

Revista

ACIM

R\$ 5,00
Julho/2005
Nº 446
Ano 42

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

SOLIDÃO DAS ESTRADAS

A queda do movimento de caminhões e seu impacto na economia

Unimed, uma empresa socialmente responsável



A Unimed Regional Maringá
conquista novamente o Selo
de Responsabilidade Social da
Unimed Brasil

Unimed | 
Maringá



Índice

REVISTA ACIM ANO 42 Nº 446

ENTREVISTA

6

Massayoshi Siraichi, eleito Empresário do Ano 2005, fala da trajetória do grupo ATDL, formado por sete empresas administradas em família

REPORTAGEM DE CAPA

14

Movimento de caminhões cai em 40% nas estradas da região. Veja quais os reflexos na economia da cidade e saiba por que a quebra da safra de soja e a desvalorização do dólar contribuíram para essa situação

MISSÃO

22

Conheça os resultados da viagem ao Japão feita no mês passado por uma comitiva de empresários e lideranças políticas de Maringá

COMPORTEAMENTO

34

Você sabe o que é *coaching*? Confira o que esse método de aprimoramento profissional pode fazer por você e pela sua empresa



As boas lições do Japão

A missão empresarial maringense que esteve no Japão no mês passado trouxe na bagagem boas perspectivas de negócios. E também um pouco mais de conheci-

mento do potencial de mercado e da cultura daquele país.

Na área de comércio, fizemos algumas descobertas. Por exemplo, achávamos que nossa principal frente comercial com o país seria a exportação de produtos prontos. Estávamos errados. Nossas chances são maiores com a exportação de matérias-primas, tendo em vista a alta tecnologia da indústria japonesa.

Também conhecemos um segmento promissor para quem quer exportar: o do mercado voltado aos brasileiros que estão no Japão. Lá encontramos estabelecimentos que atendem exclusivamente os *dekasseguis* com produtos fabricados no Brasil. Há supermercados, lojas de confecções, salões de beleza e até igrejas para brasileiros.

Para os membros da comitiva, a viagem foi uma oportunidade também de conhecer um pouco a estrutura política e social do povo japonês. Neste setor, uma nova descoberta: o Japão é uma das maiores potências econômicas do mundo porque a população valoriza o bem público e comum como se fosse seu próprio patrimônio.

Na visita ao Complexo Esportivo Municipal de Kakogawa essa preservação do patrimônio público ficou evidente. O complexo possui piscina, sala de massagem, psicólogos e uma ampla biblioteca. Tudo isso fica à disposição da população, que paga uma taxa simbólica e conserva o local como se fosse a própria casa. O empreendimento custou US\$ 100 milhões e foi construído em parceria com a iniciativa privada.

Maringá teria condições de construir um empreendimento semelhante? Sem dúvida que sim. Só o dinheiro desviado dos cofres municipais no passado seria suficiente para custear o projeto. Bastaria a correta aplicação dos recursos. Mas o Brasil está distante da realidade política japonesa.

Lá os governantes valorizam o dinheiro público. Sua seriedade e honestidade fazem com que permaneçam no poder por várias gestões. Também não é incomum que acabem elegendo o sucessor. Dessa forma, fica mais fácil seguir diretrizes comuns, dar continuidade aos projetos e manter a equipe de trabalho mais engajada. Imagine se uma empresa mudasse de proprietário ou de gestor a cada quatro anos, assim como acontece no poder público? Seria desastroso.

Infelizmente, o sistema político brasileiro é bem diferente do modelo japonês. Aqui há excesso de indicações para cargos públicos, e se troca de partido com a mesma facilidade com que se troca de roupa. Sem falar nos mensalões em troca de apoio ao governo.

Mas mudar esse cenário no Brasil depende de cada um de nós. É por isso que a conscientização da sociedade é tão importante neste momento delicado que vive o país. Maringá tem várias iniciativas neste sentido. Só para citar alguns exemplos, temos o Movimento pela Cidadania Fiscal e o trabalho desenvolvido pela ONG SER.

Porém essas iniciativas não crescem e se consolidam sozinhas, apenas com seus líderes. Cada um de nós precisa participar. Somente assim poderemos olhar para países como o Japão com a certeza de que, um dia, chegaremos lá.

Ariovaldo Costa Paulo é presidente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá

Vale a pena
ASSISTIR

MARCELO TAKENAKA, PROPRIETÁRIO DO VILLA'S RESTAURANTE



UMA LIÇÃO DE AMOR

Jessie Nelson (2001)

O filme conta a história de um deficiente mental que é pai. Com a ajuda de amigos, cuida da filha de seis anos. O problema se inicia quando a menina completa sete anos e começa a ultrapassar o pai intelectualmente. A partir daí ele entra na justiça para obter a guarda da filha. O filme mostra as barreiras que um ser humano pode superar. Gosto de indicar este filme para pessoas que acham que a vida é ruim ou estão de baixo-astral.

UM SONHO DE LIBERDADE

Frank Darabont (1994)

A história é de um prisioneiro que por dez anos planejou sua fuga da cadeia e consegue escapar de uma maneira sensacional. Na prisão ele conhece a dor e o sofrimento e se apóia na amizade de um prisioneiro veterano. Lá também vivencia a corrupção praticada pelo dono da penitenciária, que acaba tendo um final trágico. Trazendo para nossa realidade, a principal lição é que nada é mais importante do que a honestidade, com os outros e com a lei, e a consciência limpa.

Vale a pena
NAVEGAR

MÁRCIO ROGÉRIO SANTOS, GERENTE ADMINISTRATIVO DO CEBRAC - CENTRO BRASILEIRO DE CURSOS



www.folha.com.br - Informações sobre assuntos diversos, notícias de última hora e todos os cadernos da Folha de São Paulo são algumas das opções deste site.

www.catho.com.br - Nele o internauta pode fazer busca de empregos na área que está interessado e deixar currículo disponível. O empregador pode anunciar a vaga que está oferecendo e analisar os currículos ali disponíveis.

www.superdownloads.com.br - Um dos sites mais importantes e confiáveis para se fazer downloads de programas. Lá se encontram os mais diversos tipos de software, que estão organizados por categorias.

www.clubedohardware.com.br - Por meio de artigos, editorias e notícias, o site deixa o internauta por dentro do que está acontecendo no mundo da informática.

O que estou
LENDO

MYRNA CHAVES, ACUPUNTURISTA DA CLÍNICA ÁGATA

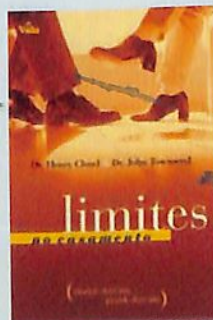
Deixar para amanhã certas atividades, seja por preguiça ou falta de organização, é comum. Mas, adiar sempre pode trazer problemas tanto para a vida pessoal quanto profissional. Este livro mostra que a protelação é um hábito que pode ser modificado. Com linguagem simples e objetiva a autora dá dicas práticas para organizar melhor seu tempo e se tornar uma pessoa mais produtiva.



NÃO DEIXE PARA DEPOIS O QUE VOCÊ PODE FAZER AGORA
RITA EMMETT
EDITORA SEXTANTE
160 PÁGINAS

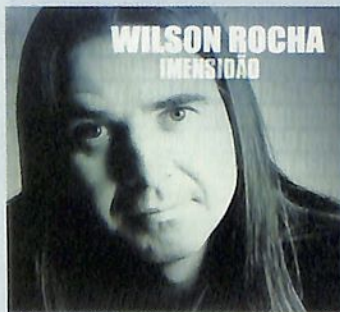
EMILIO CARLOS BARBOSA, SÓCIO-PROPRIETÁRIO DA MARIA ANJINHA - CONFECÇÕES PARA BEBÊS

Livro evangélico, bastante recomendado para homens e mulheres que desejam manter um relacionamento saudável dentro do casamento. Traz contribuições práticas de como enfrentar problemas do cotidiano, estabelecendo os limites de cada um para a preservação do casamento e do respeito mútuo. Os autores são psicólogos.



LIMITES NO CASAMENTO
HENRY CLOUD E JOHN TOWNSEND
EDITORA VIDA
304 PÁGINAS

Vale a pena
OUVIR



ROSANGELA DE SOUZA, SÓCIA-PROPRIETÁRIA DA LOJA TRAVESSURAS MODA INFANTIL

BANDA BISS AO VIVO

Esse é um CD que recomendo a todos que gostam de boa música, pois é o mais eclético que já ouvi. A banda Biss mostra todo seu talento e bom gosto no repertório escolhido. Os vocalistas dão um show de interpretação. É um CD que toca desde a música "África" (grande flash back dos anos 80, da banda Toto) até "Nova York" (um dos maiores sucessos da dupla Christian e Ralf). Mas a minha música predileta é "Somente você", de autoria e arranjos de Pedro Vilk.

IMENSIDÃO - WILSON ROCHA E BANDA CRISTI

Para quem não conhece, Wilson Rocha é um dos maiores nomes da música cristã. Ele é o autor da música "Iê Iê Iê de Jesus", gravada pelo Padre Marcelo Rossi e lançado em vários países da Europa. Gosto desse CD pelas mensagens que traz. Minha música predileta é "Toca minha alma". Gosto dela, principalmente por causa dessa frase: "...pois te amar, é amar a mim Senhor... e me ferir, é ferir a ti Senhor..."

Você ainda paga caro para ter plano de saúde na sua empresa?

Tem empresário que não analisa bem o custo x benefício ao contratar um plano de saúde. Com isso, acaba pagando mais do que realmente é necessário. A cobertura que todas as operadoras oferecem em cada categoria de plano é igual, regida e regulamentada pela Agência Nacional de Saúde - ANS. A única diferença real está no valor que cada uma pratica.

Por isso, consulte o Santa Rita Saúde e faça uma comparação. Você vai descobrir que pode fazer um melhor negócio para sua empresa.

Mude você também.



Um Plano feito para a vida

Vendas: 3028-2000

“Eu me considero um marin



Bruna Moreschi

O EMPRESÁRIO MASSAYOSHI SIRAICHI, DIRETOR-PRESIDENTE DO GRUPO ATDL, FOI ELEITO EMPRESÁRIO DO ANO 2005. SIRAICHI CHEGOU A MARINGÁ COM 13 ANOS E COMEÇOU A TRABALHAR NA EMPRESA QUE OS DOIS IRMÃOS MAIS VELHOS HAVIAM ABERTO NA CIDADE. HOJE LIDERANDO UM GRUPO EMPRESARIAL GENUINAMENTE FAMILIAR, MASSAYOSHI SIRAICHI É UM HOMEM DE FALA MANSO, QUE PREZA O TRABALHO E, PRINCIPALMENTE, A BOA RELAÇÃO ENTRE OS TREZE SOBRINHOS E OS TRÊS FILHOS QUE TRABALHAM NAS SETE EMPRESAS DO GRUPO

QUANDO O SENHOR CHEGOU A MARINGÁ?

Em 1963. Eu tinha 13 anos. Vim com minha família, meus pais e irmãos, de Tupã, no interior de São Paulo. Nós éramos plantadores de verdura. Meus irmãos mais velhos, Marcos Motoki e Takeshi Siraichi, vieram antes, em janeiro de 1961, para montar uma oficina mecânica, a Auto Técnica Diesel Ltda, que existe até hoje. Sou o mais novo entre os quatro irmãos. O mais velho, Marcos, já é falecido.

E SEUS PAIS CHEGARAM QUANDO AO BRASIL?

Meu pai chegou ao Brasil com 12 anos e a família dele se estabeleceu no interior de São Paulo, em Promissão, trabalhando nas lavouras de café e de algodão. Depois ele morou em várias cidades. Eu nasci em Paraguaçu Paulista e depois fomos parar em Tupã.

PARA ABRIR A OFICINA POR QUE SEUS IRMÃOS ESCOLHERAM MARINGÁ?

Meu irmão mais velho e um primo, na época, trabalhavam no mesmo ramo. Meu primo escolheu se estabelecer em Presidente Prudente e meu irmão em Maringá, porque era uma cidade que começava a se desenvolver. Naquela época o “Maringá Novo” nem existia, só o Maringá Velho. Então, ele enxergou mais campo de trabalho aqui, porque a necessidade do serviço (de oficina mecânica) era maior numa cidade nova, que estava crescendo.

ONDE FICAVA A OFICINA?

A Auto Técnica começou na rua Santos Dumont, perto do antigo Hospital São Francisco e da Avenida Parigot de Souza. A empresa ficou ali até 1963. Depois viemos para a avenida Colombo. Em 1980

mudamos para o atual endereço.

POR QUE SEUS IRMÃOS ESCOLHERAM O RAMO DE AUTO-MECÂNICA?

Eles já trabalhavam em oficina em Tupã. O Marcos acabou indo para São Paulo (capital), onde trabalhou num posto de assistência da Bosch, no serviço de bombas injetoras. Ele era gerente de uma empresa de renome. Quando decidiu abrir o próprio negócio, ficou no mesmo ramo. Depois de um tempo estabelecido, eles chamaram a família para vir para Maringá. A empresa começou só com os dois irmãos. Depois contratou dois ou três funcionários, até que chegamos. Além de mim, meu outro irmão, Júlio Issamu Siraichi, começou a trabalhar na oficina também. Eu comecei trabalhando meio-período, ajudando os irmãos. Aprendi a mexer em mecânica

“ A família sempre se dedicou muito às empresas. Acho que esse é o segredo. Trabalhamos de segunda até domingo, se for necessário. ”

com eles. Depois passei a estudar à noite e a trabalhar em período integral. Quando meu irmão mais velho faleceu, em 1972, assumi os departamentos financeiro e comercial da empresa. Hoje, como a empresa se departamentalizou, faço a gerência geral. O grupo tem hoje sete empresas – Auto Técnica Diesel Ltda, ATDL Transportes Rodoviários, ATDL Distribuidora de Implementos Rodoviários – representante Randon –, os postos Petrocafé I e II, Metronor e a Auto Técnica Diesel Ltda – em Presidente Prudente .

COMO FOI PARA O SENHOR E PARA SUA FAMÍLIA MUDAR PARA MARINGÁ? VOCÊS ESTRANHARAM MUITO?

A gente morava no sítio e a diferença que sentimos foi a cor da terra. Aqui a terra é vermelha, lá é branca. Era bem diferente... Como havia muita poeira, já que a maioria das ruas não era asfaltada, era difícil. Lá em Tupã não tinha aquela poeira vermelha. A gente trabalhava na lavoura e demorou um pouco para se adaptar a trabalhar numa atividade comercial. Então, estranhamos um pouco, era um pouco complicado. Mas fomos nos acostumando e a família toda acabou trabalhando unida. Logo vamos completar 45 anos de trabalho juntos. A sociedade continua a mesma, só que minha cunhada e os filhos entraram no lugar do meu irmão que faleceu.

HOJE QUANTOS FUNCIONÁRIOS O GRUPO TEM?

São 616 no Grupo ATDL. Meus

três filhos e treze sobrinhos também trabalham nas empresas. São todos formados em Administração, Economia ou Ciências Contábeis.

O SENHOR TAMBÉM TEM FORMAÇÃO NESTA ÁREA?

Sim, eu me formei em Ciências Contábeis, pela UEM, em 1976.

QUAL O SEGREDO PARA MANTER UMA EMPRESA COM TANTOS MEMBROS DA FAMÍLIA TRABALHANDO JUNTOS E HÁ TANTO TEMPO?

O segredo é que cada um responde por um departamento diferente, de áreas diferentes. Tem que ser assim, cada um numa área, senão não dá certo. Como a empresa atua em diversos segmentos – transporte, autopeças, revenda de carretas, posto de combustíveis – a gente se divide entre as empresas e cada um fica responsável por um setor. Ao invés de contratarmos um gerente a mais, por exemplo, um sobrinho ocupa o cargo.

