da University of Florida College of Law, Universidade Nacional de Santiago Del Estero e professor da Universidade Nacional Del Litoral na Argentina.

Para a conclusão de seu trabalho, o advogado maringaense levou 2 anos, que resultaram em 970 páginas e 2 volumes. Na pesquisa foram coletados materiais em diversos pontos do país, especificamente sobre o Paraná. Segundo o autor, o fato que mais preocupa é o crescimento descontrolado das cidades. Ele cita Curitiba, principalmente depois da implantação do pólo automotivo. A Sanepar também foi citada como maior poluidora do Estado. Mais de 55% de esgoto ainda é lançado em rios e lagos sem o tratamento devido.



Jefferson Nogaroli e executivos do INSS em Maringá

NOVA AGÊNCIA

A nova agência da Previdência Social em Maringá, inaugurada no dia 15 de setembro, foi reestruturada para melhor atender a comunidade. Através do Programa de Melhoria no Atendimento (PMA), no Ministério da Previdência e Assistência Social, a agência foi remodelada e conta hoje com modernas instalações, informatização, rede de computadores com mais de 50 estações de trabalho, terminais de

auto-atendimento, serviços de benefícios e arrecadação funcionando no mesmo local, estruturada com servidores treinados e horário de atendimento ampliado. No último dia 4 de dezembro a diretoria executiva da ACIM participou de um coquetel na agência, ocasião em que seus diretores conheceram as novas instalações. Os diretores foram recepcionados pelo gerente local, Valmir de Souza.

VEREADORES

Dezessete dos 21 vereadores que vão assumir a Câmara Municipal em 2001 estiveram reunidos com o Codem e o Conselho do Comércio e Serviços da ACIM no último dia 12 de dezembro. Os novos legisladores conheceram todo o sistema de trabalho do Codem e seus principais projetos para o desenvolvimento de Maringá. O Conselho do Comércio, através de seu diretor Ariovaldo Costa Paulo, entregou um documento para os vereadores onde solicita apoio para a revitalização da Avenida Brasil, campanhas do comércio e redução das taxas de Imposto Sobre Serviços.



Codem reunido com vereadores eleitos

CRÉDITO TRIBUTÁRIO

A ACIM aprovou em Assembléia Extraordinária a contratação de um escritório de advocacia especializado na recuperação de créditos tributários e fiscais. A legitimidade das Associações Comerciais e Industriais na utilização desse instrumento foi manifestada pelo Supremo Tribunal Federal e visa atender as micro, pequenas e médias empresas, uma vez que as grandes geralmente contam com maiores recursos e ampla assistência jurídica. A recuperação de recursos, através de compensação com tributos vindouros, foi viabilizada por força dos artigos 66 e 39, das leis n.º 8383/91 e n.º 9249/95, respectivamente. Com a apro-



Associados aprovam contratação de escritório especializado em recuperação de tributos

vação pela Assembléia Geral, a ACIM vai ter poderes para outorgar uma procuração para o escritório de advocacia para que ele possa atuar em nome da mesma, como substituto processual de seus associados. Assim, todos os associados seriam beneficiados com os efeitos de uma única ação judicial.

POSSE SOLENE

A instalação da 12ª legislatura na Câmara Municipal será dia 1º de janeiro, feriado nacional, às 17 horas. Dos 21 vereadores, dezesseis assumem pela primeira vez. Pelo Protocolo, os vereadores tomam posse e escolhem a Mesa Executiva. Na sequência, o presidente da Mesa empossará o prefeito José Cláudio Pereira Neto e o vice-prefeito João Ivo Caleffi.



SECRETÁRIOS

Embora no dia 2 o expediente na Prefeitura comece às 12 horas, os novos secretários municipais serão empossados oficialmente, com assinatura das portarias de nomeação, às 8 horas pelo prefeito José Cláudio. A solenidade deverá ser muito concorrida.

IN MEMORIAN

A Revista ACIM, em sua última edição, a de nº 400, destacou a atuação do empresário Silvio Name Júnior em seu trabalho social de ajuda a pessoas carentes. Foi uma reportagem que explorou um lado pouco conhecido do ex-candidato a prefeito que foi vítima de acidente aéreo no último dia 16 de dezembro.

MISSÃO NA ITÁLIA

Foi bem sucedida a missão empresarial organizada pela Casa Mercosul e que levou 18 empresários maringaenses à Feira Europartenariat Itália Sud 2000, em Palermo,

na Sicília. A viagem também incluiu uma visita à Caserta, a cidade-irmã de Maringá na Itália. Ao todo foram oito dias de viagem. Na avaliação dos empresários os contatos feitos naquele país foram excelentes e prometem resultar em boas oportunidades de negócios nos setores de móveis, confecções e alimentos. Também foi bastante elogiada a organização da missão, que ficou a cargo da Casa Mercosul.

EXPOCASA

A primeira edição da Expocasa, que reuniu quatro grandes eventos (Feira Ponta de Estoque da Constru-



Denis Cremonese, gerente da TecPark, reunido com diretores da ACIM e Sivamar

PARQUÍMETRO

Atendendo uma solicitação da ACIM e do Sivamar, a diretoria da TecPark, empresa que controla o estacionamento pago na cidade, decidiu voltar atrás em sua decisão de majorar a cobrança do estacionamento. A decisão foi tomada após várias reuniões da gerência da empresa com diretores das duas entidades. O argumento utilizado pela ACIM e pelo Sivamar foi de que o comércio de Maringá estava sendo muito prejudicado pelo aumento inesperado. A diretoria da TecPark foi sensível ao apelo dos empresários e optou pela redução. Desde que começou a abertura do comércio em horário especial, os parquímetros estão funcionando de segunda a sexta-feira, das 9 às 16h30. Os preços de R\$ 1,00 a hora e R\$ 7,50 por aviso de infração, voltaram à tabela anterior que é de R\$ 0,70 a hora e R\$ 3,50 por aviso de infração. Aos sábados, não está sendo cobrado o estacionamento.

ção e do Lar; a Semana de Engenharia da UEM, a Feira de Imóveis e a Mostra de Arquitetura) foi um grande sucesso. Realizada de 20 a 25 de novembro, sob a coordenação do Conselho da Mulher Empresária e Executiva da ACIM, a Expocasa já está com a sua segunda edição garantida para 2001.

EVENTOS

Em 2000, o Setor de Eventos da ACIM promoveu 74 atividades, reunindo um público de quase 103 mil participantes. A programação para 2001 já está agendada e promete boas surpresas.

Preconceitos à parte

Cada vez mais presentes no mercado de trabalho, as mulheres ainda se ressentem de que são discriminadas na hora de negociar com homens

O colunista da Revista Veja, Stephen Kanitz, afirmou em um dos seus artigos que poucas mulheres comandam as 500 maiores empresas brasileiras ou mundiais. Disse, com todas as letras, que a diretoria das grandes companhias em geral é um “clube do Bolinha”.

