

Revista

ACIM

R\$ 5,00
Setembro/2005
Nº 448
Ano 42

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

PESO PESADO

**A qualidade publicitária de
Maringá conquista o Paraná**

GRANDES & LÍDERES

500

ANS - n.º 371254

A Unimed Regional Maringá desponta no ranking das maiores e melhores empresas da região Sul.

Estamos entre as 5 empresas de maior rentabilidade em relação às receitas.

Somos mais de 640 médicos cooperados, quase 100 mil clientes e 170 colaboradores, formando uma família que coloca a qualidade de vida, o respeito e a responsabilidade social em 1º lugar.



Seu plano, sua vida.

Unimed 
Maringá



A TRANSPARÊNCIA DESEJADA

A empresa Transporte Coletivo Cidade Canção veio até a Associação Comercial pedir apoio na busca de soluções para o transporte público da cidade.

Um estudo encomendado pela TCCC, que a Revista ACIM traz com exclusividade nesta edição, mostrou que o sistema precisa de ajustes.

Um dos pedidos feitos pela concessionária é que o empresariado estude a possibilidade de flexibilizar o expediente de trabalho das empresas. Uma comissão já foi formada para estudar a viabilidade da medida.

A ACIM se mostrou aberta a discutir soluções para a questão, vital para a cidade, que cresce a cada ano, exigindo adaptações na infra-estrutura de serviços públicos.

Dentro deste espírito, empresários de Maringá, Sarandi e Paiçandu, apoiados pelas prefeituras, solicitaram à TCCC a integração e a unificação das tarifas do transporte coletivo entre as três cidades. A medida beneficiaria empresários e trabalhadores.

A ACIM também protocolou junto à prefeitura de Maringá um pedido para que o prefeito baixe decreto determinando a disponibilização de informações sobre os créditos do vale-transporte.

Essas informações são desconhecidas pelas empresas. Hoje não há como saber se os cartões dos colaboradores têm ou não créditos acumulados. É muito comum o trabalhador não usar todos os créditos do vale-transporte dentro do mês. Isso gera um acúmulo de créditos.

Se a TCCC abrir essas informações para as empresas serão evitados gastos desnecessários, inclusive para o trabalhador. Isso porque não será ne-

cessário que o cartão do colaborador que tenha crédito acumulado seja novamente carregado com o total disponibilizado pelo vale-transporte no mês. Afinal, o benefício é custeado pela empresa e pelo trabalhador.

Sem uma forma de controlar os créditos acumulados, surgem dúvidas. Por isso estamos tentando buscar junto a TCCC as informações que se fazem necessárias.

E disponibilizar essas informações não é tarefa difícil e nem de alto custo para a empresa. Basta que os dados possam ser acessados via internet.

Talvez poucos empresários tenham parado para pensar no quanto representa para sua empresa, em termos financeiros, os créditos acumulados e não utilizados durante um mês. Se multiplicarmos isso por todas as empresas de Maringá que concedem vale-transporte para seus funcionários, o resultado deverá assustar muita gente.

A transparência deve ser uma das premissas da empresa concessionária. Especialmente porque o transporte coletivo é um serviço público concedido para a iniciativa privada.

Acreditamos que, dentro de pouco tempo, poderemos esclarecer nossos associados com as informações que certamente serão disponibilizadas pela TCCC. Tanto que solicitamos à prefeitura e à empresa, através de ofício, uma cópia da planilha de custos do transporte coletivo.

Por ser tão importante para a cidade, o transporte coletivo deve ser uma preocupação de todos. Tanto em relação à qualidade do serviço prestado, como também à forma como é administrado.

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

Índice

REVISTA ACIM ANO 42 Nº 448

ENTREVISTA

6

O professor do Departamento de Filosofia da Universidade Estadual de Londrina, Lourenço Zancanaro, fala sobre a corrupção no Brasil

CAPA

16

Maringá é o segundo mercado publicitário do Paraná em relação ao volume de recursos movimentados. Saiba por quê

PONTA DE ESTOQUE

22

Feira repete o sucesso de anos anteriores, atraindo 325 mil visitantes. Lojistas ficaram satisfeitos com o resultado

TRANSPORTE

30

Uma radiografia do setor em Maringá, com números inéditos de estudo encomendado pela concessionária do serviço

MERCADO DO LUXO

42

Setor cresce no país e esse nicho de mercado começa a ser mais explorado em Maringá





SOLICITE A VISITA DE UM AGENTE AUTORIZADO. LIGU



**NOSSOS CONSULTORES
APRESENTAM
SERVIÇOS DIFERENCIADOS
PARA A EMPRESA
MAIS IMPORTANTE
DO MUNDO: A SUA.**

Sua empresa enfrenta muitos desafios para crescer. Nada melhor do que ter ao seu lado alguém que entenda isso. A Brasil Telecom coloca a sua disposição Teleconsultores e Agentes Autorizados preparados para oferecer as soluções em telecomunicações que a sua empresa realmente precisa.

Brasil Telecom. Mais possibilidades, mais negócios.

0800 643 0014.



Brasil Telecom

Vale a pena
ASSISTIR

ADEMIR C. BAPTISTA, DESIGNER GRÁFICO DA RB SUL PROPAGANDA



A ÚLTIMA NOITE
SPIKE LEE (2002)

O amargurado Montgomery Brogan é um traficante de drogas condenado a sete anos de prisão. Em seu último dia de liberdade, ele resolve organizar uma festa de despedida com todos seus amigos e familiares. O que era para ser um momento de descontração torna-se um tormento, pois ele passa a recordar os momentos de sua vida e a resolver os problemas pessoais que tem com todos. Vale a pena conferir.

EU NÃO TENHO MEDO
GABRIELE SALVATORES (2003)

Num pequeno vilarejo rodeado por campos de trigo, localizado no quente sul da Itália, se desenrola a história sobre aventuras, descobertas, amizade e tragédias. Seis crianças se aventuram pelos campos de trigo desertos com suas bicicletas. Escondido no milharal, Michele, de nove anos, encontra um segredo tão grave e tão terrível que ele decide não contar a ninguém. O filme é muito bom e é baseado no livro com o mesmo título de Niccolò Ammaniti.

Vale a pena
NAVEGAR

LUIZ CÉSAR LOPES, CONSULTOR DA EMPRESA DALE CARNEGIE TRAINING



<http://www.endeavor.org.br>

Este site, do Instituto Empreender Endeavor, tem como objetivo promover desenvolvimento sócio-econômico através do empreendedorismo de inovação, estimulando a criação de empresas inovadoras em mercados emergentes.

<http://www.clubedoempreendedor.com.br>

O site visa promover uma rede de relacionamento entre os empreendedores. Orientações para a busca de investidores e para a elaboração de plano de negócio.

www.abcr.com.br

Site da Associação Brasileira dos Captadores de Recursos, que apóia o terceiro setor. No portal, pode-se encontrar dicas de como captar recursos, inclusive de fundações internacionais, de livros, cursos, além de notícias.

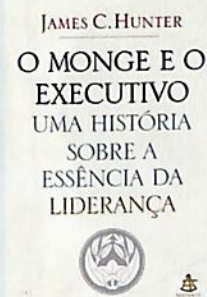
<http://www.rits.org.br>

O site é uma rede virtual de informações voltadas ao fortalecimento dos movimentos sociais e das organizações da sociedade civil.

O que estou
LENDO

SHIGUEO SUSUKI, OFTALMOLOGISTA

O livro conta a vida de um homem bem-sucedido, mas, paradoxalmente, se vê fracassado como executivo, marido e pai. Na busca de um novo caminho decide participar de um retiro num mosteiro, onde conhece um monge que dá outro rumo a sua vida. É um livro envolvente, onde se aprende princípios de liderança para construir uma carreira de sucesso.



O Monge e o Executivo
James C. Hunter
Editora Sextante
144 páginas

EDSON LOPES, SÓCIO-PROPRIETÁRIO DA PEQUENO GIGANTE BOLSAS INFANTIS

Este romance mostra de maneira muito envolvente as aventuras e sonhos de Marco Polo, um estudante de medicina que se envolve em situações inusitadas com mendigos, professores e médicos de renome internacional. Estes relacionamentos visam resgatar pessoas com sonhos frustrados, futuros desfeitos e esperanças perdidas. O livro é indicado para quem quer sair do lugar comum e que acredita que uma história de vida pode ser refeita.



O Futuro da humanidade – A saga de Marco Polo
Augusto Cury
Editora Sextante
249 páginas

Vale a pena
OUVIR

SUELI ROMERO, SÓCIA-PROPRIETÁRIA DA LOJA KAYANA



AMÉRICA RODEIO - COLETÂNEA (2005)

Este CD reúne música sertaneja e country. Nele estão alguns dos grandes clássicos dos rodeios e festas country do Brasil e do mundo. Nomes como Alan Jackson, Zezé Di Camargo e Luciano e Bruno & Marrone estão na coletânea. Indicado para jovens e adultos que apreciam a música sertaneja e é obrigatório em festas de estilo country.

UM SÓ CORAÇÃO - ANJOS DE RESGATE (2005)

Este é o terceiro CD da banda Anjos de Resgate, que reúne músicas católicas. Com 13 canções de louvor,

oração e belíssimos cânticos eucarísticos. "Um só coração" tem a participação inédita de Padre Zezinho com a canção "Mãe da Eucaristia". É um CD para todos aqueles que procuram um Deus único, amor e paz, independente de religião.



NÓS DAMOS A CHANCE! O RESTO É COM VOCÊ!

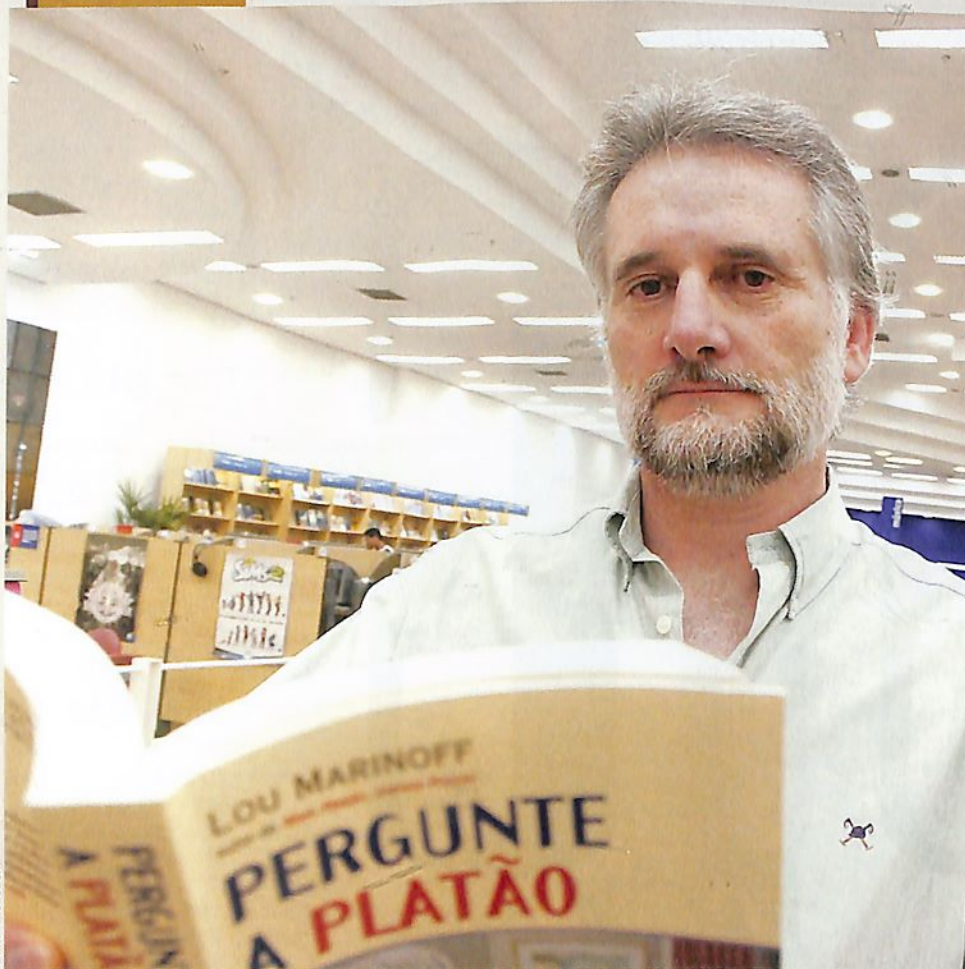
O CarWash Chopperia quer deixar o seu domingo mais agitado! O novo projeto *GIG no Bar* dará oportunidade para os artistas amadores revelarem todo o seu talento! Você pode tocar seu instrumento musical, soltar a voz, enfim, mostrar o artista que existe dentro de você!

O *GIG no Bar* é um projeto diferente e muito divertido! Seus domingos não serão mais os mesmos!



Chopperia
Temporada Perpetua

As raízes da corrupção



Bruna Moreschi

“VAI GERAÇÃO, VEM GERAÇÃO E A SOCIEDADE BRASILEIRA REPETE O COMPORTAMENTO ANTI-SOCIAL, PRIVATISTA E INDIVIDUALISTA. A CORRUPÇÃO INCORPORA EXATAMENTE ESSES PADRÕES.” A AFIRMAÇÃO É DO PROFESSOR DO DEPARTAMENTO DE FILOSOFIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE LONDRINA (UEL), LOURENÇO ZANCANARO. SEGUNDO ELE, A CORRUPÇÃO NO BRASIL ESTÁ LIGADA AO MODELO DE GOVERNO PATRIMONIALISTA, QUE FAVORECE O CLIENTELISMO E A DEFESA DE INTERESSES INDIVIDUAIS. O PROFESSOR ZANCANARO FALOU SOBRE AS ORIGENS DA CORRUPÇÃO NO BRASIL NESTA ENTREVISTA À REVISTA ACIM

DIANTE DAS GRAVES DENÚNCIAS ENVOLVENDO MEMBROS DO GOVERNO FEDERAL, É INEVITÁVEL A PERGUNTA: QUAL A ORIGEM DA CORRUPÇÃO NO BRASIL?

Já foram realizados estudos confiáveis que mostram que a origem da corrupção no Brasil está vinculada ao modelo patrimonialista de governar. Num Estado patrimonial o governo administra o bem público como se fosse uma extensão de sua própria casa. O fundamento é: na minha casa administro o salário do jeito que eu quiser, tomo as decisões tendo por base a aten-

ção aos meus familiares e a defesa incondicional dos seus interesses. Esse modelo, quando transportado para a administração pública, cria uma relação de dependência, um clientelismo. No Estado, a pessoa do governante torna-se o grande pai pronto para tudo, sendo obrigação dele resolver os problemas do cidadão. Neste caso, o padrão de medida não é a igualdade de todos, mas a amizade, o interesse, o apadrinhamento. Além de tudo, num país como o Brasil, com tantos vulneráveis sociais, com tantos pobres, esse cli-

entelismo torna-se uma forma eficaz de cooptação do cidadão.

