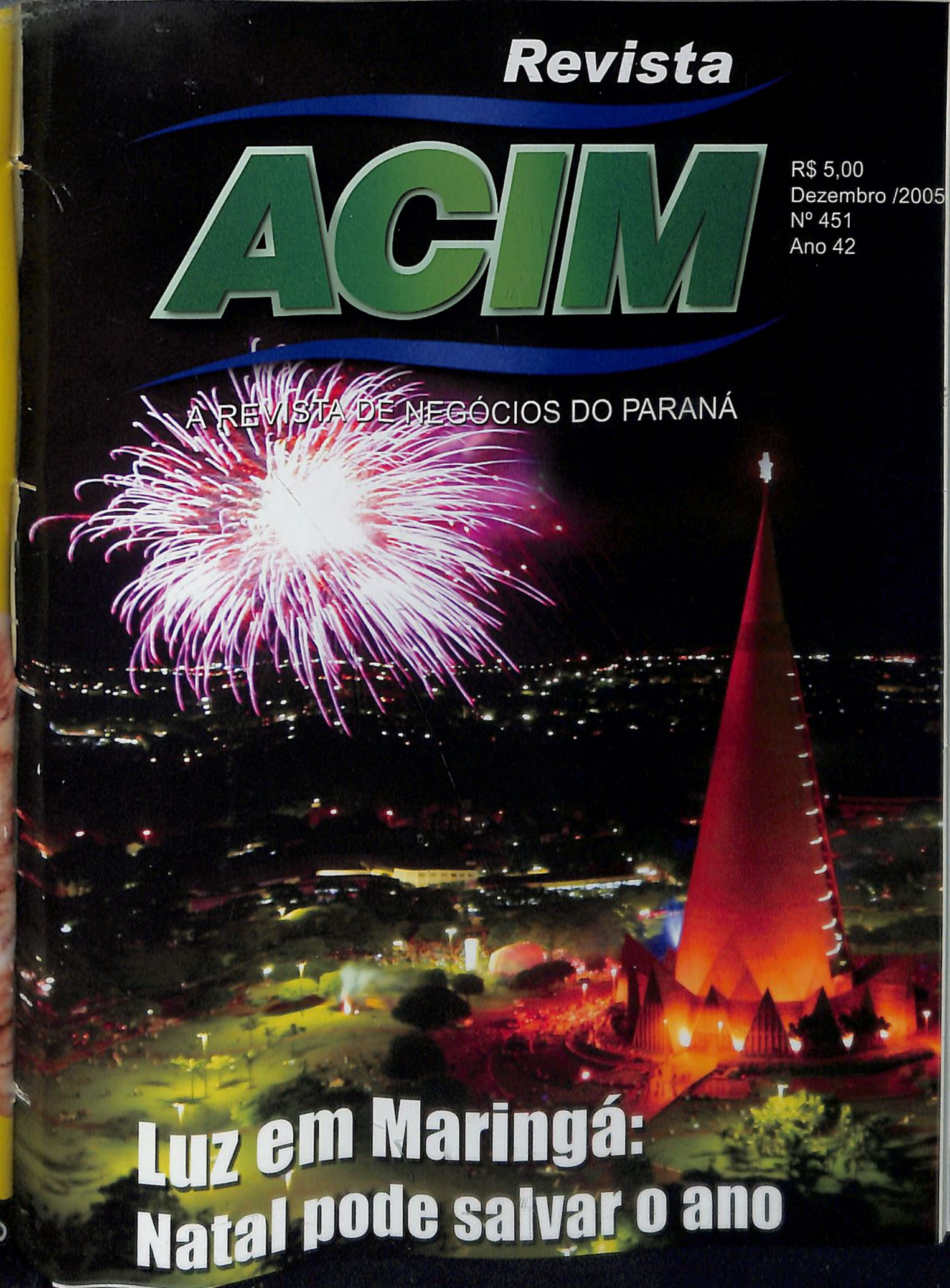


Revista

ACIM

R\$ 5,00
Dezembro /2005
Nº 451
Ano 42

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



**Luz em Maringá:
Natal pode salvar o ano**



**E aí, vai esperar o maço
acabar para começar
a parar de fumar?**





MUITOS MOTIVOS PARA COMEMORAR

A ACIM termina este ano com a sensação de dever cumprido. Neste último trimestre, em especial, a ACIM lançou alguns de seus mais importantes projetos. Um

deles, a realização da pesquisa mensal Índice de Confiança do Consumidor de Maringá (ICCM), vai permitir aos empresários conhecer o nível de confiança do consumidor em relação às economias regional e nacional. A pesquisa é fruto de uma parceria com o departamento de Economia da UEM.

Maringá é a primeira cidade do interior do Brasil a contar com essa ferramenta. Na prática, o ICCM ajuda o empresário a planejar melhor a compra de estoque, a focar e administrar melhor os investimentos, de acordo com as perspectivas dos consumidores.

Também recentemente foi lançado o Check Free, que permite às empresas associadas ao Serviço de Informações Cadastrais - Saic - consultas gratuitas a cheques de três tipos de alíneas. Aliás, a Associação Comercial de Maringá foi a primeira do Brasil a encarar o desafio de isentar os associados da cobrança das consultas de cheques. O objetivo do Check Free é reduzir a inadimplência e o índice de cheques devolvidos, um dos maiores tormentos que o comércio vem enfrentando nos últimos anos.

Outra meta concretizada foi o lançamento do SCPC Pessoa Jurídica, que permite aos associados cadastrar, gratuitamente, empresas inadimplentes. Antes só era possível registrar pessoas físicas. Este será mais um importante aliado na hora de concretizar vendas para empresas, pois será possível consultar o cadastro para ter mais segurança na transação.

No mês passado os associados ganharam outro serviço, o ACIM Mobile, início de um processo que irá revolu-

cionar a sistemática de vendas. Da concepção à conclusão do projeto, foram dez meses de estudos.

O serviço permite que as empresas façam consultas ao sistema de informações cadastrais da ACIM por meio de um aparelho celular GSM. Através de uma parceria com a operadora TIM, os associados pagam em média R\$ 0,03 por ligação, enquanto no telefone fixo o custo é de cerca de R\$ 0,13, o que representa uma economia de 77%. Além disso, o serviço é rápido, seguro e garante maior mobilidade.

Ainda neste ano lançaremos o Cardcell, que, através da parceria com operadoras regionais de cartões, possibilitará a realização de transações de crédito através do celular. Em vez das máquinas de cartão, usaremos um meio muito mais moderno e prático.

Outra iniciativa importante deste ano foi a iluminação de Natal, realizada em parceria com o Sivamar. "Um shopping a céu aberto" foi o nome dado ao projeto, que tem por objetivo atrair consumidores de toda a região e, num futuro próximo, de todo o Brasil para apreciar a decoração da cidade nesta época do ano.

Mais de 600 árvores foram iluminadas. E a comunidade aprovou, o que pode ser constatado pelo grande número de correspondências que tem chegado à ACIM em apoio ao projeto.

Todas essas realizações, possíveis graças ao empenho de diretores, colaboradores e parceiros, demonstram que há, de fato, muitos motivos para comemorar. E para fazer planos. Em 2006 estaremos trabalhando no mesmo ritmo para levar aos associados novos produtos e serviços que, certamente, contribuirão para o fortalecimento das empresas e da economia de nossa cidade.