Sob a argumentação de que “mulheres não sabem administrar” ou que “administração é coisa para homem”, os presidentes dessas corporações acabam, com raras e honrosas exceções, fechando portas para as representantes do sexo feminino. Não é difícil entender a razão. Há que se concordar – e Kanitz aborda exatamente isso em seu artigo – que muito da teoria e do modo de pensar em administração vem de uma forma masculina de ver o mundo: mais agressivo, mais calculista. “Nessa cultura masculina, não é de se estranhar que mulheres não se sentissem à vontade e desistissem da carreira. As poucas que galgam os altos escalões das 500 maiores empresas, com todo o respeito que elas merecem, o fazem dançando a música dos homens. Sendo franca minoria, as mulheres nunca conseguem impor sua forma própria, um estilo feminino de administração”, analisa Kanitz.

Tirando o foco das mega corporações e trazendo-o para o dia-a-dia das pequenas e médias empresas, o que se percebe é que o preconceito pouco a pouco se dilui. Tanto é que cresce a olhos vistos o número de mulheres que ocupam postos de comando nestas corporações.

Ainda que o preconceito não tenha sido totalmente abolido. Algumas empresárias e executivas relatam que, de vez em quando, enfrentam dificuldades na hora de negociar com o sexo oposto. A reclamação mais freqüente é com relação a desconfiança masculina, que pode estar mais ou menos evidenciada.



Clarice Franchini: “acredito que as barreiras só aparecem se a gente não está preparada”

Cidinha Coquemalla, proprietária de uma das maiores agências de publicidade de Maringá garante que hoje é bastante respeitada no mercado. No entanto, nem sempre foi assim. Há dez anos quando chegou em Maringá, ela conta que sentiu na pele como é ser discriminada e mesmo tendo total apoio do marido, o publicitário Thomé Coquemalla, teve que descobrir sozinho como driblar o preconceito. “Alguns empresários que procuravam os serviços da agência, se assustaram ao saber que quem iria atendê-los era uma mulher. Muitos, nem se faziam de rogados e perguntavam de saída pelo meu marido”, relem-

bra a empresária.

BONS ARGUMENTOS - Ela conta que foi preciso muita conversa, bons argumentos, alguma dose de paciência e, claro, persistência para se impor nesse universo predominantemente masculino. Porém, garante que nunca pensou em desistir. “Sempre confiei na minha capacidade e acabei provando, na prática, que estava no cargo como figura decorativa, ou simplesmente porque era casada com o dono do negócio”, assume.

Valeu o empenho. Hoje, Cidinha pode se dar ao luxo de dizer que a realidade na agência é bem diferente. O número de clientes aumentou e ninguém mais se espanta com o fato de negociar com uma mulher. Aliás, hoje, o atendimento lá é realizado só por mulheres. “Sem discriminação”, jura.

Coincidência ou não, a agência de viagens da empresária Leda Manetti Zanatta, também mantém em seu quadro de atendentes uma grande maioria de mulheres. Leda diz que a opção é proposital e a razão é simples. “As mulheres têm mais paciência e jogo de cintura do que os homens.”

Sobre o jeito feminino de administrar, Leda tem uma teoria própria. Segundo ela as mulheres são boas administradoras por natureza, já que as funções naturais que executam no dia-a-dia – como cuidar da casa, do marido e dos filhos – ajudam muito na hora de enfrentar uma empresa. “Tudo leva a crer que a mulher nasceu para administrar”, argumenta.

10 DICAS DE MULHERES BEM SUCEDIDAS NO TRABALHO

- Ser segura
- Ter objetividade
- Motivar a equipe
- Estar sempre disponível para os novos aprendizados
 - Manter uma boa rede de relacionamentos
- Trocar experiência com outros profissionais do mercado
 - Ser boa ouvinte
- Desempenhar o papel de líder e não de chefe
 - Ter humildade
- Dedicar-se ao trabalho

Clarice Rossi Lecheta Franchini, gerente executiva de um plano de assistência médica há 8 anos, também é da opinião que o poder de organização das mulheres contribui para que as empresas alcancem melhores resultados.

Sobre o relacionamento profissional com os homens, Clarice é enfática. Embora admita que a discriminação exista, garante que nunca se deixou intimidar. "Confesso que jamais enfrentei barreiras no relacionamento profissional com os homens. Estou convicta de que as barreiras só aparecem se você não estiver preparada", apregoa.

NOVA LEI - Para a psicóloga do trabalho e professora da Universidade Estadual de Maringá, Sônia Moro, a presença feminina no comando das empresas está colocando um fim num tipo de gestão tipicamente masculina, onde a lei é a seguinte: "Manda quem pode e obedece quem tem juízo." O fato de as mulheres serem educadas com mais disciplina e organização faz com que se destaquem profissionalmente. A psicóloga acredita que muitas qualidades femininas hoje são bastante valorizadas no mercado de trabalho, daí o espaço que a mulher vem conquistando. Ela cita como exemplos, a flexibilidade para se adaptar às mudanças, a disponibilidade para ouvir o que o outro tem a dizer, e a ca-



Cidinha Coquemala: bons argumentos e alguma dose de paciência para se impor num universo predominantemente masculino

pacidade de aceitar novas idéias.

Uma observação interessante feita pela psicóloga, que fez questão de deixar claro que não se trata de uma regra, é a diferença entre a gestão masculina e a feminina. Segundo ela, o homem copiou o modelo de comportamento que tem em casa, sendo mais autoritário, e a mulher tem mais flexibilidade no comando, aproveitando-se da experiência de submissão para se relacionar melhor com os comandados.



Leda Zanatta: as mulheres são boas administradoras por natureza

A psicóloga conclui que existe um outro senso quando se trata de discriminação, pois o mesmo empresário que opta por contratar funcionários homens, prefere ser atendido por mulheres. É um mistério que só eles mesmos podem responder, mas uma coisa é certa: não se trata apenas de bom gosto, tem tudo a ver com competência e bom atendimento. ■

TEXTO: TEREZA PARIZOTTO
REPORTAGEM: LIGIANE CIOLA

Uma forasteira em Maringá

"Quando cheguei em Maringá, há nove anos atrás, senti muita desconfiância dos empresários locais". A frase é da coordenadora da Casa Mercosul, Maria Alice Bourdon. "Acho que eles se assustaram com uma carioca, divorciada e cheia de idéias novas, que aportou nessa terra vermelha, disposta a dar consultoria para vários empresários de sucesso", diz em tom de brincadeira.

Maria Alice conta que durante mais ou menos um ano foi 'testada'. E nesse período percebeu claramente que alguns clientes se sentiam pouco à vontade em falar de negócios com uma mulher. "Vi nos olhos de alguns clientes que eles preferiam mil vez tratar de negócios com alguém do sexo masculino", recorda.

Hoje Maria Alice diz que já não é assim. "Conseguí me impor e pos-

so dizer que sou respeitada profissionalmente". A receita? Ter mostrado ser tão competente quanto um homem. "Apesar de ser mulher".