O GRUPO TAMBÉM INVESTE EM FORMAÇÃO DOS COLABORADORES?

Estamos constantemente enviando nosso pessoal para cursos, inclusive os membros da família. Promovemos sempre, também, cursos internos. É preciso estar constantemente reciclando o conhecimento, para que as pessoas não se acomodem e também porque o mercado muda muito. Na nossa área há sempre novas tecnologias. Quem fica parado, não consegue acompanhar essa evolução. Também é preciso estar muito atento à legislação, às mudanças que

acontecem em relação a tributos, leis trabalhistas. Temos uma assessoria jurídica que cuida disso, além de um sobrinho que é formado em Direito.

QUAL A FÓRMULA DE SUCESSO DO GRUPO, QUE CONSEGUIU NÃO SÓ SE MANTER NO MERCADO DURANTE TODOS ESSES ANOS, MAS CRESCER, MESMO COM A INSTABILIDADE DA ECONOMIA BRASILEIRA?

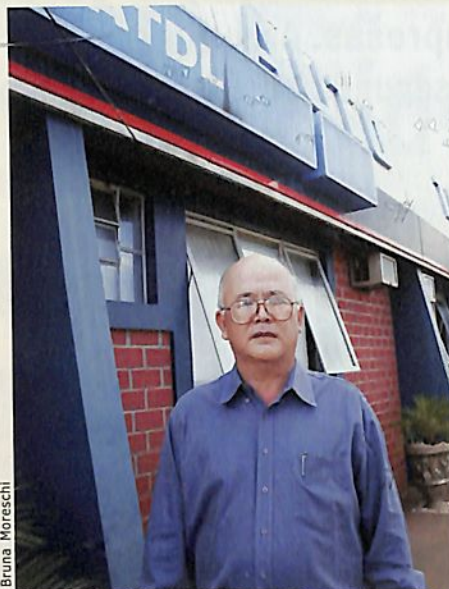
Bem sempre colocamos em primeiro lugar o trabalho. É preciso trabalhar muito, a família sempre se dedicou muito às empresas. Acho que esse é o segredo. Trabalhamos, até hoje, de segunda-feira até domingo, se for necessário. Como o setor de transporte não pára, não é raro ter que aumentar a carga horária de trabalho.

E COMO O GRUPO ENFRENTA OS PROBLEMAS DE INFRA-ESTRUTURA DO PAÍS, COMO A MÁ CONSERVAÇÃO DAS ESTRADAS, POR EXEMPLO, QUE AFETAM DIRETAMENTE O SETOR DE TRANSPORTES?

É muito complicado fazer a logística no ramo de transporte. É complicado fazer uma rede de fretes, aproveitando viagens. Além disso, as estradas mal conservadas atrapalham muito o nosso setor. As péssimas condições das rodovias acabam aumentando os custos da empresa e, conseqüentemente, o valor do frete, o que encarece os produtos. Isso sem falar nos acidentes, que aumentam com as estradas mal conservadas.

NESTAS QUATRO DÉCADAS, QUAIS FORAM AS MAIORES DIFICULDADES QUE O GRUPO ENFRENTOU?

Nosso setor está atrelado à sazonalidade das safras. Por isso nos preparamos para enfrentar esse fato. Não temos 12 meses de atividades constantes. A empresa precisa se preparar para enfrentar seis meses de muito trabalho e seis meses mais fracos. Apesar da sazonalidade ser uma dificuldade, hoje o que está ruim mesmo é o mercado. A questão dos juros altos e do dólar em baixa está afetando a comercialização de muitos produtos agrícolas. Isso fez cair muito também o movimento de cargas. E não só dos produtos que vêm do campo, como a soja e o milho. Caiu também o transporte de subprodutos destas culturas. Outra questão que nos afeta diretamente é a proibição da entrada de soja transgênica no Paraná. A produção desta soja acaba sendo escoada por outros portos, como o de Santos, o de Vitória, no Espírito Santo. Essa mudança de rota afeta toda a cadeia em que nosso grupo atua: os postos de combustíveis, a venda de peças e os fretes, propriamente ditos.



Bruna Moreschi

“HÁ BONS EMPRESÁRIOS NA CIDADE, QUE TÊM FEITO MUITA COISA BOA. FIQUEI MUITO AGRADECIDO POR TEREM ESCOLHIDO MEU NOME.”

A FAMÍLIA TEM TRABALHADO A QUESTÃO DA SUCESSÃO DENTRO DO GRUPO? VOCÊS INVESTEM NA FORMAÇÃO DE NOVOS LÍDERES, QUE IRÃO GERENCIAR OS NEGÓCIOS NO FUTURO?

Estamos começando a estudar esse processo. Contamos com

uma assessoria para este trabalho. Demos início aos estudos. É importante que este processo seja feito com calma, antecipadamente. Estamos tentando preparar no mínimo um líder de cada família. Apesar de todos terem igualdade de decisão dentro do grupo, são os líderes que têm a maior responsabilidade sobre os negócios.

E HOJE COMO O SENHOR VÊ MARINGÁ, DEPOIS DE 41 ANOS VIVENDO E TRABALHANDO AQUI?

Apesar de não ter nascido aqui, eu me considero um maringaense. Cheguei em 1963 e pretendo nunca sair daqui.

E COMO O SENHOR SE SENTE TENDO SIDO ELEITO EMPRESÁRIO DO ANO?

Eu fiquei muito satisfeito em saber que tantos empresários, de tantas entidades, elegeram meu nome para o prêmio. Eu não esperava por isso. Há muitos bons empresários na cidade, que têm feito muita coisa boa. Fiquei muito agradecido por terem escolhido meu nome. ■

Av. São Paulo, 1161 - Zona 07 - Maringá - PR - (44) 2101-5657 - CEP 87030-025
Rua Tenente Djalma Dutra, 2597 - Ctro. Comercial Rio Branco - SI-05 - Tel.: (41) 3811-3811 - São José dos Pinhais - PR - CEP 83005-360

Colocar a sua empresa no rumo certo não é brincadeira.

Com um trabalho diferenciado no desenvolvimento de softwares na área de gestão empresarial, adequando serviços e produtos ao perfil de cada cliente, proporcionamos o controle total de sua empresa e maior rentabilidade.



www.atak.com.br

SINDIMETAL

Maringá

*Ser o Empresário do Ano
é uma conquista!*

*O Empresário do Ano ser da
nossa diretoria é para
nós uma honra!*



Parabéns do Sindimetal ao Empresário do Ano 2005 Massayoshi Siraichi

**Sindicato das Indústrias Metalúrgicas,
Mecânicas e de Material Elétrico de Maringá**

Homenagem dos Diretores

Carlos Walter Martins Pedro - Presidente
João Noma - Vice-Presidente
Jair Batista
Claudionir Zavatini
Claudio Leandro Zavatini

Mário Medeiros de Carvalho
Paulo Cezar Maldonado
Heurico Hiroshi Tomita
José Carlos Beckhauser
Roberto Y. Imai

Jair Piansentin
José Sendeski Neto
Milton Massar Morita
Mário Lamon

TAM VOLTA A OPERAR EM MARINGÁ

A TAM Linhas Aéreas, maior companhia aérea do país, voltou a operar em Maringá no último dia 3. Segundo a diretoria da empresa, a iniciativa, além de aprimorar os serviços prestados no Estado, tem como objetivo atender a demanda de um dos principais centros econômicos do Paraná.

A empresa está operando com um voo direto Maringá-São Paulo, às 6h30, de domingo a sexta-feira. De São Paulo a Maringá, os voos saem às 21h30, do aeroporto de Congonhas, de segunda-feira a sábado. "O horário do nosso voo irá permitir que os passageiros de Maringá tenham uma rede de conexões completa para todo o território nacional. Assim, atenderemos principalmente o público executivo", afirma a representante comercial da



TAM em Maringá, Diva Lima.

Atualmente, a companhia opera voos regulares no Paraná para as cidades de Curitiba, Londrina e Foz do Iguaçu. Por meio de acordo comercial com empresa regional, opera também em Cascavel.

ALPHAVILLE MARINGÁ FAZ PARCERIA COM A SOL PROPAGANDA

No final do mês passado, AlphaVille Maringá lançou as vendas do Residencial Ivaí, a segunda das três etapas do empreendimento. A campanha publicitária do lançamento está a cargo da Sol Propaganda, que produziu peças para TV, jornal, revista, rádio, outdoor, mídia exterior, folhetos e outras ações de marketing.

O tema da campanha é "AlphaVille Maringá nunca esteve tão perto de você." O visual das peças privilegia a beleza do local - junto ao Maringá Golfe Clube - e os aspectos urbanísticos, como o clube, que já está em funcionamento, a paisagem, o portal de entrada, entre outros.

O mercado imobiliário da cidade conheceu algumas peças da campanha durante encontro realizado no dia 28, quando os profissionais do setor receberam todas as informações técnicas e de comercialização sobre o novo residencial. A reunião foi realizada no Hotel Bristol e contou com a presença de 110 representantes de imobiliárias.



VANDERLEI CORDEIRO VISITA A ALDO COMPONENTES

O maratonista Vanderlei Cordeiro de Lima esteve em Maringá no mês passado e visitou a sede da Aldo Componentes Eletrônicos. Ele foi recepcionado pela equipe da empresa, e mostrou, mais uma vez, toda sua simpatia e humildade.

Qualidades que o destacaram nas Olimpíadas de Atenas, na Grécia, quando foi impedido de levar a medalha de ouro por um ex-padre irlandês, que invadiu a pista e o agarrou. Apesar de ter perdido a mais importante premiação de sua vida, Vanderlei não se abalou e conquistou o mundo com sua serenidade.

Na Aldo Componentes, Vanderlei distribuiu autógrafos, conversou com todos e posou para fotos com a equipe da empresa. O vice-presidente da ACIM, Antonio Fermenton, acompanhou a visita.

SHOPPING ATACADISTA DE CALÇADOS FEMININOS

Maringá já é famosa por abrigar shoppings de atacado de confecções. Agora também poderá ser conhecida como um pólo de calçados. No dia 12 de setembro será inaugurado na cidade o Shopping de Calçados Jaú.



Bruna Moreschi

Localizado na PR 317, saída para Campo Mourão, o novo shopping atacadista será especializado em calçados femininos, vindos direto da fábrica.

O empreendimento nasceu da visita de uma comitiva de empresários de Maringá a Jaú, interior de São Paulo. A cidade é conhecida como a capital dos calçados femininos.

O shopping comercializará somente produtos da cidade paulista e contará com mais de 60 lojas. Um almoço, realizado em 9 de junho, reuniu os investidores de Jaú e empresários maringaenses.

ENCONTRO INTERNACIONAL DE IMPLANTODONTIA

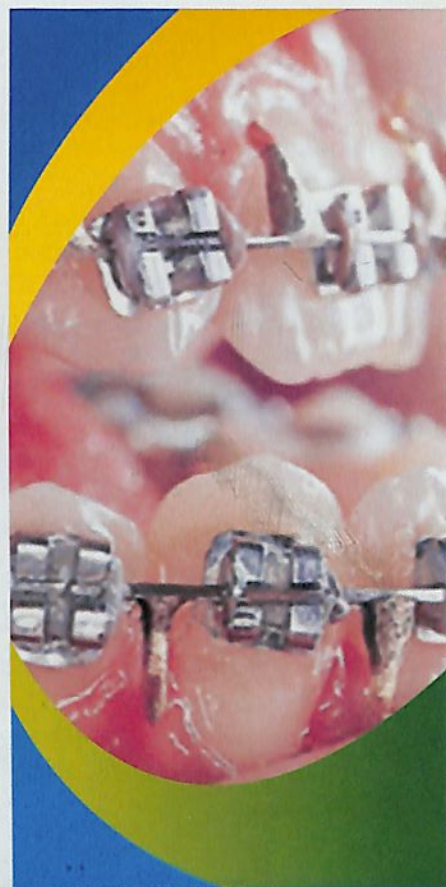
Os dentistas maringaenses Wesley Falcão Tuler - doutor em Osseointegração e coordenador do curso de Especialização em Implantodontia do Cesumar - e Ricardo Falcão - professor-doutor em Implantodontia -



participam, em setembro, do Encontro Científico Internacional que vai comemorar os 40 anos de criação do implante dental, tecnicamente chamado de osseointegração.

Entre os palestrantes internacionais convidados para o evento, está o criador da técnica de implantodontia, o sueco Dr. P-I Branemark (na foto, entre Wesley Falcão Tuler e Ricardo Falcão).

O Encontro Internacional, maior evento da área no mundo, será realizado de 22 a 24 de setembro, no Anhenbi, em São Paulo. Os organizadores esperam a participação de dois mil profissionais da área.



XXVI

Curso de Cefalometria,
Diagnóstico e Planejamento
Ortodôntico

25 de agosto a
25 de novembro de 2005



DENTAL PRESS
INTERNATIONAL

Telefone: (44) 3262-2425
www.dentalpress.com.br

JULHO É MÊS DE FESTIVAL DE CINEMA

De 25 a 30 de julho será realizada a 2ª edição do Festival de Cinema de Maringá, que este ano homenageia o cineasta Zelito Viana e a atriz e cantora Zezé Motta. O evento, além de ser um incentivo à cultura regional, representa também a inclusão da cidade no cenário nacional de festivais de cinema.

A programação do festival inclui a Mostra Competitiva de filmes em película 35mm, com a inscrição de obras audiovisuais de vários estados brasileiros. A mostra acontecerá no Cine Teatro Plaza e também no conjunto Borba Gato e no Jardim Alvorada. Outros quatro municípios da região - Apucarana, Mandaguari, Campo Mourão e Paranavaí - estarão no circuito do Festival. A votação para as nove categorias avaliadas na mostra de filmes é popular.

O festival terá também a Mostra Paralela, com exibição de filmes que não foram selecionados para Mostra Competitiva ou que participaram do evento no ano. Outra atração do Festival serão as oficinas de maquiagem e efeitos especiais, roteiro de cinema e animação.

O ator Sérgio Brito será um dos palestrantes dos seminários sobre Cinema e Cinema e Comunicação, que também serão realizados durante o Festival. Ele falará sobre a produção de documentários. Informações e inscrições pelo site www.festicinemaringa.com.br.

SALFER INAUGURA LOJA EM MARINGÁ

A rede catarinense de móveis e eletrodomésticos Salfer inaugurou sua loja em Maringá no dia 21 de junho, gerando mais de 20 empregos diretos na cidade.

As primeiras filiais da Salfer no estado foram inauguradas na região metropolitana de Curitiba, há três anos. Depois outras lojas foram abertas em Campo Mourão, Castro e Cambé. Ainda para 2005, estão previstas novas inaugurações em Apucarana, Arapongas, Londrina e Cianorte.

Até o final do ano, a rede deve completar R\$15,6 milhões em investimentos e 400 empregos diretos e indiretos gerados no estado. A Salfer trabalha com o Programa de Participação dos Resultados, uma iniciativa inovadora no varejo, que distribuiu R\$1 milhão no ano passado entre os colaboradores do grupo.

Essa e outras iniciativas, como o investimento em tecnologia e profissionalização, colocaram a Salfer na lista das 150 melhores empresas para se trabalhar, segundo as revistas Exame e Você S/A.



Bruna Moreschi



MARINGÁ INGRESSA NO PRÓ COMÉRCIO

Lojistas de Maringá já podem contar com o Pró Comércio - Programa de Desenvolvimento do Comércio - criado a partir de parceria entre a Fecomércio Pr (Federação do Comércio do Paraná), Senac e Sebrae.