NA OPINIÃO DO SENHOR, A CORRUPÇÃO É UMA QUESTÃO CULTURAL?

A corrupção também é uma questão cultural, mas não podemos afirmar que ela seja um fenômeno somente cultural. Há dois pontos, a meu ver. Primeiro, existe em nós algo próprio da constituição humana, uma tendência à transgressão. Uma frase bíblica pronunciada por São Paulo ilustra bem o que quero dizer: “Não faço

“ Se prestarmos atenção temos pequenas “Brasílias” em nossas cidades, em nossas instituições. Existe um problema nacional sim, mas a solução é local ”

o bem que quero, mas o mal que não quero”. Isto com certeza já está dentro de nós como uma tendência. Em segundo lugar, a questão cultural tem uma força muito grande à medida que nos determina a certos hábitos e costumes. A cultura é um exercício de valores e antivalores, que sucessivamente são reforçados por hábitos e que estão arraigados, por exemplo, na administração pública. A herança portuguesa se insere exatamente neste contexto. Portugal foi um Estado patrimonial e não um Estado racional. A diferença entre ambos é a seguinte: o Estado racional é aquele em que as decisões são tomadas segundo o que estabelece a lei, a Constituição. No patrimonial as decisões são pessoais. Muito dessa herança ainda está presente em nossa sociedade, na medida em que essas ações são reforçadas atualmente por essas práticas políticas.

HÁ AQUELA MÁXIMA QUE DIZ: OS POLÍTICOS SÃO UM RETRATO E UM PRODUTO DA SOCIEDADE. ISSO SIGNIFICA QUE O POVO BRASILEIRO É, POR PRINCÍPIO, CORRUPTO?

A primeira premissa é correta, realmente os políticos são um retrato disso que está aí. Entretanto, acredito que nenhum povo é, por princípio, corrupto. O povo brasileiro é bom, solidário, mas precisa sobreviver. Quando a lei, que deve proteger o cidadão e ser garantia de democratização de oportunidades, não se constitui numa prática ou política pública, cada um se vira como pode. Isto

produz um círculo vicioso. Neste caso, as ações simplesmente reproduzem este estado de coisas. Os políticos o reproduzem através de muitas de suas práticas. Nós também o reproduzimos através de práticas menores, como aquela idéia de que ética é coisa de “trouxa”. Quem se deu bem na vida? Aquele que não teve nenhum escrúpulo, nenhum padrão de medida para suas ações. Vai geração, vem geração e a sociedade repete o comportamento anti-social, privatista e individualista. A corrupção incorpora exatamente esses padrões. Não acredito que somos corruptos por princípio. O Estado de Direito deve se nutrir do princípio de que é melhor um governo de leis a um governo de homens. Esta deve ser a meta se quisermos um país de cidadãos conscientes de seus direitos e deveres.

EM PAÍSES ONDE OS ÍNDICES DE CORRUPÇÃO SÃO INFINITAMENTE MENORES QUE O BRASIL, COMO FOI POSSÍVEL CHEGAR A ESSA SITUAÇÃO?

O ponto de partida é a educação, no sentido mais amplo possível. Quando falamos em educação, logo remetemos nosso olhar para a escola, aquele prédio onde os alunos estudam. O grande poder de transformação da nossa sociedade, hoje, não é mais nem a escola e nem a família. Quem realmente opera mudanças é a publicidade, em todas as suas formas. Imagine uma professora trabalhando du-

rante suas aulas o tema cidadania, os direitos e os deveres do cidadão. Imagine este jovem chegando a sua casa, vendo as notícias sobre violência, corrupção, muitos dos nossos representantes, eleitos com o voto dos seus pais, mentindo deslavadamente. Pronto! O trabalho da professora está inteiramente comprometido. E muitos ainda têm a petulância de dizer que nossa escola é de péssima qualidade. A escola é o reflexo da sociedade. Estamos colhendo aquilo que foi plantado. Infelizmente, muitas ações reproduzem e reforçam comportamentos espúrios como é o caso do festival de mentiras que estamos assistindo.

O FATO DESSES CASOS DE CORRUPÇÃO ESTAREM ACONTECENDO JUSTAMENTE DENTRO DE UM GOVERNO QUE FOI ELEITO E ACLAMADO NAS RUAS PIORA A DESCRENÇA DO BRASILEIRO?

Todo o acontecimento tem um sentido pedagógico e espero que esses tragam à sociedade brasileira um “progresso moral”. Esses casos de corrupção mostram que o discurso pode ser muito bonito, faz bem aos ouvidos e encanta, mas só a prática pode legitimá-lo. Talvez o desencanto seja muito maior porque esperávamos que o atual governo fosse diferente e de repente percebemos que era exatamente igual aos antecessores. Eu quero acreditar que essa crise seja uma forma de depuração, de “progresso da razão”, de avanço no entendimento e do significado

positivo que deve ter a política. Historicamente a política sempre esteve pautada pela violência e pelo ódio. Nossos representantes não são diferentes. Aliás, nós não somos diferentes. Se prestarmos atenção temos pequenas "Brasílias" em nossas cidades, em nossas instituições. Existe um problema nacional sim, mas a solução é local.

O SENHOR ACREDITA QUE O PAÍS PODERÁ, UM DIA, SE LIVRAR DESSE PROBLEMA?

A nossa sociedade, tradicionalmente, sempre foi fraca e o Estado forte. Esse fator impossibilitou a discussão de uma moral social, onde a sociedade pudesse estabelecer um "mínimo moral", ou seja, regras básicas que pudessem ser expressão da força social. A Inglaterra iniciou esse processo de discussão há quatro séculos. Podemos dizer que isto se constitui no verdadeiro processo de construção da cidadania. A verdadeira cidadania é impossível numa sociedade que não tem o mínimo de ética. A ética transformada em política pública torna-se condição necessária para que esse projeto tenha sucesso.

A PARTICIPAÇÃO POPULAR PODE, CONCRETAMENTE, AJUDAR NO COMBATE À CORRUPÇÃO?

Esse é o caminho. Uma sociedade forte não aceita ações corporativas, mentiras deslavadas, acordos espúrios. O que se deseja é que as ações dos governantes sejam realizadas não para as próximas eleições, mas para as gerações fu-



Bruna Moreschi

"A CORRUPÇÃO É O EXEMPLO MAIS CLARO DE AUSÊNCIA COMPLETA DE RESPEITO À DIGNIDADE DO POVO BRASILEIRO"

turas. O foco de uma administração patrimonial é resolver ações imediatas, que possam ter reflexos imediatos e grande visibilidade na mídia. Por isso é que se constroem prédios, pontes, viadutos.

MAS, COMO ESTIMULAR A PARTICIPAÇÃO POPULAR, SE O ELEITOR ESTÁ CADA VEZ MAIS DESCRENTE E DESANIMADO COM A POLÍTICA?

Estimular a participação é um desafio permanente de toda a sociedade e da própria condição humana. Se nós não formos estimulados, poderemos esquecer com muita facilidade que devemos amar, ser fraternos e respeitar as pessoas. O grande problema é que historicamente muito pouco se cuidou das gerações presentes. Sabemos que, quanto mais se cuida das gerações presentes, mais se estará cuidando das futuras. Os fatos atuais revelam, mais uma vez, o desprezo por esse cuidado. Geramos então uma sociedade cada vez mais individualista. Outro aspecto importante para

estimular a participação popular é uma reforma política séria. A coragem de fazê-la implica na possibilidade da eliminação da promiscuidade entre os partidos políticos, exigindo como regra a fidelidade partidária. Mudar de partido a cada crise revela a ausência de caráter de muitos que elegemos. A legislação permite

que essas coisas aconteçam porque é feita para preservar os interesses daqueles que a criaram.

OS DEPOIMENTOS NAS CPIs QUE INVESTIGAM AS DENÚNCIAS DE CORRUPÇÃO VÊM SENDO TRANSMITIDOS AO VIVO POR EMISSORAS DE RÁDIO E TELEVISÃO. COMO O SENHOR ANALISA O PAPEL DA IMPRENSA NESTA CRISE POLÍTICA?

Sempre afirmo que quanto mais conhecermos aquilo que deve ser o nosso comportamento diante das mais diferentes situações, quanto mais fizermos uma reflexão ética sobre o ideal das nossas ações, mais abriremos a possibilidade de avaliarmos o que de fato acontece. Assim como a cidadania, a ética só se torna verdadeira quando se torna política pública. A informação sempre tem os seus dois lados: pode informar, esclarecer, ser um instrumento de auto-avaliação, como também pode ser instrumento de alienação. Muitas vezes torna-se difícil perceber quando é uma coisa ou outra. Só conseguiremos ver exatamente essa diferença quando a sociedade estiver

alicerçada em valores que possam ser descritos como respeito à dignidade das pessoas. As pessoas precisam se sentir sujeitos de respeito. Quando percebo que usaram meu voto para buscar sucesso pessoal, que a pessoa que está me representando sob minha autorização não o está fazendo, concluo que ela não tem o mínimo respeito à dignidade humana. A corrupção é o exemplo mais claro de ausência completa de respeito à dignidade do povo brasileiro. Quando somos usados nos constituímos simplesmente em objetos. Para muitos da "classe política", enquanto servirmos para um determinado fim, tudo bem. Depois seremos descartados como se nada valêssemos. A imprensa deve exercer seu papel de de-

ensora de valores. Sei, todavia, que isto é muito difícil porque as empresas de comunicação também têm seus interesses. Aí é que mora o perigo. A imprensa precisa ser cidadã, indignar-se mostrando a necessidade do respeito à dignidade das pessoas.

“O Estado de Direito deve se nutrir no princípio de que é melhor um governo de leis a um governo de homens. Esta deve ser a meta se quisermos um país de cidadãos conscientes de seus direitos e deveres”

POR QUE SÓ AGORA VIERAM À TONA TANTOS ESCÂNDALOS? SERÁ QUE A CORRUPÇÃO AUMENTOU?

A corrupção não aumentou. Nós é que estamos sendo mais informados, e isso é bom. Vivemos um bom momento do ponto de vista pedagógico. As pessoas estão se posicionando e a imprensa tem contribuído enormemente para isso. Isso contribui para conscientizar, pois a informação passa a ser mais democrática. Entretanto ainda há problemas. Os telejornais são apresentados em forma de show e isto não permite a reflexão e nem o verdadeiro entendimento de muitos problemas, que normalmente são apresentados pela metade ou de forma truncada. Mas a liberdade de imprensa precisa ser preservada. Ela é fundamental para a democracia. ■

RBM



Não use dinheiro no ônibus.
Use o cartão, ele dá direito ao
bônus e à integração.



O cartão Passe fácil da TCCC que sempre foi um sucesso agora ficou melhor ainda, porque com a sua utilização, você vai passar a ter mais uma vantagem.

A grande novidade é que a partir de 01 de setembro, utilizando seu cartão das 08:30 às 11:00 Horas e das 13:30 às 16:00 Horas você vai ganhar um bônus de 10%, com isso a cada **10** viagens você ganha **uma**.

TCCC e Prefeitura de Maringá trabalhando juntas para oferecer sempre o melhor transporte.

Tem direito ao bônus: portador do Cartão Passe Fácil que faz uso nos horários pré-estabelecidos

APOIO PARA OS DIABÉTICOS

A Associação dos Diabéticos de Maringá e Região (Adim) está oferecendo terapia em grupo com a psicóloga Daniela Botti Marcelino, para adolescentes portadores de diabetes e para pessoas acima de 45 anos. A atividade é gratuita e tem o objetivo de preparar os portadores de diabetes para uma vida mais saudável, tanto do ponto de vista físico como psicológico.

A entidade também dispõe de uma pequena loja (foto) que oferece produtos dietéticos a preço de custo para auxiliar o diabético a manter a saúde.

Qualquer pessoa pode fazer parte da associação, como voluntário ou associado. Mais informações podem ser obtidas no site da entidade



Bruna Moreschi

(www.adim.org.br) ou pelos telefones 3031-0448 e 3269-7488. A Adim fica na avenida Prudente de Moraes, 96.

EXECUTIVOS EM PÂNICO

Estudo realizado entre executivos mostra que depressão e estresse funcionam como gatilhos para a síndrome do pânico. Durante cinco anos, cientistas da Osaka University Graduate School of Medicine, do Hospital Municipal de Toyonaka, e da Konan Women's University acompanharam 1.602 executivos de uma companhia de seguros japonesa. O objetivo foi avaliar os fatores de risco associados com o primeiro ataque de pânico e também a possibilidade de episódios recorrentes. Os resultados mostraram que o risco de um ataque de pânico é cinco vezes maior nos executivos com antecedentes de depressão e três vezes maior naqueles que passaram por uma situação estressante recente. Segundo especialistas, o primeiro ataque costuma acontecer em pessoas com idade entre 25 e 40 anos. A doença atinge cerca de 2,5% da população mundial e a prevalência é duas vezes maior nas mulheres.



CARTÕES DE NATAL

No dia 9 de setembro, às 20 horas, no Aspen Park Shopping Center, acontece o lançamento dos cartões de Natal do Hospital Universitário de Maringá. Os cartões são decorados com pinturas criadas voluntariamente por seis artistas maringaenses: Lilia Lobo, Junior Terra, Ellen Pessoa, Tânia Machado, Massayuki Seko e Solange Bochnia.

Até o dia 16 a comercialização estará sendo feita no Aspen Park. Depois dessa data, os cartões poderão ser adquiridos na Sociedade Médica de Maringá e no Hospital Universitário, até 15 de novembro. O dinheiro arrecadado será usado para atender as necessidades do Hospital Universitário.

A venda dos cartões, que acontece desde 1999, é uma iniciativa da Associação de Amigos do HU, entidade que reúne cerca de 25 voluntários dedicados a ações em benefício do Hospital Universitário.

ALPHAVILLE URBANISMO RECEBE PRÊMIO

Com o case “Valores e Saúde: Mens Sana in Corpore Sano”, a AlphaVille Urbanismo S.A conquistou o prêmio “Top de RH 2005” pelo segundo ano consecutivo. O prêmio foi entregue no dia 30 de agosto pela ADVB - Associação de Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil. Os mesmos valores de qualidade de vida que fizeram a AlphaVille Urbanismo expandir sua marca pelo país foram entendidos ao quadro de colaboradores da empresa, que supera uma centena.

Entre as ações desenvolvidas destaca-se o programa de Qualidade de Vida, em parceria com a Amil Assistência Médica Internacional, que introduziu hábitos saudáveis dentro e fora do ambiente de trabalho. Os colaboradores passaram por uma série de exames para detectar doenças cardíacas, hipertensão e diabetes. Foram realizadas palestras e o combate ao sedentarismo tornou-se meta. A empresa passou a incentivar práticas esportivas, que ganham novos adeptos a cada dia, e a oferecer aulas de yoga.