Além disso, Maria Alice garante que sempre procurou respeitar a insegurança alheia. Sim, porque na sua opinião, a dificuldade que certos homens apresentam na hora negociar com mulheres, tem muito a ver com insegurança.

Experiente, a executiva não se faz de rogada e confessa que lançar mão do charme feminino é uma das estratégias de negociação. "Acho que venda é sempre um ato de sedução", diz ela. E complementa: "constantemente estamos vendendo algo, seja um produto, um serviço, um projeto e até a nossa própria imagem".

As "técnicas" de venda, segundo a executiva, são as conhecidas. Falar a coisa certa na hora certa, massagear o ego do



Maria Alice Bourdon: "vi nos olhos de muitos clientes que eles preferiam tratar de negócios com alguém do sexo masculino". cliente, trazer aquele brilho no olhar de quem acredita no que faz, estar seguro de si. "Saber sair de mansinho de uma cantada, assim que você percebe que ela está apontando no horizonte, é também uma boa medida de segurança", conclui Maria Alice.

Tudo bem no ano que vem

Todo mundo promete mudar de vida no próximo ano. Mas o que é preciso para que as promessas dêem certo?

Que atire a primeira pedra quem nunca fez uma promessa na passagem de ano novo. “*Juro que vou encarar um regime com seriedade*”; “*Nesse ano quero viver mais e trabalhar menos*”; “*Desta vez faço a viagem dos meus sonhos*”; “*Vou parar de fumar*”. Não importa o que, mas é comum nos comprometemos com alguma coisa. Normal. Fim de ano é isso mesmo. É um novo ciclo se iniciando. Hora de fechar para balanço e reviver o compromisso de sermos pessoas melhores.

Muitas das promessas não passam disso – promessas. Tanto é que algumas são deixadas de lado antes mesmo da ceia terminar. A psicóloga clínica Cleuza Gomes dos Anjos explica a razão disso. Segundo ela, muitas das metas são estabelecidas com base num ideal, num sonho, porém sem o comprometimento necessário para levá-las adiante.

Mas quando a promessa nasce de uma forte vontade, torna-se mais fácil atingir o alvo, ainda que seja necessário enfrentar alguma pressão ou obstáculo. A matemática é mais ou menos assim: desejo gera vontade e esta resulta em realização.

MUDANÇA DE ATITUDE – A atual diretora de Cultura do município, Dina Dolis, já teve sua fase de fazer promessas sem compromissos. Ela já perdeu as contas de quantos *revellions* disse para si mesma que iria deixar de fumar e cuidar mais do corpo. A cada ano era sempre a mesma lengalenga, mas tudo continuava igual.

Em 2000 foi diferente. Naquele 31 de dezembro Dina garantiu que estaria fumando seu último cigarro. Dito e feito. De quebra se comprometeu a caminhar todos os dias. Bingo! “Só deixo de caminhar se houver algum compromisso inadiável”, garante.

O que mudou? “Amadureci”, simplifica ela. A experiência lhe ensinou outra importante lição. Não fazer promessas vagas na passagem do ano. “Desta vez quero apenas pedir paz e saúde. Não pretendo assumir compromissos que não possa cumprir”, confessa.



Dina Dolis: amadurecimento e o fim das promessas vagas

TEMPOS MODERNOS – Há que se considerar um outro dado relevante. Diz respeito a esses tempos modernos em que as mudanças ocorrem numa velocidade supersonica e os desejos parecem acompanhar o mesmo ritmo, variando com grande intensidade. Quantas vezes nos mobilizamos para conseguir algo, mas desviamos a rota antes mesmo de alcançarmos a meta, porque outro interesse surgiu dividindo nossa força de vontade? “Para que nossas promessas – não só aquelas de final de ano – dêem certo é preciso colocar empenho no que fazemos”, ensina a psicóloga.

Um pouco de “pé no chão” também ajuda na hora de enumerar as promessas. Pensar grande é sempre bom, mas não adianta “se comprometer” com algo que está muito além do possível. “Quem ganha apenas R\$ 900,00 por mês, em tese, terá poucas chances de comprar uma Ferrari ao final de um ano”, exemplifica a psicóloga.

Além de procurar ser o mais realista possível, o chefe de jornalismo da Tele-

visão Cultura de Maringá, José Nascimento, tem outra fórmula, que ele garante ser infalível na hora de enumerar sua lista de propósitos: documentar tudo na agenda. “Não há como escapar. Se a meta não foi atingida, está ali escrito, como que dizendo: não se esqueça, ainda não resolvemos essa questão”, ensina.

No ano passado, constaram nessa lista um curso de pós-graduação e a compra de uma motocicleta. Por questões orçamentárias teve que fazer uma opção. Escolheu a especialização. Concluído o curso, investiu energia na compra da moto. “Naquele momento, sabia que os dois não viriam juntos. Fiz uma opção pelo curso. Depois, passei a perseguir a outra meta”, explica.

PASSAPORTE À MÃO -

Além de uma pequena lista com desejos que vão desde a aquisição de um forno de microondas, passando por um curso de violão e outro para piloto de avião, um dos principais sonhos de Nascimento é uma viagem à Palestina. “Sei que ainda não posso viajar, mas estou me preparando para isso. O primeiro passo, que já está na lista de prioridades de 2001, é tirar o passaporte. Assim, toda vez que abrir minha carteira vou lembrar de meu sonho e continuar a perseguir-lo”, comenta.

Nascimento aconselha a todos, principalmente os mais indisciplinados, a fazerem listas das coisas almejadas, por mais simples ou complexas que sejam. A regra vale tanto no plano profissional quanto no pessoal. Essa fórmula tem sido passada para os amigos mais próximos. Para complementar, ele junta à determinação e ao planejamento um pouquinho de fé, ou pensamento positivo. “Quando acadêmico sonhava alto. Queria trabalhar na “Folha de S. Paulo”. “Não entrei para o jornal, mas estou muito feliz aqui. O importante

é ter metas e batalhar pelo melhor resultado”, ensina.

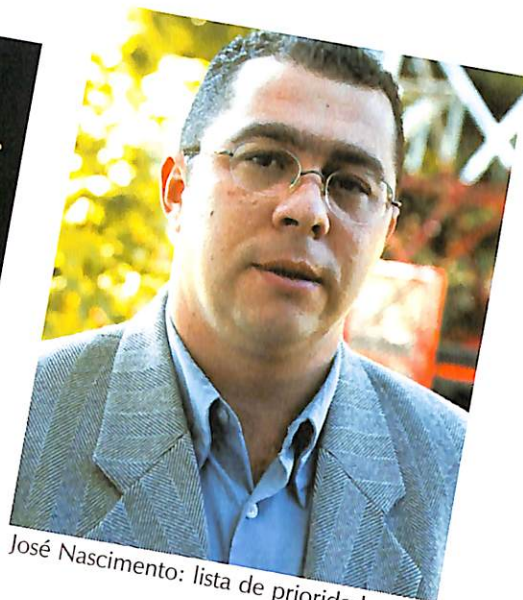
SEM COBRANÇAS – A fundadora do Conselho dos Jovens Empresários de Maringá (Copejem), Olga Moleirinho, também já integrou o time daqueles que gostam de fazer promessas no final do ano. Muitas delas também deixaram de acontecer ou foram esquecidas.