O lançamento oficial do programa na cidade foi no dia 15 de junho, durante almoço realizado no Senac. Participaram do evento o presidente da FecomércioPr, Darciano Piana; o diretor-superintendente do Sebrae, Hélio Cadore; o vice-presidente da ACIM, Antonio Fermenton; o presidente do Sivar, Heitor Bolela Junior, entre outros representantes de entidades ligadas ao comércio local e da região.

O objetivo do programa é modernizar o comércio, através da capacitação e treinamento de lojistas e comerciários. Entre as atividades que o Pró Comércio desenvolve estão consultorias para orientar as empresas, cursos de capacitação e o Diagnóstico Operacional de Lojas. Os treinamentos serão desenvolvidos pelo Senac e pelo Sebrae, e a Fecomércio será responsável pela coordenação do programa.

THIS IS THE CHIVAS LIFE



Aprecie com moderação.



Avenida Brasil, 6801 • CEP 8705-281 • Maringá • Paraná
Fone/Fax: 44 3027 9292 • adegabrasilmga@adegabrasil.com.br

Movimentação de carga cai 40%. R\$ 100 milhões a menos na economia

A movimentação de cargas nas estradas próximas a Maringá caiu aproximadamente 40% entre os meses de janeiro e abril de 2005, na comparação com o mesmo quadrimestre de 2000 a 2004.

A constatação é do estudo realizado pelo economista e professor do Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Joilson Dias, com colaboração da assistente científica Cássia Costa, intitulado "Análise do Índice de Movimentação de Veículos Pesados para Maringá".

O estudo toma como base a estatística sobre o fluxo de caminhões pesados nas praças de pedágio operadas pela Viapar em Mandaguari, Presidente Castelo Branco e Floresta. Os postos de arrecadação cobrem os principais corredores de tráfego da região.

Nos primeiros quadrimestres dos anos de 2000 a 2004, passaram por essas praças, em média, 577.118 caminhões, o que representa 115.423 por mês. De janeiro a abril de 2005, o movimento caiu para 351.955 veículos, com média de 70.391 por mês (veja quadro na página 16).

"Nós procuramos aferir mudanças no volume de veículos que passam pelos pedágios. Como Maringá está circundada por pe-



QUEDA NO TRÁFEGO DE CAMINHÕES NAS RODOVIAS DA REGIÃO CHEGOU A 40%

dágios, dá para acompanhar mensalmente a movimentação de ônibus e caminhões", explica Joilson Dias. "O que tem nos chamado a atenção é a queda muito brusca da movimentação de carga, e a

falta de recuperação dos índices normais".

O registro mensal de veículos de transporte começou a decair em setembro do ano passado. Mas naquele mês ainda se manteve

S NÚMEROS SÃO DE UM ESTUDO
FEITO COM BASE NAS ESTATÍSTICAS
DA VIAPAR. A QUEBRA NA SAFRA
DA SOJA, ALIADA À
DESVALORIZAÇÃO DO DÓLAR, É
UM DOS FATORES QUE
CONTRIBUÍRAM PARA A
REDUÇÃO NO TRANSPORTE DE
CARGAS NA REGIÃO. RETRAÇÃO
NA ECONOMIA CHEGA A 4%



em patamares altos, com cerca de 160 mil a 170 mil veículos. A mudança mais acentuada ocorreu de dezembro de 2004 para janeiro de 2005, quando o movimento caiu de 173.039 veículos para 79.986.

“Isso significa que mandamos menos produtos para fora da região e que também trouxemos menos para cá”, conclui Dias.

Menos insumos, menos transporte

Empresas do setor de transportes ouvidas pela Revista ACIM confirmam a tendência de forte queda na movimentação de cargas na região de Maringá. A transportadora Transcocamar, que é ligada à Cocamar e tem na agricultura a origem de 60% a 70% das cargas, estima que a queda na atividade superou 35%.

O encarregado de transportes da empresa, Antônio Roberto Ramos, disse que, além da diminuição da própria safra, o setor sentiu os reflexos da redução dos insumos aplicados no campo. “Quando o pessoal viu que ia quebrar, deixou de investir em calcário, adubo, defensivos e outros produtos. E a gente não vive só de soja, tem outros itens que ajudam a movimentação. Se a safra é boa, a venda de insumos cresce e gira bastante o serviço de transporte”.

A Transcocamar é responsável pela movimentação de 9 mil toneladas de cargas por mês, nos estados do Paraná e São Paulo. A empresa trabalha com um cadastro de 1.500 caminhoneiros autônomos. “Em época de safra, temos 300 caminhões trabalhando”, informa Ramos.

As dificuldades dos últimos meses ainda não levaram a empresa a fazer demissões, mas o encarregado confirmou que a tendência é de redução na contratação de caminhoneiros autônomos em razão da queda do volume de carga.

Entre as causas que podem explicar os números negativos, o professor da UEM citou a quebra da safra de verão ocasionada pela estiagem. Na região de Maringá, as perdas na soja alcançaram, em média, 15% da produção. As cargas agrícolas chegam a representar mais de 50% do total movimentado por algumas empresas transportadoras, com incidência ainda maior no pico da colheita.

RETENÇÃO

O superintendente Comercial e Industrial da Cocamar e vice-presidente para Assuntos de Agronegócios da ACIM, Celso Carlos dos Santos Jr., acrescenta que a retenção



**JOILSON DIAS: R\$ 100 MILHÕES
A MENOS NA ECONOMIA
POR CAUSA DA QUEDA**

Bruna Moreschi

www.acim.com.br

da safra por parte dos produtores também contribuiu para a queda no movimento de caminhões.

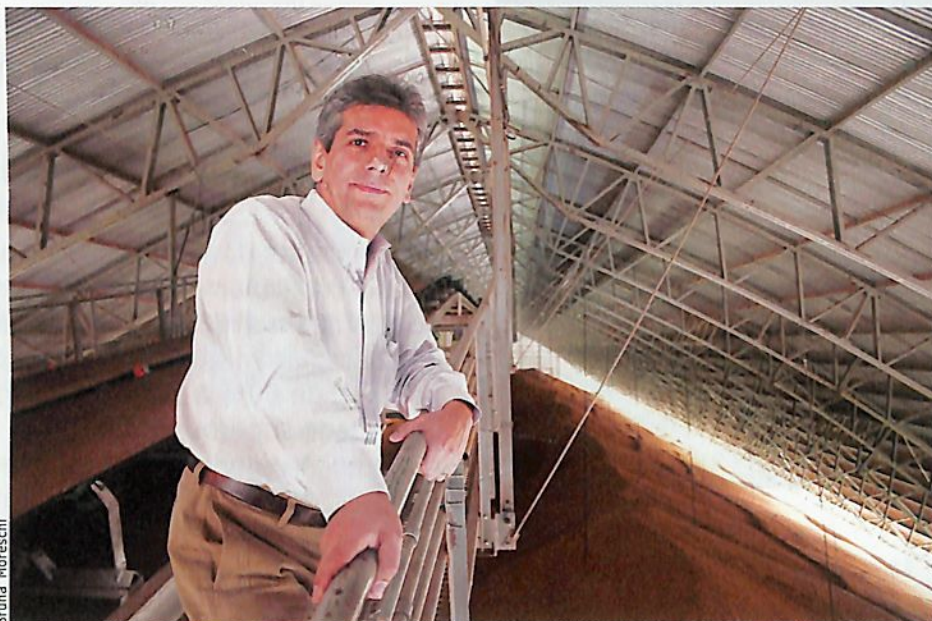
“Além da redução da safra, que ficou entre 10 e 20%, tivemos a queda do preço da soja - cotado no mercado internacional - por causa do câmbio valorizado. Com isso, os produtores estão aguardando o preço reagir e a comercialização da safra está mais lenta”, explica.

Segundo ele, neste ano, os dados indicam que somente 40% da safra foram comercializados até o momento. “O histórico de comercialização desta época é de, pelo menos, 50%. Tem muito produto ainda estocado”, avalia Celso Carlos.

Outro fator que ajuda a explicar a redução do movimento de carga transportada na região de Maringá, na avaliação do superintendente, se relaciona aos problemas operacionais do Porto de Paranaguá. Frente às dificuldades operacionais, produtores de outros estados fortes na agricultura procuraram novas formas de escoar a safra.

“Existe um desvio de movimentação de produtos do Paraná, especialmente a partir dos estados do centro-oeste, que estão indo para outros portos. Os problemas operacionais se relacionam aos transgênicos e à questão da separação dos grãos”, afirma. “Todos estes fatores somados dão um reflexo tremendo na movimentação de caminhões em nossa região”.

Segundo o superintendente da Cocamar, a preocupação a médio prazo se refere à possibilidade de redução da área plantada na próxima safra. “A safrinha já demonstra um certo efeito desta redução. Estão sendo feitos levanta-



PARA CELSO CARLOS, QUEBRA DA SAFRA E QUEDA DO DÓLAR CONTRIBUÍRAM

tamentos oficiais por estas semanas. Temos que acompanhar o movimento”, explica.

R\$ 100 MILHÕES A MENOS

Um dos impactos mais imediatos da queda no transporte de cargas é a redução do nível da atividade econômica na cidade. O estudo elaborado pelo professor Joilson Dias, da UEM, estima que a economia de Maringá sofreu re-

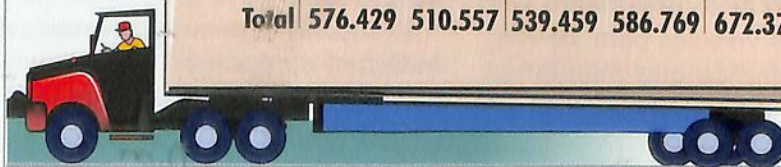
tração de 4% desde setembro do ano passado.

“Cerca de R\$ 100 milhões deixaram de circular na cidade em função desta queda na movimentação de carga”, avalia o economista. “A queda afeta a economia como um todo, atinge fortemente o comércio. Mas o setor que mais sofre é mesmo o de transportes e os que estão diretamente ligados a ele, como oficinas mecâ-

Quantidade Total de Veículos Pesados

(janeiro a abril - 2000 a 2005)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Janeiro	144.730	126.520	132.754	130.958	161.843	79.986
Fevereiro	147.950	117.076	123.882	135.346	141.550	78.888
Março	156.048	139.116	142.923	164.414	188.238	100.933
Abril	127.701	127.845	139.900	156.051	180.746	92.148
Total	576.429	510.557	539.459	586.769	672.377	351.955



nicas, borracharias, restaurantes, postos de combustíveis, além das empresas transportadoras”.

Segundo Joilson Dias, se o mercado não reagir nos próximos dez meses, a redução do nível da atividade econômica deve chegar ao dobro do constatado no estudo. “Sob efeito cumulativo, a retração pode atingir 8% nesse período”.

O nível de atividade econômica utilizado na pesquisa, explica o professor, tem conceito diferente em relação ao cálculo do Produto Interno Bruto (PIB). “O PIB leva em conta o quanto a economia agrega de valor. Um produto feito lá fora não é computado no PIB quando vendido aqui. Já o índice de atividade econômica considera as vendas em geral”, explica o economista.

Segundo ele, o estudo tomou a atividade econômica como base de comparação porque o objetivo era saber se Maringá está vendendo mais ou menos produtos. “A gente estava esperando uma queda, mas não pensávamos que seria nesse nível”.

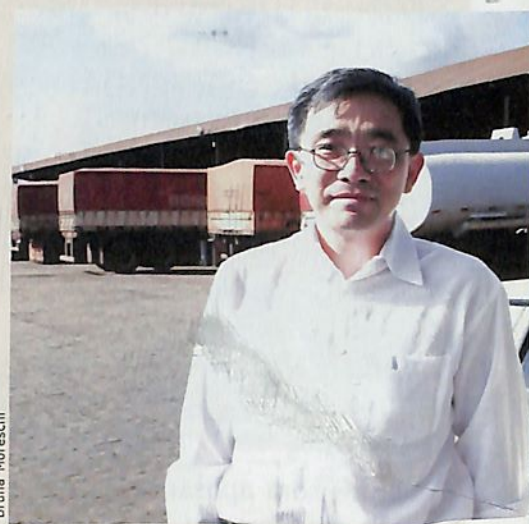
“A esperança é que não piore”

O diretor administrativo e financeiro do grupo ATDL, Gilberto Hideo Siraichi, afirma que a queda na movimentação de carga realizada pela empresa ficou entre 25% e 30%. A ATDL atua no setor de transporte - propriamente dito -, e nas áreas de conserto de caminhões e postos revendedores de combustível.

“A queda se reflete em todos os setores, de forma mais ou menos igual. O reflexo nas oficinas e nos postos ficou na casa dos 30%, também. São atividades afins, que inevitavelmente refletem a queda de movimento nas estradas”, disse Siraichi.

Sobre as perspectivas de recuperação, o diretor acredita que o momento é de aguardar para ver o que vai acontecer. “A esperança é que não piore”.

A ATDL, segundo Gilberto Siraichi, também não pensa em



Bruna Moreschi

SIRAICHI: EVITANDO DEMISSÕES,
APESAR DA QUEDA DO
VOLUME DE CARGAS

demissões. Mas caso o problema perdure será necessário um remanejamento administrativo em âmbito interno. “Estamos evitando complicar ainda mais a parte social”, afirma o executivo.



Endodontista - Fob./USP
Professora do CESUMAR



Dr^a. Márcia C. M. Tuler

Dr. Wesley Falcão Tuler

Núcleo Odontológico Especializado



Protesista e Periodontista - Fob./USP
Curso Excelência em Periodontia - Bauru-SP
Mestre em Cirurgia Buco-Maxilo-Facial-SP
Professor do CESUMAR/PR

Rua Néo A. Martins, 2999 - 1º Andar - Sala 19 - Ed. Marqueline Center / CEP.: 87.013-060 - Maringá-PR

e-mail: wesleytuler@yahoo.com.br Tel.: (44) 3026-6868

SORRIA
JESUS TE AMA

NEGÓCIOS VOLTADOS PARA PESSOAS COM MAIS DE 60 ANOS

ESTÃO SE TORNANDO UM FILÃO DE MERCADO E DEVEM CRESCER AINDA MAIS NOS PRÓXIMOS ANOS. ALGUNS SETORES JÁ COMEÇAM A SE PREPARAR PARA ESSA REVOLUÇÃO, MAS AINDA HÁ UM LONGO CAMINHO PELA FRENTE

A professora aposentada Cássia Rita Araújo nem de longe se encaixa no estereótipo da terceira idade, segundo o qual quem entra nessa faixa etária está quase sempre fadado a ter saúde debilitada e a viver com uma parca aposentadoria.

Pelo contrário. Do alto de seus 60 anos ela esbanja saúde, disposição e têm fôlego de sobra para... consumir. Cássia faz parte da geração terceira idade que compra cosméticos caros, frequenta salões de beleza, shoppings, restaurantes, academias e viaja com frequência.

No mês passado, por exemplo, ela viajou com um grupo de pessoas da mesma idade para o Nordeste. A viagem, de ônibus, durou 26 dias.

A professora aposentada coleciona álbuns de fotos de outras viagens que fez, junto com grupos da terceira idade, a Cabo Frio, no Rio de Janeiro, Gramado, no Rio Grande do Sul, e a cidades históricas de Minas Gerais.

30 MILHÕES

Disposição e vitalidade não lhe faltam. O que falta, segundo ela, é que o mercado enxergue em pessoas como ela consumidores poten-

E que venha a terceira idade...



Bruna Moreschi

PROFESSORA APOSENTADA, CÁSSIA INCORPORA O NOVO PERFIL DA GERAÇÃO COM MAIS DE 60

ciais. Ela cita os hotéis como exemplo: faltam funcionários treinados para atender o pessoal da terceira idade, serviços personalizados e estrutura própria. "Em alguns deles há muita escada e nenhum elevador ou rampa. Isso dificulta o deslocamento de algumas pessoas", exemplifica.