Ariovaldo Costa Paulo
presidente da ACIM

Índice

REVISTA ACIM ANO 42 Nº 451

ENTREVISTA

8

A coordenadora do Núcleo de Sustentabilidade do Instituto Ethos, Maria Cristina Carvalho, fala sobre responsabilidade social

CAPA

16

Confira as perspectivas para as vendas de fim de ano e o impacto da campanha de Natal na economia da cidade

EMPREENDEDORISMO

08

Nos últimos anos tem aumentado o número de jovens empresários em Maringá, reflexo do mercado de trabalho restrito

INDICADORES

50

Maringá vai movimentar mais de R\$ 250 milhões em dezembro, segundo pesquisa realizada pela ACIM e pela UEM

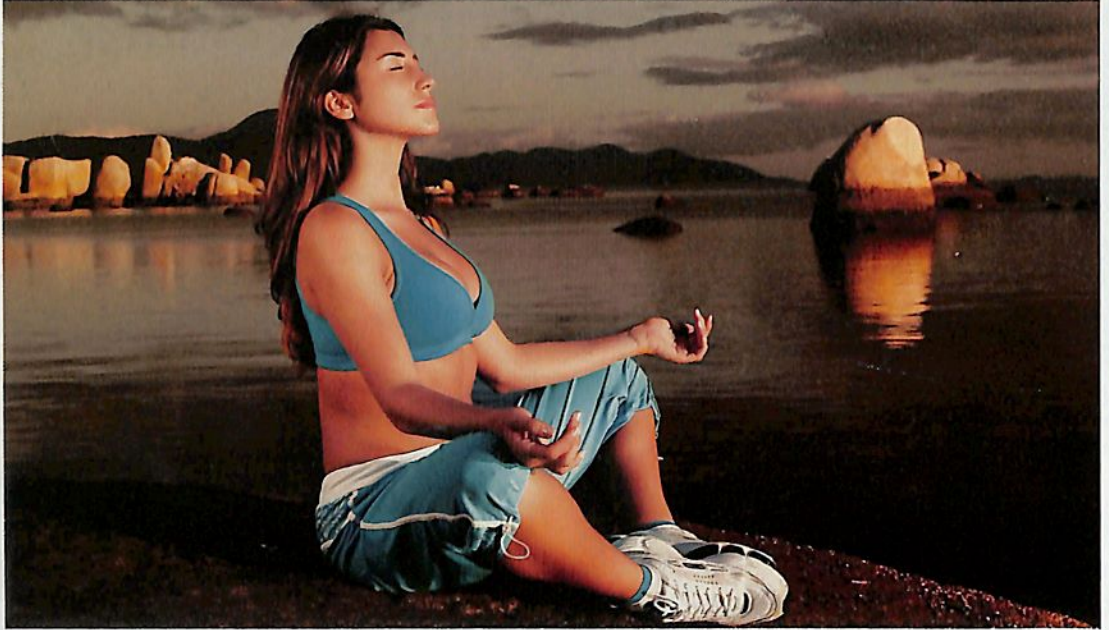
NEGÓCIOS

48

Conheça exemplos de empresas maringaenses que estão profissionalizando a sucessão familiar