DEM AÍ O 3º ENAF MARINGÁ

Em 15 de setembro será aberto em Maringá o 3º ENAF (Encontro Nacional de Atividade Física), que se estenderá até o dia 18, na Vila Olímpica. A abertura oficial será às 19h30, no auditório do Cesumar, com a palestra “Mitos e fatos sobre dieta, nutrição e exercício”, com o médico Turíbio Leite Barros.

O evento, que deve reunir 1.500 participantes, é voltado para profissionais e estudantes de Educação Física, Fisioterapia e Nutrição que buscam capacitação e aperfeiçoamento profissional. Serão 20 cursos, realizados de 8 às 22 horas, com aulas práticas e teóricas. Simultaneamente ao ENAF, uma Feira de Sport Fitness, com expositores de todo o país, apresentará as novidades do setor.

Previna reclamações trabalhistas e multas do Ministério do Trabalho

- Diagnósticos
- Assessoria e Treinamento
- Reorganização de Documentos
- Gerenciamento de Depto Pessoal
- Gerenciamento de Cartão Ponto



DP Total
Gerenciamento de Depto Pessoal

“A solução para o depto pessoal não vem somente em uma caixa de software, mas juntamente com os profissionais da DPTotal”

www.dptotal.com.br ✉ dptotal@dptotal.com.br
Douglas Camillo - 44 9961-1430 - Maringá - PR

CAMPEONATO BRASILEIRO

O futebol está movimentando a economia de Maringá. Desde o mês de julho a cidade está sediando importantes jogos do Campeonato Brasileiro. Nas três primeiras partidas o público totalizou 52 mil pessoas. Hotéis, lanchonetes e restaurantes ficaram lotados. Outro fato importante é a projeção de Maringá na mídia nacional.

O Galo Maringá, fundado em maio deste ano, comprou o direito de sediar quatro partidas disputadas pelo Paraná Clube. O primeiro jogo aconteceu em 16 de julho, contra o Corinthians. O segundo foi no dia 7 de agosto, com o Santos (foto) e, depois, com o São Paulo, no dia 28. A próxima partida, quando o Paraná enfrenta o Palmeiras, está marcada para o dia 11 de setembro.

Segundo o empresário Leandro Falleiro, que faz parte da diretoria do Galo, boa parte do público vem de fora. No jogo do Santos, a prefeitura realizou um levantamento no estacionamento do está-



Altair Galvão

dio Willie Davids e constatou que 180 carros eram de fora de Maringá. Sem contar 30 excursões que vieram de outras cidades.

NEGÓCIOS NO PARANÁ FASHION

A artesã Marlene Evangelista, que fabrica bijuterias e é dona da marca Ametista, está comemorando os resultados das rodadas de negócios realizadas durante o Paraná Fashion. Ela fechou contrato com uma empresa do Canadá, a M. Brazilian Wear.



Bruna Moreschi

Marlene participou também de rodadas com importadores da Europa e de outros países da América do Norte. Suas peças foram apresentadas num desfile exclusivo para compradores, realizado no segundo dia do Paraná Fashion.

A artesã participa do programa Primeira Exportação, do Instituto Mercosul, que deu todo o apoio necessário para sua participação no evento.

O tipo de peças produzido por Marlene, que utiliza produtos naturais, como sementes, faz muito sucesso no exterior, especialmente na Europa. De olho nas exportações, ela está treinando pessoal para aumentar a produção.

SICOOB CENTRAL PARANÁ

Com a presença de dirigentes de todas as cooperativas de crédito filiadas, foi realizada em 23 de agosto, em Maringá, a Assembléia Geral Extraordinária do Sicoob Central Paraná. Na pauta, a aprovação do programa destinado à recuperação de cooperativas e alterações no regimento interno.

Após a assembléia aconteceu a 43ª reunião do Conselho de Administração, para aprovação do Plano de Segurança do Sicoob Paraná. O presidente do Sicoob Central Paraná, Luiz Ajita, convidou os dirigentes para participar do encontro com cooperativas de crédito que será promovido pela Serasa no dia 16 deste mês, em São Paulo.



NO CORAÇÃO DA CIDADE, NA VEIA DO CONSUMIDOR.

► O seu negócio merece um shopping assim: perfeito, com público qualificado, ótima localização, estacionamento coberto, visitação de 300.000 pessoas por mês, ampla praça de alimentação, centro de convenções, eventos semanais e muito mais. Tudo para alcançar e atender bem o melhor e mais seletivo público da cidade e região

Instale sua loja no Aspen Park e sinta na sacola os frutos deste investimento.



ASPEN PARK
SHOPPING CENTER
www.aspenpark.com.br

Fazemos tudo por você!

Maringá é o segundo mercado

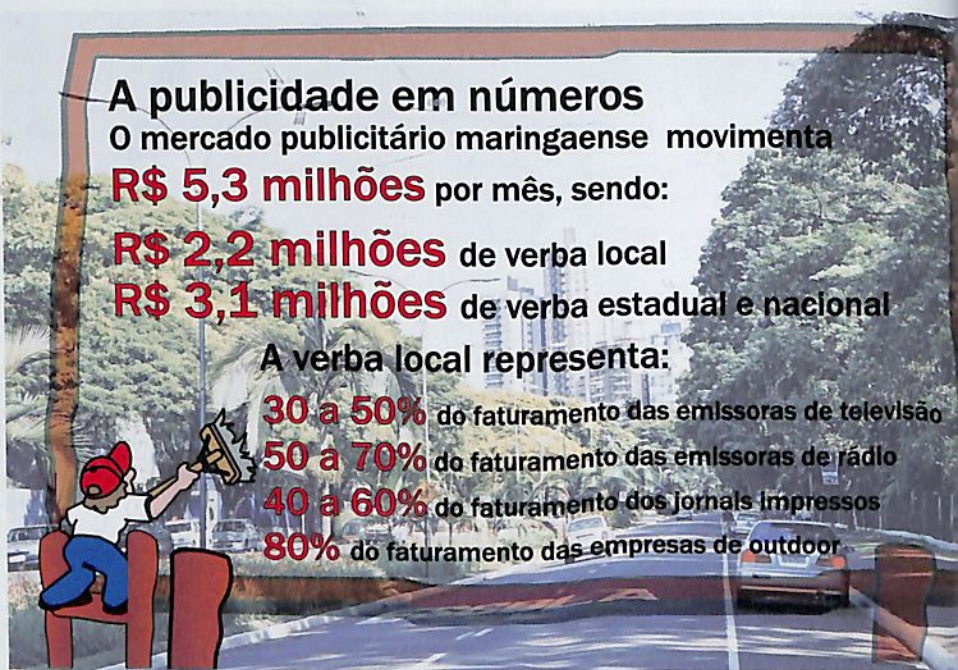
A CIDADE SÓ FICA ATRÁS DE CURITIBA EM RELAÇÃO AO VOLUME DE RECURSOS MOVIMENTADOS, QUE CHEGA A APROXIMADAMENTE R\$ 5,3 MILHÕES MENSALMENTE. HOJE EXISTEM CERCA DE 45 AGÊNCIAS INSTALADAS NA CIDADE. JUNTAS, GERAM MAIS DE 150 EMPREGOS

Os números mostram a força do mercado publicitário maringense. Segundo estimativa feita pela ACIM, em parceria com a Associação dos Profissionais de Propaganda (APP), de Maringá, o setor movimenta R\$ 5,3 milhões por mês na cidade. Isso levando em consideração apenas o faturamento dos veículos de comunicação e das agências de propaganda. Desse montante, estima-se que R\$ 2,2 milhões são provenientes de verba local e o restante, R\$ 3,1 milhões, são investimentos de anunciantes estaduais e nacionais.

As gráficas também movimentam um volume de recursos considerável. Segundo o Sindicato das Indústrias Gráficas de Maringá e Região (Sindicamar), que representa 90% das empresas do setor, apenas as filiadas faturam mensalmente R\$ 2,5 milhões. Integram a base do sindicato 28 empresas locais.

O percentual dos investimentos locais em propaganda varia de acordo com o tipo de veículo. Nas emissoras de televisão, por exemplo, a verba local representa de 30 a 50% do faturamento.

Nas emissoras de rádio esse percentual é maior, e oscila entre 50 e 70%. Já no caso de outdoors, estima-se que o volume de negócios locais represente 80% do



A publicidade em números
O mercado publicitário maringense movimenta
R\$ 5,3 milhões por mês, sendo:
R\$ 2,2 milhões de verba local
R\$ 3,1 milhões de verba estadual e nacional

A verba local representa:

- 30 a 50%** do faturamento das emissoras de televisão
- 50 a 70%** do faturamento das emissoras de rádio
- 40 a 60%** do faturamento dos jornais impressos
- 80%** do faturamento das empresas de outdoor



Bruna Moreschi

GARCIA, DA APP: EMPRESÁRIOS COMPREENDERAM A IMPORTÂNCIA DA COMUNICAÇÃO PARA OS NEGÓCIOS

faturamento. Nos jornais impressos, a verba local é responsável por 40 a 60% do faturamento.

Esses números mostram que o mercado maringense é o segundo maior do Paraná em volume de negócios. Só perde para Curitiba. Existem cerca de 45 agências de publicidade e propaganda instaladas na cidade, que juntas geram mais de 150 empregos diretos.

De alguns anos para cá, o mercado cresceu em número de profissionais, em faturamento, em volume de clientes e contas atendidas. Isso é resultado da profissionalização das agências maringenses, que estão no nível profissional dos grandes cen-

ado publicitário do Paraná

tros. Tanto que uma grande empresa nacional entregou sua conta a uma agência local.

PÓS-GRADUAÇÃO

Uma das explicações para o amadurecimento do setor foi a criação do curso superior de Publicidade e Propaganda em três instituições de ensino da cidade. O Centro Universitário de Maringá (Cesumar) foi o precursor, em 1998. De lá para cá foram formados na instituição 120 profissionais e outros 261 estão matriculados no curso.

A Unifamma já formou uma turma e deverá colocar no mercado até o fim do ano mais 30 profissionais. A Uniandrade também oferece o curso, que está em sua primeira turma. O Cesumar oferece, ainda, um curso de pós-graduação em "Comunicação, Publicidade e Negócios".

O presidente da APP, José Luiz Garcia, acredita que outro motivo para o crescimento do mercado foi o fato de que os "empresários passaram a entender melhor o que é comunicação e sua importância para os negócios". Garcia acredita que as empresas "estão descobrindo que propaganda não é só criar um anúncio bonitinho, mas sim desenvolver uma campanha focada nas necessidades do cliente".

SEM VAGAS

A força do setor em Maringá pode ser comprovada pelos números apresentados pelos veículos de comunicação. Segundo o gerente comercial da RPC (Rede Paranaense de Comuni-

Os dez maiores anunciantes locais*

(em ordem alfabética)

Aravel Veículos
Aspen Park Shopping Center
Cesumar
Coamo
Cocamar
Dudony
Rede Bom Dia de Supermercados
Shopping Avenida Center
Supermercado Cidade Canção
Supermercado São Francisco

* FONTE: APP

cação), Ribamar Rodrigues, o mercado maringaense representa 15% do faturamento da rede, da qual fazem parte oito emissoras. Todos os espaços publicitários do horário nobre da afiliada local da Rede Globo, a TV Cultura, estão comercializados até dezembro.

O faturamento da TV Cultura cresceu 150% nos últimos cinco anos, segundo dados da emissora. São cerca de 80 anunciantes por mês, nos 66 municípios de abrangência da afiliada.

Elon Bragança é outro empresário do setor que atesta o amadurecimento do mercado local. Morando em Maringá desde 1989, Bragança é proprietário da Rede Outdoor, empresa maringaense que possui filiais em Londrina, Foz do Iguaçu, Cascavel e Toledo.

Na opinião do empresário, o mercado local é tão profissional quanto nas capitais. Maringá é

Prêmio à criatividade

O profissionalismo das agências publicitárias maringaenses tem colocado a cidade em evidência no mundo da propaganda, em função da conquista de premiações importantes.

Na última edição do prêmio Colunistas Paraná, realizada em maio, das onze agências premiadas no estado, apenas duas eram do interior, ambas de Maringá. A Ânima Comunicação levou o troféu em três categorias e a Jump Comunicação em duas.

Na 5ª edição do Prêmio Colunistas Promoção, que aconteceu no começo do ano, a Jump recebeu duas premiações estaduais e uma nacional, e a Sol Propaganda, duas estaduais.

A campanha "Purity Soja. Puro. Saudável. Leve", desenvolvida para a Cocamar, rendeu à Sol Propaganda a conquista do Prêmio de Cooperativa com o Melhor Marketing do Brasil, concedido pelo Globo Rural no final de junho. Com a campanha, veiculada no interior de São Paulo, a Cocamar conseguiu conquistar 26,1% de participação naquele mercado.

responsável por 50% do faturamento de sua empresa, que tem cerca de 200 clientes em todo o estado. Só em Maringá a Rede Outdoor gera 45 empregos.

“Ainda temos que amadurecer em pesquisa, pois assim as empresas podem monitorar os resultados obtidos através da publicidade. Também podemos usar mais a internet como ferramenta”, opina.

SANTO DE CASA

Os profissionais maringenses também estão se destacando pelo país afora. O professor Lúcio Rosas, do Cesumar, foi convidado recentemente para preparar o material didático e coordenar a disciplina de Mídia para os cursos à distância, da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo (ESPM). A ESPM é uma das mais conceituadas faculdades de propaganda do Brasil e esta é a primeira vez que um professor de fora das capitais é convidado pela escola para coordenar uma disciplina.

A Cultura Inglesa, uma das maiores escolas de inglês do Brasil, contratou uma agência maringense – a Anima Comunicação – para desenvolver suas campanhas pelo país afora. Tudo começou quando a Anima criou um trabalho para a escola local, que posteriormente foi ampliado para as escolas do Nordeste.

Depois a agência maringense foi convidada para participar da concorrência que escolheria o novo prestador de serviço na área de publicidade. “O que estava em jogo não era o preço e sim os projetos”, lembra a executiva de contas da Anima, Karina Izzo.

O fato da agência maringense ser a menor entre as que es-



Bruna Moreschi

PARA ELON BRAGANÇA, O MERCADO LOCAL É TÃO PROFISSIONAL QUANTO NAS CAPITAIS

tavam participando da seleção e a única localizada fora dos grandes centros, não foi empecilho para vencer a concorrência. Foi assim que, em 2000, a Cultura Inglesa, que até então era atendida pela DPZ, contratou a agência de Maringá.

O diretor de criação da Anima, Raul Vinicius, explica que o trabalho desenvolvido para a Cultura Inglesa tem o mesmo padrão de qualidade que a agên-



Bruna Moreschi

Relacionamento de 15 anos

O empresário Massao Tsukada, da Bom Livro, além do atendimento diferenciado e dos preços competitivos, sempre investiu em propaganda. Ele credita o crescimento de suas lojas e do faturamento à junção desses fatores. Há quinze anos, quando contratou a primeira agência de publicidade, a Sol Propaganda, a empresa tinha uma loja e seis funcionários. Hoje são seis estabelecimentos e 150 colaboradores. E a conta continua com a mesma agência.