Cássia também diz que encontra dificuldade na hora de comprar roupas, como calças jeans, por exemplo. "Ou elas têm a cintura

muito baixa, modelo para adolescentes, ou muito largas e sem um bom corte, fabricadas para quem está acima do peso", explica.

Casos como o de Cássia são cada vez mais comuns e, se depender das estatísticas, um novo nicho de mercado está nascendo no Brasil.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2002 havia 16 milhões de pessoas com mais de 60 anos no Bra-

sil, ou seja, 9% da população total. A previsão é que daqui a duas décadas, esse número salte para 30 milhões, o equivalente a 15,5% da população nacional.

NOVOS CONCEITOS

Em Maringá, algumas empresas já descobriram esse filão. É o caso da Mundial Turismo, que há cerca de seis anos passou a oferecer pacotes rodoviários para a terceira idade. Hoje, esse público é responsável por cerca de 50% do faturamento da agência, que tem clientes em várias cidades da região, como Santa Fé e Campo Mourão.

Segundo o proprietário, Pedro Arouca, os consumidores da terceira idade são excelentes clientes. "Eles são ótimos pagadores, disciplinados e por onde passam chamam a atenção pela alegria", conta.

O empresário explica que um pacote turístico voltado para a terceira idade deve priorizar alguns detalhes, como o conforto do ônibus, hotéis com poucas escadas e que, de preferência, tenha elevador, além de guias atenciosos. Ele diz que os pacotes mais procurados são dos *resorts*, pela comodidade que oferecem.

Na agência de Pedro Arouca, além do guia, o grupo é sempre acompanhado por ele ou pela esposa. O cuidado é redobrado com os idosos que tomam remédio, que recebem atenção especial, com o horário devidamente controlado pela equipe que acompanha a viagem.

O empresário concorda com a opinião da professora Cássia, de que os hotéis precisam se preparar melhor para esse público. "Quase nenhum deles tem medidor de pressão, por exemplo", conta. Ele ressalta que a maioria dos



Bruna Moreschi

HOJE 50% DOS CLIENTES DA AGÊNCIA DE PEDRO AROUCA SÃO DA TERCEIRA IDADE

Um vasto mercado

Nos próximos anos a tendência é de crescimento no número de empresas voltadas a atender a terceira idade. Spas, agências de turismo, clínicas, lojas especializadas são algumas das possibilidades desse vasto mercado. Nas capitais, essa realidade já é comum.

O hotel-residência Solar Ville Garaude é um exemplo. Localizado em São Paulo, capital, ele foi todo projetado para atender pessoas com mais de 65 anos. No empreendimento há sala de ginástica, piscina aquecida, biblioteca, cinema, salão de jogos, entre outros equipamentos.

Os hóspedes-moradores contam com médico e psicólogo que atuam na área de geriatria, participam de bingos, dança de salão, aulas de hidroginástica e tai chi chuan sem precisar se deslocar.

Empreendimentos desse gênero também já foram lançados no Rio de Janeiro e na Bahia. Falta agora as cidades do interior descobrirem esse filão.

trabalhadores do setor turístico também está pouco preparada para esse novo consumidor.

A carência de pessoal afinado com esse público é tão grande, que na sua agência a recepcionista Lurdinha Val Bom cativou a clientela. Aos 63 anos, é muito bem-quista pelos clientes da terceira idade porque, segundo o proprietário, "fala a mesma língua que eles".

Arouca aconselha: "O empresário que ainda acredita que o pessoal da terceira idade vive sentado numa cadeira de balanço, em frente à televisão, precisa mudar seus conceitos. Alguns têm até mais disposição do que muito jovem".

Ele próprio é um exemplo desta mudança de paradigma. Arouca começou praticar artes marciais em 2003, quando completou 56 anos. ■

Promovido pela Faciap - Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná - e organizado pelo ACIM Mulher, o 5º Encontro Paranaense de Mulheres Empresárias, Empreendedoras e Executivas trouxe a Maringá participantes de todo o estado. Vieram comitivas de dez cidades, inclusive de Rondonópolis, em Mato Grosso. O objetivo do evento, realizado no Cesumar, foi discutir o papel da mulher empresária no desenvolvimento sócio-econômico.

O evento foi aberto com palestra da deputada estadual Cida Borghetti. Nos outros dois dias de atividades, os participantes puderam ouvir palestrantes de vários setores, como o presidente do grupo Áurea, da qual faz parte a Gol Linhas Aéreas, Joaquim Constantino Neto; o diretor corporativo de Marketing da Rede Paranaense de Comunicação (RPC), Rogério Mainardes; o presidente da BS Colway, Francisco Simeão Neto; Gisele Rauen, diretora-presidente da Racco Cosméticos; e a diretora da Rede Blue Tree Hotels, Chieko Aoki.

Palestrantes de Maringá também participaram do evento: Roni Enara, da Fundacim; Eliane Lopes Xavier Leite, gerente comercial de fibras da Cocamar; Maura de Araújo Moreira Quadros, engenheira química da indústria de óleos da Cocamar; e Gustavo Rocha, sócio-proprietário da Casulo Feliz.

PALESTRAS

Joaquim Constantino Neto abriu as atividades do segundo dia do evento, contando a trajetória do grupo Áurea, que hoje atua nos segmentos de transporte de passageiros - tanto urbano quanto rodoviário - transporte escolar e aéreo. Segundo o executivo, as mulheres são responsáveis por 72% dos cargos na

Empresárias paranaenses se reúnem em Maringá

O 5º ENCONTRO PARANAENSE DE MULHERES EMPRESÁRIAS, EXECUTIVAS E EMPREENDEDORAS, REALIZADO ENTRE 16 E 18 DE JUNHO, DISCUTIU O PAPEL DA MULHER EMPRESÁRIA COMO AGENTE DE DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ECONÔMICO. O MINISTRO DO PLANEJAMENTO, PAULO BERNARDO, ENCERROU O EVENTO

Bruna Moreschi



PAULO BERNARDO RECONHECEU QUE OS ALTOS JUROS E A CARGA TRIBUTÁRIA IMPEDEM O CRESCIMENTO DO BRASIL

área comercial da empresa, 90% no departamento de call center, 56% na área administrativa e por 27% dos cargos de liderança.

O segundo palestrante do dia foi o diretor corporativo de Marketing da Rede Paranaense de Comunicação (RPC), Rogério Mainardes, que falou sobre o marketing e a fidelização dos clientes. Mainardes defende a tese de que comunicação é educação e que é necessário conhecer necessidades, desejos e expectativas das pessoas para conseguir

bons resultados em marketing.

A consultora Roni Enara falou sobre o Mercado Social, um projeto inédito em que as empresas compram cotas de programas sociais. Em seguida as executivas Eliane Xavier e Maura Quadros, ambas da Cocamar, falaram sobre as atitudes das mulheres que fazem a diferença para conquistar oportunidades iguais.

“Visão empreendedora para o mercado” foi o tema abordado pelo presidente da BS Colway, Francisco Simeão Neto. Além de falar sobre empreendedorismo,

ele ressaltou os projetos sociais da BS Colway e como essas ações podem mudar a sociedade.

A presidente da Racco Cosméticos, Gisele Rauen, fechou o segundo dia do encontro com a palestra “Sucesso da mulher no mercado de trabalho”. Gisele falou sobre as dificuldades que a mulher encontra para entrar no mercado de trabalho, romper a barreira e ocupar um espaço que pode ser dela. Na Racco, 80% dos funcionários são mulheres.

SENSIBILIDADE FEMININA

Um dos pontos altos do Encontro foi a palestra da diretora da rede de hotéis Blue Tree, Chieko Aoki, uma das executivas de maior prestígio do país. Ela falou sobre a participação da mulher no cenário empresarial. Com bom humor, Chieko prendeu a atenção do público durante quase duas horas.

Logo no começo da palestra Chieko disse acreditar que no mundo dos negócios homens e mulheres não são iguais. “Os homens são guerreiros, nasceram com a obrigação de ser chefe de família, provedor da mulher e dos filhos. Eles têm ego forte”, colocou a palestrante.

Ela lembrou que as mulheres, por não terem a força física dos homens, estiveram excluídas durante muito tempo da atividade produtiva. Mas com o trabalho braçal dando lugar à atividade intelectual, elas conquistaram espaço. “As mulheres não têm força física, mas têm sensibilidade principalmente para a gestão de pessoas. Muito mais do que lutar por igualdade, é preciso reforçar essa qualidade. Penso que a mulher não deve perder nunca esse sentimento de conquista. Quando ela se achar a dona do pedaço estará regredindo”, colocou Chieko Aoki.

O ministro Paulo Bernardo en-



Bruna Moreschi



Bruna Moreschi

DURANTE O ENCONTRO FORAM REALIZADAS NOVE PALESTRAS SOBRE TEMAS LIGADOS AO MUNDO EMPRESARIAL

cerrou o 5º Encontro Paranaense das Mulheres Empresárias, Empreendedoras e Executivas. Em sua fala, o ministro reconheceu que a carga tributária e a taxa de juros emperram o crescimento do país. E que é preciso aprovar a Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

Paulo Bernardo também falou sobre a crise política, que, segundo ele, não pode paralisar o governo, que precisa dar continuidade aos projetos de crescimento. Dentre esses projetos, o ministro citou a reforma tributária. “O nosso modelo tributário é como uma ratoeira, com alta carga de tributos, além de termos uma taxa de juros que dispensa comentários”, disse o ministro.

Sobre a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, Paulo Bernardo informou que o projeto passará por análise no Congresso. “Nós preci-

samos ampliar o atendimento diferenciado à pequena empresa e reduzir a carga tributária e a burocracia no registro de uma empresa”, afirmou o ministro.

No encerramento do encontro, as presidentes dos Conselhos de Mulheres Empresárias, de diversas associações comerciais do estado, assinaram a Carta do Paraná, em que reivindicam à Faciap - Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná - a criação do Conselho Estadual da Mulher Empresária e Executiva, tendo como diretoras as empresárias indicadas pelas dez coordenadoras regionais. O presidente da Faciap, Jefferson Nogaroli, acatou a deliberação e informou que o Conselho será oficialmente instalado na convenção anual da entidade, que será realizada em Foz do Iguaçu. ■

VIAGEM DE LIDERANÇAS EMPRESARIAIS E POLÍTICAS MARINGAENSES TRAZ BOAS PERSPECTIVAS DE INVESTIMENTOS PARA A CIDADE. ALÉM DE CUMPRIREM EXTENSA AGENDA DE REUNIÕES, OS VISITANTES REALIZARAM, EM KAKOGAWA, UMA APRESENTAÇÃO DE MARINGÁ PARA DEKASSEGUIS



A RÉPLICA DA CATEDRAL DE MARINGÁ, EXPOSTA NA SEDE DA CÂMARA DE COMÉRCIO DE KAKOGAWA

Japão brasileiro conhece Maringá

A maior missão empresarial da história de Maringá a visitar o Japão pode render bons frutos. Esta é a expectativa das lideranças empresariais e políticas que participaram da viagem, realizada entre os dias 10 e 20 de junho. Foi uma agenda extensa (veja box na página 24), e a avaliação da viagem é positiva. “Plantamos uma semente e agora temos que tra-

balhar para que a iniciativa dê bons frutos”, frisa o presidente da ACIM, Ariovaldo Costa Paulo.

Nas palavras do presidente, fica claro que o projeto da viagem não terminou. Ainda haverá muito trabalho para que os frutos a que ele se refere possam trazer resultados práticos. Um dos projetos é elaborar um planejamento para atrair investimentos dos dekasseguis

para Maringá.

Em geral, o dekassegui quer voltar ao Brasil mas tem medo da violência urbana e tem receio de investir em algum empreendimento, não ser bem sucedido e ser obrigado a retornar ao Japão. Este é o caso dos dekasseguis Marcio Fuzi e Alexandre Nakagami, que trabalham em uma fábrica da Caterpillar. Eles procuraram a co-

mitiva brasileira em Kakogawa, pois querem voltar ao Brasil, mas não têm idéia de onde investir seus ienes.

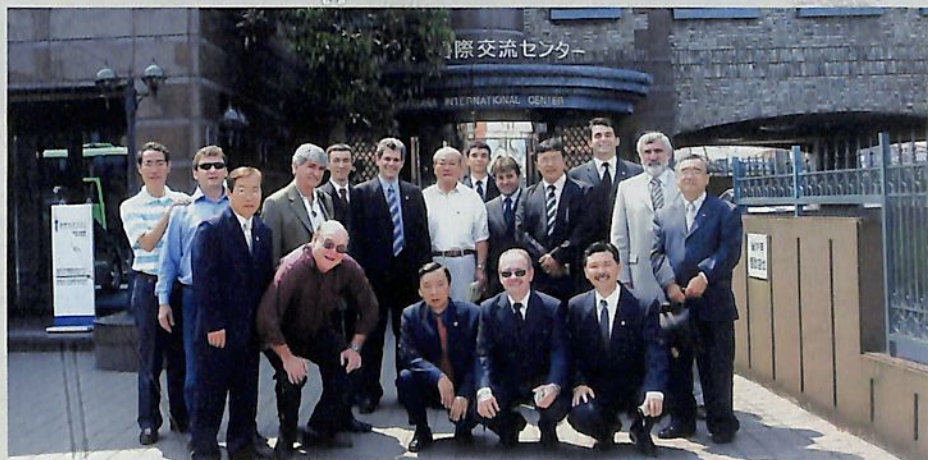
Marcio está há 14 anos no Japão. Tem mulher e dois filhos. Apesar de um bom salário e de morar num país desenvolvido, ele diz que não tem qualidade de vida. "Aqui a gente não vive. O custo de vida é muito alto e, se quisermos guardar dinheiro, temos que nos privar de muitas coisas como viajar, comer fora e sair para se divertir", frisa.

MELHOR LUGAR

Foi para dekasseguis como Marcio e Alexandre que a cidade de Maringá foi apresentada no Japão. Por sorte, o Globo Repórter que abordou a segurança da Cidade Canção foi veiculado na emissora de televisão IPC, que retransmite a programação da Rede Globo, na semana dos eventos. "Se o receio do dekassegui é a violência no Brasil, então Maringá é o melhor lugar para vocês morarem", ressaltou o prefeito Silvio Barros durante a apresentação aos brasileiros.



JORNALISTA DO JORNAL TUDO BEM ENTREVISTA COMITIVA DE MARINGÁ EM NAGOYA



COMITIVA DE MARINGÁ EM FRENTE AO CENTRO INTERNACIONAL DE KAKOGAWA



Residencial Ferrarini

Requinte e perfeição.
Um investimento para a sua vida.

ÚLTIMAS UNIDADES

- 129 m² de área útil
- 2 garagens privativas
- 2 suítes + 1 dormitório
- Piscina com raia para natação
- Área de lazer coberta e descoberta
- Cine-clube
- Salão de festas
- Playground
- Sala de ginástica
- Condomínio a preço de custo



VENDAS - LOCAÇÃO - ADMINISTRAÇÃO DE IMÓVEIS
CONSTRUÇÕES - PERÍCIAS - E AVALIAÇÕES JUDICIAIS

MATRIZ: Av. Paraná, 470 - Centro - Fone: (044) 3222-8866
FILIAL: Av. Prudente de Moraes, 998 - Zona 7 - Fone: (044) 3225-4155
imobiliaria@pedrogranado.com.br - www.pedrogranado.com.br
Maringá - Paraná



**MARINGAENSES
SÃO
RECEPCIONADOS
PELO MONGE
BUDISTA,
TAIGAKU SATO,
EM KYOTO**

Barros frisou ainda que a cidade de Maringá está unida para oferecer qualidade de vida aos dekasseguis. “Estamos aqui com tudo o que vocês precisam: temos a Prefeitura e a Câmara Municipal que garantem investimentos na infra-estrutura da cidade; a Associação Comercial e o Codem que podem realizar projetos e dar suporte profissional aos investidores; o Sebrae que atua na qualificação dos empreendedores, e a Acema, que realiza um trabalho de readaptação do dekassegui à sociedade”.