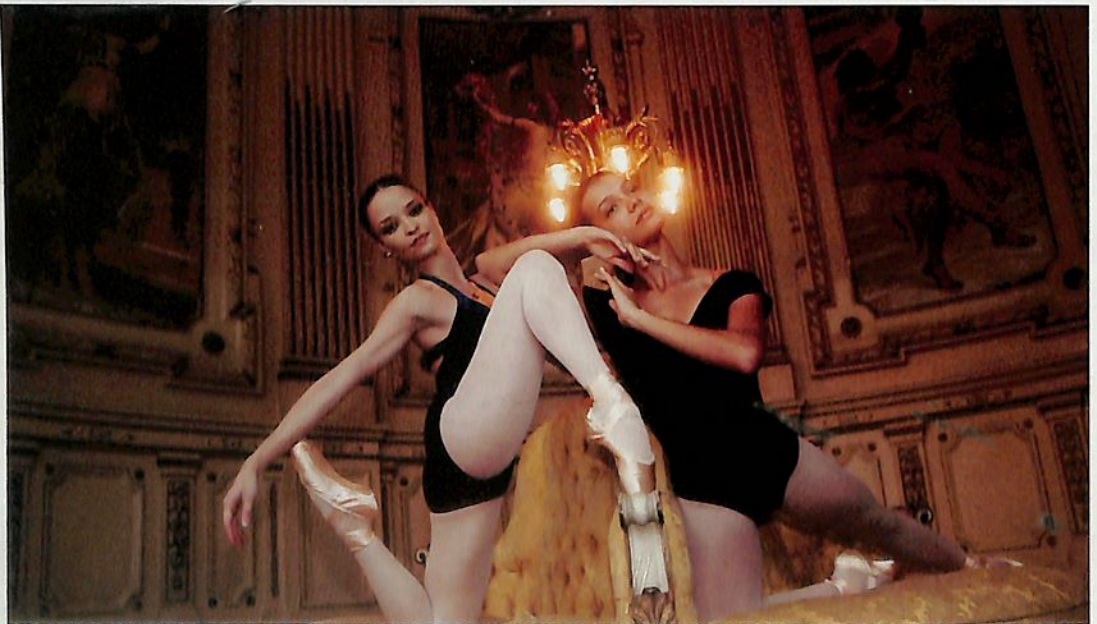


Florianópolis - Santa Catarina

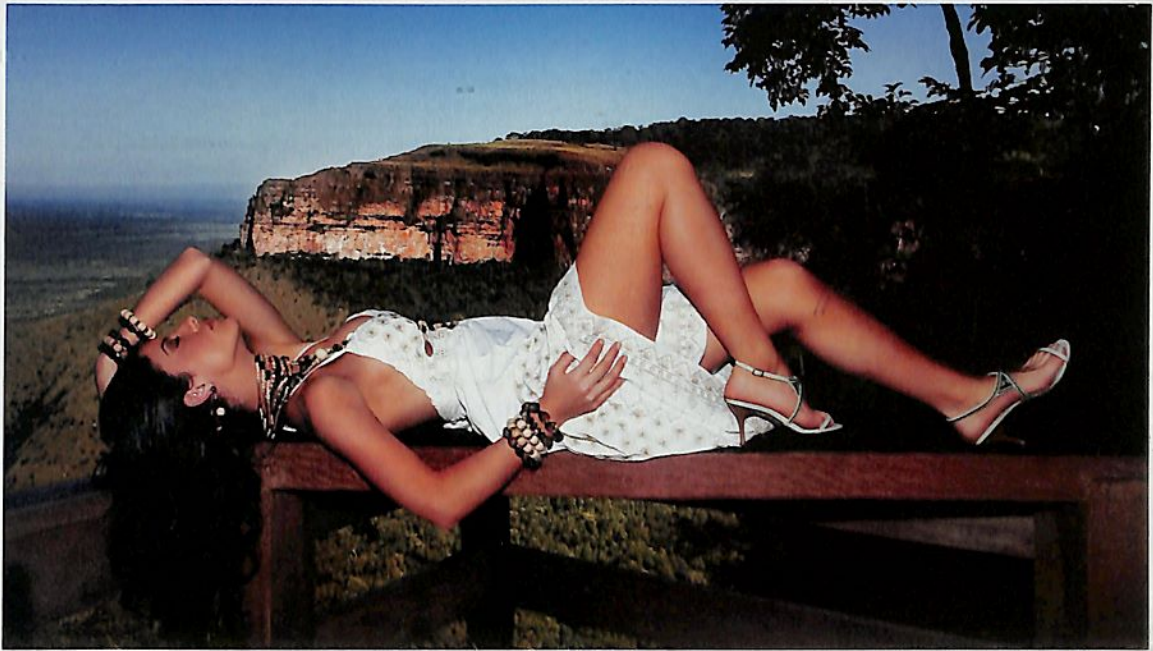


BURZEGA

Fotógrafo



Teatro Municipal - Rio de Janeiro



Chapada dos Guimarães - Mato Grosso

Casarão - Av. Paulista - São Paulo



Cassino Iguazu - Argentina

Fone 44 9102-8585

Vale a pena
OUVIR



PAULA MAMPRIN, PUBLICITÁRIA

TOM CANTA VINICIUS AO VIVO – TOM JOBIM

Este CD é uma homenagem que Tom Jobim fez a Vinicius de Moraes. Além das músicas, gravadas ao vivo em 1990, no Centro Cultural Banco do Brasil no Rio de Janeiro, ele fala de como algumas músicas foram criadas por Vinicius. É um CD de qualidade e sentimentos raros, uma linda demonstração de carinho eterno entre duas pessoas que foram parceiras em canções inesquecíveis. Em todas as músicas brota um sentimento da voz de Tom que nos remete a sensações profundas de amor.

BARÃO VERMELHO AO VIVO, GRAVADO NO ROCK IN RIO I – BARÃO VERMELHO

No revival dos anos 80 que tomou conta da cena cultural em 2005, nada melhor que ouvir o Barão Vermelho no começo de carreira. Com Cazuza a mil por hora, a banda levantou o público que lotou a primeira edição do Rock in Rio, em 1985. No final do CD, Cazuza entra no clima daquele momento vivido pelo país e, cheio de esperança, fala em um Brasil novo e diferente. Naquele ano havia sido eleito, de forma indireta, o primeiro presidente civil pós-ditadura.

Vale a pena
ASSISTIR

LUIZ CÉSAR LOPES, CONSULTOR DA EMPRESA DALE CARNEGIE TRAINING



mistura ficção e realidade. O conflito de pai e filho faz as pessoas refletirem sobre coisas simples que podem ser grandiosas. Basta saber contar histórias com amor e analogias que podem inspirar as pessoas a refletir sobre a vida, encarando os fatos de forma suave e tornando-a mais interessante.

O JÚRI - GARY FLEDER (2003)

Esse filme é para aquelas pessoas que vivem reclamando que suas idéias nunca são ouvidas. Se quiser exemplos de persuasão, liderança e influência este é o filme ideal. Envolve, estratégico, o filme orienta as pessoas a fazer as coisas com o coração, assumir riscos, observar detalhes e a suportar pressão. É a história de um assassinato que vai a júri popular. Se usarmos as influências para o bem, viveremos num mundo melhor. Esse é o recado.

PEIXE GRANDE E SUAS HISTÓRIAS MARAVILHOSAS - TIM BURTON (2003)

História emocionante do começo ao fim, que

Vale a pena
NAVEGAR

ANDRÉS SEBASTIÁN, WEBMASTER DA LEILÕES JUDICIAIS SERRANO

www.wikipedia.org

A Wikipedia é uma enciclopédia online gratuita e qualquer um pode colaborar, seja editando uma matéria ou até mesmo corrigindo os artigos já publicados.

www.imasters.com.br

Voltado para desenvolvimento de sites, nele é possível encontrar informações de colonistas profissionais que entendem do assunto.

www.aondefica.com

Para quem está programando a viagem de final de ano e não quer se perder no meio da estrada, vale a pena dar uma olhada. O site apresenta todas as informações necessárias para o seu roteiro de viagem.

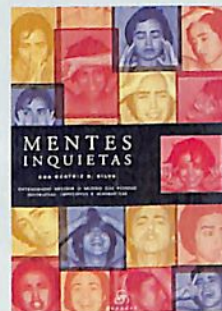
www.trama.com

A trama é a maior gravadora independente do Brasil, abriu as portas para muitas bandas que conhecemos hoje. Ao acessar o site, é possível conhecer esses artistas, ouvir músicas e assistir vídeos.

O que estou
LENDO

ELIANA PALA, FARMACÊUTICA E PROPRIETÁRIA DA FARMÁCIA FORÇA VITAL

Com abordagem clara e numa visão inovadora, a autora apresenta a síndrome neurológica conhecida como DDAH - Distúrbio do Déficit de Atenção e Hiperatividade. O livro apresenta informações sobre o funcionamento cerebral e comportamental dessas pessoas, pontuando não só as dificuldades enfrentadas pelos portadores de DDAH, mas revelando, também, todo o poder criativo, empreendedor e a emoção a flor da pele destes indivíduos. Einstein e Henry Ford eram portadores de DDAH.