Segundo Tsukada, a Bom Livro concentra os maiores investimentos nos meses de janeiro e fevereiro, época de volta às aulas. No restante do ano, a propaganda tem por objetivo continuar agregando valor à marca.

Tsukada também constatou que não é necessário contratar agências de fora para obter bons resultados. “Uma empresa local detecta mais facilmente as mudanças no mercado e os objetivos do cliente”, diz.

O empresário é um dos defensores da tese de que, mesmo nos períodos de crise, as empresas devem continuar investindo em propaganda. “O consumidor se tornou mais cauteloso e exigente e precisamos estar sempre o convencendo. Se você não investir em divulgação, seu concorrente investirá”, alerta.

MASSAO, THOMÉ, MÍRIAM E CIDINHA:
PARCERIA DE 15 ANOS FEZ FATURAMENTO CRESCER



Bruna Moreschi

RAUL E KARINA, DA ANIMA COMUNICAÇÃO: COMPETÊNCIA PREMIADA COM CONTA NACIONAL

cia oferece às empresas locais. “Não fazemos nada diferente do que fazemos para os clientes daqui. Pelo contrário, apostamos que uma rede como a Cultura é formada por pequenos e médios negócios, parecidos com os que temos em nossas carteiras de clientes”, afirma Vinícius.

Segundo o integrante do Comitê de Marketing da Cultura Inglesa, Henrique Lana, o trabalho da agência maringaense não deixa nada a desejar se comparado ao de agências situadas no

eixo Rio-São Paulo. “Estamos com a Anima há alguns anos, e o simples fato de mantermos nossa conta com a agência já demonstra a satisfação com o trabalho”, afirma.

Contratar uma agência do interior tem suas vantagens, segundo Lana. “Temos maior agilidade na comunicação, maior liberdade para sugerir mudanças, atendimento mais personalizado. Quanto às desvantagens, não há. A tecnologia e a internet nos aproximam”. ■

Em defesa do mercado

A Associação dos Profissionais de Propaganda (APP), de Maringá, foi criada há três anos para promover o desenvolvimento do mercado publicitário e defender os direitos dos profissionais.

A entidade defende as mesmas bandeiras do Conselho Executivo das Normas Padrão (Cenp), órgão criado para definir as condutas e regras que visam “melhores práticas éticas e comerciais entre os principais agentes da publicidade brasileira”.

Hoje a APP tem 120 associados, entre empresas mantenedoras e profissionais liberais. A diretoria se reúne semanalmente na sede da ACIM.

A APP é formada por três conselhos: de Administração (sete membros), Diretoria Executiva (13 membros) e Fiscal (três membros). O presidente é José Luiz Garcia.



**A força de um nome.
A confiança de ótimos negócios.**

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



PEDRO GRANADO
IMÓVEIS

MATRIZ: Av. Paraná, 470 - Centro - Fone: (44) 3222-8866
FILIAL: Av. Prudente de Moraes, 998 - Zona 7 - Fone: (44) 3225-4155
imobiliaria@pedrogranado.com.br - www.pedrogranado.com.br
Maringá - Paraná

www.acim.com.br



O PAVILHÃO DO PARQUE DE EXPOSIÇÕES FICOU LOTADO DURANTE OS QUATRO DIAS DA FEIRA

325 mil pessoas. Recorde de visitantes!

REALIZADA ENTRE OS DIAS 24 E 27 DO MÊS PASSADO, A FEIRA PONTA DE ESTOQUE SUPEROU AS EXPECTATIVAS DOS ORGANIZADORES. A MAIORIA DOS COMERCIANTES QUE PARTICIPARAM SE DIZ SATISFEITA, CONFORME PESQUISA REALIZADA PELA ACIM

A 15ª edição da Feira Ponta de Estoque foi encerrada com a marca do sucesso. O número de visitantes superou as expectativas: foram 325 mil pessoas. Nos 321 estandes distribuídos entre 169 lojistas, os consumidores encontraram preços compensadores.

Foram comercializados desde confecções e acessórios, até móveis e eletrodomésticos. Muitos produtos foram vendidos com descontos de mais de 80%.

No primeiro dia em que foi à Feira, a secretária Beatriz Gerumine gastou cerca de R\$ 400. Quando foi entrevistada pela Revista ACIM, Beatriz afirmou que voltaria. Ela juntou dinheiro durante quatro meses para as compras. "Acredito que economizei, em média, 50% do que gastaria se comprasse direto das lojas", conta.

A Feira Ponta de Estoque é realizada pela ACIM e pelo Sivamar, com organização do ACIM Mulher ■

O que dizem os comerciantes?

Segundo pesquisa realizada pela ACIM, a maioria dos comerciantes ficou satisfeita com a Feira Ponta de Estoque. Em relação ao local de realização, 49,44% consideraram ótimo e 46,07% bom.

A segurança também foi aprovada, com 55,06% que acharam boa e 32,8% ótima. O serviço de apoio teve aprovação de 74,16%, que consideraram bom e 17,98% ótimo. A organização foi avaliada como boa por 60,67% dos participantes e ótima por 29,21%.

Márcia Falleiro, sócia da Lado Avesso/Bob Hall, ratifica os números. A empresária afirma que vendeu 80% do estoque que reservou para o evento. "O movimento foi muito bom e a organização também. Fomos sempre prontamente atendidos".

Gilmara de Oliveira da Silva participa todo ano da Feira Ponta de Estoque, vendendo lanches doces e bebidas. Ela percorre o Brasil participando de feiras. "As vendas chegam a ser 50% maiores na Ponta de Estoque do que nas outras feiras que participo", ressalta.

Amplie seus horizontes!

- Aperfeiçoamento • Capacitação
- Atualização

CURSOS de extensão

Setembro - Outubro - Novembro /05

Cursos de Extensão

Os cursos de extensão representam uma nova forma de o Cesumar oferecer educação, bastante diferenciada da graduação e pós-graduação. A característica básica da extensão universitária é possibilitar a interação entre a universidade e a sociedade, abrindo as portas para a população e atuando além dos limites físicos da instituição. No caso dos cursos de extensão, o acesso à educação é proporcionado em diversos campos do conhecimento e para pessoas de diferentes faixas etárias, grau de instrução e atuação profissional. É uma oportunidade de dar continuidade aos estudos e crescer pessoalmente.

- Curso Básico de Linux 2005
- Projetos de Sistemas Microcontrolados Utilizando PIC - Básico
- Projetos de Sistemas Microcontrolados Utilizando PIC - Avançado
- Desenvolvimento de Software para Supervisão e Controle de Processos Industriais, com Utilização do Software Elipse Scada
- Comando e Proteção de Motores Elétricos
- Gerência da Manutenção
- Os Novos Sistemas de Financiamentos Habitacionais ou Comerciais como Facilitadores de Negócios Imobiliários
- Controle de Fluxo de Caixa: instrumento para detectar e evitar fraudes
- A Prática dos 5S's como Sistema Organizador na Busca da Qualidade Profissional
- Aprendendo a Exportar Confeções
- Jornal Interno, Intranet, Quadros de Avisos: a comunicação para funcionários como diferencial competitivo
- O Direito da Comunicação à Luz do Novo Código Civil Brasileiro
- A Leitura em Foco
- Aperfeiçoamento em Produção Textual
- Literatura Infanto-Juvenil: conhecendo obras e público-alvo
- Abordagem e Gerenciamento Clínico da DTM e Dores Orofaciais - Módulo II
- Tubos, Drenos, Sondas e Cateteres: como, quando e onde
- Fisiopatologia de Distúrbios Psicossomáticos
- Psicologia do Esporte
- Marketing para a Área de Saúde
- Curso Básico de Paisagismo
- Clínica de Dança: ritmo, movimento e emoção



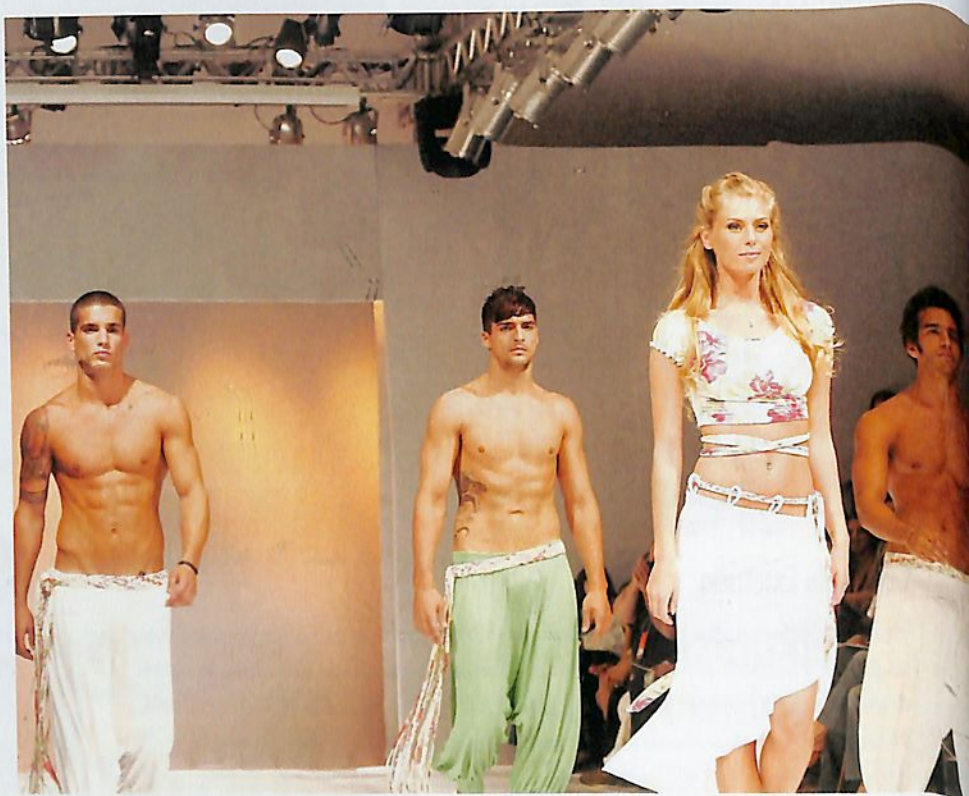
CESUMAR
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
Informações: extensao@cesumar.br ou
www.cesumar.br - 44 3027- 6260

PROFISSIONALISMO NAS COLEÇÕES. DESFILE DE MODELOS FAMOSOS. JORNALISTAS DE TODO O BRASIL. COMPRADORES NACIONAIS E INTERNACIONAIS NAS RODADAS DE NEGÓCIO. ESSES FORAM ALGUNS DOS INGREDIENTES QUE GARANTIRAM O SUCESSO DO PARANÁ FASHION

Maringá no cenário

Maringá sediou, entre 23 e 25 de agosto, um dos maiores eventos da moda brasileira: o Paraná Fashion. Realizado nos pisos 5 e 6 do Aspen Park Shopping Center, reformados especialmente para o evento, o Paraná Fashion atraiu mais de seis mil pessoas, entre compradores, jornalistas especializados e público em geral.

A grandiosidade do evento, que entrou na quinta edição, é comprovada pelos números. Foram gerados 250 empregos diretos e outros 600 indiretos. O custo do Paraná Fashion, que reuniu 35 jornalistas de todo o país, chegou a R\$ 1 milhão.



Na passarela, modelos famosos como Caroline Bittencourt, Ana Cláudia Michels, Ellen Jabour, o ex-big brother Giuliano Ciarelli e

Daniela Sarahyba demonstraram a profissionalização do evento.

Nove grifes regionais desfilaram no Paraná Fashion: Convicto, Scalon,

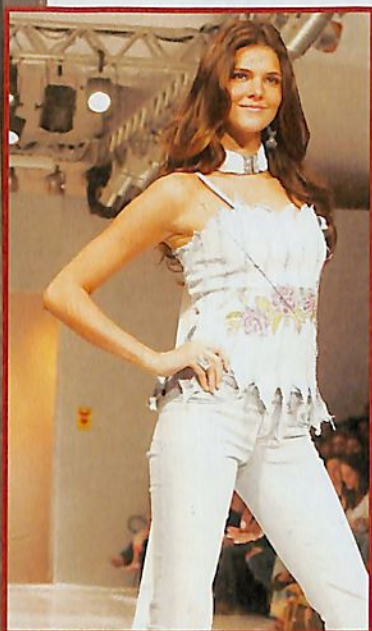
Agora ficou muito mais fácil você viajar com a Viação Garcia. É só acessar o site e comprar sua passagem com cartão, sem sair de casa ou escritório.

**Com a Viação Garcia
você também navega**



nacional da moda

Bruna Moreschi



MODELOS COMO CAROLINE BITTENCOURT E DANIELA SARAHYBA (DETALHE) MOSTRARAM NA PASSARELA A FORÇA DA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO DO PARANÁ

Recco Praia, Requinho, La Voga Zeen, Retrato Falado, Chamego Teen Age, Recco Lingerie e Lua Morena.

NEGÓCIOS

Além dos desfiles, o evento teve diversas rodadas de negócios. Compradores dos principais centros consumidores brasileiros e do exterior, vindos do Canadá, Costa Rica, Itália, Panamá, Peru, Portugal, entre outros países, participaram de negociações com 23 indústrias paranaenses.

Durante as rodadas foram negociados US\$ 1,5 milhão e a expectativa é que esse valor dobre nos próximos 12 meses, com as vendas que venham a ser concretizadas.

O evento, organizado pela Fashion House, contou com o apoio da Federação da Indústria do Estado do Paraná, Prefeitura de Maringá, Confederação Nacional da Indústria, Senai, Apex, Sebrae/PR, Associação Brasileira da Indústria Têxtil e do Vestuário, da ACIM e de patrocinadores. ■

O vestuário no Paraná

O Paraná é considerado o segundo pólo confeccionista do Brasil. São mais de 4,5 mil indústrias, que produzem 18 milhões de peças por mês. O setor gera 125 mil empregos e movimentou R\$ 3,5 bilhões anualmente. Existem no estado dez faculdades com curso superior de Moda

A realização de um evento de tal porte como o Paraná Fashion em Maringá se justifica. Afinal, entre o Norte e o Noroeste do estado existem 12 centros atacadistas e de ponta-entrega, totalizando mais de mil lojas de atacado, sendo que 90% têm fabricação própria.

A região Noroeste recebe mensalmente 30 mil compradores vindos do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo, Paraná, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais e Goiás.


GARCIA

Diminuindo Distâncias. Aproximando Pessoas

www.viacaogarcia.com

compre sua passagem on line e pague com cartão.