O prefeito também destacou a união de Maringá durante reunião com empresários brasileiros que atuam no Japão. O encontro foi considerado produtivo pelos maringaenses. “Nos apresentamos a brasileiros que têm muitos contatos com dekasseguis e que podem nos indicar no momento da decisão de compra de um imóvel”, diz o construtor e imobiliário Pedro Granado, que fez parte da comitiva.

Durante reunião de avaliação da viagem foi definida a manutenção de um comitê para identificar oportunidades de investimentos em Maringá e elaborar um projeto prevendo onde e como os dekasseguis podem investir na cidade. Poderão ser criados consórcios de investidores. ■

A VISITA PASSO A PASSO

13 de junho

- Reunião com o diretor da América do Sul e Caribe do Ministério dos Negócios Estrangeiros do Japão, Kazuhiro Fujimura
- Reunião com o presidente da Soka Gakkai Internacional, Kenji Yoshigo
- Visita à Fundação criada por Daisaku Ikeda, fundador da Soka Gakkai, que mantém um Museu Musical.
- Reunião com o diretor geral do Departamento da América Latina da Agência de Cooperação do Governo Japonês (Jica), Saburo Yamaguchi

14 de junho

- Visita ao Templo Chion-In, em Kyoto, com recepção do líder budista Taigaku Sato

15 de junho

- Kobe: reunião com o governador da província de Hyogo, Ido Toshizo
- Visita ao Centro Internacional de Kakogawa, presidido por Seiji Shinoshita
- Reunião com o prefeito de Kakogawa, Shoichi Tarumoto
- Reunião com o presidente da Câmara de Comércio e Indústria de Kakogawa, Takawa Nishikawa.
- Visita ao Hospital Municipal de Kakogawa

16 de junho

- Visita ao Wellness Park
- Reunião na Câmara Municipal de Kakogawa.
- Participação da comitiva nos eventos da solenidade dos 55 anos de Kakogawa.
- Visita à Usina Municipal de Reciclagem de Lixo de Kakogawa, que incinera 260 toneladas de lixo/dia
- Visita ao Complexo Esportivo Municipal de Kakogawa, construído em parceria com a iniciativa privada

17 de junho

- Visita a Expo 2005, em Nagoya

18 de junho

- Visita à Galeria do Centro Internacional de Kakogawa, com abertura da exposição de quadros dos artistas maringaenses Ademir Kimura, Susan Yoko, Tânia Machado e Massayuki Seko
- Encontro com dekasseguis brasileiros no Centro Internacional de Kakogawa
- Entrega da miniatura da Catedral de Maringá à Câmara do Comércio e Indústria de Kakogawa
- Encontro com empresários e prestadores de serviços brasileiros no Japão, em Nagoya

19 de junho

- Reunião com o prefeito de Toyohashi, Masaru Hawakawa
- Encontro com dekasseguis em Nagoya

Jardim Japonês com 90 mil m²

O prefeito Silvio Barros apresentou o projeto do Jardim Japonês de Maringá para diversas autoridades japonesas.

O objetivo foi iniciar conversações para que a cidade seja incluída nas comemorações, em 2008, dos 100 anos da Imigração Japonesa (Imin 100).

Em recente visita ao Japão, o presidente Lula definiu com o governo daquele país que 2008 será também o ano do intercâmbio cultural Brasil-Japão.

O projeto de Maringá surpreendeu os japoneses, já que prevê a construção, em solo brasileiro, de um tradicional jardim japonês, além de escola, praça de esportes, teatro, entre outros equipamentos de apoio ao turismo. Tudo isso numa área de 90 mil metros quadrados.

HOMENAGENS

A comitiva brasileira plantou, em Kakogawa, cinco ipês amarelos no canteiro da futura avenida Maringá, que será construída ao lado da linha férrea, elevada recentemente. O gesto retribui a homenagem feita por Maringá, que já tem uma avenida denominada Kakogawa.

No final das obras Maringá será ainda homenageada com a construção de uma réplica da Catedral Basílica Menor Nossa Senhora da Glória. O monumento terá doze metros de altura e será construído em titânio.

Ainda em Kakogawa, a comitiva maringaense presenteou a Câmara de Comércio local com uma miniatura da catedral de Maringá, com 1,40 metro de altura, e participou da inauguração de duas exposições de artistas maringaenses: uma na estação de trem e outra no Centro Internacional.



O PREFEITO SILVIO BARROS PLANTOU UM IPÊ AMARELO NA FUTURA AVENIDA MARINGÁ, EM KAKOGAWA



COMITIVA DE MARINGÁ DURANTE RECEPÇÃO NO CENTRO DE CULTURA MIN-ON, EM TÓQUIO

Você e sua família em AlphaVille.

AlphaVille Maringá agora lança sua segunda fase. E este sonho cabe no seu orçamento.

A alguns minutos do centro da cidade. Bem no centro da sua vida. Venha.

AlphaVille Maringá nunca esteve tão perto de você.

Vendas



SHOW ROOM
NO CENTRO DE MARINGÁ

Av. Duque de Caxias esq.
Néo Alves Martins
(44) 3227-8484

Coordenação



LANÇAMENTO
**RESIDENCIAL
IVAÍ**



Cabe no seu sonho
e no seu orçamento.

Lotes a partir de
R\$ 770,09 mensais.*

**Até 100 meses
para pagar.**

A EXPRESSÃO É VERDADEIRA EM SE TRATANDO DE PRODUTOS FABRICADOS EM MARINGÁ QUE FAZEM SUCESSO PELO PAÍS AFORA, MAS SÃO DESCONHECIDOS PELOS MARINGAENSES. MUITOS SÃO INVENÇÕES QUE VIRARAM SUCESSO, COMO O GARROTE QUE FACILITA A COLETA DE SANGUE

Santo de casa pode fazer milagre, sim

Divino Bortolotto deu início à história dos produtos criados em Maringá e que viraram sucesso, em muitos casos internacional. Desde criança, ele tinha fama de inventor. Em 1947, produziu um dispositivo para automóveis que economizava gasolina. Anos depois, em 1975, Bortolotto deu forma a sua mais famosa invenção: o semáforo de ciclovisual.

A idéia surgiu por conta de uma irritação: ele não gostava de frear bruscamente nos semáforos. Para o inventor, os motoristas precisavam saber, com antecedência de segundos, se o sinal estaria aberto ou fechado.

De posse da idéia, ele partiu para a invenção. Criou um protótipo pequeno, movido à pilha. Três anos depois seus primeiros semáforos de ciclovisual estavam instalados nas ruas de Maringá e Presidente Prudente, em fase de testes.

Foram necessários 20 anos para que o Departamento Nacional de Trânsito (Denatran) aprovasse o projeto. "Havia muito lobby de outros fabricantes", lembra o filho, Pérsio. Bortolotto morreu um ano após a aprovação do Denatran e deixou a continuidade do projeto a cargo dos filhos, Pérsio e Pedro.

Hoje o semáforo de ciclovisual



PÉRSIO, FILHO DE DIVINO BORTOLOTTI, E O SEMÁFORO, INSTALADO EM 62 CIDADES

está instalado em 62 cidades, de 12 estados. Pérsio lembra que o começo foi difícil. "Ligávamos para as prefeituras de todo o Brasil pedindo o nome do secretário de Transportes e do prefeito para enviarmos correspondência apre-

sentando o produto".

Mesmo hoje, ainda há obstáculos. Pérsio explica que os investimentos em engenharia de tráfego são escassos no Brasil, já que dependem de verbas municipais.

Para ampliar frentes de mercado,

a família está tentando comercializar o semáforo nos Estados Unidos, Canadá e Itália, além de estar desenvolvendo outros produtos na linha de tráfego. Os irmãos estão sempre lendo sobre o assunto, conversando com fornecedores e participando de feiras e exposições de eletrônicos.

“Como temos apenas um comprador por cidade, que são as prefeituras, precisamos estar sempre divulgando nosso produto e viajando pelo país”, explica Pérsio.

VENDEM-SE LANCHAS

O *hobby* de Jefferson Favotto sempre foi pescar. Tanto que a cada 15 dias ele está na beira do rio Paraná. Dez anos atrás Favotto resolveu comprar uma lancha. Como havia muita demanda pelo produto, a lancha foi entregue com dois meses de atraso. Favotto viu ali uma boa oportunidade de negócio.

Ele passou dois anos estudando o mercado e viu que as perspectivas eram boas. Em fevereiro de 1998, começou a produzir o primeiro molde do produto que passaria a ser fabricado por ele. Seis meses depois, Jefferson abriu a Brasnautica.

O passo seguinte foi participar



Bruna Moreschi

JEFFERSON FAVOTTO TRANSFORMOU O HOBBY NUMA OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

de um evento de pesca em Foz de Iguaçu para demonstrar e oferecer *test-drive* de sua primeira lancha. Saiu do evento com vários pedidos fechados e com a produção garantida para seis meses.

Ele continua participando de eventos para divulgar sua empresa, tem analisado novas matérias-primas lançadas no mercado e visitado revendas. Segundo o empresário, é preciso pesquisar para que seu produto continue competitivo.

No final do ano passado Favotto lançou um novo modelo: uma lancha de 19 pés, para oito pessoas.

Dentro de um ano, outros dois modelos estarão no mercado, um para passeio e outro para pesca.

Atualmente as lanchas produzidas em Maringá são vendidas em São Paulo, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. E Favotto prepara-se para navegar mais longe: está negociando com compradores de outros países, inclusive europeus.

O empresário traz na ponta da língua o diferencial de suas lanchas: “Elas têm maior espaço interno, compartimentos especiais, como caixa térmica, que os concorrentes não têm. Além de um

KP
KANDYANY
EVENTOS

O Toque Profissional
(44) 3226-2395 / Maringá - PR

FOTO - VIDEO - PROJEÇÃO MULTIMÍDIA - SOM com DJ - ILUMINAÇÃO

design diferenciado". Ele está bastante otimista em relação ao futuro do negócio. "Além de ser uma forma de lazer, a lancha ajuda a aproximar toda a família. E esse mercado ainda tem muito a crescer", analisa.

Se depender dos números ele pode continuar otimista. Segundo a Associação Brasileira dos Construtores de Barcos e Implementos (Acobar), neste ano o setor deve aumentar as vendas em 10% em relação ao ano passado. De acordo com a Acobar, foram comercializadas, em 2004, 15 mil unidades, entre barcos, caiaques e infláveis.

INSPIRAÇÃO NA SOGRA

Para o aposentado maringáense Edijalma Pereira Lima, sogra não é sinônimo daquela pessoa mal-quista ou indesejada. Afinal, na mãe de sua esposa ele encontrou a inspiração para uma invenção seis anos atrás.

Na época, dona Júlia estava hospitalizada e reclamava da dor provocada pela borracha que era amarrada no braço para facilitar a localização da veia que receberia a agulha do soro. Foi aí que o aposentado, que foi administrador hospitalar por muitos anos, decidiu criar um produto para diminuir o sofrimento do paciente e facilitar o trabalho dos profissionais da saúde.

Ele confeccionou um garrote em elástico e velcro. A invenção simples, mas funcional, terminaria com o incômodo não somente da sogra, mas de milhares de pessoas que vieram a se beneficiar do produto. A invenção foi patenteada, tem aprovação do Ministério da Saúde e laudos técnicos que comprovam sua eficiência.

Hoje a empresa de Edijalma Lima, a Garrote, produz mensalmente cerca de cinco mil peças. O produto é usado em laboratórios e hospitais de todo o país e está a um pas-



Bruna Moreschi

EDIJALMA E A ESPOSA, MARIA OLGA, SUPERARAM JUNTOS OS ÔBSTÁCULOS

so de chegar em terras estrangeiras.

Até o final do mês a empresa enviará o primeiro lote para Assunção, no Paraguai. Também está em negociação a comercialização para Arábia Saudita, Estados Unidos e Itália.

Logo depois da primeira invenção, o empresário recebeu um pedido especial: um sobrinho, que é cirurgião cardíaco, solicitou que ele criasse um produto para aliviar a dor e o inconveniente de pacientes na fase pós-operatória. O produto deveria ser leve e poroso. Assim nasceu uma nova invenção: a faixa cirúrgica torácica.

Hoje a empresa de Edijalma tem uma linha de 30 produtos, voltados às áreas hospitalar, prevenção ocupacional e estética. Tudo criado por Edijalma e a esposa, Maria Olga. Alguns já receberam elogios de profissionais renomados, como o cirurgião plástico Ivo Pitanguy.

Como microempresários, eles são responsáveis por tudo, da produção à comercialização dos produtos, passando pela criação de folders e montagem dos processos de patentes. Juntos também superaram as dificuldades. Só para se ter uma idéia, o casal teve até que desenvolver a composição de tecidos para os produtos, já que não existia nada similar no mercado. ■


Patenteiar o produto é fundamental

Patente, segundo definição do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), é "um título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade outorgado pelo Estado aos inventores, autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação".

Há três tipos de patentes: de invenção propriamente dita, certificado de adição de invenção e modelo de utilidade. A duração depende do tipo de patente, variando de dez a 20 anos.

Segundo o diretor comercial da Multimarcas Marcas e Patentes, Paulo Roberto Colosio, o processo de patente inicia-se com a consulta ao banco do INPI. Depois, para dar entrada no registro, é enviado ao órgão o desenho, com detalhes visuais e funcionais do produto.

O último passo é esperar a publicação e o deferimento do processo. Segundo Colosio, uma patente no Brasil demora em média sete anos e custa cerca de R\$ 2,2 mil. Ele estima que em Maringá sejam montados mil processos anuais de patentes. Os principais registros na cidade, de acordo com Colosio, são de design de móveis, máquinas industriais e processos de fabricação de produtos.



**Esta cidade
é tão importante
que o Brasil inteiro
liga pra cá.**

Maringá. Sede da Central de Relacionamento com o Cliente GVT.

Não é à toa que a Central de Relacionamento com o Cliente da GVT está em Maringá. Afinal, esta é uma das melhores cidades do Brasil pra viver e trabalhar. E de trabalho a gente entende, pois já são mais de 500 empregos gerados. A qualidade de vida de Maringá, reconhecida em todo o país, inspira a GVT a investir cada vez mais na qualidade do seu atendimento. Portanto, quando você for escolher a sua operadora de telefonia, fique com quem mais investe no povo de Maringá. Fique com a GVT.

TV CLIPPING MARINGÁ

O ARQUIVO ELETRÔNICO DE MARINGÁ E REGIÃO

Empresa de arquivo eletrônico e assessoria de imprensa, a TV Clipping Maringá foi criada em 2002 pelos jornalistas Antonio Roberto de Paula e Simone Labegalini, sendo a pioneira em Maringá e região a executar este duplo trabalho na área do jornalismo.

O serviço de clipping eletrônico, utilizado por empresas, órgãos públicos, associações, instituições de ensino, cooperativas, clubes de futebol, profissionais liberais, agências de propaganda e assessorias de políticos e partidos políticos, consiste em gravar em vídeo telejornais locais, estaduais e nacionais, além de outros programas jornalísticos a pedido do cliente.