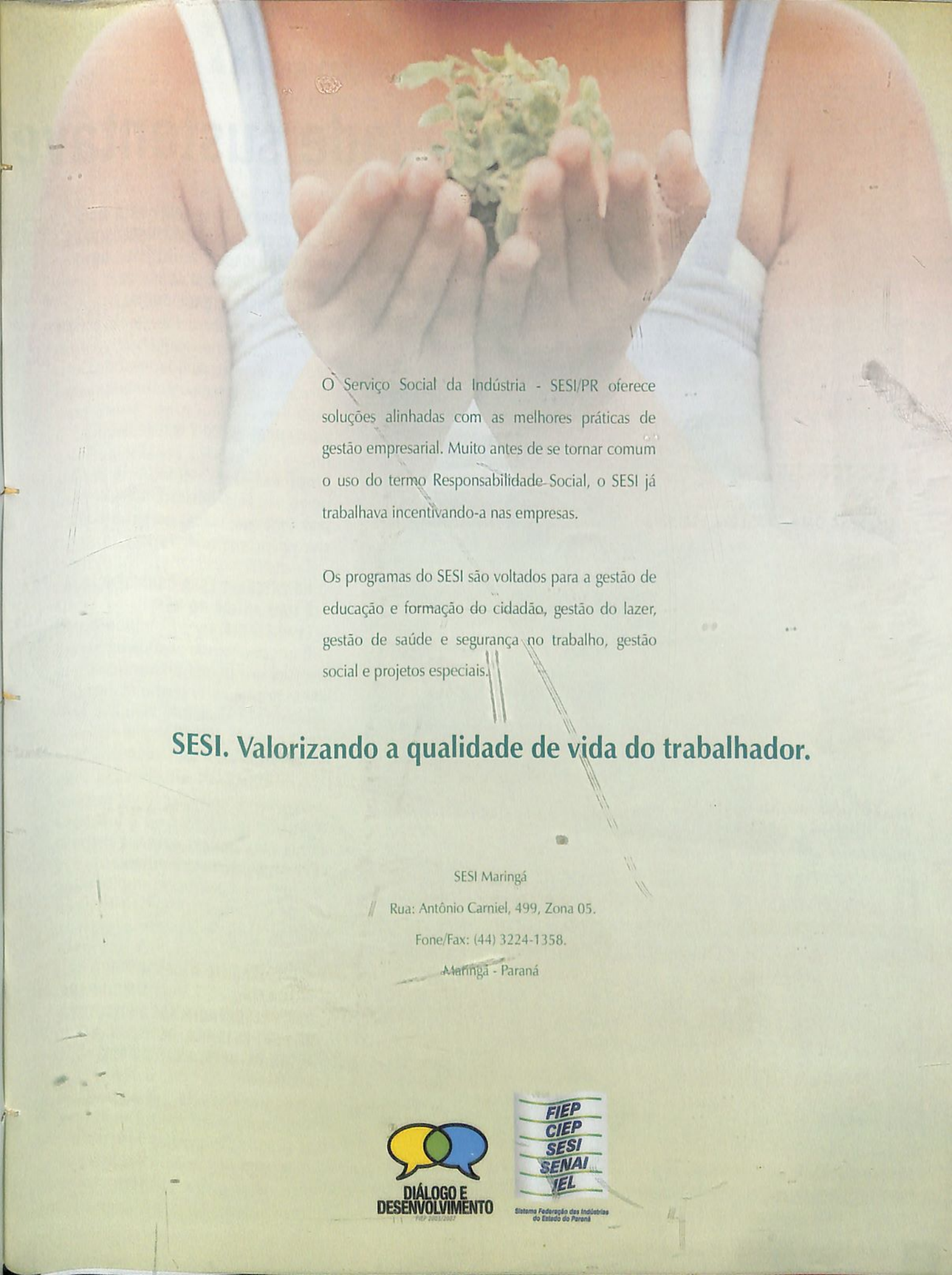
MENTES INQUIETAS
ANA BEATRIZ B. SILVA
EDITORA GENTE
224 PÁGINAS

EDSON LAURO MARCHINI, TÉCNICO EM AUTOMAÇÃO INDUSTRIAL E EMPRESÁRIO

Escrito no século XVII, esse livro é considerado uma referência para as pessoas de negócios no Japão. No Ocidente, é considerado um dos melhores guias psicológicos de estratégia. A obra é leitura obrigatória na Escola de Administração de Empresas da Universidade de Harvard.



O LIVRO DOS 5 ANÉIS
MIYAMOTO MUSASHI
EDITORA MADRAS
116 PÁGINAS

A close-up photograph of a person's hands, wearing a white tank top, gently cupping a small, green, leafy plant. The background is a soft, out-of-focus green.

O Serviço Social da Indústria - SESI/PR oferece soluções alinhadas com as melhores práticas de gestão empresarial. Muito antes de se tornar comum o uso do termo Responsabilidade Social, o SESI já trabalhava incentivando-a nas empresas.

Os programas do SESI são voltados para a gestão de educação e formação do cidadão, gestão do lazer, gestão de saúde e segurança no trabalho, gestão social e projetos especiais.

SESI. Valorizando a qualidade de vida do trabalhador.

SESI Maringá

Rua: Antônio Carniel, 499, Zona 05.

Fone/Fax: (44) 3224-1358.

Maringá - Paraná



Sistema Federação das Indústrias
do Estado do Paraná

Por uma sociedade sustentável



O CONCEITO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL VAI MUITO ALÉM DE AÇÕES QUE BENEFICIEM A COMUNIDADE QUE CERCA UMA CORPORAÇÃO. INCLUI UMA MUDANÇA DE CONCEPÇÃO DE MUNDO, QUE PASSA POR UMA NOVA FORMA DE GESTÃO PARA GARANTIR A SUSTENTABILIDADE DOS NEGÓCIOS E DO PRÓPRIO PLANETA. ESSE É O PRINCÍPIO EM QUE SE BASEIA O TRABALHO DO INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. A COORDENADORA DO NÚCLEO DE SUSTENTABILIDADE DO INSTITUTO, MARIA CRISTINA BUMACHAR CARVALHO, ESTEVE RECENTEMENTE EM MARINGÁ E CONCEDEU ESTA ENTREVISTA À REVISTA ACIM.

A EMPRESA BRASILEIRA ESTÁ MAIS CONSCIENTE SOBRE A NECESSIDADE, A VIABILIDADE E A UTILIDADE DO INVESTIMENTO EM AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Sim, a empresa brasileira começa a dar os primeiros passos. A questão da responsabilidade social e a história do terceiro setor são algo muito recente no Brasil. Neste pouco tempo, de dez anos para cá, já houve um avanço considerável. As empresas já começaram a pensar neste assunto. Elas acordaram para perceber que isso é necessário para sua própria sobrevivência.

NO EXTERIOR ESSA CONSCIÊNCIA JÁ É MAIS ANTIGA NO MEIO EMPRESARIAL?

É um pouco mais antiga e tem até um viés um pouco diferente da realidade brasileira. O termo filantropia, que tanto é debatido aqui, lá tem outro conceito. Filantropia no exterior não tem esse tom pejorativo que tem no Brasil. Lá a filantropia é levada a sério, como ação de responsabilidade social. Mas no Brasil, apesar da consciência sobre a responsabilidade social das empresas ser recente, se comparada a Estados Unidos e Europa, a questão começa a ganhar corpo e isso é muito bom.

ATÉ QUE PONTO O CONSUMIDOR BRASILEIRO ESTÁ PREPARADO PARA DAR PREFERÊNCIA AOS PRODUTOS DE EMPRESAS QUE DESENVOLVEM AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Isso também está caminhando. É um processo lento, de formiguinha, mas que também vai acontecer. Hoje o cidadão aprendeu a reclamar, a olhar o que ele tem direito

“ Para construir um mundo mais ético, mais responsável, o trabalho precisa começar no mundo de cada um ”

ou não, o que é mais justo e responsável. E isso acontece também com os produtos que ele compra. Hoje o consumidor não olha só a validade, mas presta atenção – a partir das informações que existem no mercado e no mundo – e dá preferência às empresas que têm uma responsabilidade social forte.

E EXISTE ALGUM TIPO DE INDICADOR QUE COMPROVE ESSE COMPORTAMENTO POR PARTE DO CONSUMIDOR NO BRASIL?

Existem pesquisas que são feitas empiricamente e que demonstram a preferência do consumidor pela empresa responsável social e sustentável, ou seja, que se preocupa em tornar o mundo sustentável, que se preocupa com a sobrevivência do planeta.

DE QUE FORMA UMA EMPRESA PODE FAZER DAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL O SEU DIFERENCIAL NO MERCADO?

Esse diferencial já começa internamente, quando a empresa concretiza essas ações. Quando a empresa tem responsabilidade social, os funcionários trabalham mais felizes, têm maior produtividade, se engajam nos projetos que a empresa tenta realizar neste sentido, serão voluntários de coração. A partir daí a empresa já começa a se diferenciar. Ninguém mais está de olhos fechados para essa necessidade de se preocupar com a sustentabilidade de nossa sociedade. O olhar da sociedade muda diante da empresa que trabalha e produz dentro desta filosofia, que desenvolve a responsabilidade social. Isso é um diferencial.

ENTÃO, ENVOLVER SEU PÚBLICO INTERNO NAS AÇÕES É O PRIMEIRO PASSO PARA A EMPRESA SE TORNAR SOCIALMENTE RESPONSÁVEL?