Hoje, Olga vive uma fase nova. Prefere lidar com seus desejos de forma diferente, a começar pelo balanço das realizações. “Faço isso no início do ano e não me cobro mais, se por ventura alguma coisa ainda não foi realizada, pois existem mais 365 dias para poder chegar lá. Deleto toda a frustração”, destaca.

Como Nascimento, há dois anos ela vem anotando seus desejos. Para não esquecer, eles ficam à mostra, expostos na porta do guarda-roupa. Mais do que ficar prometendo coisas e não cumprindo, ela acredita que se deve analisar se aquele pedido é uma necessidade pessoal e autêntica ou é uma condição imposta pelo meio. “Se planejo algo que vai me fazer bem é um presente que me permito e trato de adquiri-lo o quanto antes. Seja um bem material ou simplesmente uma mudança de atitude que me faça sentir mais feliz”, explica.



Olga Moleirinho: sem cobrança



José Nascimento: lista de prioridades

Muitas das promessas acabam perdendo o valor, segundo ela, porque não fazem parte da personalidade de quem desejou. Por isso, ao longo do ano, as pessoas deixam de lado o que prometeram. Mas, podemos reviver sonhos antigos. Sempre há tempo para isso.

Olga Moleirinho enumera alguns dos desejos que, segundo ela, estão perto de serem realizados. Pela ordem, o primeiro é participar de um rally, depois fazer

rapel (uma variação de montanhismo, só que mais radical,) e, por último, descer nas águas do rio Jordão, em Israel. Com certeza esses itens estarão na sua lista de pedidos na passagem do dia 31 de dezembro. Afinal, “não custa nada pedir, concorda?” ■

NADIR ALVES

Especial para a Revista da Acim

TUDO DEVE SER ELABORADO

Para quem ainda não consegue realizar suas promessas de final de ano, vale um conselho: “o homem sem rumo não chega a lugar algum”.

Para o psicanalista Raymundo de Lima, professor da Universidade Estadual de Maringá, quem não está conseguindo realizar os planos deve estar atento a alguns fatores. Não importa qual seja o desejo. Desde um simples programa de exercícios, passando por uma viagem ou outros bens materiais.

Devemos lembrar que o final de ano funciona como uma espécie de balanço, onde as pessoas praticamente se obrigam a medir perdas e ganhos. Algumas pessoas podem valorizar mais as perdas do que as realizações. Desse comportamento nasce a culpa por achar que não corresponderam às expectativas. Já outras elaboram melhor o “prejuízo”, conseguindo renascer das cinzas, e delas criar novos projetos, quem sabe com melhores resultados.

Hoje o mundo está mais veloz, se comparado com 30 ou 50 anos atrás. É a velocidade da informação, da tecnologia. Só que o tempo é o mesmo. Não houve alteração. “O que está veloz é a ação do

mundo sobre as pessoas. A nova ordem cultural do momento obriga e pressiona as pessoas a acompanharem essa ação social veloz. Isso faz com que muitos fiquem correndo, correndo, na maioria das vezes em círculo, terminando o ano estressados, irritados, com a sensação de que o ano foi improdutivo. Quando na verdade não foi”, salienta Raymundo de Lima.

Para mudar esse quadro, fazendo com que a frustração e a depressão não impeçam no final do ano, basta seguir a máxima de Paul Sartre: “O homem é responsável por aquilo que é.” Traduzindo: as coisas da vida tendem a acertar o alvo quando “nos convidamos a fazer um projeto, apoiando, ajudando e nos responsabilizando”.

Raymundo de Lima recomenda que as pessoas elaborem de fato um projeto de vida para o ano seguinte. Ele não deve ser fechado. O importante é ter claro o que desejamos, não apenas de nós, mas também das pessoas à nossa volta, seguindo uma metodologia. O que é mais “elaborado” tende a ter menos erros e mais acertos.

Lima exemplifica dizendo que se alguém se propõe a caminhar porque está com peso aquém do desejado, é importante determinar o horário para isso. E não



Raymundo de Lima: planejamento, estratégia e ação

dizer “qualquer hora dessas eu começo”. Do mesmo modo quem deseja ser mais dócil com os filhos, ter mais amizades, estudar, ler, fazer uma viagem. Tudo começa com planejamento e estratégia, que então devem ser colocados em prática. “Só assim, acertaremos o alvo”, diz o psicólogo. “Quando estamos sem rumo”, continua ele, “somos alienados e estamos mais distante de sermos felizes”.

GVT TRAZ NOVO FÔLEGO À ECO

A operadora de telefonia fixa escolheu o Paraná para instalar sua sede e a Cidade Canção para implantar sua central de relacionamento com clientes, gerando empregos e contribuindo para o desenvolvimento da Região



Amos Genish:
"estamos muito felizes com a escolha por Maringá"

O Edifício Green Palace Trade, à Rua João Paulino Vieira Filho, 752, localizado no Novo Centro em Maringá, reúne a maior parte da equipe responsável pelos contatos com os clientes da mais nova empresa espelho do país – a GVT, que entrou em operação no último dia 26 de novembro. A companhia de telefonia fixa está operando neste ano em 24 cidades dos seguintes estados: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Goiás além do Distrito Federal. A partir do ano que vem, o número de cidades atendidas passa a 89, abrangendo também Tocantins, Acre e Rondônia.

Entre todos os estados de atuação, a GVT escolheu o Paraná para instalar sua sede e Maringá para implantar sua Central de Relacionamento com o Cliente, atraída pela qualidade de vida e pelo bom nível de formação registrado na cidade. "Estamos muito felizes com a escolha por Maringá, cidade que nos acolheu de braços abertos e onde encontramos toda a infra-estrutura necessária para atingir o objetivo de ligar as pessoas a uma vida melhor oferecendo serviços de alta qualidade", avalia o vice-chairman da empresa, Amos Genish.

Para o governador Jaime Lerner, a chegada da GVT é importante para o Paraná porque é uma empresa de tecnologia de ponta em telecomunicações, setor em que o Estado já se apresenta como um centro de vanguarda e sua presença é mais uma

boa consequência da transformação econômica do Estado. "Tivemos o maior interesse em garantir os benefícios do programa Paraná Mais Empregos para assegurar a instalação da GVT em Maringá e, com isso, contribuir para a criação de novos postos de trabalho e a geração de impostos para a região", declarou Lerner.

NA HORA CERTA – "Fizemos um grande esforço para atrair a GVT por acreditar que a presença da companhia vai induzir o desenvolvimento tecnológico, além de atrair outras empresas para a cidade", afirma o presi-

dente da ACIM, Jefferson Nogaroli. Ele ressalta que a chegada da GVT foi providencial porque aconteceu logo depois da cidade ter registrado uma perda de 300 desempregos causado pelo encerramento das atividades da central de atendimento de outra empresa de telefonia.