O arquivo eletrônico, que até então estava restrito a capitais e a algumas grandes cidades, proporciona ao cliente a possibilidade de ter em mãos, no mesmo dia do pedido, reportagens veiculadas nas redes de TV abertas e canais a cabo.

A TV Clipping Maringá realiza um serviço rápido, eficiente, organizado e abrangente. Além do monitoramento de todos os canais abertos e dos dois sistemas fechados de TV, a TV Clipping tem parcerias com as empresas de clipagem eletrônica localizadas em Curitiba e nas principais cidades paranaenses.

SÁBADOS E DOMINGOS

Caso o cliente necessite de uma reportagem veiculada em outro Estado, também é possível efetuar a prestação de serviço, pois a TV Clipping atende e é atendida por empresas de capitais e das principais cidades brasileiras.

Com um cadastro expressivo de clientes, em que consta o atendimento aos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário de Maringá e região, a TV Clipping presta serviço por meio de contratos de monitoramento e gravação diários. Diariamente ou semanalmente, o cliente recebe, via e-mail, a relação das matérias exibidas de seu interesse.

Uma outra modalidade de contrato é o monitoramento e gravação de determinado evento. O cliente terá à sua disposição todo material



veiculado nos canais de TV, podendo fazer uma avaliação criteriosa do trabalho de mídia realizado e o interesse despertado na imprensa.

A TV Clipping também atende pedidos avulsos relacionados a reportagens específicas, telejornais na íntegra, programas jornalísticos e comerciais. O material é entregue com rapidez ao cliente, inclusive aos sábados e domingos, em DVD, CD e em fita VHS.

Outros serviços realizados pela TV Clipping são a transformação em fitas de vídeo em DVD e a reprodução de DVD e VHS de aniversários, casamentos, palestras, entre outros eventos desde que não firam a lei dos direitos autorais.

Com uma equipe competente e experiente, a TV Clipping Maringá presta ainda o serviço de assessoria de imprensa, que inclui a produção de jornais e outras publicações, sites e diagramação.

SERVIÇO

TV Clipping Maringá, avenida Itororó, nº 157
Edifício Maria Ferreira - Sala 101 - Zona 2
Maringá - PR

Telefones (44) 3227-9674, 9114-1413, 9961-6186

E-mail: tvclipping@bs2.com.br

Site: www.tvcm.com.br

PARA A POLI-NUTRI A SAÚDE DE SUA EQUIPE É MAIS DO QUE UMA RESPONSABILIDADE. É UM COMPROMISSO SOCIAL.

A Poli-nutri se consolidou no mercado disponibilizando o que há de melhor em tecnologia para nutrição animal, com estreita sinergia entre clientes, quotistas, funcionários, fornecedores e comunidade. Em relação aos funcionários, faz parte do compromisso social, o investimento na qualidade de vida envolvendo ações de lazer, educação e saúde se estendendo inclusive aos familiares. No campo da saúde, a Poli-nutri encontrou no **pam** um parceiro que compartilha dos mesmos princípios, oferecendo cuidado integral através das práticas de medicina preventiva e atendimento humanizado.

Saiba o que o **pam** pode fazer também pela sua empresa.

Condições especiais
para associados

ACIM



Mais que Plano de Saúde

Eng.º Edilson Marques de Gouvêa
Gerente Operacional Poli-nutri - Maringá
www.polinutri.com.br

Foto: Juelma Scatambulo

ANS - nº 31526-5

Bruna Moreschi



ARTUR COSTA FILHO: É PRECISO RESOLVER AS QUESTÕES DE ORDEM EMOCIONAL

Empresários descobrem o que é que o *coaching* tem

EM BUSCA DO SUCESSO PROFISSIONAL, MUITAS VEZES AS PESSOAS SE ESQUECEM DE INVESTIR NO CRESCIMENTO PESSOAL. A TÉCNICA BUSCA RESGATAR ESSE LADO, PRINCIPALMENTE EM EXECUTIVOS E EMPRESÁRIOS, MELHORANDO RELACIONAMENTOS E O EXERCÍCIO DA LIDERANÇA

Empresários e profissionais liberais que atuam em Maringá começam a descobrir um novo caminho para o sucesso. Não! Não se trata de mais um livro ou de uma palestra de auto-ajuda. Ou de dicas de como superar o concorrente e se sair vitorioso.

A busca pelo sucesso no mundo dos negócios passa agora pelo desenvolvimento pessoal. E para isso é cada vez maior o número de profissionais que participam de sessões de *coaching*. Coordenadas, na maioria das vezes, por psicólogos, essas ses-

sões visam ajudar o profissional a se desenvolver na atividade olhando primeiro para si e para as pessoas que fazem parte do seu cotidiano.

A meta do *coaching* é o sucesso nos negócios, porém sem se restringir a esse objetivo. O foco desse tipo de atendimento está na atitude humana e no relacionamento entre as pessoas.

DIFICULDADES PROFISSIONAIS

Segundo o psicólogo maringense Artur Costa Filho, o *coaching* é um método de aperfeiçoamen-

to profissional que vem sendo praticado há cerca de oito anos no Brasil. Não só empresários e profissionais liberais participam de sessões de *coaching*, mas também jogadores, artistas, atletas e todo tipo de profissional que busca resolver certos bloqueios ou dificuldades profissionais.

Costa Filho explica que as pessoas estão descobrindo que, para resolver um problema profissional, primeiro elas precisam dar solução para as questões de ordem emocional. Num mundo onde a cobrança por resultados acontece a todo momento e em todos os níveis profissionais, as relações interpessoais vivem no limite da tolerância.

Não é raro encontrar profissionais que se sentem isolados ou que não conseguem passar para os colaboradores aquilo que gostariam de obter. “Às vezes o empresário está insatisfeito com o seu negócio e não sabe como mudar”, explica Costa Filho. “As sessões de *coaching* ajudam a descobrir o que mais lhe incomoda. E, mais do que isso, a descobrir a forma como este profissional se relaciona com as pessoas que fazem parte do dia-a-dia profissional”, afirma o psicólogo.

A metodologia, conforme Costa Filho, deve levar a uma mudança de comportamento, já que as atitudes são avaliadas. Um chefe de setor ou um empresário que deseja um bom resultado nos negócios, não deve imaginar que basta exigir a execução desta ou daquela tarefa do seu subordinado a qualquer custo.

Na verdade, o sucesso dos negócios vai depender do envolvimento de toda equipe de colaboradores. E para isso é fundamental que as relações interpessoais sejam valorizadas. ■

Investindo no "eu"

O fisioterapeuta Sérgio Eduardo Hernandes, 32 anos, fez a primeira sessão de *coaching* no ano passado, em São Paulo. Gostou tanto que continua fazendo sessões em Maringá, uma vez por mês. O resultado das sessões tem superado as expectativas. "É fantástico! Todos os empresários e profissionais deveriam fazer", afirma.

Conforme Hernandes as sessões o ajudaram a se comunicar melhor com clientes e funcionários. Ele explica que mais do que uma ajuda para alcançar o sucesso profissional, o *coaching* é um investimento em si próprio.

O empresário Lucas Andrade de Moraes, 23 anos, também faz *coaching*. Proprietário de uma produtora de sites, Moraes decidiu aplicar a técnica também na empresa.

Durante alguns meses, um profissional da área de psicologia introduziu a metodologia entre os funcionários de Moraes. Ouvindo os funcionários e conhecendo a dinâmica da empresa, o psicólogo auxiliou o grupo a tomar atitudes que levaram a um melhor entrosamento. "O ambiente ficou muito mais agradável. Hoje nos relacionamos melhor, há mais união da equipe e o trabalho flui tranquilamente", afirma.



Bruna Moreschi

**SÉRGIO
HERNANDES**
DEFINE OS
RESULTADOS
COMO
FANTÁSTICOS

O COACHING MELHOROU O RELACIONAMENTO

ENTRE A
EQUIPE DE
LUCAS DE
MORAES



Bruna Moreschi

O mais brasileiro de todos os tons, Tom Jobim.



Car Wash
Chopperia
Temporada Provisória

BACARDI

FARMÁCIAS
UNIÃO
Delivery

KINPAI
tel. 3281-7500

Frigão

BOHEMIA

Nipponflex

Datas: 30/07 - 27/08
Reservas: (44) 3225-7373

**Sábado
da
Feijoada**

O EVENTO MOVIMENTA MIL E TREZENTOS VOLUNTÁRIOS, QUE TRABALHAM NA OPERACIONALIZAÇÃO DAS BARRACAS E NO PREPARO DOS PRATOS TÍPICOS. NO ANO PASSADO, O FESTIVAL REGISTROU CEM MIL VISITANTES



Vem aí o 16º Festival Nipo Brasileiro

O Festival Nipo Brasileiro chega este ano em sua 16ª edição, e será realizado de 6 a 15 de agosto. O evento foi criado no ano de 1989, para divulgar a cultura japonesa. O festival é promovido pela Associação Cultural e Esportiva de Maringá (Acema), tendo como objetivo a propagação da cultura japonesa. Durante o evento acontecem demonstrações culturais, artísticas, religiosas e gastronômicas do Japão. Tradicionalmente tanto as autoridades presentes quanto o público participam da cerimônia do Mikkoshi, na qual os participantes se revezam no carregamento de um andor.

Segundo o presidente da Acema, Kioshi Yano, chegar no Festival Nipo Brasileiro é sinônimo de lazer e cultura, integração e conagração. “Este ano estamos ampliando toda a estrutura física do evento, queremos deixar mais confortável aos visitantes. A novidade vai ser uma exposição de maquetes dos principais castelos e templos do Japão cedido pelo Consulado Geral do Japão em Curitiba.”

Já para Sérgio Takao Sato, membro da comissão organizadora do Festival, o evento faz parte do calendário de festividades de Maringá e atrai milhares de visitantes de toda a cidade e região. “No ano passado, o evento superou as nossas expec-

tativas, registrando um recorde de cem mil visitantes nos nove dias de realização.”

O sucesso do Festival Nipo Brasileiro é garantido pelo trabalho voluntário (cerca de 1300 pessoas) da comunidade japonesa e de algumas entidades que buscam, a cada festival, tornar o evento uma referência nacional da divulgação da cultura japonesa.

Além de tudo isto, no pavilhão cultural são expostas obras de arte, esculturas e objetos típicos japoneses, como artesanato feito em papel dobradura (origami), cerâmicas raku (feitas a partir de uma técnica usada no século XVI), arranjos florais (ikebana) e as famosas árvores em miniatura (bonsais).

Grupos de dança portuguesa, alemã, espanhola, shows musicais, entre outros, enriquecem a programação artística, com apresentação de danças folclóri-

cas, mas é, no Bon Odori – dança no compasso de tambores (Taiko) - que há uma grande interação dos visitantes.

Na praça de alimentação com três mil metros quadrados de área coberta, quatro entidades assistenciais, mais a Acema, chegam a servir 1.500 pessoas simultaneamente. A arrecadação de cada barraca é revertida às próprias instituições.

O Nishi Honganji, o Wajunkai, o Seicho-No-Iê, Igreja São Francisco Xavier e a Acema mobilizam 1,3 mil voluntários na operacionalização das barracas e nos preparativos dos pratos típicos da culinária japonesa, dentre eles sushi, sashimi e sukiyaki. São profissionais liberais, donas de casa, aposentados, autônomos, empresários, líderes da comunidade que abraçam o Festival, e são os grandes colaboradores do sucesso do Nipo Brasileiro. ■

Promoção

COOPERADO PREMIADO

SICOOB

FOTOS ILUSTRATIVAS.

Você pode ser um.



14 TVs 29" e 3 Honda BIZ

O Sicoob oferece segurança e rentabilidade a seus cooperados. E com esta promoção, também a chance de ganhar uma TV 29" ou uma Honda BIZ 0 km. Conheça o regulamento na sua agência e participe.



A cada Honda BIZ sorteada, a entidade filantrópica indicada no cupom do ganhador receberá uma doação de **R\$ 1.000,00** (um mil reais).



“Não adianta ter um bom produto e ninguém ficar sabendo”



Bruna Moreschi

COM 30 ANOS DE PROFISSÃO E PASSAGEM PELAS PRINCIPAIS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA DO PAÍS, STALIMIR VIEIRA É UM DOS GRANDES NOMES DA PUBLICIDADE BRASILEIRA. ELE TEM NO PORTFÓLIO A DIREÇÃO GERAL DE CRIAÇÃO DA DDB NA ARGENTINA E ATUALMENTE É PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE (ABAP). NOS ÚLTIMOS MESES TEM MINISTRADO O SEMINÁRIO “COMUNICAR E CRESCER” PELO PAÍS AFORA, CUJO OBJETIVO É MOSTRAR AOS PEQUENOS E MÉDIOS EMPRESÁRIOS QUE AS FERRAMENTAS DE PUBLICIDADE TAMBÉM ESTÃO AO ALCANCE DELES. NO DIA 21 DO MÊS PASSADO, VIEIRA FEZ PALESTRA PARA CERCA DE 300 EMPRESÁRIOS EM MARINGÁ E CONCEDEU ENTREVISTA PARA A REVISTA ACIM.

QUAIS AS RECOMENDAÇÕES NA HORA DE ESCOLHER UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA?

O primeiro passo é não ter nenhum preconceito em relação ao tamanho da agência. Alguns empresários costumam pensar: essa agência é muito grande ou muito pequena para mim. Não existe isso. Ele deve procurar pessoas físicas e não pessoas jurídicas, e lugares que tenham pessoas com as quais se identifica. Também se deve buscar uma agência com um bom histó-

co, que tenha feito bons trabalhos, bons anúncios, e que tenha preocupação estética e conceitual no trabalho. Em terceiro lugar, é preciso conhecer o histórico dessa agência com seus clientes, inclusive, com ex-clientes. Ou seja, é preciso que haja envolvimento realmente profissional com o cliente.

COMO POSSIBILITAR O ACESSO DOS MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS AO MERCADO PUBLICITÁRIO?

Claro que cada empresa agirá

dentro de suas possibilidades, mas as pequenas e micro não podem prescindir das ferramentas de marketing e da publicidade como instrumentos para alavancar o negócio. Não adianta ter um bom produto ou desenvolver um bom serviço e ninguém ficar sabendo. Se você depende do mercado para crescer, tem que levar sua marca ao conhecimento desse mercado. E a maneira mais adequada e de melhor custo-benefício é a utilização do trabalho dos profissionais de marketing e publicidade. Os publicitários são profissionais especializados em estudar vocações de mercado e de consumo.

E QUANTO ÀS EMPRESAS QUE TÊM POUCOS RECURSOS PARA INVESTIR EM PUBLICIDADE?

Quando o empresário pensa em anunciar, olha para grandes anunciantes, que fazem mídia de alcance nacional e competem com grandes marcas. Naturalmente esses casos demandam muito investimento. Mas tudo é proporcional. A empresa deve começar investindo em publicidade dentro de suas possibilidades. O que o empresário não pode é deixar de dar esse passo.

NO CASO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, O QUE É MAIS VANTAJOSO: INVESTIR EM VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO DE MASSA OU EM COMUNICAÇÃO DIRIGIDA?

Depende do que a empresa faz e com quem ela quer falar. Se você é proprietário de uma loja de varejo, naturalmente terá que fazer uma campanha mais maciça possível. Se seu produto é voltado para um segmento mais técnico, terá que encontrar outros meios para falar com essas pessoas. Sempre digo que não há nada mais caro do que desenvolver um produto e fechar as portas seis meses depois por falta de demanda. ■

Massayoshi Siraichi Empresário do Ano 2005

Uma justa e reconhecida homenagem a quem oferece, desde a década de 60, as ferramentas necessárias para o transporte rodoviário.

Parabéns pela sua capacidade empreendedora e espírito visionário.