O primeiro passo é até anterior a esse, e passa pela conscientização. Depois vem a avaliação da própria empresa: O que eu faço? Onde estou? O que eu posso fazer? Aonde vou? O que vou fazer? Aí vem a questão do funcionário. Se a empresa não tiver a adesão de sua equipe interna ao projeto, dificilmente terá sucesso nas ações externas. Ela precisa ter seus funcionários apoiando, entendendo, participando.

DE QUE FORMA QUE A RESPONSABILIDADE SOCIAL PODE GARANTIR A SUSTENTABILIDADE DOS NEGÓCIOS E ATÉ MESMO DO PLANETA?

A própria sustentabilidade da empresa depende da conscientização em relação à necessidade de envolver seu público interno, sua marca e sua atuação no mercado de forma responsável. Com certeza, ela terá uma credibilidade maior, um sucesso maior e isso garantirá sua sustentabilidade. Em relação ao planeta, não adianta dizer apenas “quero um mundo melhor para meus filhos e netos”. Se nós não começarmos a ser responsáveis desde já, dificilmente o planeta sobreviverá. Ou seja, se as empresas não repensarem seu modo de produção e não se comprometerem com o desenvolvimento econômico e social das comunidades que as cercam, a sobrevivência de nossa sociedade e de nosso planeta estará comprometida.

QUANDO A EMPRESA IMPLEMENTA AS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE

SOCIAL, ELA CONSEGUE ENXERGAR, CONCRETAMENTE, OS RESULTADOS DESTA MUDANÇA DE POSTURA?

Com certeza absoluta. A partir do momento em que a empresa começa a implementar essas ações, ela começa a ter um retorno muito gratificante em todos os aspectos, humano, ambiental, e isso faz com que a empresa descubra que o investimento neste setor vale a pena.

COMO A SENHORA ANALISA A QUESTÃO DA ÉTICA NA CONCORRÊNCIA ENTRE AS EMPRESAS NO MERCADO BRASILEIRO?

Hoje a ética está num momento de debate muito forte no Brasil. Até em função da crise política que o país está enfrentando, o que desperta a sociedade para uma reflexão mais profunda sobre a questão. Ética é um assunto muito polêmico, porque passa por valores pessoais. E é muito comum se diferenciar os valores pessoais com os valores gerais. Quer dizer, eu tenho esses valores pessoais, mas o que isso significa para o que eu quero e espero do mundo? A gente costuma dizer que a empresa tem seu código de ética. É complicado dizer isso. O que existe, na realidade, é um código de conduta, como a empresa entende, dentro de sua realidade, que deve proceder para ser ética, transparente em relação a si mesma, a seu público interno e como ela vai se relacionar no mercado com as outras empresas. Então, é um assunto polêmico, que passa muito pela consciência que cada um tem e de como o empresário quer agir com os outros. O Instituto Ethos tenta

mobilizar as empresas para que elas venham conversar sobre o assunto, se posicionar e formular idéias e um plano de ação. Como foi feito, por exemplo, com o pacto contra o trabalho escravo. Hoje está em elaboração um pacto empresarial contra a corrupção. O Instituto Ethos faz esse papel de mobilizador e de articulador para que as empresa venham discutir assuntos polêmicos e se posicionar.

MUITAS VEZES, O BRASILEIRO COLOCA A ÉTICA PESSOAL COMO ALGO DIFERENTE DA ÉTICA COLETIVA. COMO A SENHORA VÊ ESSA QUESTÃO?

Em primeiro lugar, para construir um mundo mais ético, mais responsável, o trabalho precisa começar no mundo de cada um. E para mudar seu mundo, você precisa acreditar no que está fazendo e que este é o caminho a

seguir. É uma postura de mudança cultural, conscientização, informação, articulação. É um conjunto de fatores. São mudanças mais longas e mais difíceis. É por isso que não existe prazo para a implementação, em qualquer nível, da consciência da responsabilidade social dentro de uma empresa. Tudo vai depender dos valores pessoais, de como cada um vai agir, de planejamento e de condições para fazer isso. É um processo longo. É por isso que costume dizer que a responsabi-

lidade social é um trabalho de formiguinha, dentro de uma empresa e da sociedade.

COMO O INSTITUTO ETHOS ATUA COM A EMPRESA QUE SE ASSOCIA E QUE QUER DESENVOLVER AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL?

Qualquer empresa pode se associar ao Ethos e essa filiação significa dizer: "Eu acredito neste movimento". Para se associar, basta entrar no site. O valor da contribuição é livre, a empresa contribui com o quanto quiser. O Instituto dá uma sugestão de valor, comparada com o faturamento da empresa, mas ela é livre para estipular com quanto vai contribuir. A adesão de uma empresa ao Instituto Ethos significa que ela quer fazer parte deste movimento e quer crescer com ele. O Instituto orienta a empresa através do Uniethos, criado para capacitar e orientar os associados, dando cursos e treinamentos. ■

“O olhar da sociedade muda diante da empresa que desenvolve a responsabilidade social. Isso é um diferencial”



Colégio Graham Bell
10 anos

COLÉGIO GRAHAM BELL

Indispensável para a descoberta de um mundo novo de conhecimentos

Matrículas Abertas

Combinação de Sucesso

Educação Infantil
Educação Física, Projeto de Leitura, Inglês e Informática

Ensino Fundamental
1ª a 4ª - Educação Física, Projeto de Leitura, Artes, Inglês e Informática
5ª a 8ª - Espanhol, Filosofia e Treinamento Desportivo

Ensino Médio
Espanhol e Filosofia

Ensino Profissional Técnico Eletrotécnica
Automação Industrial, Projeto Elétrico com AutoCAD.

Ensino Profissional Técnico Eletrônica
Telecomunicações, Protel, Workbench e Tango.

Inclusão segura de acidentes pessoais

UNOPAR
UNIVERSIDADE NORTE DO PARANÁ

ENSINO A DISTÂNCIA VESTIBULAR

CURSOS OFERECIDOS

- ▶ LETRAS - HABILITAÇÃO: LETRAS VERNÁCULAS E RESPECTIVAS LITERATURAS - 3 ANOS E ½
- ▶ NORMAL SUPERIOR - LICENCIATURA PARA OS ANOS INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL - 3 ANOS
- ▶ PEDAGOGIA - HABILITAÇÃO: MAGISTÉRIO PARA A EDUCAÇÃO INFANTIL E SÉRIES INICIAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL E GESTÃO EDUCACIONAL - 3 ANOS E ½
- ▶ SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM ADMINISTRAÇÃO DE PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS - 2 ANOS E ½
- ▶ SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE VENDAS - 2 ANOS E ½
- ▶ SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE MARKETING - 2 ANOS E ½
- ▶ SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM TURISMO - 2 ANOS E ½
- ▶ PÓS GRADUAÇÃO

SISTEMA DE ENSINO PRESENCIAL CONECTADO

UNOPAR VIRTUAL

Credenciado pelo Decreto Federal de 03/07/1997 Publicado no D.O.U. nº 126, de 04/07/1997 Vinculado ao Sistema Federal de Educação Autorização Portaria Interministerial nº 3494/2002, de 13/12/2002. Processo CNE/CES nº 301/2003 homologado em 09/08/2004

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES

COLÉGIO GRAHAM BELL

Rua Evaristo da Veiga, 93 - Fone 44 **3227-4647** - Maringá - Paraná
www.colegiograhambell.com.br - colegio@colegiograhambell.com.br

Matrícula e inclusão seguras são apenas alguns dos benefícios



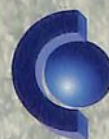
Pós-graduação

O Mercado exige ações precisas.