O secretário de Estado da Indústria, Comércio e do Desenvolvimento Econômico, Eduardo Sciarra, é outro que acha que a empresa contribuirá para o fortalecimento da região de Maringá. "A GVT irá estimular o setor de serviços, através da contratação de empresas



Jefferson Nogaroli entende que a vinda da empresa foi providencial

NOMIA DE MARINGÁ

terceirizadas”, opinou.

Com a instalação da GVT em Maringá, a cidade volta a ser a sede principal de um call center – o número de atendentes e operadores de telemarketing sediados em Maringá é três vezes maior que o de Curitiba, onde funciona o Business Center. As duas equipes atendem ligações provenientes de toda a área de atuação da GVT. Entre o dia 30 de outubro, quando começou a funcionar, a 10 de dezembro, o Business Center e a Central de Relacionamento com o Cliente receberam mais de 100 mil ligações. “O impacto da chegada da GVT à Maringá vai além da geração de empregos e tributos. É uma ligação da cidade com o mundo”, acredita Nogaroli.

O atual secretário de Indústria e Comércio do município, Miguel Fuentes Salas, lembra que houve um esforço conjunto entre poder público e classe empresarial na tentativa de atrair a empresa para cá. Foram necessários vários encontros, muitas horas de negociação e empenho na hora de apresentar as vantagens que a região podia oferecer, onde Prefeitura, ACIM e Codem estiveram juntas. “Maringá concorreu com todas as grandes cidades do Estado. Foi uma satisfação quando, depois de mais ou menos oito meses de negociação recebemos a notícia de



Foto: João Claudio Fragozo

Loja da GVT no Aspen Park, inaugurada em novembro

O que o usuário pode esperar

A GVT chega prometendo revolucionar o sistema de telefonia. Os benefícios são muitos. Paulo Roberto Teixeira, consultor de vendas corporativas, enumera alguns, a começar pelo sistema de cobrança das tarifas. “Cobramos por minuto e não por pulso”, explica. Segundo ele, dessa forma o usuário pode controlar melhor o quanto gasta. E justifica: “É difícil medir ao certo quanto tempo compreende um pulso. Fala-se em quatro minutos, mas na realidade não chega a três. A tarifa cobrada por minuto dá mais transparência na negociação”.

O sistema de cobrança é outra vantagem. “A GVT trabalha com seis planos diferentes de pagamento, levando em conta o perfil de usuário, que pode optar pelo plano que mais se aplica às suas necessidades”, diz o consultor. Teixeira cita como exemplo uma família com filhos adolescentes que passam muitas horas navegando pela Internet. Para usuários com este perfil a empresa disponibiliza um plano com tarifa mensal fixa. “Aqui a conexão – não importa o tempo – e as ligações locais não são cobradas”, explica.

A GVT também possibilita que o usuário acesse sua conta telefônica pela Internet. Teixeira informa ainda que a linha pode ser adquirida na loja que a empresa inaugurou no Shopping Aspen Park, ou através do telefone 0800-0520025. Ele explica que a instalação ainda não é imediata. Depende da área de cobertura. “Esse ano estamos disponibilizando 200 mil linhas, distribuídas nas 24 cidades que a empresa atua”, diz o consultor.

Importante lembrar que mesmo optando pela GVT o usuário pode escolher a operadora que deseja trabalhar nas ligações interurbanas ou internacionais.



Em maio deste ano o governador Jaime Lerner e o presidente mundial da GVT Stuart Graham assinaram o contrato para instalação da empresa no Paraná

que a concorrência estava ganha”, disse o secretário.

Vale destacar o empenho do Deputado Federal Ricardo Barros (PPB) nessa conquista. Quem acompanhou de perto o processo, sabe que ele não mediu esforços, usou sua influência em Brasília, enfim trabalhou com afinco para a vinda da empresa no Estado, tendo Maringá como sede. Para o deputado foi importante ter “comprado essa briga”. “As vantagens são

muitas, mas talvez a maior delas esteja no fato de que todo o ICMS gerado pela GVT no Paraná, será faturado em Maringá”, destaca Ricardo Barros.

Miguel Fuentes Salas elogiou o esforço de todos os envolvidos, destacando inclusive a participação das entidades, o que no seu entendimento foi de vital importância. “Maringá vive um momento único. Nunca na história do município se viu uma união tão grande entre a classe empresarial, interagindo com o poder público, em benefício do desenvolvimento econômico da cidade”, disse ele. O secretário ainda destacou que a presença da GVT em Maringá não é um ato isolado. “Várias outras negociações aconteceram com a participação das entidades. Talvez em breve possamos comemorar novas conquistas”, adiantou Salas.

REFLEXOS POSITIVOS – A presença da GVT em Maringá promete inúmeros reflexos positivos para a comunidade. O próprio secretário de Indústria e Comércio lembrou



Miguel Fuentes Salas lembra que Maringá concorreu com todas as grandes cidades do Estado

que a empresa se comprometeu espontaneamente a instalar uma escola de computação na periferia da cidade para atender a população mais carente, possibilitando que jovens e crianças tenham uma formação nessa área.

O secretário informou que a empresa não estipulou uma data específica para instalação dessa escola, mas acredita que até o final de 2001 o projeto já esteja viabilizado.

Outro reflexo acontece junto ao meio universitário. Para fornecer mão-de-obra especializada e garantir a empregabilidade dos moradores da região, a Universidade Estadual de Maringá – UEM, já estuda a criação de um curso de Engenharia de Telecomunicações. Segundo o diretor executivo do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá, professor João Celso Sordi, o curso deverá atender, além da GVT, outras empresas do ramo de telecomunicações que devem chegar à cidade. ■

Central de Relacionamento com o Cliente

A rotina da equipe dos 160 atendentes e 10 supervisores que já atuam em Maringá é cada vez mais intensa – a média diária de ligações recebidas passou de 150 no início das operações para 5 mil, em dezembro. Para oferecer um atendimento de qualidade, adequado às necessidades dos clientes, a GVT recruta seus atendentes seguindo rígidos critérios de seleção. “Analisamos questões comportamentais, experiências anteriores e, principalmente, a capacidade do candidato de se relacionar com pessoas”, afirma o Coordenador do Job Center, Mauro Paluma. Depois selecionados os candidatos passam por um intenso treinamento em comunicação e recebem informações detalhadas sobre produtos, serviços, tarifas e tecnologias da GVT.

Além da preocupação com o atendimento de alto nível ao cliente, a qualidade de vida dos funcionários da Central de Relacionamento é levada muito a sério. Entre os diferenciais de infra-estrutura, os atendentes contam com sala de relaxamento equipada com sofás, música ambiente e acessórios de fisioterapia usados para a realização de atividades preventivas contra a Lesão por Esforço Repetitivo – LER. Todos os ambientes foram projetados com móveis ergonômicos e iluminação própria, para evitar fadiga visual.

