

ACIM

R\$ 3,90
Maio/2003
Nº 424
Ano 40
www.acim.com.br

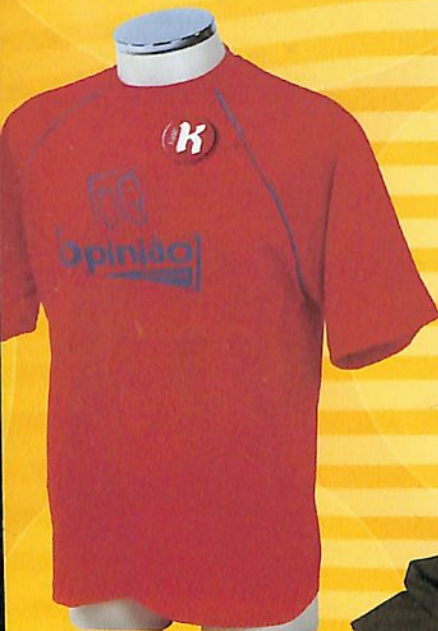
Maringá 56 Anos
Desenvolvimento e Qualidade de Vida

Deixe o Mercado Perceber sua Marca



Bonés • Chapeús • Viseiras

Confeccionados em brim peletizado ou Tactel, atendem aos mais avançados métodos de fabricação, podendo ser personalizados com gravação emborrachada, transfer e bordados.



Bolsas Mochilas Necessaries Porta-CD's

Linha esportiva e viagem em diversas cores e tamanhos, confeccionados em Nylon ou Bagum.

Camisetas

Modelo gola pólo, produzidas em malhas quiet, com gravação em Silk-Screen, transfer ou bordado.



ITALIA MILANO

Milano Bonés, Camisetas e Bolsas Promocionais
Av. Souza Naves, 193 - Cep 86.800-500 - APUCARANA - PR
Televendas: (43) 423-2211 / Fax: (43) 422-6229

e-mail: italiamilano@onda.com.br
Home Page: www.italiamilano.com.br

Modernidade e qualidade de vida

Por maior ufanismo ou bairrismo que possa existir da nossa parte - e não há nenhum demérito em sentir orgulho da cidade em que vivemos, Maringá é realmente especial. E não somos apenas nós, seus moradores, que pensamos assim. Por diversas vezes Maringá tem sido eleita pelas revistas de circulação nacional como uma das melhores e mais promissoras cidades brasileiras.

Ao completar 56 anos, a cidade consegue um equilíbrio ímpar entre desenvolvimento e qualidade de vida. Ao mesmo tempo em que Maringá caminha para o crescimento, tem preservada uma área verde invejável, comparada a outras cidades tem baixos índices de criminalidade, é pólo no setor educacional, de saúde e da indústria de confecções. Parte desses avanços se consegue graças à capacidade de organização da sociedade civil.

Aqui em Maringá não jogamos a responsabilidade de tudo para o poder público. Boa parte das soluções para os problemas tem



origem nas entidades de classe, que se unem em prol dos interesses coletivos. A palavra parceria, calcada no tripé governo, classe empresarial e entidades, é realmente levada a sério.

Nessa edição, você vai acompanhar matérias bem interessantes. Entre elas, a importância da sucessão empresarial ser conduzida de forma planejada e criteriosa, o crescimento do mercado de franquias e a expan-

são dos shopping centers em Maringá, que acabam de conquistar o direito de abrir aos domingos, por um período de 90 dias.

Para a ACIM, que agora tem a denominação de Associação Comercial e Empresarial de Maringá, o mês de abril foi especial. Completamos 50 anos, rendendo homenagens aos bravos que construíram a história da entidade. O retrospecto dessas ações você acompanha na seção ACIM News.

Para completar, quase no fim do mês, recebemos com alegria a notícia da eleição de Ágide Meneguette como Empresário do Ano. Personalidade das mais atuantes não apenas nos limites de Maringá, é um empresário moderno, que empresta sua força pessoal ao associativismo e contribui decisivamente para alavancar o setor agropecuário em nosso estado. É ele o nosso entrevistado do mês.

Boa leitura!

Ariovaldo Costa Paulo
PRESIDENTE DA ACIM

Índice

Editorial.....	03
Cultura Empresarial.....	04
Entrevista.....	06

Turismo.....	22
Shopping Center.....	24
Franquias.....	28

Capital de Giro.....	10
Sucessão Familiar.....	14
Especial Maringá 56 anos.....	18

ACIM News.....	38
Penso Assim.....	42
Expediente.....	46

Vale a pena ASSISTIR

As recomendações são de Eduardo Becker da Art Vídeo

No limite do Silêncio



"Conta a história de um psicólogo atormentado pela culpa do suicídio do próprio filho. Para recuperar-se da tragédia, tenta solucionar misteriosos assassinatos que começam a acontecer em série na cidade. É um suspense misturado com drama, excelente, de final imprevisível. Tem Andy Garcia no elenco e direção de Tom McLoughlin".

Sinais



"Traz a história de um ex-pastor que vive isolado com os filhos numa fazenda e acaba envolvido numa invasão de extra-terrestres. Como ele acabou de perder a mulher em um acidente, está num momento crucial, vivendo o dilema entre abandonar tudo, cair na descrença ou manter sua fé. É um filme muito bonito, tem Mel Gibson no papel e é direção de A.M. Shyamalan."

Vale a pena NAVEGAR

O diretor de Criação da **Ânima Comunicação**, José Luiz Garcia, indica alguns sites sobre marketing e comunicação:

www.mmonline.com.br

Site do jornal Meio&Mensagem. Uma das principais publicações do segmento de comunicação. Muito útil para agências, veículos e anunciantes.

www.abap.com.br

Site da Associação Brasileira de Agências de Propaganda. Traz matérias de dirigentes de grandes agências e legislação que rege a relação entre anunciantes e agências. Muitos empresários desconhecem informações que podem contribuir muito para uma postura mais segura e profissional. Tem links bem interessantes, incluindo o do CENP - Conselho Executivo das Normas Padrão da Atividade Publicitária.

www.aba.com.br

Site da Associação Brasileira de Anunciantes. Muitas empresas nem sabem que isso existe e o quanto podem contribuir para seu avanço profissional na relação com sua agência e veículos.

Vale a pena OUVIR

A jornalista Euci Nakamura recomenda um CD da Série Millenium, "MPB - 20 músicas do século XX"

MPB



"É um CD que reúne grandes obras da MPB, tanto pela qualidade das letras como pelos arranjos. Quem fez a seleção das músicas para compor o CD foi muito feliz, pois não há como não gostar de todas as faixas. Afinal, estão canções de Caetano Veloso, Chico Buarque, Vinícius de Moraes, Tom Jobim, entre outros. Não é o tipo de CD que a gente gosta de uma música, pula umas três faixas e então encontra outro trabalho interessante. Destaque para a música "Poema", de Cazuza, com interpretação de Ney Matogrosso".

A jornalista Juliane Guzzoni recomenda o CD "Perfil", de Jorge Vercilo

Perfil



"O CD com o trabalho de uma nova revelação da música brasileira nos convence de que este país tem riquezas que nós mesmos desconhecemos. O estilo de Vercilo lembra a serenidade de Djavan, mas só lembra, na verdade são propostas diferentes. Vercilo consegue reunir a boa música, a poesia e o romantismo com muito bom gosto. Para quem gosta da boa música, eu recomendo."

O que estou LENDO

Comunidade e Democracia A Experiência da Itália Moderna



Flavio Vicente
Professor e
Consultor de
Empresas

"Robert Putnam é professor em Harvard e estuda a experiência de gestão pública italiana, observando como as instituições influenciam e modificam o comportamento político. Observa a crescente busca da população em tratar de assuntos próximos do dia-a-dia da comunidade. É uma análise política e social de como um governo democrático deve funcionar".



Robert Putnam
Ed. FGV

Vamos às compras!



Nícia Pellegrini
de Almeida
Analista de Sistemas e
Consultora
Empresarial

"O livro é divertido, instrutivo, espirituoso e informativo. Trata da relação entre comerciantes, profissionais de marketing e clientes, nos alertando para armadilhas contra os consumidores e oferecendo dicas práticas e úteis. Explicamos, como e porque agimos, o que observamos, o que ignoramos e o que compramos. Destinado tanto aos empresários quanto aos consumidores. O autor é antropólogo especializado em comportamento do consumidor e é considerado o criador da 'ciência do consumo'".



Paco Underhill
Editora Campus

www.brasil.com.br

É um site fantástico que traz além de informações sobre a beleza do nosso país, oportunidades de negócios e espaços para comprometimento social.

www.hsmmanagement.com.br

A Revista HSM - Management é uma das melhores publicações nacionais sobre negócios, marketing, administração e economia. Respeitada internacionalmente, costuma promover palestras e seminários com nomes que dispensam apresentações. O visitante pode se cadastrar para receber essas informações mesmo sem ser assinante da revista e no site tem muitas matérias.

www.gallup.com.br

É de um conteúdo riquíssimo e sobre assuntos pouco conhecidos dos mercados menores.

www.espamark.com.br

O paranaense editado pela colunista de marketing Sílvia Dias traz notícias do mercado publicitário do Paraná.

www.filantropia.com.br

Site traz ótimas oportunidades para empresas e profissionais que desejam ajudar de alguma forma, mas não sabem por onde começar.

www.abemrd.org.br

Tira todas as dúvidas sobre marketing direto.

www.tomjobim.com.br

Como ninguém é de ferro, considero este site organizado pela família do Maestro um espaço único que merece atenção de todo aquele que gosta de bossa nova e de cultura.

Na receita do sucesso, saúde é um item que não pode faltar.



Todo funcionário sente-se satisfeito quando trabalha em uma empresa que prioriza o seu bem-estar e o de sua família. Isso cria uma relação muito saudável entre empregado e empregador, favorecendo a imagem institucional da empresa, aumentando o comprometimento da equipe e os níveis de produtividade. A assistência médico hospitalar é tão importante, que é apontada como o maior benefício que o trabalhador espera receber do seu empregador. Por tudo isso é que o Santa Rita Saúde se coloca como um item positivo para que sua empresa alcance o sucesso desejado. Faça um plano do Santa Rita Saúde. Porque saúde é fundamental em qualquer negócio.



**SANTA RITA
SAÚDE**

Sorte de quem tem.

Av. Independência, 14 - Sala 02 - Tel.: 3028-2000 - Maringá - PR



Condições especiais
para Associados.

COMPRAMOS CARÊNCIAS DE OUTROS PLANOS

ANS nº 34.818-0

VENDAS:

CDM 262-5588

FILIADO À:



ABRAMGE
Associação Brasileira de
Medicina de Grupo

A força da agricultura

Um dos exemplos mais bem sucedidos de negócios gerados a partir do campo, Ágide Meneguette dirige com competência as empresas da família e ainda encontra tempo para presidir a Faep e do Conselho Deliberativo do Sebrae. É ele o Empresário do Ano 2003



Nascido em uma família de pioneiros que deixaram sua marca registrada na história de Maringá, Ágide Meneguette é não só um empresário de sucesso, mas um líder do setor agropecuário. Formado em Engenharia de Segurança do Trabalho e Agronomia, Ágide Meneguette preside pela quarta vez a Federação da Agricultura do Estado do Paraná - FAEP. Com uma agenda lotada, ele divide suas atenções entre Maringá, Brasília e Curitiba. Uma vez por mês dedica-se durante uma semana aos negócios da família, as empresas Santa Terezinha. Participações e Usina de Açúcar e Alcool Santa Terezinha, da qual é Diretor Superintendente. São quatro unidades de produção e uma unidade logística que empregam 8.800 pessoas (empregos diretos). Com um perfil tão atuante, Ágide Meneguette foi eleito Empresário do Ano 2003, prêmio concedido pela ACIM, Sivamar, Apras e Fiep.

Como o senhor recebeu a notícia de sua escolha como Empresário do Ano?

Eu recebi com surpresa, porque não estava esperando. É uma satisfação muito grande. Recebo com humildade e com reconhecimento pela história da minha família. Hoje nós temos uma empresa que gera 8.800 empregos diretos. Acredito que é um reconhecimento justamente em função de todo nosso trabalho no dia-a-dia, não só meu, mas de toda minha família, inclusive dos meus primos, que ajudaram a levantar essa cidade. Tenho um primo que foi até presidente da ACIM. Nossa família contribuiu não apenas com o desenvolvimento de Maringá, mas também do Estado

Como o senhor se sente ao ver Maringá tão desenvolvida, sabendo que há um dedo dos Meneguette em quase todas as áreas da cidade?

Eu vejo como uma participação que foi muito importante. Nossos antepassados vieram para Maringá na busca de oportunidade de negócios e encontraram.

A Usina Santa Teresinha, empresa da qual o senhor é diretor superintendente, já alcançou o patamar desejado ou existem metas ainda mais ambiciosas a atingir?

Nós estamos sempre procurando o

aprimoramento, a empresa tem que estar sempre procurando crescer. Como no nosso caso, que produzimos no sistema de commodities, procuramos estar sempre traçando novas metas.

Como presidente da FAEP, como o senhor avalia a agropecuária no Paraná?

Se olharmos os nos últimos dez anos, a produção agrícola do Paraná quase dobrou. E o Paraná é um estado que teve um grande poder de mudança. Já foi grande produtor de café, soja, cultura de leite, produtor de aves e suínos. Estamos colhendo uma excelente safra, com grande produtividade. Se olharmos a área plantada vamos ver que é a mesma área usada para plantio nas décadas de 50 e 60. A agropecuária é fruto de investimentos.

O governo Lula pretende apoiar o cooperativismo. Esse apoio deve fortalecer ainda mais o setor?

O Paraná é um Estado que tem o maior sistema cooperativista do Brasil. Temos a Coamo que é a maior cooperativa do País. Temos a Coopervale que é a segunda maior em faturamento. Também temos a Cocamar que serve de modelo entre outras. Todas as cooperativas do Paraná estão num excelente nível de desenvolvimento. São exemplos de profissionalização.

O governo federal anunciou que serão liberados R\$ 3,5 bilhões para a agricultura familiar nas safras 2003/2004. O senhor acredita que os pequenos produtores serão mais valorizados?

Faz parte da sobrevivência da agropecuária na área. Segundo estudos da Confederação Nacional da Agricultura, precisariam ser liberados R\$ 5 bilhões para a agricultura familiar. No Paraná 96% das propriedades agrícolas têm até 50 hectares, ou seja, são pequenos produtores. Eu acredito que a agricultura familiar deva se especializar em atividades como fruticultura. As famílias devem agregar valor aos seus produtos.

O Brasil tem conseguido manter a balança comercial favorável principalmente com as exportações agrícolas. O senhor acredita que a agricultura deva ser mais valorizada nos próximos anos?

Eu acredito que a agricultura deve

ser mais valorizada, porque além de gerar superávit expressivos. Ela também dá equilíbrio social. Nós esperamos que o governo federal realmente cumpra com seus compromissos de campanha e fortaleça ainda mais a agricultura. Temos ainda vários problemas, como a questão da armazenagem. Precisamos de investimentos maciços nessa área. E tendo o companheiro Roberto Rodrigues, que é pecuarista, no Ministério da Agricultura, as coisas tornam-se mais fáceis. Precisamos ter condições de fortalecer ainda mais o setor agropecuário brasileiro.

Qual é a posição da Faep em relação aos transgênicos? O senhor acredita que o governo deva liberar a produção?

A questão da soja transgênica é uma questão de mercado. Não podemos produzir aquilo que o mercado não quer comprar. Eu não entro na questão técnico-científica e sim na comercial. O meu entendimento e da Faep é que devemos produzir aquilo que o mercado quer comprar.

Falando sobre a região, como o senhor vê projetos como o Arenito Caiuá que visam o desenvolvimento da região? Poderiam ser disseminados a outras regiões?

O projeto do Arenito Caiuá é de extrema importância, pois estamos desenvolvendo toda uma região. Precisamos de modernização e desenvolvimento conjunto. Há regiões onde estamos vendo a fruticultura crescer e gerar empregos. Todos nós só temos a ganhar. Há estudos que indicam que a indústria moveleira precisará de mais matéria-prima em alguns anos. E na região de Maringá temos terras que podem justamente serem usadas para gerar madeira. Através de projetos como esse teremos aproveitamento racional e com isso geraremos mais renda. Também acho que outras regiões do Paraná precisam lançar programas de desenvolvimento. A região de Ponta Grossa, por exemplo, precisa criar maneiras para se desenvolver como um todo.

O que o senhor pensa do MST?

Para o país produzir mais e melhor, é preciso tranquilidade no campo. A violência das invasões não beneficiam a produção. O que exigimos do governo é o cumprimento da lei e que seja punido quem não a respeite.

Lucro na aviação



Os diretores Constantino Júnior e Joaquim Constantino da Gol visitaram a ACIM e falaram dos planos de expansão da empresa, que registrou lucro de R\$ 3,9 milhões em 2002

A Gol Transportes Aéreos foi a única companhia de aviação nacional a registrar lucro em 2002. Com dois anos de operação, a empresa já ocupa o terceiro lugar no mercado, atrás apenas da Varig e da Tam. Em 2001, a Gol detinha uma fatia de 8,5% do mercado e no ano passado esse número subiu para 17,1%. A taxa de ocupação dos vôos também é superior à média do mercado: 62% dos assentos são ocupados, enquanto a média é de 57%. O número de aeronaves também aumentou em quase 100% de 2001 para 2002.