AS AÇÕES QUE ESTÃO SENDO PLANEJADAS PARA ATRAIR E CRIAR CONDIÇÕES PARA INVESTIMENTOS DE

DEKASSEGUIS E O PARQUE DO JAPÃO RECEBERAM APOIO DOS JAPONESES, QUE VISITARAM A CIDADE NO MÊS PASSADO. ELES TAMBÉM CONHECERAM O FESTIVAL NIPO-BRASILEIRO

Comitiva de Kakogawa conhece projetos

Bruna Moreschi



OS VISITANTES CONHECERAM O JARDIM ORIENTAL DA ACIM E UMA ESCULTURA TÍPICA, PRESENTE DA PREFEITURA DE KAKOGAWA

Depois da maior missão empresarial da história de Maringá para o Japão, agora foi a vez dos japoneses retribuírem a visita. Uma comitiva de Kakogawa esteve na cidade entre os dias 10 e 13 de agosto. O grupo visitou a Prefeitura, a Câmara Municipal e o Festival Nipo-Brasileiro da Acema - Associação Cultural e Esportiva de Maringá - (leia box). Os japoneses conheceram também o terreno onde será construído o Parque do Japão.

A comitiva, chefiada pelo prefeito de Kakogawa, Shoichi Tarumoto, visitou a ACIM no dia 11 de agosto. Entre os projetos apresentados aos visitantes, o que visa atrair investimentos dos dekassegus para Maringá ficou entre os mais elogiados. O projeto, desenvolvido em parceria com outras entidades, visa também dar o suporte necessário para que esses brasileiros se reintegrem à sociedade.

PARQUE DO JAPÃO

Dois técnicos - Toru Taketani, chefe do Departamento de Terraplanagem de Higashi Harima (Hyogo), e Kozo Hasegawa, que além de vice-prefeito de Kakogawa é engenheiro e especialista em jardins - integraram a comitiva de Kakogawa.

Eles vieram tratar dos detalhes do projeto do Parque do Japão, que ocupará uma área de aproximadamente 100 mil metros quadrados, entre os parques Itaipu e Industrial, e será construído em conjunto pelas duas cidades.

Integraram também a comitiva o presidente da Associação Internacional de Kakogawa, Seiichi Kinoshita; o presidente da Okura Industrial (fábrica de esteiras rolantes), Shunsuke Okura; o médico cardiologista Yasuhiro Tsumura; a associada-contribuinte da Associação Internacional de Kakogawa, Junko Kawata; o vice-secretário do gabinete da secretaria do prefeito, Yasuaki Matsumoto, e o vice-secretário da Associação Internacional de Kakogawa, Yoshiyasu Kidena. ■

Festival Nipo-Brasileiro

Em dez dias de muitas atrações que destacaram a cultura japonesa, o Festival Nipo-Brasileiro, realizado pela Acema, bateu recorde de público. Foram mais de 100 mil pessoas, público que colocou o Festival entre os maiores eventos realizados no estado.

O Bon Odori e a apresentação de Taiko, os tambores japoneses, foram as grandes atrações da festa, além da culinária típica, que a cada ano atrai mais pessoas.

Cerca de 1,6 mil voluntários, de diversas entidades, trabalharam na montagem das barracas, no preparo dos pratos típicos e no atendimento ao público.

**GARANTIR A SAÚDE DE UM
FUNCIONÁRIO DA SUA EMPRESA
PODE CUSTAR O MESMO VALOR
DE 1 CAFEZINHO POR DIA.**



**A tranquilidade de ter um plano de saúde com
cobertura completa custa muito menos do que você imagina.**

A partir de **R\$1,20 ao dia** por pessoa*, a sua empresa tem toda a segurança do **pam** com benefícios exclusivos:

- Acesso a uma rede de clínicas, hospitais e laboratórios equipados com tecnologia avançada, com atendimento personalizado e sem filas;
- Ambulatório próprio com atendimento 24 horas em Pediatria (IMI);
- IMI Medicamentos - Farmácia com medicamentos a preços realmente de custo;
- Único plano de saúde de Maringá e região com Central de Atendimento 24 horas.

Quer mais um motivo pra levar mais saúde para a sua empresa? Neste mês de setembro, os planos **pam** estão **sem carência para consultas** e diversos exames. Aproveite.

Condições especiais
para associados

ACIM



Saiba o que o **pam** pode fazer também pela sua empresa. Ligue: 44 3218 1530

Mais que Plano de Saúde

Agora você e sua família têm tudo para viver com mais tranquilidade.

Mais benefícios. Mais segurança

Além da completa assistência médica e hospitalar, você pode adicionar outros grandes benefícios ao seu Plano Santa Rita Saúde.



Serviço de Ambulância

Destinado a efetuar a remoção do paciente, do local onde se encontra até hospitais ou clínicas, com ambulância equipada e profissionais treinados. Este serviço é essencial nos casos de urgência/emergência, em que o paciente necessita de cuidados especiais e primeiros socorros.



Auxílio Funeral

Completo auxílio funeral no caso de falecimento do titular do Plano ou de seus dependentes; desde a liberação de documentos até a realização do funeral. Em caso de óbito em outras regiões, o traslado até o local definido é feito sem nenhum custo adicional.



Seguro de Vida

Em caso de morte de qualquer natureza, seja do titular do Plano ou de seus dependentes, o Santa Rita Saúde oferece uma apólice no valor de R\$ 1.500,00 (hum mil e quinhentos reais).



NOVO



Seguro Remissão

Em caso de morte do titular, o Seguro Remissão garante o pagamento das mensalidades do plano de saúde de todos os dependentes pelo período de 5 anos.

Garantido pela

Icatu
HARTFORD

Se você é usuário Santa Rita Saúde, consulte para mais informações.
Se ainda não é, está na hora de mudar

 **SANTA RITA**[®]
SAÚDE

Um Plano feito para a vida

VENDAS

3028-2000

www.santaritasaude.com.br

Bruna Moreschi

PARA O JUIZ EDMILSON DE LIMA, A EMPRESA DEVE TER LIBERDADE PARA IMPOR REGRAS



Rastrear e-mails é permitido. Sem abusos

A MEDIDA PODE EVITAR QUE O EMPREGADOR SEJA CO-RESPONSÁVEL CIVILMENTE POR ATOS ILÍCITOS QUE VENHAM A SER PRATICADOS POR FUNCIONÁRIOS. MAS A EMPRESA DEVE COMUNICAR DE FORMA CLARA AOS EMPREGADOS QUE AS CORRESPONDÊNCIAS ELETRÔNICAS ESTÃO SENDO VIGIADAS

O rastreamento de e-mail de funcionários pela empresa é um assunto polêmico. Especialmente quando confrontado com o artigo 5º, inciso 12, da Constituição Federal, que garante o sigilo da correspondência a todo cidadão brasileiro.

Entretanto, a Primeira Turma do Tribunal Superior do Trabalho, em maio deste ano, julgou lícita a prova obtida através de rastreamento de e-mail para demissão de um funcionário do HSBC Seguros Brasil S.A. Nesse caso, o funcioná-

rio estava utilizando o horário de expediente e o equipamento da empresa para repassar e-mails com conteúdo pornográfico. Juízes e advogados endossam a decisão.

O envio de e-mails com conteúdo pornográfico, segundo o juiz da 3ª Vara do Trabalho de Maringá, Edmilson Antonio de Lima, configura uma conduta repreensível. Ele diz, ainda, que o empregador deve ter total liberdade para impor regras em relação ao uso dos equipamentos de sua própria empresa.

O juiz, no entanto, ressalta que

cada caso é um caso e merece avaliação diferenciada. Ele explica que a própria CLT prevê demissão, por justa causa, quando comprovada a incontinência de conduta.

O empregado, conforme o magistrado, não pode acessar qualquer equipamento da empresa, seja telefone, fax ou computador para uso particular. Salvo, é claro, com autorização prévia ou em casos específicos, como resolver problemas urgentes.

CÓDIGO DE ÉTICA

A advogada e doutora em Direito das Relações Sociais, sub-área de Direito do Trabalho, Leda Maria Messias da Silva, afirma que toda polêmica em torno do assunto é pertinente, porque pode evitar abusos tanto da parte do empregado como do empregador.

Ela explica que o rastreamento pode e até deve ser feito pela empresa. Mas, para isso, é preciso estabelecer um código de ética, informando previamente e por escrito todos os colaboradores sobre a proibição do encaminhamento de e-mails particulares.

O empregado, conforme a advogada, tem que ter consciência de que está sendo monitorado pela empresa.

O rastreamento de e-mail, segundo Leda Maria, coloca em confronto o direito de personalidade e à intimidade do empregado e o poder de controle do empregador. Apesar de defender o rastreamento, ela cita o princípio da razoabilidade. Ou seja, o bom senso.

O controle sobre o uso dos equipamentos não deve ser tão rigoroso a ponto de criar um ambiente hostil e desagradável dentro da



**LEDA MESSIAS: O
FUNCIONÁRIO
DEVE SER
AVISADO SOBRE O
RASTREAMENTO**

empresa. Afinal, o empresário deve ter consciência de que o funcionário passa a maior parte do dia na empresa e em algum momento ele pode precisar consultar um site de seu interesse ou enviar um e-mail particular.

FINS ILÍCITOS

Na opinião da advogada, a empresa pode fazer o rastreamento, mas ao mesmo tempo liberar um período para que o funcionário consulte, por exemplo, o saldo da conta bancária ou navegue na internet. "O importante é que o colaborador seja tratado com respeito", ressalta Leda Maria Messias.

Na maioria das vezes, as empre-

sas restringem o uso de ferramentas da internet como forma de evitar a queda da produtividade, e um outro aspecto ainda mais importante deixa de ser levado em conta: a empresa é co-responsável criminalmente, inclusive correndo o risco de responder por danos morais e materiais, por atos ilícitos cometidos pelos funcionários.

Por isso, é necessário que o empresário tenha uma garantia de que os equipamentos da empresa não estão sendo usados para esse fim. Por mais antipático que possa parecer, o rastreamento é uma ferramenta que deve ser utilizada pelo empregador para evitar problemas no futuro. ■

Acesso restrito no governo estadual

Hoje as medidas de restrição do uso de ferramentas da internet não são adotadas apenas na iniciativa privada. Recentemente, o governo do Paraná baixou um decreto restringindo o acesso à internet por parte dos servidores.

A medida foi tomada porque o acesso exagerado a sites de músicas, de bate-papo e até mesmo com conteúdo pornográfico estava deixando o sistema de informática mais lento, afetando, inclusive, o Porto de Paranaguá.

O sistema é fundamental, pois é acessado pelos armadores internacionais para programar a vinda de navios.

A Celepar fez um bloqueio no sistema informatizado do porto e constatou que 65% dos acessos tinham como endereço sites de conteúdo erótico.

FOTO - VIDEO - PROJEÇÃO MULTIMÍDIA - SOM com DJ - ILUMINAÇÃO
PALCO - PASSARELA - ESTRUTURA EM TRELIÇAS

KP
KANDYANY
EVENTOS

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

www.kandyanyeventos.com.br

www.acim.com.br

Um raio-x do transporte coletivo



Bruna Moreschi

ESTUDO DA TCCC APONTA QUE O SISTEMA NECESSITA DE AJUSTES. EMPRESÁRIOS ESTÃO DEBATENDO A FLEXIBILIZAÇÃO DO HORÁRIO DE EXPEDIENTE, UMA DAS SOLUÇÕES PROPOSTAS. MAS QUEREM QUE A EMPRESA ATENDA ALGUMAS REIVINDICAÇÕES, COMO A DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE OS CRÉDITOS DO VALE-TRANSPORTE

Em 2004, os usuários pagantes do sistema de transporte coletivo de Maringá representaram 63,84% do total dos que utilizaram o serviço. Ou seja, mais de 36% não pagaram para usar o transporte ou pagaram apenas metade da tarifa.

Os dados são de um estudo encomendado pela Transporte Cole-

tivo Cidade Canção (TCCC), que detém a concessão do transporte público em Maringá, a uma empresa especializada, a Logitrans. O diagnóstico: o transporte público da cidade precisa de ajustes.

O estudo apontou que em alguns horários o sistema fica sobrecarregado. Um deles é o das 6h30 às 7h30, em que só pela ave-

nida Brasil são transportados mais de 10 mil passageiros. No segundo maior horário de pico, das 18 às 19 horas, passam pela mesma avenida cerca de 5,8 mil usuários. Essa situação se repete nas principais regiões comerciais da cidade, como as avenidas Colombo e São Paulo.

É justamente essa concentra-

ção em horários de pico que levou a empresa a incentivar os usuários a utilizarem o transporte em horários alternativos. Desde o dia 1^a, quem se locomover das 8h30 às 11 horas e das 13h30 às 16 horas, ganhará um crédito no cartão eletrônico a cada dez viagens.

FLEXIBILIZAÇÃO

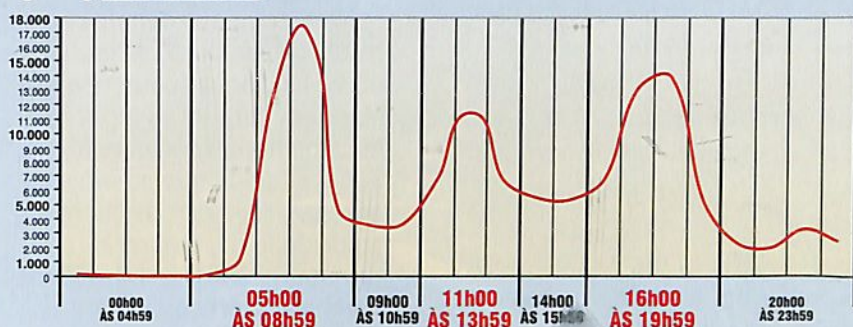
Para aliviar o sistema, a concessionária do transporte público também solicitou aos empresários a flexibilização do horário de abertura das lojas e indústrias. Uma comissão formada por representantes de entidades de classe, incluindo a ACIM, está analisando a viabilidade da proposta.

A idéia é que os colaboradores que estudam à noite continuem trabalhando no mesmo horário. Para quem não tem compromisso fixo depois do trabalho, será proposto que o início e o encerramento do expediente sejam atrasados em uma hora.

A TCCC calcula que se for reduzido em 10% o número de passageiros que usam o transporte nos horários de pico, poderão ser tira-



DEMANDA DE PASSAGEIROS POR FAIXA HORÁRIA DIA ÚTIL 08/11/2004



Como baixar a tarifa?

O estudo encomendado pela TCCC mostrou que o número de estudantes que se beneficiaram do transporte gratuito subiu 6,56% de 2002 para 2004. Para que a passagem do transporte coletivo não passasse a custar R\$ 1,85 este ano, a prefeitura assumiu o custo do passe do estudante, que no ano passado representou 12,64% dos usuários. A tarifa ficou em R\$ 1,60.

O valor poderia ser ainda menor, mostrou o estudo. Só a título de exemplo, se não houvesse a gratuidade, garantida por lei, para os idosos (9,59% dos usuários), as

passagens custariam R\$ 1,44. E se não houvesse integração entre as linhas de transporte o preço cairia para R\$ 1,36.