TEMPO REAL

A GVT investiu em tecnologia avançada para a instalação da Central de Relacionamento com o Cliente. Os equipamentos são todos da Lucent e o sistema de CRM – Customer Relationship Management (Gerenciamento das Relações com o Cliente) é da Siebel, ambas líderes mundiais em seus setores.

A integração dessas tecnologias com todos os sistemas de informação da empresa tornam possível ao atendente GVT identificar, no momento da ligação do cliente, se o local

onde a pessoa mora tem cobertura, a agenda dos técnicos disponíveis para fazer a instalação e as providências técnicas internas necessárias para garantir perfeito funcionamento da linha.

Com um simples clique, o atendente dá início à habilitação do cliente e as informações sobre o processo são automaticamente encaminhadas a todos os funcionários e colaboradores envolvidos internamente. A partir daí, as responsabilidades são distribuídas e as ações necessárias são desenvolvidas. O processo também gera o registro do cliente

em um sistema capaz de cruzar seus dados cadastrais com informações sobre hábitos de uso e preferências. Assim, a GVT tem como manter um atendimento personalizado, com soluções sempre adequadas às necessidades específicas de cada cliente.

Entre os parceiros locais, a operadora está utilizando os serviços da Job Center (recrutamento e seleção), Trecsson (infra-estrutura para treinamento) e construtora Schwabe (obras civis).

MONOLUX

INAUGURA CENTRO EMPRESARIAL E LANÇA APART - HOTEL EM MARINGÁ

INAUGURAÇÃO

METRÓPOLE

Centro Empresarial

9.500 m² distribuídos entre:

- 5 lojas térreas
- 30 salas comerciais
- 100 vagas de garagem

Localização estratégica no coração comercial da cidade - canção, numa das esquinas de maior fluxo de pessoas de Maringá e região: Av. XV de Novembro esquina com Av. Herval.

Próximo a:

- bancos
- cartórios
- fórum
- prefeitura
- restaurantes
- lanchonetes
- padarias
- correio



LANÇAMENTO

BRISTOL METRÓPOLE FLAT

Apart -hotel com 10.350m², dotado da mais moderna tecnologia para receber hóspedes, turistas e empresários.

Serão 15 andares do mais avançado conceito de distribuição e ocupação de ambientes visando atender as necessidades do 3º milênio.

Projetado com esmero para realização dos mais diversos tipos de eventos.

- 161 apartamentos
- salões de convenções para 1000 pessoas
- sauna úmida e seca
- piscina
- salão de jogos
- sala de musculação
- restaurantes
- escritório virtual
- garagem para 100 veículos

A construtora **Monolux** comemora seus 33 anos e presenteia Maringá com empreendimento comercial e hoteleiro

Fornecedores:

BRINCADEIRA DE CRIANÇA

Resgatada lá dos tempos de infância, a peteca conquista adeptos em todo o Brasil e até aqui em Maringá

O caminho da boa forma é cheio de atalhos. Algumas pessoas escolhem os esportes aquáticos como a melhor opção, outras preferem pedalar uma *bike*. Há quem eleja o futebol uma ou duas vezes por semana. Sem falar, é claro, na turma da academia.

Mas nada disso chamou a atenção de um grupo de empresários maringenses que trocou os esportes convencionais pela peteca. Você leu certo, é peteca mesmo. Aquele artefato que esteve presente na infância de pelo menos 9 entre 10 adultos de hoje.

O grupo, formado por oito duplas, de idade variada, leva a brincadeira muito à sério. Os integrantes nunca faltam aos treinos – que acontece três vezes por semana – participam de campeonatos e até se preocupam com a evolução do “equipamento” (veja box).

“No começo os encontros eram despreziosos e nos reuníamos apenas por diversão. Então descobrimos um adepto aqui, outro ali, que a gente convidava para jogar. Quando nos demos conta já estávamos em grande número”, conta Marcos Valêncio, um dos “pioneiros” no esporte.

A idade não importa. Em Maringá, segundo Valêncio, existem desde meninos de 12 anos que já praticam peteca, até pessoas com mais de 50 anos, como é o caso de Éder Mineiro. “Ele tem um preparo físico fantástico, pois a peteca é um esporte de capacitação aeróbica”, ressalta Valêncio. Ele informa que em São Paulo a peteca já está sendo usada como exercício de academia.

Na sua opinião, o ideal seria se os clubes se interessassem pelo esporte. “São os clubes que dão estrutura para a peteca, que aliás começou exatamente como esporte de clube, em 1936, com o Corinthians, o primeiro a incluir essa prática no seu quadro associativo. Esperamos que no ano que vem nós consigamos implantar nossos jogos nos

clubes maringenses”, encerra.

TÚNEL DO TEMPO – A história dos campeonatos em Maringá começou em 1996 quando os alunos de Educação Física da UEM precisaram realizar um trabalho para a disciplina de Lazer e



Recreação.

Ronay Jorge, um dos alunos, optou por fazer um trabalho com a peteca. Conversou com Marcos Valêncio, empresário e amante desse esporte e, juntos, realizaram o 1º Torneio de Peteca de Maringá.

O torneio recebeu o nome de “Tapa na Peteca” e era patrocinado pela rádio Transamérica. A competição reuniu mais de 30 duplas entre homens e mulheres e foi um verdadeiro sucesso.

Ronay hoje é *personal trainer*, mas não abandonou o esporte. Junto com seu parceiro Edson da Silva, ele conquistou em outubro deste ano o Campeonato Paranaense de Peteca, na categoria de 21 a 30 anos.

Marco Aurélio Quaglia, um dos integrantes do grupo do Ronay e Marcos Valêncio, usa o esporte para aliviar o estresse. “Você esquece todos os pro-

blemas”, diz Marco, que aprendeu o esporte com o sogro, Clodemir Carniel, o Clodô, como é conhecido pelos amigos, e que trouxe a paixão pela peteca de Araxá, MG. “Lá em Minas, os prédios que têm uma quadra de peteca, conseguem vender mais fácil seus apartamentos”, salienta.

Marco Ridolfi é outro “petequero”. Há um ano e apesar de ser profissional de tênis, acredita que o condicionamento físico que a peteca proporciona é bem maior, sendo quase tão completo quanto o da natação. “Eu adoro esporte e acabei descobrindo a peteca por curiosidade. Logo tomei gosto pela coisa e não parei mais”, diz.

ESPORTE EM EXPANSÃO – Além do grupo do Marcos Valêncio, hoje existem em Maringá outros fissurados em peteca. A Viapar é uma das empresas que tem seu grupo formado. Todas as terças e quintas-feiras eles se reúnem para jogar na garagem da própria empresa. Usam o esporte para aliviar o estresse do dia-a-dia. A Sanepar também já tem seu grupo formado. ■

TEXTO: TEREZA PARIZOTTO
REPORTAGEM: GIOVANA FALLEIRO

PROGRAMA DE ÍNDIO

A palavra “peteca” tem origem indígena e significa golpear ou bater com a mão espalmada. Os indígenas brasileiros, muito antes da chegada dos primeiros exploradores, já brincavam de bater um objeto feito com punhado de pedrinhas envoltas em folhas ou palha de milho e penas de aves amarradas em sua parte superior.