Reconhecimento nacional



Walter Thomé Júnior e Cidinha Coquemalla, da Sol Propaganda, e Claudomiro Sirotti, da Cocamar

A Sol Propaganda ganhou recentemente dois importantes prêmios publicitários em reconhecimento ao **case** de marketing promocional "Cocamar Ecológica". No dia 12 de março a Sol foi a única agência do interior a ser premiada no 3º Prêmio Colunistas - Promoção Paraná,

realizado em Curitiba. Os proprietários da Sol, Walter Thomé Júnior e Cidinha Coquemalla, trouxeram na bagagem a tão sonhada medalha de ouro. E em poucos dias eles vão a São Paulo receber a medalha de bronze no 21º Prêmio Colunistas - Promoção do Brasil, que até então nunca havia premiado nenhuma agência do interior do Paraná. A Sol Propaganda será a única agência fora das capitais a receber esse consagrado prêmio.

Qualidade de Vida

A AlphaVille Urbanismo mantém um ritmo acelerado das obras do mais novo empreendimento do grupo. A infra-estrutura dos lotes residenciais do AlphaVille Maringá está quase concluída e os empreendedores também investem nos equipamentos de lazer. O AlphaVille Maringá Clube, um dos mais completos da região, está sendo implantado anexo ao empreendimento com uma moderna estrutura: piscinas, quadras de tênis e poliesportivas, fitness center by Reebok, entre outros. No total, estão sendo investidos R\$ 18 milhões para entregar aos clientes um conceito urbanístico inovador, reconhecido internacionalmente pela excelência em qualidade de vida.



Empresa está investindo R\$ 18 milhões no empreendimento

Condomínio Eldorado do Rio Paraná

Assembléia elege diretores e conselheiros



Momentos marcantes da assembléia que elegeu diretores e conselheiros do Condomínio Eldorado do Rio Paraná, presidida por Alair Teodoro da Silva, da Theodorado Imóveis.

Num clima de total descontração e harmonia, a Loteadora e Empreendimentos Imobiliários Porto Feliz, no dia 20 de fevereiro passado, recebeu nos domínios do Buffet Paradise os adquirentes de lotes localizados no Condomínio Eldorado do Rio Paraná para assembléia de constituição e eleição de diretoria do referido condomínio. Tal fato se deu ao absoluto sucesso de vendas do empreendimento e principalmente pela excelência na execução das obras de infra-estrutura, que, planejadas para trinta e seis meses foram executadas em aproximadamente doze.

Aos adquirentes foram disponibilizados folders com fotos atualizadas, apontando as obras prontas e acabadas, bem como diversas casas de condomínios em construção, o que gerou surpresa especialmente àqueles que não visitavam o

local desde o início da obra. O sentimento de satisfação foi de tal monta, que na mesma oportunidade diversos condôminos acabaram por adquirir outros lotes e incentivaram os convidados presentes a fazer o mesmo. Passada às explanações sobre o andamento e entrega das obras de infra-estrutura e dos trâmites legais adotados pela empreendedora, houve imediata apresentação de chapa para concorrer à eleição de síndico, subsíndico e Conselho Consultivo-fiscal que ficou assim constituída: Hélio Liberatti, síndico; Nasser Auada, subsíndico; Eliezer de Jesus Milani, Júlio César de Almeida e Aparecido Coelho, Conselho Consultivo Fiscal.

Na mesma oportunidade, a chapa recém-eleita, conscientizada de seus deveres e visando o bom andamento condominial decidiu pela criação de uma diretoria executiva, responsável pela gestão setorizada do condomínio,

composta pelos diretores: patrimonial, João Moço Sobrinho; meio-ambiente, Roberto Plépis; engenharia, Paulo Moretti; social, Genival Pinheiro Montalvão; tesoureiro, Mario Martinucci Filho e secretário, Vanderlei Davina. A Loteadora e Empreendimentos Imobiliários Porto Feliz, ciente do cumprimento de sua missão, parabeniza todos os condôminos pela aquisição dos lotes no Condomínio Eldorado do Rio Paraná, bem como pela escolha acertada de seus representantes, manifestando seus votos de felicidade e congratamento entre todos os moradores daquele condomínio.

Uma realização:

ISO 9002



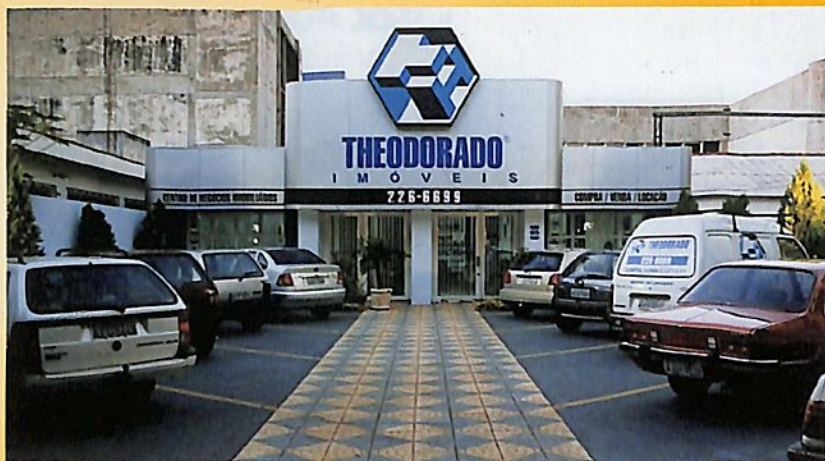
THEODORADO
IMÓVEIS

SEGUNDO ANO CONSECUTIVO TALENTO IMOBILIÁRIO

VENDAS (44) **226-6699**

Experiência e credibilidade

A Theodorado Imóveis foi a primeira imobiliária maringaense a conquistar a certificação ISO 9002. Com 20 anos de experiência no ramo imobiliário, o diretor Alaor Teodoro da Silva conta com a credibilidade e a experiência adquirida como um dos pioneiros nesse ramo. Contando com uma equipe extremamente capacitada e comprometida com a satisfação dos clientes, a Theodorado desponta como uma das mais qualificadas e competentes imobiliárias da cidade. A imobiliária está localizada na avenida XV de Novembro, 696.



Theodorado Imóveis administra a locação de edifícios inteiros como o Premier Park, no novo Centro, e o Centro Médico Lavosier, na Zona 4

Evento traz à cidade grandes nomes da imprensa brasileira

Nomes como José Hamilton Ribeiro, Chico Pinheiro, Cesár Tralli e Thaís Oyama participam do evento que a ACIM promove em conjunto com o Cesumar, entre os dias 26, 27 e 28 de maio para discutir o papel da imprensa. Apoiado pela RPC e O Diário, o evento é uma excelente oportunidade para uma reflexão sobre a ética e a responsabilidade dos jornalistas. O mais experiente da lista é José Hamilton Ribeiro, que chegou a cobrir a Guerra do

Vietnã e trabalhou na Revista Realidade. Atualmente Ribeiro trabalha no programa Globo Rural, da Rede Globo, e só pela presença dele já vale a pena participar do Simpósio.

O evento também tem como palestrante César Tralli, que por cinco anos foi correspondente internacional da TV Globo, cobrindo acontecimentos como um dos maiores terremotos da história da Turquia, a morte da Princesa Diana e conflitos no Líbano e Israel; Chico Pinheiro, que já trabalhou no Jornal

Brasil, na TV Bandeirantes e na Record e desde 1996 está na Globo onde apresenta o SPTV; Thaís Oyama, editora especial da Revista Veja, expert em arrancar de seus entrevistados as mais surpreendentes e emocionantes respostastendo desvendado os segredos da Yakuza, a máfia japonesa; Orlando Britto, um dos mais brilhantes fotógrafos brasileiros, entre outros. O evento será realizado no Centro de Convenções do Aspen Park.

Nova administração

Desde abril, o Ministério do Trabalho de Maringá conta com um novo sub-delegado, o auditor fiscal Lauro Souza, que era chefe de fiscalização. Responsável por 123 municípios, o Ministério tem entre suas principais atribuições a fiscalização para aplicação da lei trabalhista, fiscalização e controle de carteiras de trabalho, seguro desemprego e contribuições sindicais, além da mediação entre empregados e empregadores. Quinze auditores são responsáveis pela fiscalização de empresas.

Novo sub-delegado do Ministério do Trabalho assumiu o cargo no mês passado



Manual de Teoria Literária

O Departamento de Letras da UEM (DLE), em parceria com a EDUEM, estará lançando no primeiro semestre de 2003 o manual Teoria Literária - Abordagens históricas e tendências contemporâneas. A publicação contará com ensaios de professores do DLE e de professores convidados, tendo como pilar o estudo



Objetivo das professoras é divulgar grandes teóricos da literatura

da Literatura e suas nuances.

A idéia surgiu da necessidade de tornar os grandes nomes dos teóricos de Literatura mais conhecidos pelos iniciantes neste estudo, bem como facilitar a compreensão de textos, geralmente escritos em linguagem hermética. O manual foi organizado pelos professores Lúcia Osana Zolin e Thomas Bonnici.

REBITEC Professional 90%
Durable Practical Resistant
Durable Practical Resistant
Durable Practical Resistant

CONNECTION Acesso por Chip
MADE IN U.S.A.

Carone
Capas e Embalagens Ltda.

Fabricamos embalagens BLISTER sob medida.

Também Fabricamos:
• Capas para Celulares • Capas para Ternos
• Capas para Computadores
• Porta CD • Pastas para Eventos e Escolares

FONE: (44) 228-5024
www.carone.com.br

Rua José Firmino Barbosa, 20 • Jd. Internorte • Maringá - Paraná

RPC é eleita a melhor rede de afiliadas da Rede Globo

A RPC (Rede Paranaense de Comunicação) recebeu no mês de fevereiro o prêmio de "Melhor Rede" entre as 36 redes que envolvem as 108 emissoras de televisão afiliadas Globo de todo o Brasil. O prêmio é resultado de um grande campeonato interno da Rede Globo, o Dream Team, realizado durante todo o ano de 2002, que envolveu as áreas comerciais e de marketing das emissoras de televisão. O campeonato avaliava aspectos qualitativos e quantitativos de vendas das emissoras, com a avaliação trimestral.

O prêmio foi anunciado pela direção da Central Globo de Afiliadas e Expansão (CGAE) nos estúdios da Rede Globo, em São Paulo, e transmitido para todas as emissoras afiliadas do país por meio de videoconferência. O diretor da Central Globo de Comercialização (SUCOM), Willy Haas Filho, foi quem fez a entrega do prêmio aos diretores comerciais da RPC-TV, Marcos Siffert e Paulo Makiolke, e ao diretor corporativo de marketing da RPC, Rogério Mainardes.



A RPC é composta por oito emissoras de televisão que cobrem todo o Paraná. Marcos Siffert, diretor comercial da RPC-TV, revela o segredo do sucesso na sua área: "Chamar cidades como Londrina, Maringá, Francisco Beltrão e Guarapuava de interior é um erro. Elas são pólos de grandes e bons negócios em inúmeros setores. Nossos profissionais de vendas estão muito bem preparados e a conquista do Dream Team é fruto do esforço de cada um para o sucesso de toda a equipe mas, principal e fundamentalmente, de nossos clientes." Para Siffert, o Paraná tem tudo para ser um dos estados-locomotiva do Brasil.

Centro para idoso



Centro de Idosos terá capacidade de atender 500 idosos por mês

Um espaço multiuso destinado à realização de atividades relacionadas às áreas de cultura, esportes, lazer e saúde para idosos. Assim é o Centro de Convivência de Idosos inaugurado no Parque das Palmeiras, no dia 26 de abril. Com capacidade para atender 500 idosos por mês, o Centro será administrado pela Fundação de Desenvolvimento Social e Cidadania (Fundesc).

Gramaticando...



Na coluna deste mês trato de um assunto considerado confuso pela maioria das pessoas: os usos da crase. O primeiro ponto a ser esclarecido trata da definição do termo crase. Crase, do grego *crásis*, significa mistura, união, e é a fusão escrita e oral de duas vogais idênticas. Assim, ocorre crase quando da contração da preposição **a** com o artigo feminino **a**, com o pronome substantivo feminino átono **a** ou com os pronomes demonstrativos **aquela**, **aquelas**, **aquele**, **aqueles**, **aquilo**.

A partir dessa contração gráfica e oral podemos extrair a principal regra para a crase: é essencial que ela venha antes de palavra feminina. Dessa maneira, de forma alguma poderemos usar crase antes de nomes masculinos por um motivo muito simples: nomes masculinos são particularizados pelo artigo **o** e a fusão de **o** mais **a** resulta em **ao**. Em razão disso, não se pode crasear o **a** antes de verbos porque eles são considerados do gênero masculino (*Ele se pôs a gemer e não ele se pôs à gemer*).

A crase deve depender da exigência da preposição **a** e do artigo feminino **a**. Na frase *eu vou à Bahia* temos crase, pois o verbo *ir* admite a preposição **a** (porque quem vai, vai a algum lugar), que se funde ao artigo feminino **a** do substantivo *Bahia*.

Em expressões como *vestir-se à Luís XV* o **a** aparece craseado por modificar a palavra feminina *moda*, oculta na frase. Podemos crasear, então, a frase *agiram à palhaços*, pois a crase resulta da elipse da palavra *moda*, que é facilmente subentendida pelo contexto.

O uso ou não da crase antes de nomes no plural costuma ser ponto de dúvidas. Para esclarecer basta sabermos que o **a** antecedente a nomes plurais é apenas preposição, não podendo ser craseado por não existir o artigo feminino que geraria a crase. Por este motivo a frase *quanto a referências* está correta, estando a frase *quanto à referências* incorreta.

Existem muitos outros casos do emprego ou não da crase, e optei por estes por serem de mais fácil e aparentemente curta explanação. Caso surjam dúvidas, fiquem à vontade para entrar em contato via e-mail.

Roberta Fresneda Villibor é graduanda em Letras Português / Inglês pela Universidade Estadual de Maringá, colunista e revisora da Revista ACIM e professora de Gramática, Redação e Literatura Brasileira.
e-mail: rvillibor@hotmail.com

PAM

na medida para
sua empresa



Oferecer a nossos beneficiários, não apenas saúde, mas qualidade de vida.

Este é o objetivo dos Planos PAM Empresas.

Tudo para que você e sua equipe possam se dedicar plenamente ao seu trabalho, sem perder tempo com preocupações desnecessárias do dia-a-dia.

Seja qual for a necessidade, o PAM tem um Plano de Saúde na medida para sua Empresa.

Condições especiais para associados



Associação Comercial, Industrial
e de Serviços de Maringá

Liberação de carências* para:

- Consultas no Instituto de Medicina Integrada e na Rede Credenciada
- Exames Laboratoriais
- Exames Complementares de Diagnóstico (Ultra-som, Raio-X, Ressonância Magnética, Tomografia e outros...)
- Atendimento Ambulatorial no Instituto de Medicina Integrada

*Exceto preexistência. De acordo com o contrato.

Auxílio Funeral Familiar - sem custo adicional*
Seguro de vida ao titular - sem custo adicional*

*De acordo com o contrato.

ANS - nº 31526-5



A Vida Em Primeiro Plano

www.pam.med.br

Empresa Familiar

De pai para filho desde...

Negócios em família. Nada mais comum, mais corriqueiro. Pipocam exemplos de clãs que se uniram, entendidos estes como células familiares, deram-se as mãos e levaram adiante um projeto profissional em comum, às vezes descartando sonhos pessoais, projetos próprios, tudo em nome de uma convivência que extrapola os limites do lar.

Quem insiste neste propósito ou já vivenciou experiência desse tipo tem muito a dizer. Histórias que combinam descompasso de idéias, conflitos, rupturas, mas que, paradoxalmente, também fazem sobressair laços fortes, energia concentrada, sucesso compartilhado.

Em todos os segmentos da economia há testemunhos que ilustram a tese, sob uma ou outra ótica, de êxitos inequívocos ou de desapontos, frustrações que investem contra a credibilidade de tais práticas. Num mundo que não se cansa de expor as diferenças, um viva às tentativas, que por certo num e noutro caso foram honestas e projetavam certamente o acerto.

MULTIPLICAÇÃO DOS PÃES

Duas ou três palavras dirigidas ao empresário da panificação, o mineiro Marco Aurélio Cançado Costa, já bastam para verificar que o sobrenome do entrevistado guarda léguas de distância da verdadeira personalidade de seu titular, um homem ativo, realizador, aberto ao que é novo.

Proprietário de uma empresa genuinamente familiar, a Boutique do Pão, Costa divide com os filhos Marco, Moacyr e Márcia o comando da empresa num dos mais sofisticados ateliês de pães da região. A nora, Lígia, integra esta trupe empreendedora onde todos somam a partir de funções específicas ocupadas dentro



Espírito de união garante a prosperidade da empresa

do organograma diretivo da empresa.

Essa força concentrada desenfora, diariamente, milhares de pãezinhos, comuns ou especiais, doces, lanches e todo um arsenal de delícias que desnorteiam de prazer, literalmente, o paladar do maringense.

Costa, nesta estrutura, funciona como um diapasão, que dá o ritmo à equipe familiar, sempre alicerçado na experiência. "Não é voz de comando", explica, "está mais para a voz que convida ao consenso", acrescenta. Os filhos e a nora endossam.

"Em certos momentos, meu pai precisou recorrer à autoridade", admite Moacyr. Mas ele reconhece que a medida foi necessária, tendo sido absorvida por todos como uma exigência de maturidade". Depois disso, "as coisas passaram a engrenar", recorda.

Costa, que antes da panificação havia trabalhado como gerente de banco no antigo Nacional e como funcionário do Grupo Hermes Macedo, tinha bem nitida na memória a epopéia dessas duas empresas, também familiares, que se desmante-

laram após a ausência do membro fundador: "Tive um bom referencial para não incorrer nos mesmos erros", afirma.