USINA DE AÇÚCAR SANTA TEREZINHA LTDA.



**Nossos SONHOS E ESPERANÇAS SEGUEM JUNTOS
PELOS CAMINHOS DO BRASIL, TRANSPORTANDO
A GRANDEZA DESSA NAÇÃO!**

A ARCOMAR PARABENIZA
O EMPRESÁRIO DO ANO
Massayoshi Siraichi
DIRETOR DO GRUPO ATDL

R. Néo Alves Martins, 260
Fone: 44 3027-8855
arcomar@arcomar.com.br



Nos dias de hoje, quando o mercado vive em constante mutação, falar mais do que uma língua pode ser fator decisivo para ter sucesso no mundo dos negócios.

A opinião é compartilhada por especialistas da área de línguas e em comércio exterior. Quem não se integra e aprende outros idiomas pode correr o risco de perder boas oportunidades de negócio ou até mesmo o espaço conquistado.

Com a globalização dos mercados, o inglês, mais do que nunca, continua sendo a língua mais usada nos contatos internacionais. Porém, falar inglês não basta para quem quer ultrapassar os limites do mercado nacional. Se o desejo é ir além, é preciso muito mais.

Em função das transações entre países do Mercosul, o espanhol tornou-se tão necessário quanto o inglês para empresários e executivos brasileiros. E, mais recentemente, com a aproximação do Brasil com o mercado da China, o chinês mandarim também está em alta.

SIMULAÇÃO

Maria Alice Bourdon, diretora do Instituto Mercosul, fala cinco idiomas e integra a lista dos que afirmam que não falar outra língua pode significar menos oportunidades de negócios. "Se o empresário tem um bom produto, uma hora pode até acabar exportando. Mas, sem poder se comunicar, com certeza vai demorar mais e perder oportunidades de novos contatos na área", afirma.

A demanda nessa área por parte do empresariado cresceu tanto, que muitas escolas criaram cursos, principalmente de inglês, voltados exclusivamente para empresários e executivos.

É o caso da escola de idiomas Excellent, de Maringá, onde o empresário simula, em inglês, o que faria na vida real se estivesse realizando negócios internacio-

O sucesso dos negócios na ponta da língua

QUEM QUER SE DESTACAR NO MUNDO EMPRESARIAL, ULTRAPASSANDO AS FRONTEIRAS NACIONAIS, NÃO PODE TER DÚVIDA: FALAR MAIS QUE UM IDIOMA É FUNDAMENTAL. E NÃO APENAS O INGLÊS, COMO ACONTECIA ATÉ BEM POUCO TEMPO ATRÁS. PREPARE-SE PARA APRENDER ATÉ CHINÊS MANDARIM



FALAR OUTRO IDIOMA ABRE PORTAS PARA NOVOS NEGÓCIOS, AFIRMA MARIA ALICE

nais. "O aluno tem que fazer reuniões, apresentar a empresa, fazer seleção, participar de videoconferências, fechar negócios, tudo falando em inglês", explica a diretora pedagógica, Vanessa Orsi Munhoz Ferreira.

O espanhol também vem conquistando a posição de idioma quase que obrigatório em relações comerciais internacionais. "O espanhol é segunda língua mais falada no mundo, perdendo em número de falantes nativos apenas para o chinês mandarim", afir-

ma o professor de espanhol e inglês, João Sedycias.

Ele ressalta que as relações do Brasil com o Mercosul e com os outros países da América Latina tornam essa língua essencial para o empresário que quer ter novas oportunidades de mercado.

APEGO

Um dos mercados mais cobijados na atualidade, a China tem chamado a atenção do mundo pelo seu crescimento e consequente potencial de consumo.

Bruna Moreschi



VANESSA FERREIRA, DA EXCELLENT: SIMULAÇÃO DE NEGOCIAÇÕES EM INGLÊS

Com isso, falar chinês mandarim, língua oficial do país, pode significar um grande diferencial para o empresário que almeja o mercado internacional.

De olho nesta nova tendência, muitas escolas já estão incluindo o mandarim na lista dos idiomas oferecidos. "Já temos inúmeras solicitações para incluirmos o curso de chinês no Instituto de Línguas. Há mais de 50 interessados", conta Domingos Vaulei Mariucci, coordenador do órgão, ligado à UEM (Universidade Estadual de Maringá).

As aulas de mandarim devem ter início em julho deste ano. "A procura por línguas estrangeiras

O segredo é conhecer a cultura

A busca pelo conhecimento de um novo idioma deve, de preferência, vir acompanhado do aprendizado da cultura do país. Muitas vezes, sem conhecer a cultura fica até difícil entender o sentido de uma frase ou o contexto em que ela está inserida.

No chinês mandarim, por exemplo, esta questão fica bem evidente. "Não existe um alfabeto chinês. Cada ideograma é uma palavra e cada uma tem um significado peculiar", explica a professora, tradutora e intérprete de chinês, Meng Ju Wu, que está no Brasil há oito anos e é autora do livro "Negócios com a China: desvendando os segredos da cultura e



Bruna Moreschi

MENG JU WU RESSALTA QUE É IMPORTANTE CONHECER SOBRE A CULTURA DO PAÍS

estratégias da mente chinesa".

Associar os dois aprendizados, pode ajudar a melhorar, e muito, o relacionamento com clientes ou parceiros estrangeiros.

tem aumentado gradativamente, ano a ano. A possibilidade de contato cada vez mais fácil, via internet, torna o aprendizado de outros idiomas cada vez mais necessário", conclui o coordenador.

Maria Alicé Bourdon, do Instituto Mercosul, acredita que a demanda pelo chinês mandarim no mundo dos negócios crescerá a

cada dia, por conta de uma particularidade do povo chinês: o apego à própria língua e às tradições.

Ela compara os orientais aos franceses. "Os franceses têm dificuldade em falar outras línguas. Quando nos comunicamos em inglês com eles, a conversa fica mais breve e fria. Se a comunicação se der em francês, a abertura é muito maior". ■

FACULDADE DE ININGÁ
uningá
PROFISSÕES DA SAÚDE
Graduação e Pós-graduação
www.uninga.br

ODONTOLOGIA
 FISIOTERAPIA
 ENFERMAGEM
 FONO/AUDILOGIA
 FARMÁCIA
 PSICOLOGIA
 BILOGIA
 BIOMEDICINA



DÊ VALOR A SUA MARCA E AO SEU CLIENTE

Quem faz impressos com a Regente, se preocupa com o dinheiro investido.

Além dos melhores serviços gráficos, você conta com uma
Agilidade tão grande quanto a nossa capacidade de produção.

Imprima na Gráfica Regente e valorize seu negócio.



Bem vindo ao mundo dos negócios!

MULTMARCAS

marcas & patentes desde 1994

&
Calisto Associados

Seja dono. Registre!

SIM

(Serviço de Informação Multmarcas)

www.multmarcas.com.br

0800.643.1626

multmarcas@multmarcas.com.br

MARINGÁ/PR - Av. Paissandú, 853 | Zona 03 | CEP 87050.130 | fone (44) 3226.3254 | fax (44) 3226.6864

FRANCA/SP - R. General Telles, 1463 | Ed. Esmeralda | Sala 112 | CEP 14400.450 | fone (16) 3724-1743 | fax (16) 3722-2758

SÃO CARLOS/SP - R. Luiz Procópio de Araújo Ferraz, 64 | CEP 13563.360 | fone (16) 9994.7299 | fone (16) 3376.2503

SÃO SEBASTIÃO DO PARAÍSO/MG - Av. Monsenhor Mancini, 150 | CEP 13563.360 | fone (16) 8135.7812 | fax (35) 3531.3485

Ingå
Tur

Passagens e pacotes nacionais
e internacionais

Voe **GOL** sempre a melhor tarifa!

Linhas aéreas inteligentes

Aeroporto Regional de Maringá (44) 3266-1001

www.expressomaringa.com.br

Expresso
MARINGÁ

Onde você é tudo.

Paraná - São Paulo - Mato Grosso do Sul

Ligue (44) 3227-6062



**Fretamento de ônibus
com frota própria!**

CURSOS

Informações pelo telefone (44) 3025-9636.

■ FORMAÇÃO DE INSTRUTORES INTERNOS

Instrutor: Elizabeth Willemann

Data: 11 a 29 de julho

Horário: das 19 às 23 horas

Objetivo: Capacitar profissionais para o exercício da função de instrutor interno nos diversos tipos de empresas. Informar sobre os fundamentos de educação no trabalho e sua vinculação com a prática de instrutoria. Vivenciar práticas de oratória e processos grupais e instrumentalizar os participantes com informações técnicas sobre instrutoria no ambiente de trabalho.

■ FLUXO DE CAIXA

Instrutor: Roberto Rivelino

Data: 11, 13 e 15 de julho

Horário: das 19 às 23 horas

Objetivo: Proporcionar aos participantes conhecimentos básicos e avançados sobre a elaboração do Demonstrativo de Fluxo de Caixa (DFC), bem como sua análise e interpretação, com vistas a um melhor gerenciamento dos recursos imediatamente disponíveis na empresa.

■ MATEMÁTICA FINANCEIRA

Instrutor: Carlos Alberto Gonçalves Júnior

Data: 18 a 22 de julho

Horário: das 19 às 23 horas

Objetivo: Propiciar aos participantes os conceitos e procedimentos necessários para utilização da calculadora HP 12C como ferramenta de trabalho para cálculos financeiros e demais cálculos rotineiros do dia-a-dia do setor financeiro.

■ FORMAÇÃO DE AUDITORES DA QUALIDADE – ISO 9001

Instrutor: Osmar da Cruz Martins

Data: 23 a 30 de julho

Horário: das 8 às 12 horas e das 13h30 às 17h30

Objetivo: Explicar as técnicas de auditorias, o fluxo do processo de realização de verificações e análise de documentos, as atividades de gerenciamento do processo de auditoria e programação de auditorias internas e a qualificação de auditores. Outro objetivo é proporcionar uma interpretação prática dos requisitos para Sistemas de Gestão da Qualidade e da Norma ISO 9001 versão 2000.

COPEJEM ENGAJADO NA CIDADANIA FISCAL

O Copejem - Conselho Permanente do Jovem Empresário - está finalizando os detalhes do Sejem 2005 - Seminário do Jovem Empresário - que será realizado de 12 a 25 de setembro, em Maringá.

Os jovens empresários associados da ACIM estão motivados com a série de atividades que vêm desenvolvendo, com destaque para a participação no estande do Feirão do Imposto, do Movimento pela Cidadania Fiscal, que foi montado na Expoingá, em maio, e coordenado pelo Copejem.

O estande foi um dos pontos altos do Movimento e alvo de muitos elogios dos empresários que o visitaram. O Copejem prepara-se agora para montar o Feirão do Imposto em um shopping da cidade.



CONSELHO DE SEGURANÇA



A nova diretoria do Conselho Comunitário de Segurança de Maringá tomou posse no dia 2 de maio. Everaldo Belo Moreno é o novo presidente, Vicente Milani é o 1º vice e Clélia Cordeiro assumiu a 2ª vice-presidência.

Durante a cerimônia de posse, autoridades e representantes de entidades de classe ressaltaram a importância da organização da sociedade de Maringá nas conquistas obtidas na área de segurança.

Graças ao empenho da sociedade, foi possível a implantação do Centro Integrado de Operações de Segurança (Ciosp), que, informatizado, centralizou as ligações telefônicas feitas às polícias Civil e Militar e ao Corpo de Bombeiros.

Na ocasião, presidentes de entidades criticaram as últimas gestões de governos estaduais por causa dos baixos investimentos na área de segurança para Maringá. Desde 1996, a cidade não recebe aumento no efetivo policial.



PROJETO BRASIL FORTE

A ACIM promoveu, no último dia 23, um almoço empresarial com Miguel Abuhab, vice-presidente da Associação Comercial de Joinville e fundador da Datasul - empresa líder em desenvolvimento de softwares empresariais.

Abuhab, que é engenheiro civil, veio a Maringá pedir apoio da ACIM ao projeto Brasil Forte, que propõe a transformação do país a partir de medidas como a mudança da estrutura de incidência e arrecadação de tributos.

Para isso, o projeto sugere a utilização das transações bancárias. As contas correntes e os boletos bancários passariam a não ter número, e sim o CPF ou o CNPJ do correntista ou da empresa devedora.

Em suas viagens pelo país, Abuhab chegou a apresentar seu projeto no Ministério da Fazenda e ao Banco Central, onde os técnicos se mostraram interessados "porque o que é proposto pode simplificar, tornar mais justos e eficientes os processos de arrecadação".



EMPRESÁRIO DO ANO 2005

Massayoshi Siraichi foi eleito, no mês passado, Empresário do Ano 2005 (leia entrevista na pág 6). A votação aconteceu na sede do Sivamar (foto). O nome de Siraichi foi escolhido por representantes de nove entidades e órgãos públicos.

Participaram do processo de indicação de nomes 25 entidades representativas da cidade. No ano passado, Edson Recco foi o Empresário do Ano.

A entrega da premiação será no dia 29 de julho, no Moinho Vermelho.

RESTITUIÇÃO DE RECOLHIMENTO INDEVIDO

A ACIM entrou com uma ação judicial contra o INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) e o Incra (Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária). A ação pede a isenção das empresas associadas do desconto mensal 0,2% na folha de pagamento, percentual destinado pelo INSS ao Incra. A ACIM contratou a Yamasaki Consultoria e Advocacia Empresarial para cuidar da ação.

O recolhimento é considerado indevido, segundo a ação judicial protocolada no mês passado, porque não há relação jurídico-tributária entre os associados da ACIM e o Incra. Entende-se que empresas urbanas não têm vínculos com a reforma agrária.

Por exigência judicial, será realizada uma Assembléia Geral Extraordinária, no dia 13 de julho, para que os associados ratifiquem a iniciativa da ACIM. Só com a aprovação dos associados o processo poderá continuar tramitando na Justiça.

MUDANÇA NO ESTAR AGRADA COMERCIANTES

Pesquisa realizada pelo Depea (Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM) mostra que quase 94% dos comerciantes consultados estão satisfeitos com o aumento do tempo de tolerância da Área de Estar para 30 minutos. Foram ouvidas 30 empresas, de diferentes segmentos.

"Com meia hora, o cliente tem tempo suficiente para pagar um carnê com mais tranquilidade", diz Vanderley Scanferla, gerente da loja A Brasileira. A dona de outra empresa que participou da pesquisa, Cleide da Rocha, da Gun Boy, completa: "O cliente tem uns minutos a mais até para olhar outros produtos na loja".

Por meio de pesquisas como esta, o Depea, criado em 2001, faz avaliações mensais de indicadores que apontam o desempenho de nove departamentos da ACIM. Além disso, o departamento também é responsável pelo serviço de atendimento ao associado pelo telefone 0800 e, ainda, realiza pesquisas com indicadores externos.



POR MAIS LIVRE E 'DEMOCRÁTICA' QUE ESTEJA A MODA, ALGUNS CÓDIGOS AINDA PRECISAM SER TRADUZIDOS E RESPEITADOS PARA UMA VERDADEIRA HARMONIA VISUAL. INFRINGIR AS REGRAS, NESTE CASO, NÃO DEMONSTRA ATITUDE E SIM FALTA DE CUIDADO

Esporte fino não é moletom de grife



COM QUE ROUPA EU VOU? PRESTAR ATENÇÃO NO CONVITE É O PRIMEIRO PASSO PARA NÃO ERRAR

A pilha de correspondência na mesa denuncia uma sucessão de contas e malas-diretas sem uma informação aparentemente interessante. Até que, lá no meio dos envelopes brancos e amarelões, surge um mais refinado, escrito a mão, que traz uma sensação de carinho. Ser convidado para uma festa sempre provoca uma reação positiva. Você se considera uma pessoa querida ou, no mínimo, poderosa.