Também foi constatado que entre 2002 e 2004 o número de passageiros transportados aumentou em 0,57%. Mas o número de quilômetros rodados pelos ônibus subiu 7,89% no mesmo período.

Esses dados, segundo a empresa, são outro fator que pesam no valor da tarifa, já que o cálculo é feito através das duas variáveis, o número de quilômetros rodados e o de passageiros que pagam pelo serviço.

A Segurança de sua família e de seu patrimônio em boas mãos



Alarmes Monitorados Serviços Especiais Limpeza e Conservação

Entre em contato conosco, solicite a visita de um de nossos representantes e conheça todas as vantagens do Sistema PRESERVE de Alarme Monitorado. A segurança de sua família e de seu patrimônio em boas mãos.



ALARMES MONITORADOS

**LOCAL
PROTEGIDO**
3026-8919
Av. São Domingos, 2006

dos de circulação sete ônibus nesses períodos.

Segundo a empresa outras medidas serão necessárias nos próximos meses. Uma delas é a extinção da função de cobrador. A TCCC acredita que, com o uso de catracas eletrônicas, o custo do serviço poderá ser reduzido em 8 a 10%.

Todos esses fatores colaborariam para que a tarifa do transporte coletivo seja menor.

ADEQUAÇÃO

O diretor de operações da Logitrans, Antônio Carlos Marchezetti, informa que atualmente cinco cidades paranaenses estão readequando o sistema de transporte. "Apucarana e Arapongas já concluíram o estudo. Londrina está em fase de pesquisa e o resultado deverá sair em três meses. Já Guarapuava e Paranaíba terão o perfil do transporte público traçado nos próximos meses".

Marchezetti pondera que o transporte coletivo deve priorizar as necessidades dos usuá-

Empresários querem a integração

Na esteira dos debates sobre o transporte público, as prefeituras e as associações comerciais de Maringá, Sarandi e Paçandu encaminharam documento a TCCC pedindo que a empresa apresente um estudo sobre a viabilidade de integrar o transporte entre as três cidades e unificar o preço das tarifas.

Hoje os usuários do transporte coletivo de Sarandi e Paçandu pagam R\$ 1,80 pela passagem, enquanto em Maringá a tarifa é R\$ 1,60.

Os empresários acreditam que a integração aumentará as chances de contratação dos moradores das duas cidades por empresas de Maringá. A TCCC ainda não se pronunciou sobre o assunto e nem estipulou um prazo para dar seu parecer.

No mês passado a ACIM protocolou também um documento na prefeitura de Maringá, solicitando ao prefeito Sílvio Barros que baixe um decreto municipal determinando que a empresa concessionária do transporte público disponibilize aos empresários o acesso ao número de créditos dos cartões eletrônicos de cada funcionário.

O pedido se deve ao fato de que nem sempre o trabalhador utiliza todos os créditos disponibilizados pelo vale-transporte dentro do mês. Isso gera um acúmulo de créditos. O controle dos acumulados pode evitar gastos desnecessários, já que o vale-transporte é custeado pelas empresas e também pelos colaboradores, que têm um desconto de 6% no salário referente ao benefício.

os e isso só é possível com um estudo mais minucioso, que demoraria cerca de cinco meses para ser concluído.

"Maringá tem as ruas planeja-

das, mas o transporte coletivo não. O ideal seria a realização desse estudo para determinar o sistema mais adequado ao perfil dos usuários", afirma Marchezetti. ■

FACULDADE UNINGÁ

PROFISSÕES DA SAÚDE

Graduação e Pós-graduação

www.uninga.br

ODONTOLOGIA FISIOTERAPIA ENFERMAGEM FONOAUDIOLOGIA FARMÁCIA PSICOLOGIA BIOLOGIA BIOMEDICINA



Apreicie com moderação



Curitiba/PR * (41) 3017 0051 | Maringá/PR * (41) 3027 9292 | São Paulo - SP * (11) 6203 0000

O PÓLO METALMECÂNICO DA REGIÃO NOROESTE ESTÁ ENTRE OS MAIS FORTES DO ESTADO.

MUITAS INDÚSTRIAS DESTE SEGMENTO TÊM A PRODUÇÃO VOLTADA AO SETOR AGROINDUSTRIAL. O ALTO CONSUMO DE MATÉRIA-PRIMA DESSAS INDÚSTRIAS TEM CHAMADO A ATENÇÃO DE EMPRESAS QUE ATUAM NO MERCADO NACIONAL

Compra-se ferro e aço. Paga-se bem



Bruna Moreschi

A economia de Maringá vem se diversificando nos últimos anos. Mas a agricultura e a agroindústria continuam sendo os carros-chefes não só da economia local, como também da região. É para estes setores que a produção de boa parte das indústrias metalmeccânicas se destina.

Por conta deste fator, a demanda por aço e ferro tem crescido nos últimos anos na região, despertando a atenção de grandes empresas nacionais que estão enxergando em Maringá uma nova frente de mercado.

Só em aço, a média de consumo mensal em Maringá é de 4.200 toneladas. Quase a mesma quantidade é consumida nas cidades próximas.

“Já estávamos querendo abrir uma representação na cidade há vários anos, porque sabíamos que existe potencial”. A afirmação é do gerente da Distribuidora Frefer - Indústria e Comércio de Ferro e Aço, Eduardo Gomes.

FALTA MÃO-DE-OBRA

A indústria tem quase 40 anos de atuação em São Paulo e tem como fornecedores siderúrgicas como a Cosipa, Companhia Siderúrgica Na-

INDÚSTRIAS QUE USAM AÇO E FERRO ATRAEM EMPRESAS FORNECEDORAS A MARINGÁ

cional e CST. A distribuidora da Frefer foi instalada em Maringá em fevereiro do ano passado. Segundo Gomes, a demanda por aço na região é significativa. Boa parte das chapas de aço consumidas em Maringá e região vai para as empresas que desenvolvem alguma atividade ligada à agricultura.

“Os moradores de Maringá não têm idéia da demanda pelo produto na região. Tanto que existem

outras empresas do segmento do aço que estão de olho no mercado daqui. Uma delas é de Fortaleza”, afirma Gomes.

A maior dificuldade da empresa, de acordo com o gerente, foi encontrar profissionais qualificados. “Há uma gama muito variada de tipos e usos do aço e é preciso conhecer bem as características do produto. Encontrar esse tipo de profissional aqui é um pouco complicado”.

FUNDIÇÃO

Se o aço tem grande demanda, com o ferro não é diferente. Este é outro produto com mercado em ex-

pansão na região de Maringá. Que o diga o empresário Creosvaldo Reis, diretor da Skanparts do Brasil Ltda.

A empresa se instalou na cidade em julho de 2002 para produzir peças para montadoras de caminhões e ônibus, como a Scania Latin América. São 54 funcionários, que se revezam numa jornada de trabalho de 24 horas.

A Skanparts faz a usinagem de peças de ferro fundido. Atualmente a empresa consome 100 toneladas do produto por mês e está se preparando para duplicar o consumo no prazo de um ano.

“Maringá consome hoje 500 toneladas de ferro por mês, boa parte utilizada na industrialização de produtos voltados ao mercado agrícola”, garante Reis, ressaltando que a cidade já comporta uma fundição de ferro. “Aliás, é o que está faltando na cidade para atender plenamente o mercado”, destac.

Assim como Eduardo Gomes, Creosvaldo Reis também coloca a localização da cidade como um desafio do ponto de vista da



SEGUNDO CREOSVALDO REIS, MARINGÁ CONSUME 500 TONELADAS DE FERRO POR MÊS

logística. Entretanto, ressalta, a boa malha viária é um ponto favorável para os empresários. “A distância dos grandes centros nos faz trabalhar com uma programação rigorosa. Todos os prazos têm que ser cumpridos para que o cliente receba o produto na data prevista”, afirma. ■

Preços e produtos competitivos

Maringá é o segundo pólo metalmecânico do Paraná. Só perde para Curitiba. O Sindicato das Indústrias Metalúrgicas de Maringá (Sindimetal) estima que existam na cidade mais de 300 empresas metalmecânicas, que juntas geram 10 mil empregos diretos.

O presidente do Sindimetal, Carlos Walter Martins Pedro, explica que esse setor, em Maringá, é formado em sua maioria por pequenas e médias empresas. “Mas com bons maquinários, produção e preços competitivos, já que os custos operacionais são menores justamente por serem de pequeno porte. Resultado: com preços menores em relação aos grandes centros e produtos de qualidade, as empresas daqui têm atuação nacional”, diz Martins Pedro.

Segundo ele, em dez anos o volume de compras de ferro e aço dobrou em Maringá, daí se explica o fato de empresas que comercializam esse tipo de matéria-prima se instalarem na cidade. “É até uma questão de logística elas virem para cá”, defende. Melhor para Maringá, que gera mais empregos e arrecada mais impostos.



EDUARDO GOMES: DIFICULDADE PARA ENCONTRAR MÃO-DE-OBRA ESPECIALIZADA

Bruna Moreschi



A ECONOMIA SEGUE SEU CURSO, APESAR DA CRISE POLÍTICA, RESSALTOU PAULO BERNARDO



GILBERTO DO AMARAL: EXCESSO DE IMPOSTOS É UM INSTRUMENTO DE DESTRUIÇÃO DE EMPRESAS

Ministro do Planejamento fala da crise política em Maringá

No mês passado, a ACIM promoveu três Almoços Empresariais com palestrantes que abordaram temas do momento. O primeiro foi o sistema tributário brasileiro. O presidente do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT), Gilberto do Amaral, falou sobre o assunto no almoço do dia 17.

Amaral é um dos mais conceituados estudiosos de planejamento tributário do país. Criou a calculadora do imposto, que possibilita calcular o peso dos tributos no orçamento pessoal através da internet, e foi um dos responsáveis pelo trabalho técnico que resultou na extinção da Medida Provisória 232, que previa o aumento da carga tributária para empresas prestadoras de serviços.

Segundo o presidente do IBPT, no Brasil o excesso de impostos tem funcionado como instrumento de destruição de empresas. “E

PAULO BERNARDO FOI O PALESTRANTE DE UM DOS TRÊS ALMOÇOS EMPRESARIAIS REALIZADOS EM AGOSTO PELA ACIM. O

PRESIDENTE DA ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA, HERMAS BRANDÃO, E O PRESIDENTE DO INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO, GILBERTO DO AMARAL, TAMBÉM FALARAM AO EMPRESARIADO

não haverá reforma tributária se não houver mobilização da sociedade” afirmou.

Amaral lembrou que a carga tributária aumenta a cada ano. Em 1992, representava 25% do Produto Interno Bruto (PIB). Neste ano, já atingiu 37% do PIB. “No ano passado a arrecadação de impostos totalizou R\$ 650 bilhões. Neste ano a previsão é que chegue a R\$ 740 bilhões”, lembrou Amaral.

MOMENTO DELICADO

O ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, foi o palestrante

do almoço realizado no dia 19, que contou com a presença de lideranças empresariais e autoridades da cidade e da região, entre elas o prefeito Sílvio Barros, de Maringá, o prefeito de Londrina, Nedson Micheleti, e o prefeito de Sarandi, Cido Spada.

O ministro falou da crise política sem precedentes vivida pelo país. “Mas este é um momento muito especial. Apesar da gravidade da crise, o Brasil segue seu curso, especialmente na área econômica”, afirmou, citando alguns números. “O último trimestre foi o 11º con-



O DEPUTADO HERMAS BRANDÃO ANUNCIOU A CRIAÇÃO DA REGIÃO METROPOLITANA DE MARINGÁ

“Governador foi mal orientado”

O presidente da Assembléia Legislativa, Hermas Brandão, esteve com os empresários no almoço do dia 25. Em entrevista a jornalistas, ele anunciou a criação da Região Metropolitana de Maringá, através das Leis Complementares 110 e 111, assinadas em 10 e 11 de agosto, ambas de autoria da deputada Cida Borghetti.

Passaram a integrar a Região Metropolitana de Maringá as cidade de Sarandi, Marialva, Mandaguari, Paçandu, Ângulo, Iguaraçu, Mandaguçu, Floresta, Doutor Camargo, Itambé, Astorga e Ivatuba. Uma lei complementar deverá incluir Castelo Branco no projeto.

“O governador foi mal orientado pelos assessores quando vetou a criação da região metropolitana. Também deve ter recebido pressões de outras regiões do Paraná, que são contrárias ao projeto”, afirmou o presidente da Assembléia Legislativa.

O próximo passo, segundo ele, é fazer emendas ao orçamento para que a região receba recursos governamentais. “Brevemente os frutos serão colhidos”, declarou.

secutivo em que a economia registra crescimento. A última vez que isso aconteceu foi em 1999”.

Paulo Bernardo também falou dos esforços do governo para reduzir a carga tributária, tema que vem sendo amplamente discutido no meio empresarial.

Ele citou como exemplo a “MP do Bem”, que está em votação no Congresso e que propõe a isenção de impostos nos novos investimentos em tecnologia. Citou o projeto

de lei que cria a figura da Pré-Empresa, também em votação no Congresso, e que possibilitará a formalização de empresas de fundo de quintal, através do que ele chamou de “imposto zero”.

Encerrando sua fala, o ministro elogiou projetos que vêm sendo desenvolvidos em Maringá – como o Novo Centro e o Tecnoparque. “O ministério do Planejamento tem que ser uma porta aberta para os projetos do Paraná”, enfatizou. ■

Av. São Paulo, 1161 - Zona 07 - Maringá - PR - (44) 2101-5657 - CEP 87030-025
Rua Tenente Djama Dutra, 2597 - Ctro. Comercial Rio Branco - SI-05 - Tel.: (41) 383-3811 - 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

Unimed Regional Maringá é a 5ª melhor em rentabilidade do Sul

A Unimed Regional Maringá despontou novamente, pelo quarto ano consecutivo, no ranking da "500 Grandes & Líderes da Região Sul do Brasil". A cooperativa passou para o quinto lugar em rentabilidade

A Unimed Regional Maringá subiu mais 16 posições no ranking das maiores e melhores empresas da região Sul do Brasil, elaborado há 15 anos pela revista "Amanhã", de Porto Alegre, em parceria com a PRICE WATER HOUSE COOPERS consultores. Além do crescimento constante e firme em receitas, a nossa Unimed alcançou um grande destaque, ficando entre as cinco mais rentáveis em relação ao faturamento, uma conquista que demonstra a qualidade e os bons resultados da sua administração.

O ranking anual da revista "Amanhã" é um dos mais respeitados do país e vem acompanhando a evolução da economia do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, bem como das suas maiores e melhores empresas.

Em 2005, a Unimed Regional Maringá chegou à 409ª posição em relação a receita, tendo avançado muito mais no ranking das melhores empresas. Apenas a Unimed e mais cinco empresas de Maringá estão entre as maiores e melhores.