BRINCADEIRA QUE VIROU NEGÓCIO



Marcos Valêncio: de olho no mercado das competições oficiais

Há oito anos, o empresário Marcos Valêncio trabalha no desenvolvimento de um projeto. Imprimir tecnologia num novo modelo de peteca, capaz de substituir definitivamente o conhecido, mas já ultrapassado, brinquedo de penas.

Foi então que nasceu a peteca Slapt (o som parece com o de um tapa), com tecnologia totalmente maringense. "Em 1992, uma amiga, que mora na França, me pediu para arrumar algumas petecas para ela aqui no Brasil. Foi então que me dei conta de como nosso produto era bom. O problema é que nunca ninguém pensou em melhorá-lo. Passei a vislumbrar um mercado completamente novo", explica.

Na 1ª Mostra Tecnológica de Inventores de Maringá, Valêncio expôs pela primeira vez seu invento. "Minha peteca tem o mesmo tamanho e peso oficial de competição. A diferença está no material utilizado", explica. Feita em

material sintético e lavável, a nova peteca é mais durável, macia, segura e seu desenho é moderno.

Valêncio acredita que o mercado está se abrindo de maneira muito interessante, como segmento industrial e comercial. A peteca oficial que é fabricada hoje apresenta base de borracha, o que agride muito as mãos dos jogadores. Ele explica que a peteca Slapt, tem sua base feita com um PVC flexível e macio. No lugar das penas, entra uma espuma de polietileno, que confere ao artefato uma aerodinâmica muito melhor.

"Portanto, ela pode tanto ser utilizada em jogo oficial quando numa simples brincadeira entre crianças e adultos", frisa o inventor, que além de entrar no segmento de lazer, também espera conquistar o mercado das competições oficiais. "O esporte vem crescendo e ganhando espaço na mídia", fala ele, com um ar de quem enxerga longe e aposta no potencial do seu negócio.

Presentear
bem requer
certa dose
de sofisticação.

CELVA
Lambrusco

RESERVA
MIOLA

PERIQUITA

ADEGA BRASIL
DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS

Fone/Fax (44) 224-9292

Quem são os novos secretários

Conheça os integrantes do primeiro escalão do governo que toma posse junto com o prefeito eleito José Cláudio



Procuradoria Jurídica: Alaércio Cardoso, 38 anos

Natural de Paranavaí, ele está em Maringá desde 1979. Formou-se em Direito pela UEM em 1984. Especializou-se em Direito Civil, com mestrado nessa área. Alaércio é professor de Direito Civil da UEM desde 1986. Advoga na área empresarial e é Assessor Jurídico do Sivamar. Não é filiado ao PT



Secretaria de Planejamento: Samir Jorge, 40 anos

Engenheiro civil formado pela UEM em 1989, Samir tem especialização em Meio Ambiente. Foi Diretor Regional do Sindicato dos Engenheiros do Estado do Paraná e chefe da Divisão de Obras da Prefeitura do Campus da UEM. Também não é filiado ao PT



Fundação de Desenvolvimento Social e Provopar: Telma Maranhão Gomes, 38 anos

Formada em Assistência Social pela UEL, Telma trabalha na UEM desde 1987, onde atua no Programa de Defesa da Criança e do Adolescente. É membro do Conselho Estadual de Assistência Social do Paraná. Telma tem mestrado em Serviço Social pela PUC/SP. É filiada ao PT desde 1986



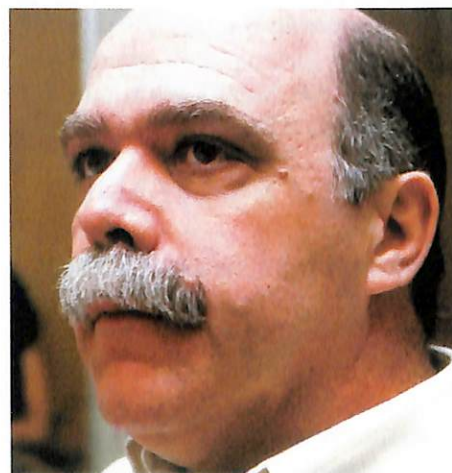
Secretaria de Educação: Maria Pereira de Souza, 56 anos

Albani, como é conhecida, é cearense, mas está em Maringá há 40 anos. Formada em Pedagogia e Economia pela UEM, está fazendo mestrado em Educação. Não é filiada ao PT



Secretaria de Serviços Urbanos e Meio Ambiente: Marino Elígio Gonçalves, 37 anos

Advogado, formado pela UEM, Elígio é professor de Direito Processual Privado e está fazendo Mestrado na área de Direito Ambiental. É filiado ao PT desde 87, já tendo presidido o diretório local e participado da direção estadual do partido



Secretaria de Saúde: Paulo Roberto Donadio, 48 anos

Formado em Medicina pela Universidade Federal do Paraná, Donadio foi Diretor do Hospital Universitário e da 15ª Regional de Saúde. Professor de Reumatologia no Curso de Medicina da UEM, faz Doutorado em Saúde Coletiva na Unicamp. Não é filiado ao PT



**Secretaria de Fazenda:
Ênio José Verri, 39 anos**

Economista e mestre em Economia pela UEM, Ênio faz doutorado em Integração da América Latina na Universidade de São Paulo. É consultor de empresas e professor do Departamento de Economia da UEM. Filiado desde 1983, foi presidente e secretário geral do PT em Maringá



**Secretaria de Governo: Silvio
Luiz Januário, 37 anos**

Advogado formado pela UEM em 1988, atua na área trabalhista. Filiado desde 1989, é o atual presidente do Diretório Municipal do PT. Também foi um dos Coordenadores da campanha do José Cláudio



**Urbamar: Norberto de Miranda
Silva, 55 anos**

Professor aposentado da UEM, Norberto é formado em Matemática. Já foi candidato a prefeito (1988) e a deputado estadual (1990) pelo PT. Há 15 anos é filiado ao partido



**Secretaria de Administração:
Raul Pereira da Silva, 44 anos**

Funcionário de carreira da Prefeitura há 30 anos, Raul é Gerente de Recrutamento e Medicina do Trabalho. Formado em Ciências Contábeis pela Faculdade de Mandaguari, tem pós-graduação em Gestão e Tecnologia da Qualidade, pela UEM. Não é filiado ao PT



**Secretaria de Esportes: Mário
Sérgio Verri, 34 anos**

Empresário no setor de esportes e entretenimento, Mário foi membro do Conselho do Jovem Empresário da ACIM e Diretor da Associação Comercial de Sarandi, durante 10 anos. É filiado ao PT desde 1986



**Chefe de Gabinete: Reginaldo
Benedito Dias, 37 anos**

Professor de História da UEM, Reginaldo é doutorando em História Política pela Universidade Estadual de São Paulo (Unesp). Tem vários livros publicados. Filiou-se ao PT em 1983. Foi presidente do partido e candidato a vice prefeito em 1988