SÓLIDO COMO CONCRETO

Os irmãos Juliana, Pedrinho e Téo Granado Martines foram se reunindo naturalmente na administração da empresa da família, a Pedro Granado Imóveis. Cresceram observando o pai, Pedro Granado Martines, sempre às voltas com a empresa. Das incursões eventuais ao mundo dos negócios paternos, nos intervalos entre as aulas, ao compromisso de engrossar fileiras, perfilando-se, cada um deles, como auxiliares diretos do pai, foi um pequeno passo.

Tradicional no mercado após mais de duas décadas de persistência, abertura às inovações e, sobretudo, à qualidade e capacitação profissional, Pedro (o pai) só tem a comemorar. Desfruta de um ótimo relacionamento com os filhos, todos com curso superior e sempre atentos a uma melhor qualificação. O efeito nos negócios é evidente. Em harmonia

próxima da perfeição, a prosperidade se faz sentir em todos os setores da empresa, numa recompensa diária ao espírito de união que norteia toda a equipe.

"Temos um lema e este consiste em acreditar que o impossível é apenas uma questão de tempo", diz o empresário Pedro Granado. Os filhos, claro, já absorveram essa filosofia e a transformaram numa prática salutar de vida, que alcança também a vertente profissional.

DE PAI PARA FILHA

O sotaque carioca de Rosane Costa Felipe ainda está muito presente. O bronzeado, idem. Ela veio recentemente do Rio de Janeiro para enfrentar o desafio de colaborar com o pai, Michel Felipe, na administração da empresa da família, a Somaco, primeira revenda Volkswagen da cidade e uma das primeiras da marca no país.

Rosane soube em primeira mão, no dia desta entrevista, pelo próprio pai, que deverá ser guindada, em abril, ao posto de diretora-adjunta da empresa. Há seis meses envolvida nesta nova atividade, ela confessa, com humildade e certa dose de modéstia, que está aprendendo. Sabe, porém,



Atendendo ao chamado do pai, caberá a filha a continuidade da empresa

que tem a responsabilidade de corresponder às expectativas do pai, um pioneiro negociador de sangue árabe, cuja competência a filha autentica sem reservas.

Outras tentativas de incluir a família nos negócios não vingaram, conta o experiente Michel, 79 anos de pura vitalidade. Rosane, que é publicitária, dedicou longos anos de sua vida à formação dos dois filhos, já homens feitos, que ficaram no Rio, estudando.



Segredo do sucesso está no esforço concentrado da família

Afastou-se, assim, de uma atividade profissional que está procurando resgatar agora.

Um neto do pioneiro, dentre os onze que as quatro filhas lhe deram, também segue esta trilha. Por ora, só circulando pelos corredores da empresa, se detendo aqui e ali quando a curiosidade natural dos jovens reclama. No futuro, poderá garantir assento numa poltrona da diretoria, assegurando a sucessão familiar. Michel, todavia, traz estampada na face a preocupação com o que está por vir. Inquieto, apostafichas na arrojada Rosane, que não se intimida em atuar num reduto tradicionalmente masculino.

EDUCAÇÃO DENTRO DE CASA

O crescimento impressionante do Centro Universitário de Ensino (CESUMAR), hoje um empreendimento com mais de 40 mil metros quadrados de área construída, 32 cursos de graduação e quase nove mil alunos, sem contar os cursos avançados e o Programa de Mestrado em Direito, convocam a uma análise mais apurada dessa instituição.

Na retaguarda desse incontestável sucesso, os braços fortes e o raciocínio ligeiro, a inteligência prática e o senso aguçado para vislumbrar oportunidades do empresário Wilson de Matos Silva. Estes atributos estão sendo repassados, sistemática e cuidadosamente, aos filhos Wilson Filho, Ludhiana, Wesley e Willian desde a pré-adolescência. Os quatro ocupam cargos relevantes na estrutura atual da empresa: Wilson Filho, o de vice-reitor da instituição; Ludhiana, o de diretora de Pós-graduação, Pesquisa e Extensão;

O SUÍTE - HOTEL

Nº 1 em Maringá



Apartamentos

Todos os apartamentos do Golden Ingá Suite Hotel possuem ar-condicionado, aquecimento central, 1 linha telefônica, programação de despertador automático, mesa de trabalho individual e TV a cabo.



Eventos & Negócios

O Golden Ingá Suite Hotel conta com um amplo e completo centro de convenções composto por 3 salas de reuniões: Maringá, Foz do Iguaçu e Curitiba para atender aos executivos mais exigentes.



Rua Néu Alves Martins, 2398

Fone: (44) 226-4511

Fax: (44) 226-1033

Maringá - Paraná

golden.inga@uol.com.br

www.lbrasil.com/golden

Wesley, responde pelo Departamento de Comunicação e Eventos; e, William, que é o Supervisor das Clínicas mantidas pelo CESUMAR.

A tática e o conhecimento legados à prole tinham um só objetivo: "Formar executivos, verdadeiros líderes", diz o empresário da Educação. Isto, porque calçado na convicção de que o conceito de empresa familiar que dá certo parte do pressuposto de que, se não for assim, se corre o risco de estacionar no sucesso, "entrar na linha do conforto, e, paralelamente, querer usufruir mais e produzir menos", adverte Matos.

Essa formação foi quase que militar, no aspecto da disciplina e da dedicação cobradas. Proporcionou aos filhos o diploma de curso superior, evoluiu para mestrados, especializações (algumas em andamento) e se consubstanciou até em viagens de estudo e aprendizado no exterior; tudo, enfim, que estava ao alcance, nota o empresário-reitor.

Matos, o pai, tem a seu favor a história. Lembra que das grandes empresas familiares surgidas em Maringá nos anos 50, só uma ou duas



A sucessão vem sendo cuidadosamente planejada no clã dos Matos

se mantiveram ativas depois da morte ou aposentadoria dos fundadores, acompanhando o desenvolvimento da cidade. As demais desapareceram ou foram compradas por grupos de fora. "O tema já faz por merecer, até com atraso, uma pesquisa e tese", sugere Matos, que é o reitor do CESUMAR.

O que ele reputa de fato importan-

te, essencial, é preparar os filhos, desde pequenos, para que estes assumam, no momento oportuno, a continuidade dos negócios. Investir nessa formação, então, é um mandamento para Matos. "Foi isso que muitos dos empresários pioneiros deixaram de fazer", alerta. "Somos finitos, mas a herança da formação adequada que transferimos aos filhos é um certificado de que a continuidade estará assegurada", conclui.

Wilson, o filho, mantém a mesma convicção. "O sucesso de uma empresa com administração familiar só é possível se a família tiver valores sólidos e claros, transmitidos para seus membros. Valores básicos como amor à Instituição, com prioridade clara na sobrevivência da empresa", comenta. Por isso, em vez de sucessão ele prefere o uso do termo "continuidade". "O processo de troca de controle se estende por um período de longo tempo, porque está enraizado nas relações familiares que permanecem independente do poder", finaliza.

Élvio Rocha

Especial para a Revista ACIM

QUANDO O IMPÉRIO ESTREMECE

A sucessão familiar nos negócios já atormentou alguns dos cérebros empresariais mais conhecidos deste país. De um lado, a necessidade de confiar o império, construído ao longo de longos anos, décadas de trabalho, a alguém da mais estrita confiança; de outro, a resistência dos possíveis sucessores, que nem sempre querem seguir as pegadas do patriarca, preferindo alçar vôos independentes.

Um drama muito comum. Normalmente, tem lances de verdadeira batalha familiar quando o titular sai de cena e os herdeiros começam a digladiarem-se entre si, com interesses distintos. Alguns, unidos pela vocação empresarial, tentando assegurar a continuidade do empreendimento, enquanto outros membros do clã revelam apetite voraz pelo patrimônio herdado, propensos a torrar o dinheiro da maneira que bem entenderem.

Freqüentemente, a mera disposição para assegurar a posteridade dos negócios da família não basta. Entra em cena, então, o grau de preparo do sucessor ou dos sucessores para assumir essa tarefa. Essa preparação pode exigir longo tempo. Leva em conta a aceitação e o interesse demonstrados pelo "aluno" ou aprendiz. O certo é que empreendimentos que carregam a marca da tradição familiar são, geralmente, reverenciados no mercado.

O Grupo Matarazzo, por exemplo, desmantelou-se em poucos anos, mesmo alicerçado na diversificação dos negócios, isso depois de ter vivido um ciclo de ouro nos negócios, atuando em várias frentes industriais.

O magnata do cimento, Antônio Ermírio de Moraes, tido como um dos mais bem-sucedidos executivos brasileiros, fez diferente. Há anos a

família e os acionistas vêm rascunhando o mapa sucessório como se debruçados sobre um intrincado jogo de xadrez, que mistura todos os ingredientes de uma verdadeira estratégia de guerra. No tabuleiro, a sorte do império. Um exercício tático regado à paciência, muita paciência.

Cineastas e a televisão se inspiraram diversas vezes nestas revoluções em família, mostrando que na disputa pelo poder, até mesmo na poderosa Máfia, não prescindiu da unidade familiar para expandir seus tentáculos. Não exageremos, contudo. Felizmente, as regras da sucessão também são escritas pacificamente quando o bom senso e o interesse comum prevalecem, fortalecidos pela formação cuidadosa proporcionada pelos patriarcas e matriarcas que, além do dinheiro, deixam aos filhos e netos um legado sólido de amor, de solidariedade e respeito mútuos.

Em vez de piloto de fogão, a gente prefere investir em piloto de avião.

Você gosta de comida de avião? Não? Nem a gente. E se soubesse quanto ela custa no preço da passagem e no tempo que o avião fica parado em escalas, então, ia gostar menos ainda. A Gol prefere que você pague menos nas viagens. Prefere que você não perca tempo na compra, podendo fazer tudo pela Internet, sem bilhete, sem burocracia. Prefere que você só voe nos Boeings mais modernos do mundo. E prefere investir no aprimoramento do seu pessoal. Afinal, ninguém faz uma empresa que tem o nome de Gol sem treinar muito.



GOL

Linhas aéreas inteligentes

Uma nova idéia no ar.



Senhora de seu destino

Ao completar 56 anos Maringá sabe muito bem onde quer chegar e como trilhar o caminho para preservar sua maior característica, a qualidade de vida





Área verde por habitante:
25,47 m²

- 17 bosques de mata nativa: 217 ha
- PIB per capita: R\$ 6.100,00
- Empresas: 13.373
- Indústria: 10,2%
- Comércio: 46,2%
- Serviços: 47,2%

São vários os bosques dentro da cidade, proporcionando lazer e qualidade de vida

A imensa área verde, as largas avenidas, o traçado urbano planejado orgulham quem mora aqui e impressionam os visitantes. Destacada diversas vezes por revistas nacionais como uma das melhores cidades para se viver e prosperar profissionalmente, Maringá também conquistou o que poucos municípios conseguem: união das forças empresariais, políticas e entidades de classe em torno dos interesses coletivos. Ao completar 56 anos, Maringá trilha o caminho do desenvolvimento sustentável, tendo no planejamento e na capacidade de organização os segredos para perpetuar a qualidade de vida geração a geração.

Da fundação em 10 de maio de 1947, época em que a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná comandou a ocupação da cidade aos dias de hoje, Maringá sempre demonstrou uma imensa capacidade de encontrar soluções para seus problemas. Um exemplo foi o Movimento Repensando Maringá, que culminou com a criação do Conselho de Desenvolvimento de Maringá, Codem (ver box). Com quase 300 mil habitantes, a cidade tem hoje um PIB per capita semelhante ao de países de primeiro mundo: R\$

6.100,00 (no Brasil o índice é de R\$ 4.350,00 e no Paraná é de R\$ 5.000,00).

EMPRESÁRIO DO PARÁ ESCOLHEU MARINGÁ

Não é de hoje que Maringá atrai pessoas dos mais diversos estados, em busca de qualidade de vida e de oportunidades. É o caso do empresário Ernani Guimarães Teixeira, que morava em Carajás, no Pará. Aposentado pela Companhia Vale do Rio Doce, ele pretendia mudar para uma cidade que oferecesse qualidade de vida. Depois de pesquisar em vários sites, revistas e outros veículos de comunicação, uma cidade do interior do Paraná havia lhe chamado a atenção: Maringá parecia ser uma cidade atrativa para se morar.

Depois de passar uma semana na cidade, visitando lugares e registrando tudo em fotografias, comprovou



Pesquisa em todo o país trouxe a Maringá família que veio do Pará

sua teoria: Maringá era a melhor opção para se mudar com a família. "Quando vim pela primeira vez à cidade vi uma cena que chamou a atenção: era uma e meia da manhã e várias pessoas caminhavam no Parque do Ingá. Ai pensei: para essas pessoas estarem fazendo cooper numa hora dessas, elas não devem ter medo de serem assaltadas", relembra.

O empresário voltou para o Pará entusiasmado. De posse das fotos e com detalhes sobre a cidade, ele convenceu a família a morar em Maringá, uma cidade localizada a mais de três mil quilômetros de onde moravam. Um dos argumentos era que os filhos teriam boas opções em educação e poderiam fazer uma faculdade de qualidade.

Faz três anos que o empresário e a família moram aqui. Mesmo tendo uma empresa de consultoria na área educacional no Pará, ele prefere ter qualidade de vida longe do local de trabalho. Mensalmente o empresário vai a Carajás para, em parceria com duas pedagogas, administrar o negócio. Atualmente ele está escrevendo um livro sobre educação. Os dois filhos mais velhos estão se preparando para o vestibular, e finalmente ingressar na universidade, que sempre foi prioridade na família.

O traçado original

Responsável pelo projeto de planejamento de Maringá, o arquiteto Jorge de Macedo Vieira nunca veio à cidade

Maringá sempre foi conhecida por ser uma cidade planejada. Mas o que pouca gente sabe é que o arquiteto que concebeu grande parte da cidade nunca a visitou. Coube ao engenheiro Cássio Vidigal (na época, presidente da Companhia Melhoramentos Norte do Paraná) desenhar a planta topográfica de Maringá, mas foi o arquiteto Jorge de Macedo Vieira que elaborou o plano geral e definiu o projeto, sem conhecer a cidade. Vieira determinou a instalação do centro cívico e administrativo na área central, delimitou as áreas industriais, residenciais e bairros populares.

Em 1972, em depoimento à equipe de recursos audiovisuais da Secretaria de Educação e Cultura de Maringá, Vieira afirmou: "Infelizmente não estive no local (em Maringá). Eu me baseei numa planta topográfica que me foi fornecida pelo Cássio Vidigal, planta topográfica essa que estava muito bem feita, e que mostrou sua exatidão ... e deu a cidade que hoje está lá, que todos podem ver, que não é mais xadrez, e é uma cidade moderna, não é?".

Além de Maringá, o arquiteto projetou outras duas cidades no Paraná: Cianorte e Pontal do Sul. Também são de Jorge Macedo os projetos de vários bairros de São Paulo, Campinas, Atibaia, Campos do Jordão e Rio de Janeiro.

Em todos os projetos, o arquiteto seguia o mesmo padrão: aeroporto localizado em área privilegiada, delimitação do centro cívico, comércio e serviços em áreas centrais, além de criar "bairros-jardins", inspirado no trabalho do inglês Barry Parker.

Em abril, Maringá teve o privilégio de sediar a exposição "O urbanismo do engenheiro Jorge de Macedo Vieira". A exposição, composta por 48 painéis, já esteve na 4ª Bienal Internacional de Arquitetura, em São Paulo em 1999 e em vários outros lugares, mas nunca

tinha vindo para Maringá.

SOB A ÓTICA DE HISTORIADORES

Contando com o conhecimento adquirido em quase duas décadas de pesquisas, o historiador João Laércio Lopes é um grande conhecedor da história de Maringá. Ele possui informações preciosas que remontam ao surgimento da Cidade Canção. Durante anos Lopes pesquisou sobre o planejamento da cidade, o desenvolvimento dos bairros, a evolução da classe empresarial e ajudou a conquistar boa parte do riquíssimo material disponível no Patrimônio Histórico, localizado no Teatro Calil Haddad.

Lá é possível encontrar centenas de fotografias em preto e branco desde a década de 30, fitas de vídeos com imagens antigas, quando Maringá ainda dava seus primeiros passos, além de vídeos com depoimentos de pioneiros, volumes raros de livros que contam a história da cidade e os primeiros exemplares de jornais já extintos, como a Folha do Norte do Paraná. Esse material raro ainda é desconhecido de grande parte da população, mas serve de base para contar boa parte da colonização de Maringá.

Entre as fontes utilizadas por Lopes está a tese de doutorado da historiadora France Luz, que analisou mais de 70 mil certidões de casamentos emitidas entre 1944 e 1980 em 25 cartórios distritais de 15 municípios.



Qualidade de vida foi prevista no planejamento de Maringá

Ela constatou que 33% da população tinha origem em outras regiões do Estado, 36,2% vinha do Estado de São Paulo e apenas 13,6% era mineira.

Em suas pesquisas, Lopes constatou alguns equívocos. Diferente do que muita gente pensa, o café não foi o maior propulsor do desenvolvimento de Maringá. "O café foi um fator importante, mas não foi vital. Lotear bairros urbanos era muito mais rentável do que vender café", explica. Ele destaca ainda a importância das culturas de subsistência, que muito contribuíram para que a cidade se desenvolvesse. O historiador cita como exemplo o caso do pioneiro Emilio Germani, que foi o primeiro maringaense a investir no cultivo de milho, e o caso da família Meneguetti, que investiu na cana-de-açúcar:



Espírito empreendedor impulsionou crescimento

ambos foram bem sucedidos em suas atividades.