Taxa de inscrição: R\$ 50,00
Inscrição: 25/11/05 a 18/02/06
Seleção: 20/02/06 a 25/02/06
Aula inaugural: prevista para 10/03/06

- ANÁLISES CLÍNICAS (3ª Turma)
- ATENDIMENTO NUTRICIONAL PERSONAL DIET
- BIOLOGIA MOLECULAR E BIOTECNOLOGIA APLICADAS À SAÚDE HUMANA, ANIMAL E VEGETAL
- CLÍNICA MÉDICA DE PEQUENOS ANIMAIS
- COMUNICAÇÃO, PUBLICIDADE E NEGÓCIOS (2ª Turma)
- CONFIGURAÇÃO E GERENCIAMENTO DE REDES DE COMPUTADORES
- DESENVOLVIMENTO DE GAMES
- DESENVOLVIMENTO ORIENTADO A OBJETOS EM JAVA (4ª Turma)
- DIREITO CIVIL (FAMÍLIA E SUCESSÕES) E PROCESSUAL CIVIL (5ª Turma)
- DIREITO CONTRATUAL E DO CONSUMIDOR
- DIREITO E PROCESSO DO TRABALHO
- DIREITO PÚBLICO
- DOCÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR (2ª Turma)
- ECOLOGIA E GESTÃO DE ECOSISTEMAS URBANOS
- ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - GESTÃO DE PRODUÇÃO
- FARMACOLOGIA PARA PROFISSIONAIS DA SAÚDE (5ª Turma)
- FISIOTERAPIA DERMATO-FUNCIONAL (2ª Turma)
- FISIOTERAPIA HOSPITALAR DO AMBULATORIO A UTI E HOME CARE (2ª Turma)
- FISIOTERAPIA EM TERAPIA MANUAL E POSTURAL (5ª Turma)
- GEOPROCESSAMENTO E SENSORIAMENTO REMOTO
- GESTÃO EM AGRONEGÓCIO (3ª Turma)
- GESTÃO EM GASTRONOMIA

- HEMATOLOGIA CLÍNICA
- MANIPULAÇÃO FARMACÊUTICA (5ª Turma)
- MBA EXECUTIVO (3ª TURMA) - GESTÃO EMPRESARIAL
- MBA FINANÇAS (6ª Turma)
- MBA MARKETING E NEGÓCIOS (8ª Turma)
- MBA RECURSOS HUMANOS (6ª Turma) - GESTÃO DE PESSOAS E DESENVOLVIMENTO DE TALENTOS
- NOVAS PERSPECTIVAS DA EDUCAÇÃO ESCOLAR
- PEDAGOGIA HOSPITALAR
- PLANEJAMENTO AMBIENTAL (2ª Turma)
- PLANEJAMENTO E CONSULTORIA TURÍSTICA EM ÁREAS URBANAS E RURAIS (3ª Turma)
- PSICOLOGIA CLÍNICA - COM ÊNFASE EM PSICOTERAPIA PSICANALÍTICA (2ª Turma)
- PSICOPEDAGOGIA CLÍNICA E INSTITUCIONAL (6ª Turma)
- PSICOTERAPIA PSICODINÂMICA E PRÁTICAS INSTITUCIONAIS (ESPECIALIZAÇÃO EM PSICOLOGIA CLÍNICA)
- REPRODUÇÃO ANIMAL
- SAÚDE ATIVIDADE FÍSICA (3ª Turma)
- SAÚDE COLETIVA E SAÚDE DA FAMÍLIA



CESUMAR

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ

Fone: 44 3027-6360 - Maringá - PR

www.cesumar.br

IDR FORTALECIDO COMO OSCIP

O Instituto para o Desenvolvimento Regional (IDR) passou a deter a classificação de Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) desde o dia 20 de outubro de 2005, a partir da publicação no Diário Oficial da União do deferimento ao pedido de registro feito pela entidade junto ao Ministério da Justiça.

As discussões da diretoria (foto) para transformar o IDR em OSCIP começaram no início deste ano alicerçadas no interesse do instituto de ampliar a prestação de serviços, abrir novas oportunidades de desenvolvimento e atuar em conjunto com o setor público.

O presidente do Conselho de Administração do IDR, José Carlos Barbieri, explica que a condição de OSCIP exigiu a adequação do estatuto da entidade. Esses ajustes geraram "maior dinamismo, diversificação das ações, mais flexibilidade e menor burocracia na busca de recursos que possam



Bruna Moreschi

ser aplicados nos projetos desenvolvidos pelos parceiros do instituto", acrescenta. Em suma, o IDR "vai ficar mais ágil e terá presença mais forte no desenvolvimento regional", ressalta Barbieri.

SUCESO DE VENDAS EM MARINGÁ

A Editel Publicar comemora o sucesso da campanha de vendas da lista telefônica 2006 de Maringá. Em menos de quatro meses, a empresa registrou um incremento de vendas superior a 30% em relação ao mesmo período do ano passado.



Segundo o gerente regional da Publicar do Brasil (detentora das marcas Editel e Listel Publicar) no interior do Paraná, Nivaldo José Coletti (foto), até o encerramento da campanha as vendas devem ficar 17% acima do resultado de 2004. A comercialização de anúncios para o site www.listaonline.com.br já é 100% superior em relação ao ano passado.

Presente em Maringá há 20 anos, a Editel Publicar conquistou

pela sétima vez o prêmio Top of Mind Paraná na categoria Listas Telefônicas. A eficiência das publicações da Editel Publicar também foi comprovada pelo Instituto DataFolha: de acordo com a pesquisa realizada no ano passado, 84% das empresas preferem consultar as listas telefônicas da Editel. O instituto atestou também que 92% das empresas e 87% das residências possuem a lista Editel Publicar.

ORGANIZE SUA MENTE

Nova tecnologia gera ganhos corporativos e emocionais. Eleita como ferramenta de alta performance em ambientes empresariais e profissionais de grandes centros, o *coaching* é uma metodologia diferenciada que o psicólogo Artur Costa Fernandes Filho vem desenvolvendo em Maringá.

Conflitos com a equipe, descontrole, dificuldade de posicionamentos ou mesmo falta de tranquilidade para tomar decisões, sabendo separar o emocional do racional, são apenas alguns dos dilemas enfrentados pelos líderes e que podem ser trabalhados pelo *coaching*.

As ações têm influência direta no ambiente de trabalho. "Certa vez um cliente esboçou um gesto que indicava autoritarismo quando falou sobre sua 'relação próxima' com os funcionários. Imediatamente deu para perceber por onde começar o trabalho", afirma Artur da Costa Fernandes Filho.

COMUNICAÇÃO EM PAUTA

Em novembro foi lançado o site www.comunicacaoempauta.com.br (foto). Idealizado pela colunista social maringaense Rosi Ortega, o site, além de divulgar notícias sobre jornalismo, será um “canal de reflexão sobre atividades realizadas pelos profissionais de comunicação”.

No espaço também são divulgados eventos da área que estão acontecendo pelo Brasil. O site conta com oito colaboradores fixos e nove periódicos, que divulgam informações e fazem comentários sobre teatro, cinema, publicidade, comunicação institucional, design e artes plásticas. No início do ano que vem o site também promoverá fóruns de discussão e enquetes.