LIDERANÇA CADA VEZ MAIOR

Além de resultados concretos, confirmados pela mídia e por consultores independentes de con-

ceito internacional, a Unimed Regional Maringá completou 23 anos com números e planos que projetam para um crescimento e liderança ainda maiores.

Hoje a nossa Unimed tem mais de 640 médicos cooperados e está muito perto de completar 100 mil clientes.

Para continuar atendendo cada vez melhor, a Unimed Regional Maringá está iniciando a construção do seu Pronto Atendimento e da sua nova sede administrativa, em localização excelente, na avenida Bento Munhoz da Rocha Neto, ao lado da Copel.

Na avaliação do presidente da Unimed, o médico Durval Francisco dos Santos Filho, os resultados, realizações, projetos e qualidade são conquistas dos cooperados ao lado da enorme preferência dos clientes, em Maringá e toda região.

A Unimed Regional Maringá é uma das empresas que orgulham Maringá e o Paraná por integrar o grupo seletivo das maiores e melhores empresas de toda a região Sul do país - formada por Estados que são exemplos de desenvolvimento, empreendedorismo e sucesso para todo o Brasil.

**GRANDES
& LÍDERES**
500

www.acim.com.br

Aqui o cooperado tem opções para pagar suas contas com comodidade

1- Débito automático

2- Agendamento

3- SicoobNet (pessoa física)



meia

ENDEREÇOS DOS POSTOS DE ATENDIMENTO COOPERATIVO

CENTRO

Rua Santos Dumont, 2937
Centro - Maringá - PR.
Fone: (44) 3027-6900

AV. CENTER

Av. São Paulo, 458
Loja E 27, Centro
Maringá - PR
Fone: (44) 3027-6980

LIBERDADE

Av. Guaiaapó, 2910
Jd. Oásis - Maringá - PR
Fone: (44) 3028-0177

MARIALVA

Rua Washington Luiz, 915
Centro - Marialva - PR.
Fone: (44) 3232-5240

AEROPORTO

Rod. PR 317, KM 06,
loja E-01 - Maringá - PR
(ao lado do Shopping
Atacadista Avenida
Fashion)
Fone: (44) 3027-8362

ASA MODA

Av. Parailba, 1163,
Zona 03 - Cianorte - PR
Fone/Fax: (44) 3631 9996

COLOMBO

Av. Colômbio, 7326
Zona 7 - Maringá - PR.
Fone: (44) 3027-6969

SARANDI

Av. Londrina, 993
Jd. Independência
Sarandi - PR
Fone/Fax: (44) 3274-2020

CIANORTE

Av. Paraná, 169
Centro - Cianorte - PR
Fone: (44) 3629-9800

SANTA RITA

Av. Independência, 14
Loja 02 Zona 5
Maringá - PR.
Fone: (44) 3028-4148

CERRO AZUL

Av. Cerro Azul, 1443
Zona 02 - Maringá - PR
Fone: (44) 3025-4746

ASTORGA

Av. Presidente Vargas, 208
Centro - Astorga - PR
Fone: (44) 3234-6544

A ETAPA MARINGAENSE DO FÓRUM FUTURO 10 PARANÁ REUNIU CERCA DE 600 PESSOAS. LIDERANÇAS DA CIDADE E DA REGIÃO DISCUTIRAM PLANOS PARA OS PRÓXIMOS DEZ ANOS. A IDÉIA É TRAÇAR METAS PARA PLANEJAR O DESENVOLVIMENTO DO ESTADO



Bruna Moreschi

NA ABERTURA DO FÓRUM,
REPRESENTANTES
DE VÁRIAS
ENTIDADES

Maringá entra nos debates sobre o futuro do estado

Cidadania e respeito pelo coletivo, conceitos colocados em xeque no cenário conturbado da política brasileira, movem os voluntários que participam do Fórum Futuro 10 Paraná, organizado pela Rede Paranaense de Comunicação (RPC) com apoio de diversos parceiros.

O Fórum, que vai passar por oito cidades do estado, tem por objetivo traçar um plano de desenvolvimento e integração para o Paraná nos próximos dez anos, com base nas experiências positivas do

passado e nas habilidades regionais. O evento destaca 11 temas para debate, entre eles comércio, turismo, educação, meio ambiente e segurança.

“É o exercício de um novo Brasil, da plena cidadania”, diz o presidente da Federação das Indústrias do Paraná (Fiep), Rodrigo Rocha Loures.

Maringá sediou a terceira etapa do Fórum no mês passado. O encontro, realizado em parceria com a ACIM, reuniu 640 lideranças políticas, religiosas, empresariais

e representantes de classe de Maringá e de 68 municípios da região. O Fórum já foi realizado em Ponta Grossa, Londrina e Foz do Iguaçu. Nos próximos meses estará em Cascavel, Umuarama, Curitiba e Guarapuava.

RESPONSABILIDADE

O presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap), Jefferson Nogaroli, ressalta a importância do Fórum. “A sociedade tem força para promover o desenvol-

vimento e o Fórum funciona como norteador dessa capacidade”, afirma Nogaroli. “Todos somos responsáveis por tudo o tempo todo” acrescenta, citando a frase do ex-prefeito de Nova Iorque, Rudolph Giuliani.

“É inédito que a sociedade se reúna para discutir sonhos. E é muito importante que se criem mecanismos de efetivação dos projetos”, diz o presidente da Federação da Agricultura do Estado do Paraná (Faep), Ágide Meneguetti.

“Maringá nos deu uma lição de participação. Com isso, aumentou nossa responsabilidade nas outras etapas”, afirmou durante o evento o presidente do comitê executivo do Fórum e diretor de marketing da RPC, Rogério Mainardes.

Em cada uma das etapas, o Fórum elege representantes, que se reunirão no encerramento, em Curitiba. Eles levarão os temas debatidos para sistematizar as metas que refletem as aspirações dos paranaenses.

O resultado será repassado pelos realizadores ao governo do estado. ■

Democracia participativa

“A Faciap levou ao evento a experiência positiva vivenciada com o Repensando Maringá”, diz o presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap), Jefferson Nogaroli.

A semente do Movimento Repensando Maringá foi plantada em meados de 1995 por lideranças empresariais ligadas a ACIM, com apoio de outras entidades. A idéia era definir diretrizes para o desenvolvimento de Maringá até 2020.

O surgimento do Conselho de Desenvolvimento Econômico de

Maringá (Codem) foi um dos primeiros resultados do Movimento, criado para orientar ações de implementação das metas para Maringá. O diretor executivo do Codem, João Celso Sordi, explica que os métodos usados no Repensando Maringá e no Fórum Futuro 10 são diferentes, mas a finalidade é a mesma: a mudança do modelo de democracia representativa para democracia participativa. “Esse é o modelo que pode diminuir a corrupção e evitar situações como a que o Brasil vive hoje no governo”.



Bruna Moreschi

CERCA DE 600 PESSOAS, ENTRE LIDERANÇAS LOCAIS E REGIONAIS, PARTICIPARAM



Endodontista - Fob./USP
Professora do CESUMAR



Dr^a. Márcia C. M. Tuler

Dr. Wesley Falcão Tuler

Núcleo Odontológico Especializado



OSSEOINTEGRADOS
PARTICULAR E CONVÊNIO
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. Marquezine Center / CEP: 87.013-060 - Maringá-PR

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

**SORRIA
JESUS TE AMA**

www.acim.com.br

OBJETO DO DESEJO DE MUITOS, PORÉM ACESSÍVEIS PARA POUCOS, OS ARTIGOS DE LUXO MOVIMENTAM BILHÕES DE DÓLARES NO MUNDO. O SEGMENTO SE ENCONTRA EM FRANCA EXPANSÃO NO BRASIL. EM MARINGÁ ESTE NICHOS DE MERCADO COMEÇA A CHAMAR A ATENÇÃO DOS EMPREENDEDORES

O mercado do luxo movimentou no mundo US\$ 200 bilhões por ano. A lucratividade das principais marcas mundiais deste segmento cresceu 45% em 2004. As informações são do consultor de negócios e ex-presidente da Louis Vuitton no Brasil, Carlos Ferreirinha, considerado um dos maiores especialistas no setor.

Segundo ele, no Brasil cerca de 500 mil pessoas, ou 0,27% da população, consomem o luxo regularmente, movimentando US\$ 2,5 bilhões de dólares por ano. O mercado brasileiro deste segmento tem registrado um crescimento médio anual de 35%.

Na esteira desta expansão, começam a surgir até mesmo cursos voltados para a formação de profissionais. Um exemplo é o MBA em Gestão de Luxo, oferecida pela Faap (Fundação Armando Álvares Penteado) de São Paulo.

Mas, afinal, o que caracteriza o luxo, além, é claro, dos altos preços? Segundo os especialistas, dois importantes fatores entram na composição da imagem destes produtos: a qualidade e os atributos emocionais que ele oferece.

“As pessoas não consomem

O mercado que



Bruna Moreschi

O MERCADO DE ARTIGOS DE LUXO CRESCE, EM MÉDIA, 35% AO ANO NO BRASIL

grifes só por uma questão de projeção social. Trata-se também de auto-satisfação, de recompensa pessoal”, afirma José Roberto Martins, consultor da Global Brands e autor do livro “O Império das Marcas”.

Os integrantes deste seleto grupo investem seu dinheiro em imóveis cinematográficos, carros importados, roupas e acessórios de grifes famosas. Sem esquecer, também, das viagens com roteiros fantásticos, que podem custar alguns milhares de reais.

“PALÁCIO AFRICANO”

E em Maringá, famosa por

ter uma população com alto poder aquisitivo, há mercado para os chamados artigos de luxo? Para os empresários que atuam neste segmento, a cidade tem potencial.

Segundo a maringaense Adriana Scandelai, proprietária da agência de viagens Itabrazil, é grande a procura por roteiros luxuosos, especialmente por casais na faixa dos 40 anos, que não medem esforços para fazer a “viagem dos sonhos”.

Um destino muito procurado pelos maringaenses é a África do Sul, com hospedagem no hotel “The Palace”, um dos mais luxuosos do mundo. Uma diária neste “palácio africano” beira os mil dólares.

Os detalhes conquistam essa seleta clientela. “Ao entardecer, os funcionários passam em todos

é um luxo só



os quartos, preparando-os para a noite. Além do vinho, do roupão, pétalas de rosa são jogados na cama e no chão. O atendimento é mais que personalizado”, relembra uma das clientes da Itabrazil que se hospedou no “The Palace”, que preferiu não se identificar.

Outro destino muito procurado, conforme a empresária, é o Taiti, a maior ilha da Polinésia Francesa, banhada pelo Oceano Pacífico. O lugar é famoso pela beleza estonteante da paisagem e pelo exotismo das construções, como os bangalôs com piscinas, construídos sobre o mar. Através do piso, de vidro, é possível ver os peixes e outros animais marinhos. “O público que procura esses roteiros é exigente, mas está disposto a pagar por isso”, afirma Adriana.

PERSISTÊNCIA

No mercado do luxo, outro setor que tem crescido em Maringá é o das grifes. Um exemplo é a Victor Hugo, famosa pelo preço de suas bolsas, que há dois anos tem loja exclusiva na cidade. A proprietária, Leontina Lorenzoni, conta que “foi um sacrifício” convencer as donas da marca de que Maringá tinha mercado para essa linha de produtos.

“Fui a São Paulo umas oito vezes para ser atendida. Na época, queria apenas revender a marca”, conta Leontina.

Hoje a empresária diz que só não vende mais por falta de mercadorias, já que a demanda é muito grande. Uma bolsa da grife pode custar de R\$ 680 a R\$ 3.700.

Quando questionada sobre os motivos do alto preço dos produtos, a empresária não tem dúvida: “A qualidade, a garantia e o status, é claro. Pode ter certeza, a mulher que entrar em algum lugar com uma bolsa da Victor Hugo, será tratada diferenciadamente.”

TOP DE LINHA

A concessionária Kinpai Mitsubishi entrou no mercado de Maringá há menos de um ano e seus proprietários não se arrependem da escolha. Lisley Hirata, sócia da loja de Maringá e também de outra em Curitiba, conta que sempre acreditou no mercado da cidade. “Estamos super-satisfeitos com a receptividade dos maringenses e das cidades vizinhas também”, afirma.

A empresária avalia que, especificamente no segmento dos carros de



LAURINDO FURQUIM

o r t o d o n t i s t a

Avenida Rio Branco, 1015

Telefone: (44) 3262-3131

CEP87015-380 - Maringá - PR

luxo, a cidade tem um grande potencial que precisa ser trabalhado.

Segundo Lisley, os carros top de linha - como a Pajero Full, que, dependendo do modelo e dos opcionais, pode custar até R\$ 240 mil - têm mais comércio nas capitais. Entretanto, ela aposta no gradual crescimento desse nicho na cidade. "A marca Mitsubishi está agregada ao status social e as pessoas valorizam isso", avalia a empresária.

UNIÃO

A loja é diferenciada. Até mesmo no horário de funcionamento, das 9 da manhã às 8 da noite. Além disso, tem o serviço delivery: as roupas são entregues na casa do cliente para que ele experimente e escolha as que mais lhe agradam. Há ainda o serviço de bar, que oferece desde o tradicional cafezinho até champanhe e uísque.

Estas são as marcas da Drafty, loja especializada em grifes internacionais, instalada há quase dois anos em Maringá. Doc Dog, Fauser Hatem, Oakley e Puma são algumas das marcas comercializa-



Bruna Moreschi

LEONTINA LORENZONI, DA VICTOR HUGO, DIZ QUE SÓ NÃO VENDE MAIS POR FALTA DE MERCADORIA

das pela loja.

O proprietário, Valdir Rossi, aposta no retorno do investimento que fez. "Dinheiro existe na cidade, mas falta a cultura de comprar esse tipo de produto. É preciso também maior união dos empresários que atuam no segmento, principalmente para melhorar a divulgação entre os consumidores", avalia. ■



Bruna Moreschi

LISLEY HIRATA E UM TOP DE LINHA DA MITSUBISHI, QUE PODE CUSTAR ATÉ R\$ 250 MIL

Mentalidade interiorana

Mas nem tudo é cor-de-rosa neste mundo do luxo. Alguns empresários que apostaram no potencial do mercado de Maringá ainda não tiveram um retorno satisfatório do investimento.

A empresária Maura Ito Fujiwara é um exemplo dos que vão na contramão do otimismo em relação ao potencial do setor.

Com loja licenciada Le Lis Blanc há quatro anos num shopping de Maringá, ela conta que sua clientela é grande e fiel, mas não o suficiente para obter um bom lucro no final do mês.

Segundo Maura, o crescimento do mercado do luxo esbarra na mentalidade dos maringaense. "As pessoas ainda pensam muito como em cidade do interior. Isso precisa mudar", sentencia.



O que você recebe junto com a sua conta de telefone: susto ou transparência?

Soluções diferentes, ligações inteligentes:
cliente GVT tem todas as chamadas locais detalhadas na conta.