O historiador ressalta a importância da mobilização empresarial. Ele cita a fundação da Sociedade Médica de Maringá, em 1949. A cidade mal tinha sido fundada e já existia uma entidade de classe que congregava os médicos. Lopes faz questão de ressaltar que os médicos que vieram para a cidade tinham formação acadêmica, e não eram apenas profissionais de experiência prática. Poucos anos depois Maringá criou uma entidade formada

por empresários, a ACIM, fundamental ao desenvolvimento do município.

Na opinião de Lopes, o primeiro arcebispo de Maringá, dom Jaime Luiz Coelho, também é considerado uma figura ímpar na história da cidade. Foi ele quem fundou a Faculdade de Economia da Universidade Estadual de Maringá, o jornal Folha do Norte do Paraná, levantou fundos para construir a Catedral Basílica Nossa Senhora da Glória e foi um dos fundadores da primeira emissora de televisão, a Rádio Cultura.

CODEM: ontem, hoje e amanhã

Criado em 1996, através da Lei Municipal 4.275, o Codem nasceu de um movimento interessante e corajoso, desencadeado um pouco antes disso por um pequeno grupo de empresários, que se propôs a discutir e repensar a cidade numa perspectiva de futuro.

Representativo da sociedade organizada, sempre aberto a novas adesões, reúne atualmente 106 entidades de praticamente todos os segmentos e mais de 358 pessoas e 432 membros, além de funcionar com 12 Câmaras Técnicas que atuam nas mais diversas áreas. É, portanto, um fórum permanente de debate, cujas decisões brotam da vontade da comunidade.

Sua função é deliberativa, de fomento ao debate, objetivando encontrar soluções facilitadoras do desenvolvimento do município. Essas decisões são, por sua vez, submetidas a um plenário. Quando ratificadas nesta instância, são repassadas ao executor, que pode ser o Poder Executivo ou Legislativo, local ou estadual, a quem caberá viabilizá-las ou não através de recursos oriundos do Fundo de Desenvolvimento Econômico de Maringá, que é o gestor do dinheiro.

Entre as ações mais relevantes rubricadas pelo CODEM destacam-se iniciativas como a criação da Zona de Processamento Aduaneiro (ZPA), que tem grande impacto na arrecadação e na economia do município e o processo de terciarização e internacionalização do Aeroporto Regional, hoje em pleno andamento.

É do CODEM, também, a proposta de implantação da Incubadora Tecnológica de Maringá, que vem revelando grandes vocações empreendedoras, e o apoio irrestrito para a implantação, ainda recente, de 11 novos cursos de graduação na Universidade Estadual de Maringá, viabilizando, da mesma forma, o funcionamento do antigo CEFET, hoje Centro Tecnológico de Maringá.

O Conselho deu a arrancada inicial no Projeto Agropólo, que está conduzindo Maringá e região a um dos mais amplos programas de redenção do campo, enfatizando as principais cadeias produtivas identificadas. Outro destaque é o projeto que está redesenhando o Novo Centro de Maringá, lembrando também as gestões determinadas do órgão em favor de uma extensão do gasoduto no eixo Maringá-Londrina.

Num elenco de inúmeros desafios que o CODEM já chamou para si, é de citação obrigatório o Instituto Tecnopole Maringá (ITM), concebido para promover meios e executar as ações que conduzam ao desenvolvimento econômico. A meta, neste caso, é o aumento da renda, da riqueza total e do per capita de Maringá, através de incentivos que atraiam atividades econômicas de base tecnológica. O ITM se realiza com a implantação do Parque Tecnológico.

Assessoria de
Imprensa do Codem

O DÓLAR
DESCE
E O CHOPP
TAMBÉM!

só aqui

Car Wash
Chopperia

Na rota dos grandes eventos

Qualidade de vida, infra-estrutura e Convention Bureau são bons motivos para investir em Maringá

Em franca expansão, o mercado de eventos em Maringá deverá receber um impulso ainda maior com a chegada do Convention & Visitors Bureau. De olho na atração de feiras e congressos, a meta de divulgar a cidade em eventos nacionais e internacionais já está sendo colocada em prática. Recentemente, Maringá foi apresentada no Congresso de Eventos Latinos Americanos, o COCAL 2003, realizado em Curitiba e que teve como público mais de 1000 profissionais, empresários e estudantes do Brasil e de países latino-americanos. Para viabilizar a participação da cidade no evento, houve uma grande parceria entre a Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo, Centro de Convenções Aspen Park, Cocamar, ACIM, Módulo Eventos, ACEMA, Dudony, Paraná Fashion, Marcos Kenji Arquitetura, Expresso Maringá Transportes LTDA e CMTUR (Conselho Municipal de Turismo).

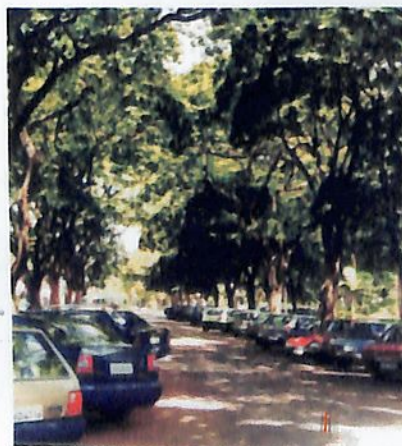
A prova de que há mercado são os investimentos que o setor vem atraindo nos últimos anos. "Criamos o Centro de Convenções do Aspen com a proposta de atrair grandes eventos. Este ano vamos sediar um grande evento nacional, o ENAF", conta o superintendente do Shopping Aspen Park, Antônio Mascarenhas. "Nossa estrutura abriga até 1000 pessoas", completa. Para ele a chegada do Convention & Visitors Bureau é "primordial" para a cidade.

Apoiado em pesquisas, o Grupo Guimarães, que já trabalhava com eventos em São Paulo, trouxe seus investimentos para Maringá. Quatro anos depois, com a casa consolidada, as inovações se estenderam aos serviços



MARINGÁ

UM CAMINHO PARA EVENTOS



de buffet. "A excelente infraestrutura que Maringá oferece faz da cidade um enorme potencial para eventos", ressalta o gerente geral do Moinho Vermelho, Genei Abreu Martins.

O mais recente empreendimento nessa área, o Vila Antônio, foi inaugurado em abril do ano passado. O sócio-proprietário Alexandre Buzzo conta que o objetivo foi o de criar um salão com "conforto e requinte". Mas os empresários também enxergaram outra oportunidade de negócio. "Temos uma segunda empresa, que trabalha com locação de materiais para festa, a Sous Plat", contou.

Um outro empreendimento que está se consolidando em Maringá é o Centro de Convenções Araucária. A proprietária Rosana Tavares lantorno conta que decidiu investir no segmento depois de ler no jornal uma matéria sobre o Convention & Visitors Bureau. "Não tinha experiência alguma neste ramo, mas estou gostando, é um trabalho gratificante," analisa.

A abertura de novas redes de hotéis confirma as boas perspectivas desse mercado. Estão sendo construídos quatro empreendimentos em Maringá. Um deles pertence ao grupo Divanir Braz Palma, cujo hotel será administrado pela Rede Bristol. "Nós acreditamos muito neste mercado, e principalmente em Maringá. Agora com o novo aeroporto e as universidades se expandido, nossa cidade tem chances de crescer muito", aposta a administradora Patrícia Palma. "Estamos nos preparando para receber todos os tipos de eventos, especialmente com o Convention & Visitors Bureau que vai mobilizar este mercado", comenta. A previsão é que o hotel seja inaugurado em setembro de 2004.

A ACIM também investiu em infra-estrutura para eventos, percebendo a necessidade cada vez maior da classe empresarial de adquirir conhecimento. A entidade passou a investir na área de cursos e treinamentos, inaugurando esse ano o Centro de Capacitação, que funciona na antiga sede.



Cidade ganhou novos espaços para eventos

Segundo a Gerente de Capacitação da ACIM, Yara Sue Kaway Van Linschoten, houve um crescimento de 40%, nos cursos oferecidos pela Associação. "A procura é tanto que já estamos estudando a ampliação do espaço", comemora.

CONVENTION BUREAU PROJETANDO MARINGÁ

A secretária de Indústria, Comércio e Turismo, Rosa Izelli, conta que a partir de 2001 foi identificada a necessidade de criar um foco para a área de turismo no município. Após muitas palestras sobre o assunto e debates com o CMTUR (Conselho Municipal de Turismo) e segmentos da sociedade diretamente relacionados ao turismo, ficou evidente que esse era o início para o mercado de Maringá. "Elaboramos, então, o projeto de criação do Maringá Convention & Visitors Bureau, que é um dos cinco projetos estratégicos da

secretaria, pois acreditamos que o turismo é a maior indústria do mundo", aponta.

Rosa Izelli lembra que Maringá também será beneficiada com esta estratégia, pois as pesquisas apontam que 52 setores da economia são movimentados através da indústria do turismo. Além disso, a cidade apresentou um crescimento de 72%, de 2001 para 2002, em número de eventos realiza-los, e aumento de 38% no número de participantes destes eventos. A Secretaria de Turismo confeccionou um

folder do município com o foco em turismo de eventos, mostrando aos visitantes toda a capacidade do município em realizá-los. "Acreditamos, enfim, que com a criação do Maringá Convention & Visitors Bureau teremos em nossa cidade uma estrutura especialmente criada para planejar, organizar e executar todas as ações para a captação e realização de eventos em nossa cidade, o que sem dúvida irá contribuir para a atração de novos empreendimentos, gerando renda e novos postos de trabalho" finaliza a secretária.

Formatado por uma comissão que contou com a participação da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo, ACIM, Sivamar, Associação Maringaense de Agências de Viagens (Amav), Sindicato dos Hotéis, Restaurantes e Bares e Ordem dos Advogados do Brasil, o Maringá Convention Visitors & Bureau tem a promessa de atrair eventos nacionais e até mesmo internacionais para Maringá

O representante da ACIM e Sivamar, Shiniti Ueta, conta que o Maringá Convention & Visitors Bureau já tem o apoio da imprensa e dos principais hotéis da cidade. Agora, estão sendo angariados mantenedores para ajudar a viabilizar as ações planejadas. Entre elas, está a divulgação de Maringá em eventos por todo o País. "Temos como pontos fortes a segurança e a qualidade de vida elevada em nossa cidade", destaca. Ele acredita que em 2 ou 3 anos Maringá será um grande pólo de eventos.



Maringá tem grande potencial para o turismo de negócios

Shoppings Centers

Eles agora também querem as classes C e D



Shopping Avenida Center apostou em marcas mais populares

O desempenho do setor foi impressionante nos últimos anos e tem ainda um grande potencial de expansão. De acordo com os dados da Associação Brasileira de Shoppings Centers, há 252 empreendimentos no país e outros 25 em construção. Juntos eles respondem por 15% das vendas em relação ao varejo nacional (excluído o setor automotivo) e tiveram em 2002 um faturamento de R\$ 27,9 bilhões.

Em Maringá, apesar de seu porte médio, os investidores parecem estar encontrando um mercado

bastante atrativo. Além dos seis shoppings atacadistas, a cidade ganhou o terceiro shopping de varejo e os empreendimentos conquistaram o direito de abrir aos domingos, durante um período de 90 dias. Isto sem contar os chamados "shoppings populares". Mas, apesar do bom desempenho, ainda há muito caminho a percorrer. "Maringá não atingiu 50% do potencial de consumidores de shoppings centers", avalia Domingos Bertonecello, diretor do Avenida Center, empreendimento pioneiro em Maringá.

Diferente da maior parte das

idades, Maringá tem uma peculiaridade: os shoppings estão instalados bem no centro, em meio a um forte comércio. Por isso não consideram um ao outro como o principal concorrente. A briga pelos consumidores se dá mesmo é com o chamado comércio de rua. "Meu grande concorrente é a Avenida Brasil", admite Antônio Mascarenhas, superintendente do Aspen Park. Prestes a abrir as portas, o Shopping de Descontos será o único a funcionar fora do eixo central.

No campo atacadista, a cidade tem seis shoppings e se prepara

para receber outro empreendimento. Ainda em abril começam as obras do Avenida Fashion Mall, dos mesmos empreendedores do Avenida Center. A infra-estrutura e a qualidade de vida da cidade têm ajudado Maringá a superar concorrentes fortes neste setor.

PIONEIRO PREPARA NOVA AMPLIAÇÃO

O Avenida Center foi o primeiro shopping de varejo de Maringá, aberto há 12 anos no antigo prédio do Ceasa. Começou com 68 lojas e o desafio de incutir no maringaense o hábito de comprar em shopping center. Hoje, quatro ampliações depois, já são 194 lojas, boliches, cinemas, bingo, brinquedos, diversão eletrônica e praça de alimentação. "Procuramos mudar o conceito de que shopping era só para a elite e criamos um mix, reunindo tanto as lojas de marcas como as que atingem faixas mais populares", conta o diretor Domingos Bertoncello.

A localização no centro da cidade, se por um lado gera uma forte concorrência com o comércio de rua, por outro torna a frequência mais homogênea durante a semana. "No Catuaí, em Londrina,



Griffes predominam no Aspen Park

nos dias de semana há poucos consumidores no período matutino. Já aqui é bem diferente", compara Bertoncello. Entre os fatores que deverão alavancar as vendas está a abertura aos domingos, cuja regulamentação poderá ocorrer este ano. "Durante a Maringá Liquida, a quantidade de carros vindos de outras cidades dobrou no domingo em que abrimos as lojas", exemplifica.

Sobre o futuro do Avenida Center, Bertoncello conta que há previsão de ampliação de mais 100 lojas para contemplar setores

como o de eletrodomésticos e decoração. Quanto à abertura de mais um shopping na cidade, o empresário tem uma visão bastante otimista: "O hábito é fruto da oferta. Se aumentarmos o bolo, a fatia de todos será maior", aposta.

NOVIDADES ESTÃO NOS PLANOS DO ASPEN

O Aspen Park, com seus sete pisos e 80 lojas, segue focado nas classes A e B, embora também ofereça um mix diferenciado. Grande parte das lojas já abria aos domingos, dia em que as vendas globais do shopping respondiam por 10% do total. "Para estas lojas o domingo já era o segundo melhor dia da semana", conta o superintendente Antônio Mascarenhas. Agora, com a abertura oficializada, esse percentual tende a aumentar "Maringá é um pólo regional e com a abertura aos domingos os shoppings vão atrair muita gente da região", opina.

O superintendente acredita que o empreendimento chega agora ao amadurecimento. "Estamos entendendo melhor Maringá e o que a cidade espera de nós", opina. Entre as estratégias de ampliação, Mascarenhas destaca a negocia-



Shoppings populares também se expandem em Maringá



Empreendedores garantem que consumidor vai comprar barato

ção com uma grande âncora (nome guardado em sigilo, naturalmente) e a abertura de um negócio novo "que está despontando no Brasil", e deverá ocupar uma área de mil metros quadrados.

A abertura do Shopping de Descontos não preocupa o superintendente do Aspen Park. "É um público diferente do meu", opina.

Mascarenhas acredita que o novo empreendimento vai "incomodar" mais as pequenas galerias do que os shoppings. Para um futuro próximo, coisa de quatro meses, ele deixa escapar novidades na área gastronômica. "Se tiver boas opções, o maringaense sai de casa", aposta. Então, vamos esperar!

FORA DO EIXO CENTRAL E DE OLHO NA REGIÃO

A rapidez das obras impressionou. Em apenas três meses já ficou pronto o Shopping de Descontos e suas 224 lojas, cujo investimento bateu a casa de R\$ 5 milhões. Erguido na mesma área onde funcionava o Shopping Maringá,

(continuam lá o Hipermercado BIG e a academia de ginástica), o número de cinemas aumentou de 3 para 4. A praça de alimentação e os brinquedos infantis ganharam mais espaço.

O nome não poderia ser mais sugestivo. Com aluguéis relativamente mais baratos e lojas entre-

gues com toda a infra-estrutura, os empreendedores querem estimular os lojistas e repassar a economia para os preços aos consumidores. Mas quem espera encontrar um shopping popular será surpreendido pelo ambiente climatizado, gesso no teto e piso em porcelanato.

De olho na demanda de compradores atraída pelo Hipermercado BIG, os empreendedores têm como ponto de partida 300 mil compradores potenciais. E focam principalmente os consumidores da região: gente que fica horas no shopping, faz compras no supermercado, passeia no shopping, utiliza os equipamentos de lazer e a praça de alimentação.

CRESCE O MERCADO DE SHOPPINGS DE ATACADO

Com seis shoppings de atacado, Maringá é um dos principais pólos atacadistas do setor de confecções. E a expansão não pára. Em 2002, a cidade ganhou o Portal da Moda e este mês começa a ser construído outro empreendimento:



Maior shopping de atacado tem planos de ampliação

o Avenida Fashion Mall. Mas será que há espaço para todo mundo? Domingos Bertoncello, o mais novo investidor desta área, aposta que sim. "Maringá tem características que favorecem o comércio e os serviços. É uma cidade feita para atrair gente de fora", analisa.

Otimista, Bertoncello destaca a localização de Maringá como outro ponto forte. "Hoje os lojistas precisam pulverizar as compras para ter menor custo com estoque e a posição geográfica da cidade é estratégica", aponta. O empreendimento será construído em uma área de 53 mil metros quadrados. As obras começam ainda em abril e devem levar um ano para serem concluídas.