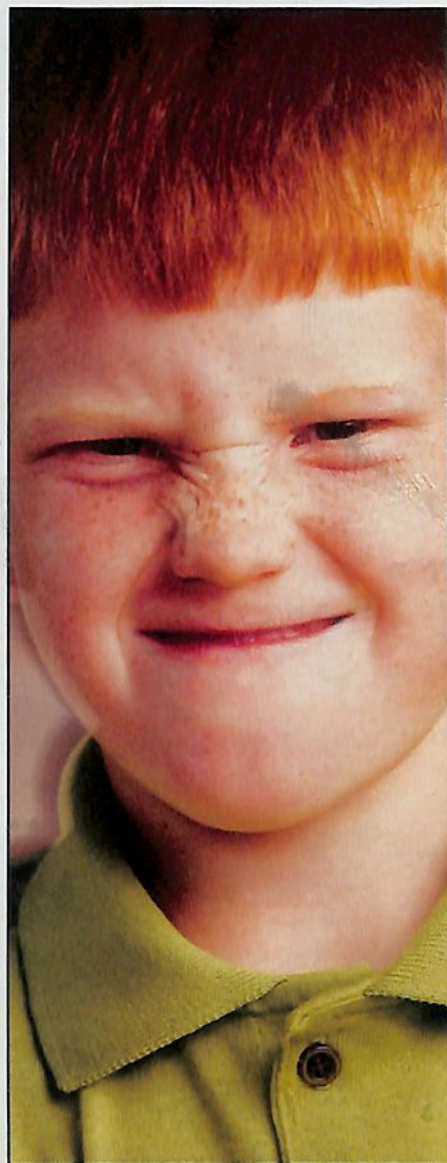
TOP DE ECOLOGIA

O empreendimento AlphaVille Maringá recebeu o prêmio Top de Ecologia 2005, concedido pela ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil. O *case* de Maringá teve como tema “A volta da harmonia com a natureza”.

Além da AlphaVille Urbanismo, outras três empresas foram premiadas: Bradesco Capitalização S/A, Companhia de Seguros Aliança do Brasil e a Companhia Estadual de Energia Elétrica do Rio Grande do Sul.

Em sua 13ª edição, o Top de Ecologia ADVB 2005 contempla as instituições que colaboram para o crescimento econômico do país sem degradar o meio ambiente e estimulando a conservação da natureza.

O trabalho desenvolvido na busca pela recomposição do equilíbrio ambiental original da região em que foi construído (foto) garantiu a premiação a AlphaVille Maringá.



**LAURINDO
FURQUIM**
o r t o d o n t i s t a

Porque você pode sorrir melhor

Avenida Rio Branco, 1015
Telefone: (44) 3262-3131
CEP87015-380 - Maringá - PR

www.acim.com.br



PEDRO GRANADO LANÇA EDIFÍCIO FERRARINI

Realizada no Alphaville Maringá Clube, a assembléia de constituição do Edifício Ferrarini contou com a presença de grande público interessado no empreendimento. Na reunião, presidida por Pedro Granado Martines, da Pedro Granado Imóveis, foi constituída a comissão de representantes, composta por cinco condôminos (foto).

O edifício - que será construído na rua Basílio Sautchuk, esquina com avenida Horácio Racanello Filho, no Novo Centro - terá 46 apartamentos, sendo quatro por andar e duas coberturas.

Cada apartamento, com área útil de 129m², terá duas suítes e um dormitório, além de sacada com churrasqueira. O condomínio contará com salão de jogos, piscina, cine-clube, salão de festas, playground, sala de ginástica e área de lazer coberta e descoberta.

UNIMED PREMIADA

A Unimed Regional Maringá recebeu o 11º Prêmio de Marketing Unimed "Dr. Nilo Marciano de Oliveira", como reconhecimento ao projeto de Medicina Preventiva lançado no primeiro semestre deste ano.

O presidente da Unimed Maringá, o médico Durval Francisco dos Santos Filho, recebeu o prêmio, representando a cooperativa. A premiação consolida a Unimed Maringá como uma das mais importantes do sistema em todo o país.

Segundo o presidente Durval dos Santos Filho, a conquista foi um mérito da diretoria de Mercado, coordenada pelo médico Maurício Chaves Júnior, da equipe, da diretoria e do Conselho de Administração, que trabalharam na elaboração de um projeto que contou com apoio de todos os conselhos e cooperados.



ESPAÇO DO DIABÉTICO

Entre os dias 21 e 26 de novembro, 30 farmácias de Maringá e região realizaram diversas atividades dentro do Espaço do Diabético, entre elas o teste gratuito de glicemia.

Quem foi às farmácias também preencheu uma ficha cadastral para receber tratamento diferenciado, podendo tirar dúvidas sobre medicamentos com o farmacêutico e ter atendimento especial, inclusive em domicílio.

Para a realização do evento, todos os colaboradores das farmácias - cerca de 300 - participaram de um treinamento, que incluiu dicas de endocrinologista, nutricionista e especialista de laboratório farmacêutico. O evento foi promovido pelo Clube Saúde Assistência Farmacêutica.



FACULDADE INSEP

O Instituto Superior de Educação do Paraná (INSEP), de Maringá, é uma faculdade que prepara professores para os ensinos infantil, fundamental e médio, oferecendo o Normal Superior e cursos de especialização.

A instituição, que é uma organização genuinamente maringaense, foi credenciada pela Portaria nº 2694/04 do MEC, publicada no Diário Oficial da União do dia 4/09/04, podendo atuar em todo o Paraná, com ensino à distância.

O INSEP tem hoje 72 alunos no curso de graduação e 103 nos cursos de especialização em Gestão Pública e Metodologia de Educação à Distância. O corpo docente é constituído por três doutores, nove mestres e quatro especialistas.

Não é à toa que Maringá é o centro das nossas atenções.

Maringá tem tudo que uma cidade precisa para se fazer bons relacionamentos. Além de bonita e de clima agradável, Maringá é bem planejada, possui uma economia forte e, sobretudo, um povo simpático e acolhedor. Foi por isso que a GVT escolheu Maringá como sede da sua Central de Relacionamento com o Cliente. É daqui que nossos mais de 500 funcionários falam com todo o Brasil, sempre com a cordialidade que já é marca registrada do povo maringaense. Pessoas trabalhadoras, cheias de energia e que vêm fazendo desta cidade uma referência em qualidade de vida para todo o País. Ou seja, para uma operadora que busca sempre soluções de alta qualidade, não há lugar mais inspirador que Maringá.

Há luz no fim do túnel

Bruna Moreschi



SEGUNDO PESQUISA, O CONSUMIDOR ESTÁ DISPOSTO A COMPRAR MAIS NESTE NATAL

PESQUISAS E ANÁLISES ECONÔMICAS APONTAM QUE O NATAL PODE AJUDAR A SALVAR O ANO, JÁ QUE 2005 NÃO FOI UM DOS MELHORES PARA O COMÉRCIO. SEGUNDO OS ANALISTAS, AS VENDAS DO SETOR TERÃO UM CRESCIMENTO, AINDA QUE TÍMIDO, QUE REFLETIRÁ POSITIVAMENTE NA ECONOMIA DA CIDADE

Os comerciantes são unânimes em dizer que 2005 não foi um bom ano para o comércio. E as razões são muitas. Começando pela estiagem do primeiro semestre, que derrubou as previsões de uma colheita abundante para o Paraná, capaz de gerar um crescimento maior da economia, passando pela crise política no Planalto Central, que abalou a segurança dos consumidores. Além disso, o inverno praticamente não existiu, prejudicando as vendas do segmento do vestuário.