**Saop: José Eudes
Januário, 39 anos**

Economista formado pela UEM, José Eudes tem pós-graduação em Marketing e Recursos Humanos. Atua na área de marketing na iniciativa privada. Filiou-se em 1986 e foi diretor municipal e estadual do PT



**Secretaria de
Transportes: Renato
Victor Bariani, 41 anos.**

Técnico em Segurança do Trabalho, ele tem vários cursos na área de transportes. Atualmente é assessor da vereadora Bia na Câmara. cursou até o quarto ano de administração na UEM



**Assessoria de Imprensa:
Raí Nascimento, 34 anos**

Raí atua na área de comunicação social em Maringá desde 1988. Trabalhou em produção e criação de publicidade e propaganda e faz campanhas para o PT desde 1992. Atuou na coordenação da campanha do José Cláudio. Não é filiado ao PT



**Secretaria de Indústria
e Comércio: Rosa Izelli
Martins, 44 anos**

Mestre em Administração de Empresas, Rosa foi professora da UEM e dirigiu a Incubadora Tecnológica de Curitiba. Hoje tem uma empresa de consultoria. Seu nome foi indicado pelo Codem.

Lançada a Maringá Líquida 2001

Consumidores poderão ganhar um apartamento comprando no comércio maringaense de 7 a 17 de fevereiro

Foi lançada oficialmente, num café da manhã que reuniu empresários, presidentes de sindicatos, entidades de classe, clubes de serviço, imprensa e diretores da ACIM, e do Sivamar, a quarta edição da Maringá Líquida, uma multipromoção que vai movimentar as áreas do comércio, serviços, materiais de construção, supermercadista e turismo de 7 a 17 de fevereiro.

Em apenas 10 dias, o consumidor de Maringá e região irá concorrer a um apartamento quitado fazendo suas compras nas lojas e prestadores de serviço que aderirem à campanha. Os organizadores esperam repetir o sucesso dos anos anteriores, com média de adesão de 900 comerciantes, garantindo um bom aquecimento no comércio.

Os lojistas que participarem da promoção, além dos incentivos como incremento das vendas em época de baixa, desova de estoques e oportunidade para cativar novos clientes, também serão premiados. Um vendedor (entende-se também garçons, recepcionistas de hotéis, frentistas e demais envolvidos na distribuição dos kits) vai ganhar um prêmio de R\$ 1.000,00. Um comerciante vai ganhar um pacote de mídia, com inserções nas principais emissoras de televisão.

ÉPOCA PROPÍCIA - "É a prova da criatividade do comércio maringaense que mostra a sua competência, formulando um evento que já é parte integrante do calendário oficial da cidade", destacou o prefeito eleito José



Paulo Bassi, do Depósito Demapol, assina o termo de adesão à Maringá Líquida 2001

Cláudio, que participou da solenidade de lançamento e empenhou seu apoio à promoção.

O presidente do Sivamar, Ali Wardani, frisou que as "grandes estrelas da Maringá Líquida serão os descontos em dinheiro e em mercadorias, os prazos de pagamentos dilatados, a redução dos juros e o grande reforço para o consumidor que é a possibilidade de ganhar um apartamento no final da promoção".

O empresário Shiniti Ueta elogiou a iniciativa dos organizadores e disse que o "comércio esperava com ansiedade o lançamento da Maringá Líquida".

PÚBLICO ESPERADO - Consumidores de toda a região, num raio de 300 quilômetros, estão sendo esperados pelos participantes. "Com a Maringá Líquida, a cidade dá um largo passo para estabelecer em definitivo, de forma ampla, homogênea e motivadora, um mecanismo altamente profissional de comercialização. Estamos abrindo um temporada de oportunidades e excelentes negócios, tanto para as empresas como para os consumidores", concluiu o presidente da ACIM, Jefferson Nogaroli.

A 4ª Maringá Líquida tem o apoio da Prefeitura Municipal de Maringá e do Conselho de Desenvolvimento Econômico, Codem.

Foto: João Cláudio Fragozo

FAÇA DESTA CASA A EXTENSÃO DA SUA

Surge um novo conceito de casa, de cunho social, esportivo e cultural. Nosso objetivo é levar qualidade de vida, entretenimento e prazer. Nossa proposta é torná-la agradável, estreitar laços de família, com competições esportivas, e destaques culturais e sociais, onde serão agraciados e contemplados os destaques em geral.

Teremos o dia "D", onde será entregue nossa casa aos Gurmets e aos Comensais da cidade. Promoveremos vários eventos com escolas, academias de ginástica, academias de música, associações de classe, clubes de serviços, entidades filantrópicas e turísticas, entre outras.

Você que está em casa, e que já cumpriu a sua função profissional e familiar, venha viver momentos de prazer e de entretenimento, revivendo épocas inesquecíveis com músicas inolvidáveis, no Black & White Choperia e Café Colonial. Programe sua festa conosco.

Black & White Choperia e Café Colonial
Av. Nóbrega, 76 - Bosque II - Zona 04 - Fone: (44) 225-4028



Feliz Natal!
Feliz 3º Milênio!



Walfrido Lorenzo Duque
de Souza Filho

Nosso departamento que melhor funciona: o entendimento ao cliente.

Está chegando a GVT. A empresa de telecomunicações que tem tecnologia 100% digital para prover serviços de transmissão de voz, dados, vídeo e Internet para mais de 18 milhões de usuários das regiões Sul, Centro-Oeste e parte da região Norte. Até o final de 2002, a GVT estará investindo US\$ 1 bilhão para atender você e sua empresa com o que há de melhor em tecnologia e qualidade de serviços. Tudo isso por uma simples razão, que também é o nosso maior compromisso: ser a empresa que vai facilitar sua vida. Na prática, isso quer dizer que você vai ter sua conta calculada por minutos, e não por pulsos, porque assim sua cobrança fica mais simples e muito mais transparente. Vai ter também planos de preços segmentados, adaptados ao seu perfil de utilização. Vai poder usar a Internet através dos provedores cadastrados à GVT e pagar bem menos que uma ligação habitual. E também terá acesso a serviços como o Siga-me GVT, Ligação Simultânea de voz e Internet, Identificador de Chamadas e a Conversa a 3, que permite que você fale com duas pessoas ao mesmo tempo. Já estamos trabalhando por você. E temos certeza de que vamos nos entender muito bem. No momento, os serviços GVT estão disponíveis nas cidades de Anápolis, Aparecida de Goiânia, Campo Grande, Campinas, Cascavel, Caxias do Sul, Cuiabá, Curitiba, no Distrito Federal, em Florianópolis, Foz de Iguaçu, Goiânia, Gravataí, Joinville, Londrina, Maringá, Novo Hamburgo, Pelotas, Ponta Grossa, Porto Alegre, Santa Maria, Várzea Grande e Viamão.

GVT. Ligando você a uma vida melhor • 0800 052 0025 • www.gvt.net.br



GVT



Vanessa Pereira
vendedora

25