Com a experiência acumulada em 10 anos, o Feira Vest Mercosul é o maior do Paraná e está consolidado como um empreendimento rentável. Com 150 lojas, recebe cerca de 12 mil compradores por mês de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, além de outras cidades do Paraná. Para atrair este contingente, investe em propaganda



Novo shopping de atacado ficará pronto em um ano, garante o empreendedor

e atendimento especial aos clientes e guias de compras.

Para o administrador do shopping, Reginaldo Reis, apesar do setor do vestuário estar evoluindo em Maringá não há espaço para tanta gente. Segundo ele, só sobrevive quem consegue oferecer qualidade em quantidade: "O

comprador é exigente e procura roupas que acompanhem a moda, que tenham qualidade, bom preço e ótimo prazo", avalia. Mas de um modo geral, ele acredita que Maringá tem conseguido reunir estas características e, com isso, superar centros de compras mais tradicionais.

É fácil adquirir seu veículo novo ou usado.

WMM

NOVIDADE

CONSÓRCIO



ZACARIAS

Garantia General Motors

Plano de 60 meses com 300 participantes

VEÍCULO	CRÉDITO	PARCELAS R\$	
		P. FÍSICA	P. JURÍDICA

GRUPO 60/300

CELTA	16.610,00	338,16	323,90
NOVO CORSA 5P 1.0 L	23.261,00	473,57	453,59
ASTRA HATCH 2.0L 8V	33.303,00	678,01	649,41
VECTRA 2.0L 8V	39.900,00	798,43	764,75

PLANO ECONÔMICO

ECONÔMICO USADO	13.957,00	289,00	276,81
ECONÔMICO USADO	12.458,00	257,97	247,08

Possibilidade de serem contemplados vários veículos.

1 por sorteio e os demais por lance, de acordo com o saldo de caixa.

Inscrição grátis!



NOVIDADE: LANCE DILUIDO



A casa do seu Chevrolet

Ligue: 44/261-3061

Matriz: Av. Tuiuti, 445

Filial: Av. Colombo, 6.020

A 1ª em vendas de Consórcio na região Sul e a quarta em todo o Brasil.

Franchising

Um mercado em expansão

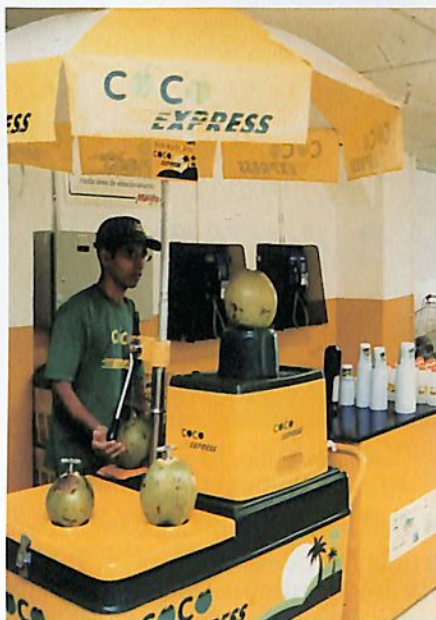
O setor de franquias vem crescendo a cada ano e já se consolidou no País. Muita gente entrou para o mundo dos negócios por meio do franchising. Porém, é preciso cuidado antes de fechar um contrato para evitar prejuízos futuros.

Segundo dados da ABF - Associação Brasileira de Franchising - que congrega as empresas franqueadoras, no ano passado o setor registrou um crescimento de 7%, cinco vezes superior ao conjunto da economia nacional. E para este ano a ABF trabalha com uma projeção de crescimento em torno dos 10%. Hoje, mais de 600 marcas operam em sistema de franquia no Brasil, colocando o país como o terceiro do mundo nesta modalidade de negócios.

Mas a atividade tem suas particularidades e é necessário mais do que dinheiro para se dar bem como franqueado. Existem inúmeras experiências de sucesso que podem animar quem está interessado em entrar para o ramo. Porém, está enganado quem pensa que, ao adquirir uma franquia, está comprando junto a fórmula do sucesso.

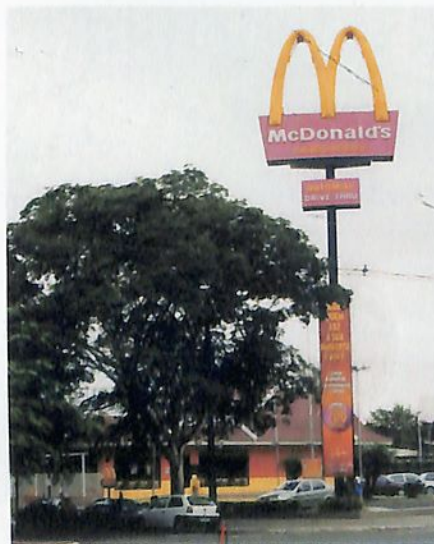
"Sem muito trabalho não se consegue nada. A franquia é uma modalidade de negócio interessante, mas é muito complexa. Quem não faz o 'dever de casa' não vai para frente". As palavras são de quem entende do ramo: Gilmar Leal Santos, dono da franquia de lojas do Mc Donald's em Maringá. Ele lembra que enfrentou muitas dificuldades no início, há sete anos, quando adquiriu a primeira loja diretamente da rede Mc Donald's. "Foram dois anos apenas investindo, sem retirar nada dali", conta Gilmar.

Mas o esforço valeu. Com duas lojas e quatro quiosques, Gilmar, um ex-consultor da IBM que sonhava em ter o próprio negócio, tem hoje 150 funcionários. Como o único franquea



A franquia Coco Express é uma renda extra para os proprietários

do do Mc Donald's no interior do Paraná - as outras lojas são da própria rede - ele trabalha com uma marca que se transformou num verdadeiro ícone da atualidade.



Mc Donald's: A marca se transformou num ícone

Mesmo assim, o empresário garante que não é fácil: "A margem de lucro é estreita. É preciso estabelecer um gerenciamento rígido dos custos, que são altos". Independente das dificuldades, o sucesso do empresário pode ser comprovado com a inauguração na cidade de seu mais novo empreendimento, uma franquia da lavanderia 5 à Sec, marca francesa que é referência em lavagem de roupa automatizada a seco.

Made in Brazil: Mas nem só de marcas estrangeiras se faz o mundo da franquia. Existem inúmeros exemplos de empresas nacionais que conquistaram até mesmo o mercado internacional trabalhando neste sistema. Um destes exemplos é a curitibana O Boticário, que tem hoje 2.182 lojas no Brasil, a maioria nas mãos de franqueados, e outras 79 no exterior.

Fundada em 1977 como uma farmácia de manipulação, a empresa começou sua expansão em 1980, com a abertura da primeira loja franqueada em Brasília. Hoje é possível encontrar um ponto de venda O Boticário em praticamente todo lugar. Em Maringá são cinco lojas, todas de franqueados.

Uma marca sólida e conhecida no mercado é o objeto do desejo de quem procura uma franquia. Tanto que muitas empresas têm fila de espera de interessados em se tornar franqueados. O segredo é persistir. Foi o que fizeram as empresárias Maura Fujiwara e Lúcia Okimoto. Depois de uma longa "batalha", elas abriram em Maringá uma loja da grife Le Lis Blanc, uma das mais consumidas entre as mulheres de classe A e B. "Nós ficamos um ano 'pegando no pé' das donas, em São Paulo. Elas achavam a cidade muito pequena para comportar a marca", explica Maura, lembrando que, além de Campinas e Ribeirão Preto, Maringá é a única do interior do



Maura e Lúcia, da Le Lis Blanc: persistência levou ao sucesso

País que conta com uma loja da grife.

As empresárias conseguiram mostrar que estavam certas em sua insistência. Elas têm clientes de toda a região e até de algumas cidades do interior de São Paulo. E qual o segredo para o sucesso? Maura diz que é um

conjunto de fatores: muito trabalho, qualidade do produto, bons preços e a retaguarda que a grife oferece aos seus franqueados. "Tudo é feito com base em estudos, do lançamento da coleção, passando pelo investimento em mídia até o estilo das roupas"

GENUINAMENTE MARINGAENSE

O franchising também foi o meio que possibilitou a grande virada de uma empresa local. O Pastel do Roberto, marca que nasceu de forma modesta, se transformou numa referência do mercado regional depois de abrir franquias. Tudo começou numa barraca de feira, em 1969, pelas mãos do feirante Toshinobu Koyama, que foi aperfeiçoando seu produto, pesquisando, até surgir a idéia de produzir em escala industrial.

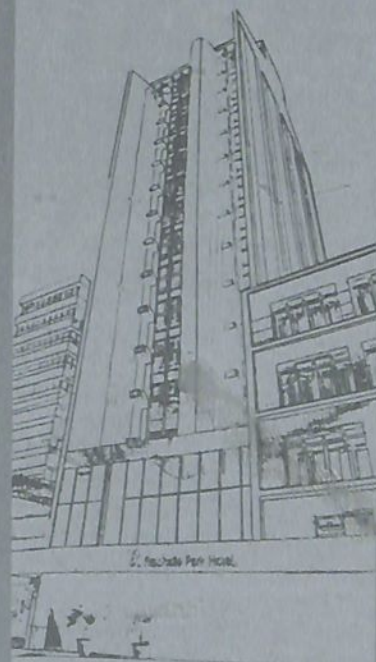
Hoje são 17 lojas franqueadas em seis cidades da região, inclusive Londrina, além da venda de massas frescas em supermercados de toda a região. Para se tornar um franqueado é necessário, além do investimento em torno de 110 mil reais, ter um perfil adequado às exigências da empresa e dedicação exclusiva à atividade.

Em contrapartida, a franqueadora oferece apoio logístico, treinamento



Tudo começou pelas mãos de Toshinobu Koyama, numa barraca de feira livre

de pessoal, projetos de comunicação e identidade visual, além do fornecimento dos produtos. A empresa estima o faturamento mensal dos franqueados entre 10 e 30 mil reais, dependendo do tamanho e da localização da loja com rentabilidade de 10%. O retorno do investimento, também segundo a empresa, se dá entre 12 e 48 meses.



*Agora você
tem um
motivo a mais
para estar em
Curitiba.*

Quando estiver em Curitiba, você pode contar com as facilidades que o Rochele Park Hotel oferece para você: almoço para executivo (2ª a 6ª feira), serviço de quarto 24 horas, locação de automóveis, city tour, bilhetes aéreos, lavanderia, serviços de xerox, fax, Internet e muito mais.

**Rochele
Park Hotel** SS

Rua Tibagi, 307
Curitiba/PR - CEP 80060-110
Tel.: (41) 3018-8989
Fax: (41) 3021-1250
e-mail: hotel@rochelle.com.br
www.rochelle.com.br

preferido pelas consumidoras da loja", afirma Maura.

Renda alternativa: O segmento do franchising vem demonstrando que há espaço para todos no mercado. Muitas vezes até no mesmo ramo de atividade. A disposição do empresário Ramiro Schmidt Junior é uma prova disso. Ele reinaugurou em Maringá a loja da franquia 10 Pastéis. Mesmo tendo a concorrência direta do tradicional Pastel do Roberto (leia box), Schmidt não se intimidou. Ele viu na franquia uma oportunidade de mudar de ramo (era imobiliária em Curitiba), desfrutando da vida tranqüila do interior.

Ramiro se diz confiante porque conheceu bem a franquia. A marca é de Curitiba e ele era frequentador assíduo das lojas 10 Pastéis. "A gente sabe que pastel é basicamente tudo igual. Mas o que diferencia é o atendimento rápido e eficiente, além da qualidade do produto oferecido", aposta. "É o know how da franquia que nos dá a possibilidade de oferecer este diferencial ao cliente".

Já para a jornalista Elizabeth Bacineli, a franquia representou uma "fonte de renda alternativa". Ela comprou um carrinho para venda de água de coco da marca Coco Express. Alugou um ponto no estacionamento de um hipermercado e o pai, aposentado, começou a trabalhar. "Ele ficou tão animado com as vendas que resolvei entrar também", conta Elizabeth, que agora tem um ponto de venda em outro supermercado, onde mantém uma funcionária.

A idéia de vender água de coco veio depois do sucesso do irmão, que já trabalhava com a franquia em Londrina. "Eu entrei sabendo que é uma atividade sazonal. Em compensação, o retorno no verão é muito bom, já que a água de coco vem, cada vez mais, conquistando o gosto das pessoas", explica a jornalista.

Por enquanto a franquia é uma fonte de renda extra para ela. "Mas a gente tem que pensar no futuro. E diversificar as atividades é uma boa maneira de fazer isso", acredita. Elizabeth está tão animada com seu novo negócio que já planeja investimentos em novos pontos de venda na cidade.

Regina Daefiol
Especial para Revista ACIM

NEM TUDO SÃO FLORES



Romano não desanimou depois de experiência negativa com franquia

Como em qualquer empreendimento, adquirir uma franquia também tem seus riscos. Todo cuidado é pouco antes de se decidir. Segundo o consultor do Sebrae, Marcos Aurélio Gonçalves, o primeiro erro é imaginar que, com a franquia, está garantido o sucesso do negócio. "O que se adquire, numa franquia, é a pesquisa desenvolvida, a capacidade de inovação. Se o franqueado não tiver uma atitude empreendedora, nada disso vai adiantar".

Buscar informações sobre a franquia, saber quais as normas, o investimento necessário, conversar com franqueados e ex-franqueados também é fundamental. Além disso, é interessante consultar a Lei da Franquia Empresarial - a 8.955/94 - que normatiza as relações nesta modalidade de negócios. O próprio Sebrae tem materiais sobre o assunto e fornece informações através de seus consultores.

Com esses cuidados, é possível evitar aborrecimentos

e prejuízos. O empresário Celso Nicola Romano pode, como ninguém, falar de uma experiência negativa. Em 95 ele abriu em Maringá uma loja da Casa da Sobremesa, uma franquia de Curitiba. Com a iniciativa, ele foi o pioneiro na cidade no sistema self service de sorvetes. Tinha tudo para dar certo, mas não deu. "O franqueador estava começando. Faltava para ele experiência e flexibilidade para se adequar ao mercado", analisa Celso. Com isso, além da loja dele e de outros franqueados, a própria franquia fechou.

Ele ensina, com conhecimento de causa, que, em primeiro lugar, é preciso pesquisar e comprovar a experiência da empresa enquanto franquia. "Às vezes a marca pode até ser conhecida, mas a empresa não tem solidez no trabalho como franqueador". Hoje ele prefere não arriscar. "Nada como você abrir seu próprio negócio sem precisar pagar por aquilo que outro já criou".

Mr. Byte solução em tecnologia

A tecnologia, entre outras aplicações, representa para as empresas a diferença entre sobreviver e perecer.

Cada vez mais seu uso se amplia e as soluções oferecidas pelos fabricantes de computadores, softwares, armazenamento de dados, comunicação e outros, estão surpreendendo.

No caso dos computadores, sempre exigidos pelos softwares poderosos e com recursos que tornam o acesso às informações rápido e as tomadas de decisão seguras, é preciso especial atenção.

Para acompanhar a evolução da tecnologia, buscar os melhores recursos e continuar investindo, é preciso manter o seu parque de máquinas sempre em ordem e dimensionado de maneira correta.

Vendas, atendimento ao cliente, redução de custo, controles de estoque, agendamentos, tudo que se possa imaginar passa pelos computadores. Aí surge a pergunta: como gerenciar esta área e evitar que uma falha no sistema ou um problema de comunicação não prejudique os negócios? Principalmente quando a evolução da tecnologia é tão rápida? A resposta está em "planejar".

Vários itens devem ser observados quando a empresa de tecnologia é procurada para apresentar a solução. É necessário, em primeiro lugar, identificar a necessidade do cliente. Muitas vezes, por falta de conhecimento, a pessoa interessada pela aquisição não tem idéia do que realmente precisa. Assim, caso a empresa contatada não esteja apta para apresentar a melhor solução, o cliente acaba levando o que não é melhor para ele e sim para a empre-

saque lhe atendeu.

Para não ter prejuízo e ficar seguro que a solução adotada é a que realmente melhor lhe atende, sete regras básicas devem ser obedecidas:

Escolha fornecedores conhecidos no mercado e que ofereçam assistência técnica rápida e competente; Certifique-se, antes de comprar, se o produto pretendido é realmente importante para seu negócio ou empresa; Fuja daqueles fornecedores que lhe perguntam "precisa de nota fiscal?" pois com certeza estará comprando produtos de "qualidade e origem duvidosa".

Saiba que as mudanças tecnológicas dentro de uma empresa acontecem, no mínimo, a cada dois anos.

Sempre reserve uma parte de seu faturamento para aquisições de hardware e software.

Dê preferência a empresas de informática que demonstrem estabilidade comercial, pois vocês irão caminhar bastante tempo "la ballado".

Lembre-se de que a aparente economia inicial na aquisição pode representar um grande prejuízo futuro, caso a solução adotada não esteja dimensionada corretamente.

Outra área focada em 10 de cada 10 empresas, é redução de custos. O "facão" nos custos, sem perder a qualidade do produto ou serviço final oferecido, é, então, o grande desafio. Entra, novamente, a tecnologia como ferramenta a alcançar estes objetivos. Uma área de expressivos resultados está relacionada

aos custos de telefonia, que podem ter uma redução de até 40% dependendo da solução adotada. Os planos empresariais oferecidos pelas operadoras de telefonia móvel celular podem ser dimensionados de acordo com o perfil particular de cada empresa, desta maneira o cliente poderá otimizar seus recursos fazendo uso de mais esta ferramenta tecnológica.