Mas logo vem aquela preocupação: no convite estará impresso o traje sugerido para a ocasião. E você, principalmente se você for homem - sem preconceitos, por favor - irá se angustiar um pouquinho para entender o que significam aqueles termos. Mas, na verdade, tudo é muito fácil.

Em primeiro lugar, é preciso levar em conta o convite, pois ele já revela se a festa será casual ou sofisticada. No mais, é só seguir algumas regrinhas dispostas em qualquer manual do bem vestir.

O traje 'esporte' sugere uma roupa informal, mas nada que lembre uma academia de ginástica. É a roupa ideal para almoços, festas infantis e churrascos. Mas atenção: camisetas da época de faculdade ou de antigas campanhas políticas não combinam nem mesmo com um churrasco descontraído.

As mulheres podem apostar em vestidos de alça, terninhos claros, calça capri e camisa branca. Já para

eles cai bem calça de brim ou jeans, com camisa esportiva ou suéter.

REQUINTE TOTAL

Em certos convites, a categoria esporte pode ganhar um *up grade*: o 'esporte fino', ou 'passeio', como também é conhecido. Nesse caso vale um capricho a mais. Porém, nada de brilhos em excesso.

Elas podem ir de salto alto, *tailleur*, terninhos sociais, um bom vestido. Ficam valendo também jóias mais vistosas e decotes generosos. Para eles, o jeans já não é permitido. Antes das 18 horas camisa e calça esportiva estão liberadas. Após esse horário, o terno entra em cena, sem esquecer que os claros são usados apenas no verão.

Quando o convite indicar 'passeio completo' ou 'social', as mulheres já podem apostar em um brilho extra. Geralmente, esse tipo de traje é usado em casamentos e

comemorações oficiais.

Valem também decotes, fendas e uma certa transparência, mas não todos esses recursos no mesmo 'modelito'. Já a vida deles é facilitada pelo uso de terno escuro, camisa social e gravata. Esqueça o terno marrom.

O 'black-tie' ou 'rigor' traduz um requinte total, com direito a vestido de baile, longo ou curto, bem sofisticado. São perfeitos os tecidos preciosos, como rendas e tafetás. Não é a melhor hora para o pretinho básico.

Eles não devem abrir mão do smoking, pois essa será uma noite de gala. Capriche também nos sapatos, que devem ser pretos, de couro ou de verniz. Com essa pinta, aproveite para brincar de receber o Oscar em frente ao espelho. Juro que é divertido. Só não deixe ninguém ver!

Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda



INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCAÇÃO DO PARANÁ

EDUCAÇÃO À DISTÂNCIA COM QUALIDADE

O INSEP é a única instituição de educação superior, dos 26 Estados brasileiros, credenciada pelo MEC direta e exclusivamente para educação a distância. Isso, graças à qualidade de seu projeto pedagógico, à titulação de seus professores e à infra-estrutura. Autorizada a abrir telepostos (filiais) em qualquer cidade do Paraná. É mantida por uma organização de Maringá. Sua finalidade é qualificar professores, melhorar o relacionamento interpessoal e o desempenho profissional. Cursos: Normal Superior, de especialização e de extensão. Diploma com validade nacional.

É emprego para muita gente.



Vestibular - Inscrições abertas.
www.insep.edu.br
Fone: (44) 3225-1197



FALTA DE TEMPO NÃO É PROBLEMA!
VOCÊ ESCOLHE SEU HORÁRIO

Turnos e horários variados

Parabenizamos o Empresário do Ano Massayoshi Siraichi

que através das Empresas
ATDL vem prestando excelentes
serviços à comunidade e ao
segmento de transportes

RIVESA VOLVO
Ribeiro Veículos S/A

“É preciso acreditar”

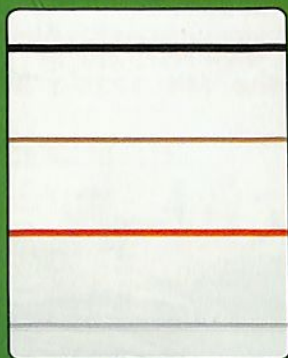


COMP MAG

visite nosso site
www.compomag.com.br



MDF CANALETADO



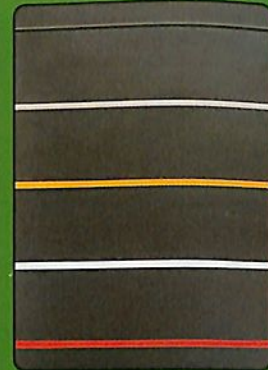
Branco



Marfim

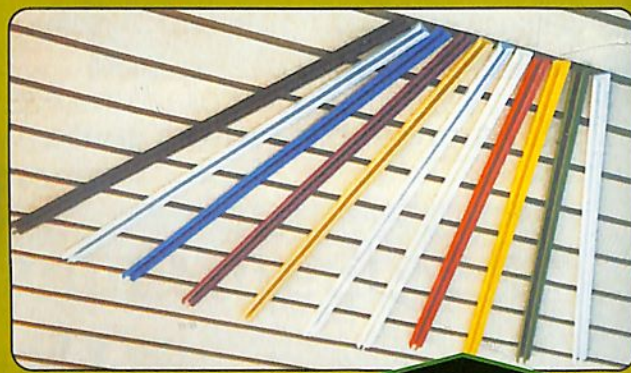
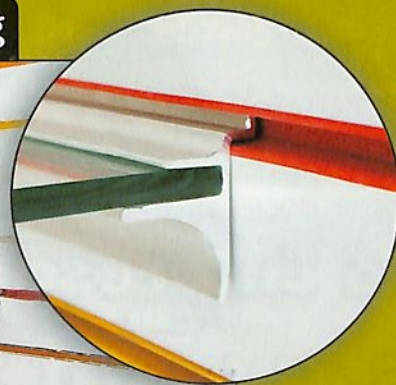


Cru



Preto

Lançamento Compmag



- Perfil PVC para Canaletado
- Perfil Alumínio para Canaletado

- Suporte prateleira para vidro de 1,20 x 0,8 mm
- Suporte prateleira para MDF compensado 1,220 x 15/18mm

Atenção Arquitetos

Executamos projetos com cores exclusivas e sob medida



Acessórios para Canaletados:
Ganchos, Acrílico p/ Calçados, Suportes Facas, etc.

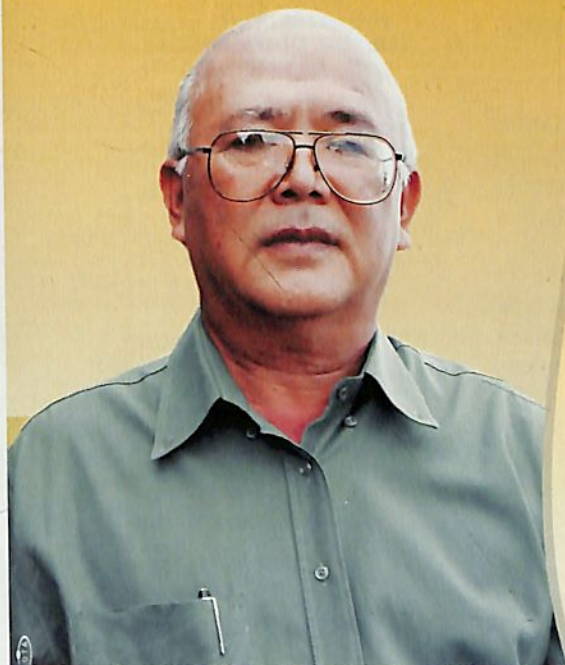
Tudo Pronta Entrega

Outros Produtos Comercializados:

- Maderite • Plastificado • Fenólico • Cola Branca
- MDF (Diversos padrões) • Fórmicas • Colas • Puxadores
- Aramados • Projetos para ambientes comerciais e residenciais

Vendas: 44 3026.6262

Av. Mauá, 1105 - Maringá - compomag@wnet.com.br



**Massayoshi Siraichi,
Liderança e dedicação empresarial,**

**Desprendimento às causas sociais
e da sociedade nipo-brasileira,**

**São marcas deste grande empresário
que tanto nos orgulha.**

**Parabéns ao homenageado e à
ACIM pelo justo reconhecimento!**

**Acema e
sua Diretoria**



**TRANSPORTANDO RIQUEZAS,
GERANDO DESENVOLVIMENTO
E RECEBENDO A HOMENAGEM
DOS MARINGAENSES.**

Massayoshi Siraichi, Empresário do Ano de 2005.


cocamar[®]
COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL



CIDADANIA FISCAL: CONSCIÊNCIA E AÇÃO

EM UMA SOCIEDADE SEMI-ANALFABETA EM CIDADANIA FISCAL, É FÁCIL ELEVAR A CARGA TRIBUTÁRIA ÀS ALTURAS, JÁ QUE NÃO TEMOS A EXATA NOÇÃO DE QUANTO PAGAMOS

Dias atrás, o ex-ministro da Fazenda, Pedro Malan, disse que o tema mais importante a ser debatido no Brasil neste início de século

refere-se à questão tributária e à aplicação dos recursos públicos, inserindo aí a equidade e a eficiência.

De fato, tudo o que se sonha para um município ou para um país depende da arrecadação dos tributos e da sua correta aplicação. Resumidamente, há três maneiras de se financiar um país, ou seja, de pagar os salários dos professores, as viaturas para a polícia, os postos de saúde, os investimentos em infraestrutura, etc, etc.

Primeiro, fazendo empréstimos, o que penaliza as futuras gerações que pagarão a dívida e os juros, como fazemos hoje, em função da farra do endividamento de anos atrás. Segundo, emitindo moeda - e já vimos este filme antes - com a conseqüente inflação, que penaliza as classes mais pobres. A terceira alternativa, e a mais justa, é através dos recursos advindos dos tributos.

Os tributos têm, então, uma função econômica e social muito importante. Porém, tão importante quanto a arrecadação, é como o poder público vem aplicando - ou não - esses recursos, que saíram de nossos salários (diminuindo o padrão de vida de nossas famílias) ou de nossas empresas (enfraquecendo o investimento).

Em uma sociedade semi-analfabeta em cidadania fiscal, é fácil elevar a carga tributária às alturas, já que não temos a exata noção de quanto pagamos. É fácil, também, desperdiçar o dinheiro público, seja pela corrupção ou pela incompetência gerencial, pois não sentimos que ele é nosso.

Mas a sociedade está despertando. Vários municípios, assim como Maringá, começam a lançar o Movimento pela Cidadania Fiscal, que trabalha em duas vertentes.

Uma delas é fazer pensar, incentivando o debate destas questões através de concursos de redações, monografias, filmes, música, palestras etc, envolvendo inicialmente as escolas e, na seqüência, todos os segmentos da sociedade.

A outra é fazer agir, através da criação de grupos treinados (inicialmente pela Controladoria Geral da União) para acompanhar as contas públicas municipais. É muito gratificante ver aposentados, professores, advogados, contabilistas, manifestando interesse em se capacitar para acompanhar as contas públicas.

O Movimento pela Cidadania Fiscal não vem para concorrer ou substituir as instituições responsáveis pela tarefa, e sim para auxiliá-las. Os desvios de recursos públicos ocorridos em Maringá são um combustível para que a sociedade abrace e participe do Movimento pela Cidadania Fiscal.

Lembremos que, embora os órgãos públicos tenham sido eficientes no processo, prendendo, autuando e condenando, houve pouca efetividade: quase nada do nosso dinheiro retornou aos cofres públicos. É característico das instituições públicas trabalharem a jusante dos problemas, isto é, depois que ocorreram.

O Movimento pela Cidadania Fiscal pretende trabalhar a montante, ou seja, antes que ocorram os problemas, despertando a consciência da população sobre a questão fiscal e agindo no acompanhamento das contas públicas, utilizando a força da opinião pública, o maior temor dos desonestos.

DÉCIO RUI PIALARISSI É DELEGADO DA RECEITA FEDERAL EM MARINGÁ

A REVISTA DE
NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO XLII Nº 446 JULHO/2005
PUBLICAÇÃO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ -
ACIM FONE: 3025-9595

DIRETORA RESPONSÁVEL
Tininha Rodrigues
Vice-presidente de Marketing

CONSELHO EDITORIAL
Tininha Rodrigues, Wilson de
Matos Silva Filho, Clélia Cordeiro Hilgemberg,
Dirceu Herrero Gomes, Sérgio Gino, João Paulo Silva
Júnior, Altair Aparecido Galvão, Miriam de Moraes
Parmezani, Regina Daefiol e Giovana Campanha

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Regina Daefiol MTB 2538/10/89 Pr

COLABORADORES
Giovana Campanha, Bruna Moreschi,
Lucinéia Parra, Vanessa Bellei, Fábio
Cavazotti, Ana Flávia Col

PROJETO GRÁFICO
CACO BISOL PRODUÇÃO GRÁFICA
FONE: 11 3726 5502
cbisol@maclink.com.br

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Regina Daefiol
Giovana Campanha
Sérgio Gino

CAPA
Thiara Lety Soares Stivari (produção)
Bruna Moreschi (foto)

PRODUÇÃO
Textual Comunicação
Fone: 44-3031-7676
textual@textualcom.com.br

FOTOS
Bruna Moreschi

FOTOLITOS E IMPRESSÃO
Gráfica Regente

CONTATO COMERCIAL
Altair Aparecido Galvão - 44-9972-8779

ESCREVA-NOS
Rua Basílio Saultchuk, 388
Caixa Postal 1033 Maringá - Paraná
CEP 87013-190
e-mail: imprensa@acim.com.br

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE: Ariovaldo Costa Paulo
CONSELHO SUPERIOR - Presidente: Jefferson Nogaroli
COPEJEM - Presidente: Michel Soares
ACIM MULHER - Presidente: Anália Nasser
CONSELHO DE COMÉRCIO E SERVIÇOS -
Presidente: Antônio Fermenton

Viaje para São Paulo da forma mais adequada:
DORMINDO.



Leito-Cama

Ônibus com poltrona
de inclinação 180°



GARCIA
Diminuindo Distâncias. Aproximando Pessoas

INFORMAÇÕES E PASSAGENS • MARINGÁ: RODOVIÁRIA: (44) 3227.1115 • LOJA DE PASSAGENS: (44) 3227.3209
• SÃO PAULO: RODOVIÁRIA: (11) 3392.7699 - www.viacaogarcia.com.br

PRINCIPAIS CIDADES ATENDIDAS PELA VIACÃO GARCIA

- Campinas • Americana • Piracicaba • Sorocaba • Ribeirão Preto • Uberaba • Franca • Barretos • Bauru • São Paulo • São Bernardo do Campo
- São José dos Campos • Santos • Osasco • Araraquara • Jundiaí • Jaú • Rio de Janeiro • Curitiba • Ponta Grossa • Foz do Iguaçu • Cascavel • Campo Mourão
- Guaíra • Umuarama • Cianorte • Loanda • Paranavaí • Londrina • Apucarana • Presidente Prudente • Araçatuba • Catanduva • Ourinhos

Sistema de Gestão Integrado DB1

As peças necessárias para você administrar o seu negócio



O Software de Gestão Empresarial da DB1 é uma solução completa que ajudará você a alavancar seu negócio. É um Sistema voltado para a Gestão de Resultados, com alta agilidade e flexibilidade para manter e fornecer informações.



DB1 Informática
Software e Consultoria

ORACLE PARTNER



DELPHI
MULTI-TIER



PHI
MEMBER

www.db1.com.br

Fone/Fax: (44) 3025-6005 | Av. João Paulino Vieira Filho, 672 | sala 404 | Ed. New Center | Maringá - PR

vendas@db1.com.br