Quem tem GVT, tem transparência. Por isso sua conta telefônica vem totalmente detalhada, inclusive com as chamadas locais. Ou seja, você não tem surpresas, porque sempre sabe quanto tempo durou e o quanto pagou por ligação. E você ainda conta com as melhores opções de acesso à Internet e pacotes de minutos que se adaptam ao seu perfil. Quer soluções completas em telefonia? Mude para a GVT.

O primeiro passo para o sucesso

Barba por fazer pode até dar um certo charme ao homem na hora da conquista, mas não cai nada bem em uma reunião entre executivos. E o empresário que se sente importante demais para prestar atenção nessa regra de etiqueta profissional, pode ter certeza de que corre o risco de ter sua imagem abalada.

Por isso, barba por fazer ou mal aparada, no caso dos barbudos assumidos, está fora de cogitação no mundo dos negócios.

As mulheres também precisam estar atentas. Muitas acabam pecando por excesso, no caso, de maquiagem, trazendo quase um arco-íris estampado no rosto.

Uma boa maquiagem durante o dia é aquela que quase não pode ser percebida. Tudo precisa estar muito natural, como se ela já acordasse assim, linda!

E, falando em exageros, vamos entrar no fantástico mundo dos perfumes. Eles são verdadeiras delícias, principalmente quando importados. Nesse caso, são também mais caros, e ótimos para serem exibidos por aí, em qualquer hora e lugar, certo? Errado!

Perfumes importados, principalmente da Europa, são feitos para um clima diferente do nosso. Por isso, são mais fortes. Assim, ficam perfeitos quando usados de maneira mínima e à noite.

SENSIBILIDADE

Para os homens pode parecer mais simples manter a boa aparência, mas não é. Então, atenção para o checklist: cabelos bem cortados, no mínimo uma vez por mês; unhas caprichosamente cortadas e limpas; cuidado especial com aque-

O VISUAL PODE SER SUA MARCA NO MUNDO DOS NEGÓCIOS. PECAR POR DETALHES É QUASE UM SACRILÉGIO. POR ISSO, O MELHOR É PRESTAR MUITA ATENÇÃO. TODO CUIDADO É POUCO PARA EVITAR EXAGEROS QUE POSSAM COMPROMETER O SEU MAIOR CARTÃO DE VISITA



Bruna Moreschi

les pelinhos indesejáveis que insistem em aparecer nas narinas e nas orelhas. Tesoura neles.

Na hora de escolher loção ou gel pós-barba, perfume e desodorante, o homem não pode abrir mão da sensibilidade para perceber que é preciso uma harmonia entre os aromas. Nesse caso, são indicados produtos de uma mesma linha. Ou que apenas um tenha perfume.

Essa regrinha vale também para as mulheres, que costumam usar um tipo de hidratante para cada parte do corpo, mais desodorante, perfume, xampu, condicionador e, ainda, mousse para o cabelo, além do reparador de pontas. Cada um com um cheiro diferente. Mesmo todos sendo deliciosos, é preciso ter

cuidado para não deixar os clientes e colegas de trabalho com dor de cabeça.

Regra básica: em hipótese alguma saia de casa sem um delicioso e relaxante banho, um desodorante que proporcione segurança e uma colônia suave.

Tudo pronto? Ainda não. Confira seu hálito. Vale até perguntar para alguém muito íntimo como está a situação. Se for preciso, muita escovação, fio dental, bochechos, balinhas de hortelã.

Monte seu arsenal e seja uma pessoa pronta para conquistar o mercado!

Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda

GRUPO PRESERVE

OITO ANOS CUIDANDO DO SEU PATRIMÔNIO

Há oito anos Maringá conta com uma das maiores e mais bem equipadas empresas do segmento de alarmes monitorados e prestação de serviços. O Grupo Preserve comemora esta data com uma trajetória de sucesso, pautada na combinação entre tecnologia, experiência e qualidade no atendimento, com o orgulho de ser uma empresa genuinamente maringaense.

Com profissionais especializados e os mais modernos equipamentos de proteção de residências, o Grupo Preserve tem como principal produto o Alarme Monitorado (Sistema Preserve de Alarme Monitorado), operado através de uma Central que funciona 24 horas todos os dias. Na ocorrência de qualquer anormalidade nos pontos monitorados pela empresa, uma equipe é imediatamente acionada e, em poucos instantes, verifica o sistema e toma as providências necessárias.

Além do Alarme Monitorado, o Grupo Preserve oferece também serviços de limpeza, conservação e copa, além



Os proprietários Claudemir B. Souza e Luiz Marcelino possuem vasta experiência

de mão-de-obra especializada para as funções de telefonista, recepcionista e portaria, entre outras.

Atuando em um mercado extremamente exigente e que demanda qualidade e eficiência nos serviços, o Grupo Preserve está ao lado de grandes instituições comerciais, entidades prestadoras de serviço e de famílias que confiam seu bem-estar e sua segurança ao zelo e cuidado da empresa. A excelência dos serviços pode ser confirmada pela expressiva carteira de clientes que engloba agências bancárias, cooperativas, indústrias, condomínios, comércio em geral e residências.



Carros modernos garantem deslocamento ágil

SERVIÇO:

Av. São Domingos, 2006
Fone/Fax: 44 - 3026-8919
e-mail: preserve@grupopreserve.com.br
Maringá - PR



Central de Operações, com profissionais altamente qualificados, funciona 24 horas por dia

CURSOS

**Informações pelo telefone
(44) 3025-9636.**

■ PREVENÇÃO A FRAUDES

Instrutor: Hildebrando Magno Rebello Filho

Data: 8 e 9 de setembro

Horário: das 19 às 23 horas

Objetivo: Oferecer aos participantes conhecimento das técnicas que permitam distinguir e prevenir as situações fraudulentas.

■ DIREITO DO TRABALHO PARA PROFISSIONAIS DE RECURSOS HUMANOS

Instrutora: Márcia Cristina Rafael

Data: 13 a 17 de setembro

Horário: das 19 às 23 horas e das 9 às 13 horas no sábado

Objetivo: Informar os participantes sobre cenários que se apresentam no mundo do trabalho, as mudanças na sociedade e nas organizações na visão do Direito, atuais medidas flexibilizadoras e as novas formas de negociação de salário e contrato de trabalho.

■ MULTIPLICANDO SUA FORÇA EM VENDAS POR TELEFONE

Instrutora: Maria Alice Pinatti

Data: 20 a 22 de setembro

Horário: das 19 às 22 horas

Objetivo: Apresentar algumas técnicas básicas necessárias para tornar o processo de vendas via telefone eficiente e produtivo, construindo uma imagem positiva da empresa, fidelizando os clientes. Treinar o operador de telemarketing para ter bem desenvolvidos seus sentidos de audição e fala. Desenvolver o autocontrole emocional e percepção, capacitando-o a enfrentar, com atitudes positivas e adequadas, as mais diversas situações da rotina de um telemarketing.

■ COBRANÇA COM ÊNFASE EM CHEQUES

Data: 26 a 29 de setembro

Horário: das 19 às 22h30

Instrutor: Braz Ismael Vendramini

Objetivo: O grande desafio de quem tem clientes inadimplentes é conseguir fazer da ação de cobrança um momento de reforço ao bom atendimento prestado durante o processo de venda, a fim de preservar o bom relacionamento com os clientes.

CIDADANIA FISCAL

O encontro "Capacitação dos Disseminadores da Cidadania Fiscal", promovido pela Sociedade Eticamente Responsável de Maringá (SER) no mês passado, reuniu 253 participantes no auditório da Receita Federal.

A ACIM e mais nove instituições apoiaram o evento, ligado ao Movimento pela Cidadania Fiscal. Esse movimento visa conscientizar a sociedade sobre a importância dos impostos e de cobrar a correta aplicação dos recursos.

Estiveram presentes representantes de associações comerciais de 19 cidades, além de empresários, políticos, funcionários públicos e professores. Os participantes assistiram cinco palestras relacionadas ao tema ci-



dadania fiscal.

O objetivo do evento foi fornecer material e informações aos participantes, para que se tornem disseminadores da cidadania fiscal em suas comunidades. O conteúdo das palestras pode ser acessado no site da SER – www.sermaringa.org.br.

MEGA FEIRÃO DO AUTOMÓVEL

A terceira edição do Mega Feirão Show do Automóvel de Maringá atraiu cerca de cinco mil pessoas ao antigo aeroporto. O evento, promovido pelo Conselho Permanente do Jovem Empresário (Copejem), com o apoio da BV Financeira, foi realizado nos dias 27 e 28 de agosto.

Segundo os organizadores, o Feirão aqueceu o mercado de automóveis, que vinha registrando queda nos últimos meses. Segundo a BV Financeira, que fez plantão para aprovação rápida de crédito no local, o volume de negócios realizados durante o evento ultrapassou os R\$ 400 mil.

Participaram do feirão 47 lojas de automóveis e quatro de motocicletas. Mais de mil veículos foram colocados à venda em condições especiais: a primeira parcela em 60 dias e o restante em até 48 vezes.



CHEQUES DEVOLVIDOS

Uma reunião promovida pela Cacenor (Coordenadoria das Associações Comerciais do Noroeste do Paraná) reuniu empresários da região e representantes de bancos. O objetivo do encontro foi discutir o aumento, de mais de 68%, do número de cheques devolvidos no comércio nos últimos três meses.

A reivindicação dos empresários é que os bancos adotem critérios mais rigorosos para a concessão de talões de cheques para os correntistas.

Nos próximos 90 dias, as associações comerciais que integram a Cacenor farão um levantamento dos cheques devolvidos na região. Serão pesquisados o motivo da devolução, a data da abertura da conta e o banco. Com os dados em mãos, os empresários marcarão uma nova reunião com os representantes dos bancos.



Bruna Moreschi

APOIO AO DEKASSEGUI

Um grupo formado por representantes da comunidade nipo-brasileira, empresários e lideranças de Campo Grande, Três Lagoas e Dourados esteve em Maringá no mês passado. Os visitantes vieram conhecer o trabalho de apoio aos dekassegui que retornam ao Brasil.

O programa Dekassegui está sendo concretizado através de uma parceria entre o Sebrae/PR, a Associação Cultural e Esportiva de Maringá (Acema), a ACIM e a prefeitura.

A comitiva sul-matogrossense esteve na ACIM, onde seus integrantes puderam conhecer a estrutura da entidade e o funcionamento do Codem e do IDR. Os visitantes também participaram de uma reunião de trabalho no Sebrae.



Bruna Moreschi

JOVENS EMPRESÁRIOS

As inscrições para o Sejem (Seminário Paranaense de Jovens Empresários e Empreendedores) já estão abertas. Em sua 6ª edição, o evento será realizado de 12 a 15 de setembro, no pavilhão azul do Parque de Exposições de Maringá. A promoção é do Copejem (Conselho Permanente do Jovem Empresário).

O seminário tem como objetivo estimular o empreendedorismo e gerar debates sobre o tema entre estudantes e profissionais da área de Administração. Além de palestras, o evento contará com a apresentação de trabalhos científicos. Os desafios do mercado e as novas tendências no mundo do empreendedorismo estarão em debate.

As inscrições podem ser feitas na ACIM ou com os conselheiros do Copejem. O investimento é de R\$ 40 para estudantes e profissionais das instituições realizadoras e de R\$ 50 para os de outras instituições e também para não-associados da ACIM. Mais informações pelo site www.conbrad.com.br.



POR UMA LEI DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

“A LEI COMO INSTRUMENTO DE CONTROLE E PARTICIPAÇÃO DA SOCIEDADE CIVIL NA GESTÃO DE POLÍTICAS SOCIAIS, É UM INSTRUMENTO DE AUMENTO DE PODER DO CIDADÃO”

Alguns autores vêm criticando nos últimos anos a noção moderna de Estado, separado da sociedade civil. Boaventura Santos, da Universidade de Coimbra, chegou a propor a figura de um Estado-como-novíssimo-movimento-social, onde haveria uma invasão da sociedade civil no interior do aparelho estatal.

É desta perspectiva que nasceram conselhos setoriais e de gestão, como o de Direitos da Criança e do Adolescente, entre outros. Contudo, embora os conselhos tenham alargado os mecanismos de controle de parte da população em relação à elaboração e gerenciamento das políticas públicas, os vícios da lógica burocrática do Estado brasileiro se reproduziram país a fora.

Nos últimos dez anos, o retorno à centralização da execução orçamentária diminuiu ainda mais o poder desses inovadores mecanismos de participação, porque não garantiu o gasto social. Muitas entidades perceberam o risco desta situação e iniciaram uma discussão nacional sobre o controle social da gestão pública e garantia da superação do déficit social brasileiro.

Nesta perspectiva, o Fórum Brasil do Orçamento prepara-se para lançar uma campanha pela criação da Lei de Responsabilidade Social.

Para sua efetivação, esta lei estaria sustentada por dois instrumentos básicos. O primeiro deles é a institucionalização de mínimos sociais, que serão estabelecidos em lei e aprovados nas instâncias legislativas. Na prática, os mínimos sociais deverão garantir resultados mensuráveis de superação gradativa da vida social brasileira, com melhorias anuais dos indicadores, definidas na lei.

Ao se articular ao PPA (Plano Plurianual) e à Lei de Diretrizes Orçamentárias, esta nova lei se converte numa diretriz programática. O primeiro município brasileiro a instituir uma Lei de Responsabilidade Social, a gaúcha São Sepé, estabeleceu uma rotina para investimentos públicos a partir da construção de um mapa da responsabilidade social.

O segundo instrumento institucionalizado pela lei é o sistema de monitoramento de políticas públicas pela população. Trata-se da criação de uma rede de Conselhos de Monitoramento desta lei nos municípios brasileiros, compostos por representantes da sociedade civil. A função destes conselhos é avaliar periodicamente as melhorias sociais determinadas pela lei. Uma seqüência de relatórios desfavoráveis deve desencadear a denúncia da autoridade ao Ministério Público e ao Tribunal de Contas.

A Lei de Responsabilidade Social, como instrumento de controle e participação da sociedade civil na gestão de políticas sociais é um instrumento de aumento de poder do cidadão. Por este motivo, a conquista não se circunscreve à aprovação no Congresso Nacional. Pela própria intenção da lei, somente uma campanha que envolva a população brasileira na definição de uma lógica de gestão pública poderá garantir coerência na sua implementação.

Não se trata, portanto, da instituição de mais uma lei, mas do envolvimento e convencimento de um novo direito político e social.

RUDÁ RICCI É SOCIOLOGO, DOUTOR EM CIÊNCIAS SOCIAIS E PROFESSOR DA PUC-MINAS

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE
NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO XLII Nº 448 SETEMBRO/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, Clélia Cordeiro, Thiara Lety
Soares Stivari, Dirceu Herrero Gomes, Sérgio Gini,
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, Lucinéia Parra,
Vanessa Bellei, Ana Flávia Col

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

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Regina Daefiol
Giovana Campanha
Sérgio Gini

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

CACBS
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS DO BRASIL

FACIAP
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ



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.



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