Portu do isso a Mr. Byte, que inaugura sua quarta loja em Maringá, após vários anos atuando de maneira competente no mercado residencial, está oferecendo, desde o início do ano, seu departamento de atendimento corporativo. São profissionais altamente qualificados para dimensionar e cuidar do coração de sua empresa, proporcionando condições para você se envolver com o que realmente lhe importa, seu negócio apenas.

Na área de consultoria empresarial para soluções em telefonia móvel celular, o time de consultores da Mr. Byte representa o departamento corporativo da operadora TIM. Oferecendo a solução que sua empresa precisa para economizar o que for possível nas despesas de telefone, este time vem se destacando junto à operadora pela qualidade e rapidez com que atende os clientes que já estão na planta da TIM e àqueles que pretendem entrar.

Mr. Byte, tecnologia e soluções em informática, entretenimento e telecomunicação.



Serviço:
Mr. Byte.

Lojas:

Aspen Park Shopping Center. Fone: 227-6060

Shopping Avenida Center. Fone: 269-2500

Cidade Shopping de Descontos.

Loja e Assistência Técnica:

Av. Herval, 150. Fone: 226-8090

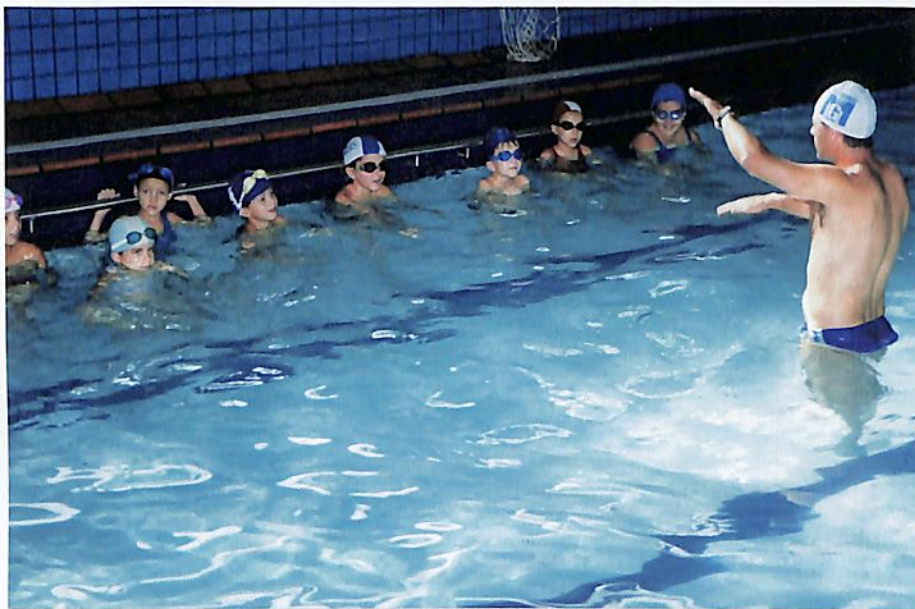
A saúde faz bem

A busca por um corpo saudável, dotado de formas esculpturais, tem levado muita gente a frequentar as academias. Músculos torneados e abdome sem as temidas "gordurinhas" são alguns dos motivos que fazem as academias de ginástica estarem sempre lotadas e se proliferarem pela cidade. Em Maringá, existem mais de 60 academias registradas no Conselho Regional de Educação Física (CREF). Se forem contabilizados os estabelecimentos que funcionam sem o registro do Conselho, esse número pode ser superior a 90.

Mas, se a prática de exercícios físicos é um dos quesitos para levar uma vida saudável, a prática inadequada da atividade física pode causar sérios danos ao corpo. É comum ouvir, nos corredores das academias, relatos de pessoas que sofreram lesões ou tiveram problemas nas articulações causados pela falta de orientação de um profissional qualificado.

Uma lei estadual pretende acabar com a falta de profissionalização nas academias. A lei 640/03, aprovada pela Assembléia Legislativa, deverá ser publicada em breve no Diário Oficial, regulamentando o funcionamento de academias, clubes e escolas esportivas. Todos esses estabelecimentos deverão ter professores graduados, devidamente registrados no Conselho Federal de Educação Física.

De acordo com essa lei, o estágio para acadêmicos de Educação Física só será permitido a partir do terceiro ano de graduação e deverá ter orientação de um profissional formado. Isso significa que os estagiários não



Profissionais formados estão mais aptos a orientar os alunos

poderão executar sozinhos a função de professores, prática bastante comum nas academias.

O coordenador do CREF, Agnaldo Baldo, acredita que a lei profissionalizará as academias. "Um professor graduado tem o conhecimento necessário para dar a orientação correta na escolha da atividade física e saberá quais são os limites do aluno. Certamente o aluno terá um serviço de qualidade através de um profissional competente", explica.

Baldo aconselha que, antes de escolher uma academia, as pessoas procurem saber se os professores são formados e se o estabelecimento está registrado no CREF. "É muito comum as academias colocarem estagiários para realizar a função de professores", alerta.

ESPORTE COM QUALIDADE

Com quinze anos de experiência, a academia Físico & Forma é uma das mais antigas e frequentadas da cida-

de. A qualificação profissional, a qualidade dos equipamentos e a satisfação dos alunos são prioridades na academia. Tanto que, depois da efetivação da matrícula, os alunos fazem uma avaliação física, realizada por um fisioterapeuta da academia. "Dependendo do caso e do histórico do aluno recomendamos até a realização de avaliação cardíaca", esclarece o proprietário, Claudemir Moreno.

Atualmente a academia tem 14 professores graduados e dois estagiários. "O estagiário é apenas auxiliar do professor", explica Moreno. "Os professores são capacitados para indicar qual é a melhor atividade física para cada aluno. Eles sabem aliar a vontade do aluno ao resultado da avaliação física", enfatiza.

Nos horários mais frequentados (início da manhã e final do dia), a Físico & Forma disponibiliza um maior número de professores. A academia também monta escalas para

que um professor não atenda mais do que dez alunos de uma só vez. A qualidade dos aparelhos de ginástica também merece uma atenção especial. "Muitas fábricas sem experiência estão produzindo equipamentos de ginástica", alerta.

A MG Escola de Natação, há 13 anos em Maringá, conta com nove professores formados e optou pela não contrata o de estagiários. "Um profissional com forma o acadêmica conhece a musculatura, a estrutura fisiológica e anat mica do corpo. Ele saber  indicar o tipo de exercício mais apropriado para cada aluno", diz a proprietária, Maria Inês Mezzaroba, ao explicar a op o pela contrata o de apenas professores graduados.

Como a escola trabalha com alunos que precisam de mais aten o, como cegos, surdos, idosos e vítimas de acidentes, a experiência profissional   fundamental, além de ser o diferencial em rela o a muitos concorrentes. Maria Inês ensina que antes de fazer a matrícula as pessoas devem conhecer o histórico da escola, saber se a empresa está regula-



Clientes podem obter informa es junto ao Conselho de Educa o Física

mentada no CREF e questionar a forma o profissional do professor.

EM VEZ DE CONCORRENTES, ALIADOS

Unidas em torno de interesses comuns, 20 academias de ginástica e escolas de nata o formaram, no final de fevereiro, o Núcleo Setorial

de Academias, um programa do Projeto Empreender que une empresas do mesmo segmento, para que juntas elas possam driblar as dificuldades e comemorar as conquistas.

A idéia   simples: como as empresas do mesmo ramo costumam ter problemas e interesses similares, elas formam uma parceria, montam um estatuto e viabilizam solu es para os problemas do setor. O Projeto Empreender tem como base a sólida parceria da ACIM e do Sebrae e oferece aos núcleos setoriais informa es técnicas e ajuda de especialistas.

Entre as prioridades das academias e escolas de ginástica estão a informatiza o e a capacita o do setor administrativo através de cursos de atendimento, gerenciamento e recursos financeiros.

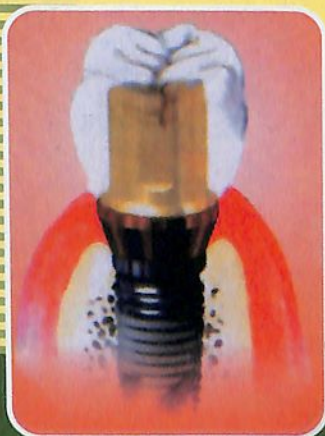
O Núcleo pretende, ainda, comprar equipamentos e materiais de ginástica em grande quantidade, pois comprando em maior volume   mais fácil negociar descontos com os fornecedores. Também estão previstas campanhas de marketing e sensibiliza o da popula o sobre a importância da prática de atividades físicas.

ODONTOLOGIA

Dr. Roberto Cezar de Oliveira
CRO 3533

ESPECIALISTA EM
CIRURGIA BUCOMAXILOFACIAL
E PERIODONTIA

CRENCIADO PELO SISTEMA BRANEMARK DE IMPLANTES



Rua Silva Jardim, 30 - 1  andar - Sala 01 - Maringá - PR
Fone: (44) 262-4713 - Fax: (44) 225-1560

Usuários aprovam serviço

A Câmara de Conciliação Trabalhista entra no terceiro ano com muitos resultados positivos. Em média, 60% das demandas atendidas ali resultam em acordo

Processos longos, permeados por muita burocracia, tornaram-se coisa do passado depois da criação das Comissões de Conciliação, onde patrões e empregados sentam à mesa para negociar um acordo. A Câmara de Conciliação Trabalhista mantida pelo Sivamar e pelo Sincomar vem mostrando isso na prática.

Desde que foi implantada, em 31 de agosto de 2000, quase 3.500 pedidos conciliatórios já foram protocolados. Destes, pelo menos 60% resultaram em acordo entre as partes.

A prova de que o trabalho vem sendo conduzido de forma competente e produtiva está nas palavras dos advogados que utilizam os serviços da Câmara. Tanto os que atuam na defesa de trabalhadores como os que atendem os empregadores se declaram satisfeitos com a atuação do órgão.

"A Câmara trouxe uma agilidade acima do normal aos processos. E os conflitos são resolvidos sem prejuízo das partes", afirma o advogado André Vier Botti, ressaltando que a rapidez é interessante especialmente para o trabalhador, que geralmente tem necessidade de receber logo as verbas a que tem direito.

André, que já teve diversas causas resolvidas ali, credita esses resultados em boa parte ao trabalho dos conciliadores. "Eles têm muito traquejo, entendem do assunto e têm conseguido transformar conflitos em acordos", ressalta.

O advogado Adilson Lopes endossa as palavras do colega. "O atendimento é muito bom e facilita a vida dos advogados. Sem contar que são fechados acordos bastante interessantes para ambas as partes", afirma o advogado, que atende empregados e empregadores. "No meu caso, praticamente cem por cento das demandas que ingressam ali terminam em acordo", arremata.

Fim da espera: Para a advogada Ana Raquel dos Santos, do Sindicato dos Trabalhadores no Comércio de Minérios e Derivados de Petróleo, a Câmara veio simplificar a vida de todos. Sobre aquela velha idéia de que órgãos como esse acabam sempre favorecendo os patrões,



A Câmara de Conciliação tem se mostrado um importante instrumento na resolução de conflitos trabalhistas

ela faz uma observação bastante interessante: "Não é o fato da demanda ser resolvida na Câmara ou na Justiça que vai determinar um bom acordo para o trabalhador. O bom acordo vai depender muito do empenho do advogado e da defesa que ele faz de seu cliente".

"A Câmara Sivamar/Sincomar é uma das mais organizadas e o atendimento é muito bom. Noventa por cento das minhas causas que passaram por ali terminaram em acordo", revela a advogada Cláudia Cristina Firmino, que atende tanto empresários como trabalhadores. Ela defende a conciliação. "Sou partidária do acordo. A Justiça é muito morosa. Quem perde com toda essa demora acaba sendo o próprio trabalhador".

Já o advogado Pedro Stefanichen tem uma visão menos otimista. Ele ressalta que a idéia das Comissões de Conciliação é muito boa, mas que a prática tem se mostrado diferente. "Ainda há resistência patronal. Muitos empresários preferem ir para a Justiça para ganhar mais tempo". Mesmo assim ele elogia o trabalho da Câmara. "Os conciliadores se esforçam, lutam pelo acordo. Mas nem sempre isso é possível".

"Cerca de 50% das demandas trabalhistas contra a empresa foram resolvidas ali, com acordo". A afirmação é de Jair Bacini, gerente da Schincariol. Ele lembra que, antes da criação da Câmara, era muito complicado resolver questões trabalhistas por causa da demora dos processos. "Eram várias

audiências, perdia-se muito tempo. Agora as coisas são resolvidas rapidamente e de forma muito satisfatória", afirma.

O empresário João Amélio Pavan, da Jorrovi Calçados, também considera a Câmara de Conciliação "uma excelente idéia". Segundo ele, antes as empresas não tinham como oficializar um acordo com um funcionário. Mesmo que todas as verbas rescisórias fossem pagas corretamente, sempre havia o risco de uma queixa trabalhista. "Agora não. A gente senta, frente a frente

com o funcionário, ele diz se está tudo correto ou não, e o acordo é selado, torna-se oficial", explica, ressaltando que essa segurança é muito importante para as empresas. "Sem contar a rapidez. Hoje em dia ir para a Justiça é uma tremenda perda de tempo e de dinheiro", finaliza.

João Amélio elogia o trabalho da Câmara Sivamar/Sincomar com conhecimento de causa: ele conhece comissões de conciliação de outras cidades, onde a loja tem filial. "O pessoal daqui é muito capacitado e atende a gente muito bem".

Funciona assim...

Todo trabalhador do comércio que for ingressar com uma ação trabalhista precisa, antes, protocolar sua reclamação na Câmara de Conciliação. O empregador é intimado a comparecer a uma audiência, realizada em no máximo de 10 dias após a intimação.

Nas audiências - realizadas toda terça, quinta e sexta-feira é tentado um acordo, com mediação de dois conciliadores, um representando os empresários e outro os trabalhadores. A decisão é formalizada em ata, o que impede o trabalhador de ir na Justiça reclamar sobre o que foi acordado.

Em caso de não haver entendimento, o empregado recebe a ata negativa de conciliação, documento que possibilitará o protocolo da ação na Justiça Trabalhista.

Isso é o que acontece com o dinheiro da sua empresa sem o Economix GVT.



SERVIÇOS GVT

		AGRUPAMENTO DE LINHAS
CONTA DETALHADA LOCAL		FRANQUIA ÚNICA DE MINUTOS
DDD E DDI	25 	IDENTIFICADOR DE CHAMADAS
		SUPER SECRETÁRIA GVT
NAVEGA E FALA GVT		CONVERSA A 3
LIGAÇÃO SIMULTÂNEA		SIGA-ME

Chega de jogar dinheiro fora. Com os Planos Economix GVT, a sua empresa pode economizar, em média, 30% ao mês na conta telefônica. Acesse agora o *site* www.gvt.com.br e faça uma simulação. Se preferir, ligue 0800 600 2000 e fale com nossos consultores. Você vai ver o quanto a GVT liga para a sua economia.

PEGUE A SUA CONTA TELEFÔNICA. COMPARE E COMPROVÉ



Mude para a GVT. Você pode economizar na conta telefônica da sua empresa.

Mãos à obra

Alunos de cursos profissionalizantes oferecem serviços de qualidade à comunidade por um preço mais acessível

Todos os dias o restaurante do Senac atende no mínimo cem pessoas. A procura se explica pela combinação entre pratos variados, atendimento de qualidade e preço mais acessível do que restaurantes com cardápio similar. "Gosto de almoçar aos domingos no Senac porque o ambiente é agradável, o local é limpo, a comida é variada e saborosa", comenta o contato publicitário, Altair Galvão, cliente habitual.

Mas o que pouca gente sabe é que todos os serviços do Senac, desde a preparação dos pratos ao atendimento, são realizados por alunos dos cursos de profissionalização. "Os professores são proibidos de preparar os pratos. Tudo deve ser feito pelos alunos", revela a coordenadora do curso, Dalva Ramos Pires. "O cardápio é elaborado conforme o estágio de aprendizagem, para que os alunos possam aprender todos os procedimentos, incluindo armazena-

mento e congelamento", explica.

Muitos alunos de escolas profissionalizantes estão literalmente "colocando a mão na massa" para exercer, na prática, a profissão. Orientados por professores, eles utilizam o curso como laboratório para a aprendizagem e prestam serviços de qualidade à comunidade. Com um pouco mais de sorte, eles ainda têm a oportunidade de sair empregados do curso.

ECONOMIA PARA OS CLIENTES

A Universidade do Cabeleireiro também é uma escola profissionalizante. Na grade do curso de cabeleireiro, que tem duração de seis meses a um ano, o estágio é obrigatório após dois meses de aulas teóricas. "Não há como aprender sem realizar atividades práticas", afirma a proprietária, Carmina Pereira da Silva.

Acompanhados por instrutores formados, estes serviços custam

em média 60% menos, o que leva a maioria dos clientes a preferirem os aprendizes. "Cerca de 80% da nossa clientela são atendidos pelos alunos", estima Carmina. Ela garante que o atendimento dos aprendizes é tão bom quanto dos profissionais. "Todos os clientes recebem tratamento de qualidade, mesmo os que preferem os alunos. O cliente é fundamental para a aprendizagem e não há nada melhor do que tratá-lo bem para que ele retorne", opina.

A apresentadora de televisão Agenir Victor, é cliente da Universidade do Cabeleireiro há quase um ano e costuma utilizar tanto os serviços profissionais quanto dos alunos. "Usando os serviços dos alunos estou dando oportunidade para quem está aprendendo. Além de pagar um pouco menos, estou usufruindo de serviços de qualidade", garante. "Pago pouco por um serviço bom", conclui.



Cerca de 80% da clientela da Universidade utiliza serviço dos aprendizes



O restaurante do Senac serve pratos variados e serviço de qualidade: tudo feito pelos alunos

OPORTUNIDADE DE EMPREGO

A crediarista Marli de Fátima Calvo estava desempregada quando resolveu fazer o curso de auxiliar de enfermagem do Senac. Antes mesmo de terminar o estágio exigido pelo curso, ela acabou entrando para o quadro de bolsistas do Hospital Metropolitano e recebe R\$ 200,00 por mês. "O estágio é essencial para aprender a prática, além de ser uma oportunidade para conseguir um emprego", analisa Marli. Prestes a terminar o curso, sua supervisora já adiantou que pretende efetivá-la. "Vários alunos foram contratados antes de terminar o curso", confirma a diretora do curso de enfermagem do Senac, Vera Mikuni.

O Sindicato das Gráficas de



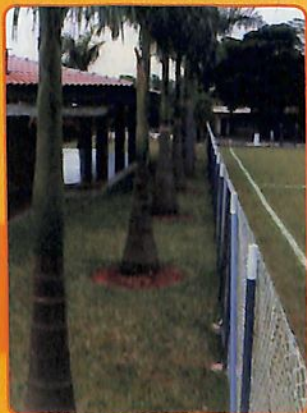
O estágio é essencial para aprender a prática, além de ser uma oportunidade para conseguir um emprego



Maringá e Região (Singramar), juntamente com a Prefeitura e o Sebrae, mantêm a única escola gráfica profissionalizante do sul do Brasil. Em cada curso semestral são formados cerca de 20 alunos. Eles têm à disposição uma gráfica montada apenas para a aprendizagem e realizam atividades práticas através de trabalhos desenvolvidos para entidades beneficentes.

Todas as vagas que surgem nas 58 gráficas filiadas ao sindicato são preenchidas por alunos que fizeram o curso. "Praticamente todas as pessoas são empregadas em no máximo três meses", afirma o gerente administrativo, Nelson Rodrigues da Silva.

RECANTO DOS MOSQUETEIROS CHÁCARA



Dentro do perímetro urbano, no asfalto...

Campo Suíço, Vestiários, Salão de Festas, Churrasqueira, Piscina, Mesas de Jogos.



Alugamos para Festas e Eventos Fones 3028-0077 / 9972-8779

Valorização da cultura



Nova sede da ACIM possui um espaço permanente para exposição de obras de artistas plásticos da cidade

Os artistas plásticos da cidade ganharam um novo espaço para exposição de suas obras. No dia 10 de abril a ACIM inaugurou o Espaço Cultural Américo Marques Dias, que leva o nome do primeiro presidente da entidade. O arquiteto e artista plástico Edgar Osterroht foi responsável pela exposição de abertura. Conhecido pelas pinturas que mostram Maringá em

seus primeiros anos de fundação, Osterroht já expôs suas obras em várias cidades do país, como Londrina, Curitiba e São Paulo. O espaço estará à disposição dos artistas plásticos de Maringá, dando preferência aos associados da entidade.



A exposição de abertura foi feita pelo artista Edgar Osterroht. Quadros mostram a cidade no início da colonização

Em grande estilo

Um dos pontos altos das comemorações do jubileu de ouro da ACIM foi o jantar por adesão promovido no dia 11 de abril, reunindo mais de 350 pessoas. Muitas surpresas foram preparadas aos convidados, como a exibição de vídeos contando a história da entidade e várias homenagens. À meia noite, após contagem regressiva, quase todos os ex-presidentes apagaram as velinhas do bolo de 50 anos. A festa teve a presença das pessoas que ajudaram a construir a história da entidade, funcionários do Sistema ACIM e diversas autoridades.



Grande jantar marcou a comemoração do cinquentenário da ACIM



Visitas ilustres

Quatro secretários de Estado estiveram na ACIM no mês de abril. No dia 15, o secretário de Indústria, Comércio e Assuntos para o Mercosul, Luiz Guilherme Mussi, conheceu a estrutura e os projetos desenvolvidos pelo Sistema ACIM, incluindo Codem, Fundacim, Casa Mercosul, Sicoob, SCPC, entre outros. No dia 16, o secretário de Fazenda, Heron Arzua, participou de um almoço empresarial e apresentou aos empresários o programa Paraná Bom Emprego. Também estiveram visitando a ACIM o secretário da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior, Aldair Rizzi, e o diretor da Secretaria do governo, Daniel Godoy.



Heron Arzua lançou o Paraná Bom Emprego em almoço empresarial da ACIM

Café com Saúde

Durante os dias 8 e 10 de abril os associados da ACIM participaram de um projeto inédito, o Café com Saúde. Os empresários fizeram gratuitamente coleta de sangue para medir as taxas de colesterol, triglicéris e glicose. Além de medir a pressão arterial, fizeram avaliação com fisioterapeutas e participaram de sessões de acupuntura e alongamento, tudo sem nenhum custo. As mulheres ainda ganharam um "vale preventivo" para a realização do exame papanicolau. E depois da realização dos exames todos foram convidados para um café da manhã. A realização do projeto foi possível graças a uma parceria entre a ACIM, Paraná Assistência Médica (PAM), Laboratório São Marcos e Fisioterapia Franqui & Nowotny.



Projeto inédito possibilitou que os associados da ACIM realizassem gratuitamente exames de sangue, fisioterapia e acupuntura

Filarmônica na praça

Diante dos olhos atentos de mais de 5 mil pessoas, no dia 26 de abril a Orquestra Filarmônica Brasileira do Humanismo Ikeda se apresentou na Praça da Catedral, como parte da comemoração dos 50 anos da ACIM, 40 da Cocamar e 13 do Cesumar. Com um histórico de apresentações em países como Argentina e Paraguai, a Orquestra encantou os participantes, que assistiram a um show de sincronia entre os instrumentos tocados pelos 75 músicos. A noite contou ainda com as apresentações circenses, do Coral e Orquestra da Cocamar e do Coral e Orquestra do Cesumar. No final do evento um show pirotécnico, programado pela Maringá Fogos, iluminou o céu da cidade durante 20 minutos



Milhares de pessoas assistiram as apresentações culturais

Reconhecimento

Em homenagem ao primeiro associado da entidade, o auditório do Conselho da Administração da ACIM passa a se chamar Auditório Ângelo Planas. O pioneiro presidiu a assembléia de criação da ACIM e apesar de nunca ter sido presidente teve uma atuação essencial no crescimento e consolidação da entidade.



Familiares de Ângelo Planas, que emprestou seu nome ao auditório da nova sede da ACIM

Mudança de nome

No dia 14 de abril ficou decidido na Assembléia Geral Extraordinária que a ACIM passará a ser denominada Associação Comercial e Empresarial de Maringá. A mudança foi uma sugestão da Confederação das Associações Comerciais do Brasil para padronizar todas as entidades do gênero. A logomarca da ACIM continuará sendo a mesma, afinal ela tem 50 anos de história. Também no mesmo dia, foi realizada a Assembléia Geral Ordinária para apresentação do relatório de atividades do ano passado e

aprovação do balanço prévio deste ano, que já havia passado pelo crivo da Martinelli Advogados.



Desde abril a ACIM passou a ser denominada Associação Comercial e Empresarial de Maringá

10 Milhões

*de consultas em
todo o Brasil*

Acesse já!

- ↻ *Encontre PRODUTOS e SERVIÇOS*
- ↻ *Busca de TELEFONES*
- ↻ *Busca de ENDEREÇOS e MAPAS*
- ↻ *Busca por países*
- ↻ *CEP'S de todo o Brasil*

www.sos102.com.br

Milhões de motivos para você acessar o nosso site!



Informe-se:
0800 7269900

UM PRODUTO
EDTEL

sos102.com.br

ENOTURISMO

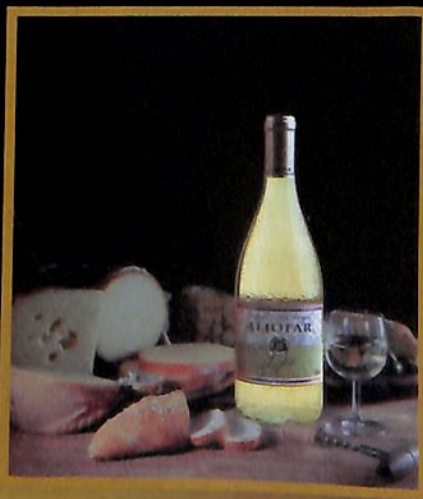
A Intervin, produtora dos vinhos Aljôfar e Ottobello, está de portas abertas para receber você e sua Família. Conheça a origem do melhor Vinho produzido no Estado do Paraná.

**inter
VIN**[®]
VINICOLA

Viva o raro prazer de estar em contato direto com a natureza.



Vinhedos próprios com diferentes castas de uvas finas.



Um passeio sedutor. Parreirais, pipas, degustação de queijos e vinhos.

Agende uma Visita pelos Fones

Administração

Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 952 - sala 02
Cx Postal 1646 - CEP 87015-000
(44) 262-0082

Maringá - PR

e-mail: intervin@intervin.com.br

Indústria

Estrada Hiller, lote 7 - Gleba Ribeirão Atlântico
Cx Postal 1646 - CEP 87001-970
(44) 262-0082



A “nova” empresa, o “novo” colaborador

As empresas vivem hoje sob novos paradigmas em todos os campos. Elas têm que produzir mais, com menor custo, no menor prazo e ainda por cima com qualidade inigualável. Inovação também é a palavra de ordem para se manter no mercado e encantar os clientes. Aliás, hoje em dia as empresas precisam antecipar os desejos dos clientes, que querem ser surpreendidos.

E, para atingir este grau de excelência, as empresas precisam contar com seus principais clientes, que são os seus funcionários, os seus colaboradores, os seus talentos, falando numa linguagem mais moderna. Kaouro Ishikawa, japonês estudioso da administração, diz: “Se a empresa não se esforça para atender, encantar os seus colaboradores, ela não merece existir”.

A verdade é que entre empresas e colaboradores existe uma grande relação de dependência. Parece exagero, mas um sem o outro não é nada. Em resumo, empresas com maus funcionários não conseguem ter bons produtos e serviços. Por sua vez, pessoas sem salários, estabilidade, enfim, a segurança que o emprego representa, são marginalizadas. Então, os dois segmentos precisam se completar.

Mas, qual é o perfil de funcionários que as empresas querem?

De forma simples podemos dizer que é aquele que tem o chamado perfil 3H que tem HUMILDADE, HUMOR E HUMANISMO e ainda AÇÃO E INICIATIVA. O colaborador tem que estar à frente do seu tempo e da própria empresa.

Quando falamos dessas características não queremos dizer que o funcionário deve ser escravo da organização. Aliás, este perfil é condenado. “A empresa, por si só, é uma organização onívora, que se pudesse tirar todo o tempo do funcionário”, diz o sociólogo Domenico de Massi, que condena a servidão total do trabalhador à empresa. O que as empresas precisam é de

pessoas HUMILDES, que saibam de suas limitações de conhecimento e informação, mas que sejam capazes de buscar se superar, quer seja através de cursos e treinamentos, quer seja com a ajuda dos outros colegas. Dessa forma mostram que sabem onde querem chegar, que sabem gerenciar a própria carreira, que sabem liderar estrategicamente, com foco no resultado.

Na era da Responsabilidade Social, das ações de cidadania e solidariedade, o HUMANISMO é um diferencial valorizado. Mostra caráter quem se preocupa com o próximo. Este tipo de pessoa é talento nato para a empresa moderna, que é constituída sob uma nova visão, a de que é preciso faturar, lucrar, mas que também é preciso, de alguma forma, retornar à sociedade a contribuição que ela lhe dá, sejam em ações de solidariedade, cidadania, enfim, ações política e ecologicamente corretas. É chamado de Terceiro Setor que está em franco crescimento. Não são poucas as empresas que têm procurado profissional com este potencial, de ser solidário, de ser humano na essência.

As empresas também valorizam muito o HUMOR do funcionário. Não significa que o cidadão tem que vestir roupa de palhaço, mas para superar as pressões do dia-a-dia, as metas grandiosas, os diferentes estilos comportamentais dentro da empresa, só mesmo com alegria. Os colaboradores, além da eficácia das suas ações, precisam ser o “melhor bom dia, o melhor boa tarde” dentro da empresa. Afinal, quem não gosta de trabalhar num ambiente de astral elevado? Culturalmente fomos educados para pensar que o trabalho é um meio de opressão e não o canal, forma para conquistarmos bem-estar. Daí que muita gente vive oprimida pelo trabalho, o que gera infelicidade e tristeza no ambiente, o que acaba sendo nocivo para todo o grupo. E, nestes casos, muitas vezes o problema vai se arrastando por anos. Existe uma grande farsa nessa história: o funcionário não



“A verdade é que entre empresas e colaboradores existe uma grande relação de dependência”

tem coragem de pedir demissão, por insegurança, incapacidade de arrumar outra colocação e a empresa, por sua vez, tem medo de ações trabalhistas, gastos extras e o que é pior, é incapaz de revelar novos talentos e acaba tendo que agüentar quem não tem prazer em trabalhar lá.

Enfim, o novo modelo de funcionário, de colaborador de empresas é aquele que também pensa em si, em se qualificar, em ampliar suas habilidades para servir a própria empresa ou mesmo outra, se for o caso. Afinal, não somos mais perenes em nossos empregos. Este profissional ainda dá valor grande à família e atividades extras, como hobbies, diversões, vida social, que vão lhe garantir energia para enfrentar os desafios na empresa.

José Nascimento é jornalista e chefe de Redação da Tv Cultura. MBA em Marketing e Gestão Empresarial

Crescimento e ousadia

Como parte das comemorações dos 50 anos da ACIM, no último dia 25, esteve em Maringá o presidente da Bacardi-Martini do Brasil, Timothy Altaffer, que apresentou para um público seleto no Nite Club Car Wash, a palestra "Ferramentas de marketing para diferenciar e ganhar marketshare", e como é conduzir uma multinacional com as ferramentas do marketing.

Dentro das tendências e perspectivas para o crescimento no mercado consumidor é preciso ousadia e Timothy, com mais de 25 anos trabalhando em áreas de marketing e vendas de produtos de consumo em empresas conhecidas como Anheuser-Busch, Budweiser, Philip Morris, entre outras, com sua experiência só vem acrescentar para a Bacardi-Martini do Brasil.

Convidado pela ACIM MULHER e pelo COPEJEM, Timothy mostrou que em uma empresa de marcas e produtos que está no mercado desde a década de 50 no Brasil, a necessidade de rejuvenescimento de idéias e estratégias de marketing para o contínuo crescimento da empresa, se faz necessário.

Para Timothy não há segredos e sim uma combinação de fatores para se alcançar os objetivos. Além de trabalhar com bons produtos, a empresa trabalha com marketing direto como é feito por exemplo, no Nite Club Car Wash, onde as promoções são realizadas com degustações, fazendo assim a divulgação dos produtos de forma pessoal com o consumidor. Daí o sucesso, pela forma com que é executada a estratégia para a entrada do produto no mercado.

Um exemplo claro foi o Rum Bacardi Limón, que caiu no gosto do consumidor. Além da qualidade comprovada do produto, a apresentação em uma nova embalagem moderna, clean, um pouco diferente dos tradicionais produtos que a empresa oferece, a propaganda e o encaminhamento dentro do mercado levou-o ao sucesso.

"Mas o marketing não é uma ciência, também é um pouco de sorte". Dentro de todas as ferramentas e estratégias utilizadas para o crescimento, as parcerias se destacam para a distribuição e promoções de vendas.

Leticia Borges
Especial para a Revista ACIM



O presidente da Bacardi-Martini do Brasil, Timothy Altaffer, ensinou aos empresários algumas ferramentas de marketing

REVISTA

ACIM



ISO9002



**Revista ACIM.
Seu melhor negócio
em Maringá**

**Informações e
Publicidade**

**9972 - 8779
3025 - 9595**

ACIM



A ACIM oferece aos associados uma rede de empresas e profissionais liberais que praticam descontos diferenciados do mercado. Além das empresas, os convênios também podem ser estendidos para familiares e funcionários

CONVÊNIO MÉDICO

PAM

Plano de saúde que oferece diferentes produtos para atender a todos os tipos de empresas, com ampla rede de médicos, hospitais e serviços especializados. Avenida Brasil, 4493. Telefone 218-1530

HSBC

O seguro saúde do HSBC garante a cobertura de atendimentos médicos e clínicos especializados, internamentos hospitalares e atendimento psiquiátrico. Telefone 262-2134 (Patrão Corretora)

Unimed

Plano de saúde com grande rede de médicos para o atendimento clínico, hospitalar e serviços especializados. Av. Tiradentes, 1008, fone 227-7717

Santa Rita Saúde

Plano de saúde que oferece diversos produtos empresariais de assistência médico-hospitalar. Avenida Independência, 14, sala 2. Telefone 262-1306

Caroline Phillip Psicóloga

Prestação de serviços nas áreas de Psicoterapia, Acompanhamento Psicológico, Avaliação Psicológica e Orientação Psicológica Vocacional e Profissional. Rua Néo Alves Martins, 3377, Sala 2, fone 224-4196

Luzia Helena Lima Bastos - Psicóloga

Prestação de serviços para as empresas associadas na área de psicologia clínica, na especialidade de psicoterapia de adultos e adolescentes. Rua Néo Alves Martins, 3415, sala 304, Centro. Fone 224-6693

Climest

Descontos para associados nos tratamentos esfoliação e hidratação corporal, massagem anti-estresse, massagem relaxante, terapia com pedras quentes, limpeza de pele, hidratação facial e outros tratamentos específicos. Rua Lopes Trovão, 131, Zona 4. Telefone 225-2050

Ana Sueli Luchetti Vieira de Oliveira e Rosimar Maria Noceti Silvestri Psicólogas

Prestação de serviços nas áreas de Psicologia compreendidos por: avaliação psicológica, aconselhamento psicológico, psicoterapias em crianças, adolescentes e adultos; atendi-

mento psicológico a pacientes pré e pós-cirúrgicos e orientação vocacional e profissional. Centro Integrado de Psicologia, avenida Curitiba, 486, sala 703, fone 224-9235

CONVÊNIO ODONTOLÓGICO

Uniodonto

Prestação de serviços odontológicos feitos por cirurgiões dentistas associados. Avenida Papa João XXIII, 513. Fone 227-1150

SOMA Plano Odontológico

Prestação de serviços odontológicos feitos por cirurgiões dentistas associados. Rua Santos Dumont, 2454, Sala 6A. Fone 226-3466 (ANS 411647)

Oralmed Assistência Médica e Odontológica

Prestação de serviços odontológicos feitos por cirurgiões dentistas associados. Avenida Prudente de Moraes, 998, Sala 5, Novo Centro. Telefone: 225-7270

CONVÊNIO EDUCACIONAL

União das Faculdades Metropolitanas de Maringá - Unifamma

Oferece descontos nos vestibulares e nas mensalidades dos cursos de terceiro grau. Avenida Colombo, 9063. Telefone 225-5500

Faculdades Nobel

Descontos para associados nas mensalidades dos cursos de graduação. Avenida Mandacarú, lote 114. Telefone 3026-2322

Cultura Inglesa de Maringá

Oferece descontos especiais para associados em curso de Inglês e Inglês Comercial. Rua Arthur Thomas, 770, telefone 226-7570

CONVÊNIO EMPRESARIAL

Banco do Brasil Cooperfat

Convênio que permite às empresas associadas recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador, com juros abaixo dos de mercado, para capital de giro, insumos, equipamentos e renovação de frota, entre outros. Rua Santos Dumont, 2270, 9º andar. Telefone 221-1983.

Anima Corretora de Seguros

Contratação de seguros em todos os ramos, registrados em apólices especialmente implantadas para a ACIM, porém com faturamento direto aos segurados. Avenida Tiradentes, 1008 sala 1205. Telefone 222-4884.

Serviço Educacional Lar e Saúde (SELS)

Implantação de projeto de ginástica laboral nas empresas, visando diminuir o risco de le-

sões por motivos ergonômicos. Telefone 236-8000.

Mega Marcas e Patentes

Pesquisa de anterioridade de registros, pedido de registro de marca, controle de processo e vigilância de marca. Telefone 9963-6701.

Centro de Vida Independente de Maringá CVI

Convênio de cunho social que visa orientar as empresas para a contratação de deficientes físicos, conforme prevê a lei federal. Avenida Colombo, 5790 CAP, Bloco T-14. Telefone 263-8310.

Alcântara Advogados & Consultores Associados

Recuperação de créditos tributários, tais como impostos, taxas e contribuição de melhorias, contribuições sociais e previdenciárias, multas e outras refutações tributárias. Avenida Carneiro Leão, 125, Sala 401. Telefone 3026-7229 e 9964-8182

Patrão Seguros

Oferece aos associados condições especiais na contratação de planos de saúde, seguros de vida e acidentes pessoais. Avenida Curitiba, 476. Telefone 262-2134

VET Serviços de Pós-Venda

Consultoria na área de pós-venda, pesquisas para manutenção e/ou recuperação de clientes. Telefone 262-4311

Ergon Consultoria - orientação e pesquisa

Diagnóstico organizacional, assessoria em gestão de recursos humanos, gestão empresarial, organizacional, pesquisa de viabilidade econômica e de mercado, ISO 9000 e avaliação de desempenho. Rua Santos Dumont, 2166. Telefone 226-3732

RPS Administradora e Corretora de Seguros

Contratação de seguros em todos os ramos com a empresa Yasuda Seguros. Avenida Prudente de Moraes, 842. Telefone 269-6329

GNS Corretora de Seguros

Assistência funeral 24 horas, individual e familiar. Serviço de sepultamento, traslado de corpos, registro de óbito, paramentos, velório e outros. Rua Santos Dumont, 3472, sala 407 Edifício Bandeirantes. Telefone 223-2919

Serviço

Qualquer informação sobre os convênios pode ser obtida pelo telefone 3025-9646 - S.A.C. Serviço de Atendimento ao Cliente da ACIM.

A PRIMEIRA DE MARINGÁ A RECEBER A CERTIFICAÇÃO EMPRESA AMIGA DA CRIANÇA.



A Oficina de Trânsito Rodoviário, que recepcionou 2 mil escolares em 2002 para um trabalho de conscientização, é considerada uma referência do gênero no País.

Mais que uma concessionária, a VIAPAR é uma empresa que trabalha com cidadania e responsabilidade social.



A sua estrada mais moderna e mais humana

ACIM

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL
DE MARINGÁ

Rua Basílio Saltchuk, 388
Fone: (44) 3025-9595 - Fax: (44) 3025-9619
Cx. Postal 1033 - CEP 87013-190 - Maringá - Paraná
Home-page: www.acim.com.br
e-mail: acim@acim.com.br

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente: Ariovaldo Costa Paulo

1º Vice-Presidente: Antonio Fermenton; 2º Vice-Presidente: Ali Saadeddine Wardani; Vice-Pres. p/ Assuntos do Comércio: Adilson Emir Santos; Vice-Pres. p/ Assuntos da Indústria: Carlos Walter M. Pedro; Vice-Pres. p/ Assuntos de Serviços: Wilson de Mattos Silva; Vice-Pres. p/ Assuntos de Comércio Exterior: Carlos Alberto Domingues; Vice-Pres. p/ Assuntos Comunitários: Luiz R. Marquezini; Vice-Pres. p/ Assuntos de Novos Produtos e Tecnologias: Eduardo D. Araújo; Vice-Pres. p/ Assuntos do Serv. de Informações Cadastrais: Nivaldo Reginato; Vice-Pres. p/ Assuntos de Fin. Patrimônio: Carlos A. Tavares Cardoso; Vice-Pres. p/ Assuntos de Rel. com o Associado: Carlos Alberto Wurmeister; Vice-Pres. p/ Assuntos de Mkt e Vendas: Guilherme Fávero; Vice-Pres. p/ Assuntos de Desenv. Regional: Oscar Conchon; Vice-Pres. p/ Assuntos de Eventos: Shiniti Ueta; Vice-Pres. p/ Assuntos de Capacitação Profissional: José Carlos Valêncio; Vice-Pres. p/ Assuntos de Agronegócios: José Fernandes Jardim Jr.; Vice-Pres. p/ Assuntos de Crédito Cooperativo: Luiz Ajita; Vice-Pres. p/ Assuntos de Integração Econômica: Carlos Anselmo Corrêa; Vice-Pres. p/ Assuntos de Resp. Social e Cidadania: Milton Goetten de Lima; Vice-Pres. p/ Assuntos de Shopping Center: Domingos Bertonecchio; Vice-Pres. p/ Assuntos Intersindicais: Heitor Bolela Jr.; Vice-Pres. p/ Assuntos das Micro e Peq. Empresas: Carlos Alberto Facco.

CONSELHO SUPERIOR

Presidente: Jefferson Nogaroli

Secretário: Sabas Martins Fernandes

Conselheiros: Antônio Donizete Busíquia, Claudio Batistela, Claudio Haruo Mukai, Eraldo Formaggio, Gersi Francisco Andreotti, João Maria da Silveira, José Gomes Ferreira, Luiz Carlos Masson, Luís Fernando Ferraz, Paulo Meneguetti, Reginaldo Nunes Ferreira, Renato Tavares, Roberto Petrucci Júnior, Valdecir de Brito.

GALERIA DE PRESIDENTES

Américo Marques Dias; Murilo Macedo; Alfredo Maluf; Odvaldo Bueno Neto; Ermelindo Bolfer; Manuel Mário de Araújo Pismel; Ivo Vitor Asmann; Emílio Germani; João de Faria Pioli; Rodolfo Purpur; Joaquim Dutra; Ubarajara 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; Jefferson Nogaroli.

COPEJEM - CONSELHO PERMANENTE DO JOVEM EMPRESÁRIO

Presidente: Wilson de Matos Silva Filho

1º Vice-presidente: Walcir Franzoni

Vice-presidente p/ Assuntos de Informações: Enicéia Silva

Vice-presidente p/ Assuntos do Comércio: Marcos César Gameiro Obici

Vice-presidente p/ Assuntos de Desenvolvimento Regional: Sandro Bertoni

Vice-presidente p/ Assuntos da Indústria: Cláudio L. Zavattini

Vice-presidente p/ Micros e Pequenas Empresas: Ademir Kimura

Vice-presidente p/ Assuntos de Responsabilidade Social e Cidadania: Adriana Scandelai

Vice-presidente p/ Assuntos de Integração

Econômica: Antonio Fiel Cruz Júnior
Vice-presidente p/ Assuntos de Relações com Associados: Mohamed Ali Awada
Vice-presidente p/ Assuntos de Eventos: Ricardo Michels
Vice-presidente p/ Assuntos de Serviços: Ricardo Paiola Kmiecik
Vice-presidente p/ Assuntos de Capitação Profissional: Wanderlei de Almeida César Júnior.
Vice-presidente p/ Assuntos de Secretaria: Cecília Leonor Philipp Borin
Conselheiros: Alessandra Serra; Ana Carolina Gomes; Ana Carolina Schiavon; Claudiana Andreia Zavattini; Cláudio Isamu Suzuki; Daniela Midori Taguchi; David Conchon; Davilson Mantovanni; Gláuber Marini da Silva; Ives Tomita; Luciane Udenal; Luiz Eduardo Borin; Wilson Ap. de Oliveira.

CONSELHO DA MULHER EMPRESÁRIA E EXECUTIVA

Presidente: Anália Nasser

1º vice-presidente: Clélia Cordeiro Hilgemberg

2º vice-presidente: Tininha Rodrigues

Diretoras: Nilva El Ghoz; Jeane Nogaroli, Eligiani Ernandes, Helenice Ferri, Elizabete Benites, Donária Rizzo, Miriam de Moraes Parmezani, Adriana Pierini e Beatriz Bianchi da Costa.
Conselheiras: Cintia Murad, Monica Grillo, Nanci Martins, Regina Teixeira, Roni Enara Rodrigues, Wilma Belotto, Alessandra A Moimás, Marcia Elshof e Marilene Fernandes.

CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇO

Conselheiros: Ademir Camargo; Adhemar Anselmo; Ailson Costa Paulo; Alvaro Bento de Freitas; Angelo Antonio Minatel; Antonio Castanharo; Antonio Endrissi Sobrinho; Antonio Fernandes de Araújo; Antonio Marcos de Souza; Antonio Roberto da Silva; Aparecido Marroni; Ari Ricardo Engelbert; Artur da Costa Fernandes Filho; Aparedido Matiusso; Cicero Bianchi; Claudemir Celidônio Chagas; Cicero Germano Alves; Aparedido Matiusso; Daltro Germano Alves; Débora Andrade Bontempi Canevêr; Dercílio Constantino; Dirceu Martins; Douglas Camillo de Souza; Douglas Ortiz; Eber Coutinho; Ediercio Israel Pereira; Edson Luiz Cardoso Pereira; Edson Mauricio de Lima; Edson Sanches; Eduardo Gonçalves da Silva; Eduardo R. Celidônio; Eliel Pereira Diniz; Elizabete Camilo; Flavio Koiti Otamura; Flávio Tavares; Frank Sandro Becchi; Gerson Luiz Sovinski; Hermes Aparecido Coli Vieira; Inês Tomon Pardini; Irineu Kioshi Otsuki; Irineu Meurer; Ivanilde Costa Silva; João Batista; João Cappebosck; João Paulo Silva Júnior; João Willich; Jorge Ceranto; José Amauri Crozarioli; José Carlos dos Santos; José Cláudio de Castro Ferrer Filho; José Paulo Urgnani; Julio Kusakawa; Kleber Jun Nabela; Laércio Vieira Pereira; Lucho Tomбини; Luiz Carlos Aristo; Luiz Carlos de Paulo; Luiz Erismar Pereira; Luiz Nora Ribeiro; Luzia Rati De Oliveira Costa; Manoel Claudemir Terron Garcia; Manoel Donizete Vaz Teixeira; Manoel Mário de Araújo Pismel; Marcelo Azevedo Jorge; Marcelo Filippin; Márcio Antonio Santos; Marcos Kenji; Maria Sônia Coelho; Mário Roberto Andregheti; Mario T. Misawa; Massayuki Sérgio Saito; Mauro Antonio Carvalho; Mauro Cominatto Men; Moacir Demori; Moacir Rodrigues Montalvão; Nelson Barbosa; Nicanor João Matheus; Norvan Noronha Dias; Odair Barion; Osmar dos Santos de Vieira; Osvaldo Reginato; Osvaldo Soares de Oliveira; Paulo Pereira Lima; Paulo Roberto Teixeira; Petronio Cordeiro Junior; Regina Valéria Teixeira; Reginaldo Caleffi Navarro; Renato Zardeto Júnior; Rui Foletto; Sérgio Ramos da Costa; Silvio Saiti Iwata; Sonia Maria Silva Vieira; Valdecir Amancio de Souza; Valmir Sevidanis; Vanderlei de Almeida César; Vanderlei Davina; Wilson Diniz Silva Vieira.

Superintendente da ACIM: Dirceu Herrero Gomes
Gerente de Negócios e Expansão: Koiti Celso Kikuchi

Gerente Institucional: Sérgio Gino
Gerente de Capacitação e Eventos: Yara Sue Kaway Van Linschoten

Coordenador Administrativo e Financeiro: Silvio Luiz Matos Silva
Coordenadora do SPCP: Ivanete Aparecida Pagnan

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO NORTE
DO PARANÁ

ANO XL N° 424 Maio/2003

Publicação Mensal da Associação
Comercial e Empresarial de
Maringá - ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL

Guilherme Fávero

Vice-presidente de Marketing e Vendas

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Alessandra Pajolla MTB 3509/13/73v -PR

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Alessandra Pajolla

Daniel Coutinho de Paula

Giovana Campanha

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Altair Aparecido Galvão

CONSELHO EDITORIAL

Guilherme Fávero, Nivaldo Reginato, Wilson de Matos Silva Filho, Clélia Cordeiro Hilgemberg, Dirceu Herrero Gomes, Sérgio Gino, Alessandra Pajolla, Koiti Celso Kikuchi, Silvio Luiz Matos Silva, Yara Sue Kaway Van Linschoten.

Editoração eletrônica

Napoleão Moojen Neto

Leandro Valério Pará

(Interativa comunicação)

Capa

Foto: Valdir Carniel

Fotos

João Cláudio Fragoso

Ivan Amorim

Arquivo

Revisão

Roberta Villibor

Fotolitos

Gráfica Regente

IMPRESSÃO:

Gráfica Regente

ESCREVA-NOS:

Rua Basílio Saltchuk, 388

Caixa Postal 1033 Maringá Paraná

CEP 87013-190

e-mail: imprensa@acim.com.br



DE 0 A 10, A REGENTE

É

11



1

Heidelberg Speedmaster

Área útil de impressão de 50x70cm em um processo 100% automatizado, chegando a marca de 15.000 impressos/hora com comandos totalmente digitais. A máquina de impressão mais moderna do sul do país.



2 Alceadeira

Intercalação, grampo e corte trilateral, 100% automática com tiragem de 6.000/hora.



3 Dobradeira

Dobra automática com tiragem de 20.000/hora.



4 Baby Binder

Colagem em Hot Melt, para livros, revistas e impressos similares.



5 Plastificadora

Plastificação convencional, auto-brilho, fosca, holográfica e laminação fosca.



6 Troqueladora

Empregada em cortes de alta precisão com produção de 600mil/hora.



7 Verniz UV Localizado

Utilização de sistema serigráfico para alta precisão de registro.



8 Prensa De Cópia

Utilizada na gravação de chapas. Elimina imperfeições, evitando retoques.



9 Analizador De Chapas

Permite análises detalhadas, garantindo um trabalho de alta qualidade.



10 Refiladora

Para corte de plásticos com adequação perfeita para cada serviço.



11 Prensa Pneumática

Empregada no acabamento de lombada quadrada em livros, revistas e similares.

A aquisição de 11 novos equipamentos em 2002, consolidou a posição da **Gráfica Regente** no ranking das maiores e melhores gráficas do mercado gráfico nacional. A última palavra em equipamentos, aliados aos seus 33 anos de experiência, possibilitam empregar tecnologia de ponta à serviço da mídia impressa. Conheça a nova **Gráfica Regente. De 0 a 10, é nota 11!**



GRÁFICA REGENTE

Av. Paranavai, 1146
CEP 87070-100 - Maringá - PR

Fone: (44) 225-1432

E-mail: comercial@graficaregente.com.br



Dia das Mães - Proteção sem Limite

PROTEÇÃO SEM LIMITE



unimed

MARINGÁ

seu plano, sua vida

Ligue 227-7717

Av. Tiradentes, 1008 - Maringá - PR

ISO 9001

ANS-Nº 051254