O cenário que se desenhou ao longo dos últimos 11 meses deixou empresários e comerciantes com uma dúvida sobre o fim de ano que se aproxima: será que há condições de reação no 12º round? Números, pesquisas e análises de diferentes instituições mostram que o faturamento relacionado às vendas de fim de ano terá um crescimento, ainda que tímido.

Tradicionalmente, o mês de dezembro é beneficiado pela injeção de bilhões de reais na economia brasileira por conta do pagamento do 13º salário aos trabalhadores. Na economia local,

a estimativa é que serão injetados, até o final do mês, mais de R\$ 70 milhões.

Mas, até poucos meses atrás, as perspectivas não eram animadoras. Previa-se que os consumidores usariam o dinheiro extra para pagar dívidas antigas. Isso de fato deve acontecer, porém, sem comprometer as vendas natalinas.

OTIMISMO

Em novembro, a pesquisa ICCM (Índice de Confiança do Consumidor Maringaense) - realizada em parceria pela ACIM e pelo Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá e coordenada pelo economista Joilson Dias -, mostrou que mais de 60% dos consumidores entrevistados pretendiam comprar mais no comércio em função do fim de ano. A pesquisa levou em consideração a opinião de 448 consumidores, com mais de 18 anos.

Os números também demonstraram que a maioria dos maringaenses estava satisfeita com sua condição financeira: os que consideraram a situação satisfatória somaram quase 57%, con-

tra 42% dos insatisfeitos. Na pesquisa de outubro, o índice de satisfeitos era de 53%.

A expectativa de renda dos consumidores foi outro item que registrou melhora em novembro se comparado a outubro. Enquanto 26% dos entrevistados em outubro achavam que sua renda iria aumentar, em novembro este índice subiu para quase 32% dos consumidores ouvidos. O Índice de Confiança do Consumidor Maringaense também melhorou: em outubro o índice foi de 113,4% e em novembro, de 119,9%. A escala de resultado se baseia no valor 100 - se for acima é positivo (otimismo) e abaixo é negativo (pessimismo).

Traduzindo os números, o professor Joilson Dias resume: "Acreditamos que esses fatores poderão corroborar para uma reversão da tendência de um Natal normal que tínhamos projetado anteriormente, para um Natal ligeiramente melhor", comenta Dias.

CRISE POLÍTICA

A constatação a que chegou o professor e sua equipe foi verifi-

Nível de emprego geral cresceu

De acordo com o Cadastro Geral de Empregos da Agência do Trabalhador, o saldo de novos postos de trabalho criados nos seis primeiros meses de 2005 na cidade foi de 4.054, 15% menor do que o registrado no mesmo período de 2004. Apesar de menor que no ano passado, o índice indica um crescimento no nível de emprego.

No entanto, segundo a última pesquisa conjuntural da Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio), nos nove primeiros meses de 2005 o nível de emprego no comércio varejista de Maringá acabou ficando 1,75% abaixo do verificado no mesmo período do ano passado, com uma discreta recuperação do setor verificada nos meses de julho e agosto.



APRESENTAÇÃO DO ICCM DE NOVEMBRO: CONFIANÇA DO CONSUMIDOR MELHOROU

GERAÇÃO DE EMPREGOS EM MARINGÁ 2005



Janeiro a junho:

saldo de 4.054 novos postos de trabalho

Janeiro a setembro:

nível de emprego no comércio ficou 1,75% abaixo do mesmo período de 2004, com pequena recuperação em julho e agosto

cada, no final do mês passado, na loja da grife Forum, no Aspen Park Shopping Center. O fim de ano é visto como “uma luz no fim do túnel” pela gerência da loja, aberta há apenas seis meses.

De acordo com a gerente Ana Lucia Alexandre Borges, nos meses de setembro e outubro as vendas foram muito baixas, acredita, por causa da crise política em Brasília. “Os consumidores estavam retraídos, com medo de que a crise pudesse atingir a economia, e por isso deixaram de comprar”, avalia a gerente.



Bruna Moreschi

ANA LÚCIA BORGES ACREDITA NA RECUPERAÇÃO DAS VENDAS NO NATAL

Natal Ingá movimentando a economia

As campanhas natalinas estão sendo essenciais para reverter o quadro de baixo desempenho do comércio durante este ano. Em toda região noroeste, associações comerciais estão se mobilizando para que o Natal 2005 tenha um nível satisfatório de crescimento. Em Maringá, não é diferente.

Lançada no início de novembro, a campanha Natal Ingá transformou ruas, praças e avenidas da região em um grande shopping a céu aberto. Promovida pela prefeitura, em parceria com ACIM, Sivamar, entre outras entidades e empresas, e com o apoio da Secretaria Municipal da Indústria, Comércio e Turismo, a campanha está mobilizando centenas de profissionais de diferentes setores: gráficas, agências de publicidade, hotéis, empresas que alugam equipamentos de som e que preparam estrutura para shows e apresentações culturais.

Tendo como ponto de partida a iluminação das árvores do quadrilátero central da cidade, a campanha ganhou força com a adesão expressiva de comerciantes e patrocinadores.

No início, a previsão era de que 500 árvores receberiam iluminação especial, mas, para surpresa dos



Bruna Moreschi

MAIS DE 600 ÁRVORES DA CIDADE RECEBERAM ILUMINAÇÃO ESPECIAL. ATÉ A CATEDRAL FOI ILUMINADA

organizadores, a equipe responsável pela instalação da decoração tinha contabilizado, até o dia 20 de novembro, 606 árvores. Cerca de 600 empresas aderiram à campanha. “Foi uma adesão espontânea dos comerciantes. Não esperávamos tudo isso”, afirma Dirceu Herrero Gomes, superintendente da ACIM.

Segundo ele, todos os setores envolvidos na campanha devem movimentar algo em torno de R\$ 3 milhões. “Esse é o custo estimado de todos os projetos. Mas a expectativa é de que se movimentem muito mais, com reflexo em vários setores da economia”, afirma Gomes.

O objetivo do Natal Ingá é fazer com que os consumidores encontrem um clima positivo nas ruas, semelhante ao que encontram quando visitam os shoppings centers, que



Bruna Moreschi

investem pesado na decoração natalina para atrair o público não só de Maringá como de toda região. Se a rua conseguir fazer isso, avalia o superintendente da ACIM, a campanha terá cumprido seu papel.

Mas, além do caráter econômico, a campanha tem outro objetivo: divulgar o potencial turístico de Maringá para outras cidades paranaenses e até mesmo de outros estados do país. Assim como acontece em Gramado, no Rio Grande do Sul, a idéia é, ao longo dos anos, ir aperfeiçoando o projeto e torná-lo conhecido nacionalmente. “Estamos dando o ponta-pé inicial. O grande sentido desse projeto é que ele é o início do resgate dessa data para Maringá”, afirma o secretário municipal de Indústria e Comércio, Flávio Vicente.

Ana Lucia acredita que a tempestade política que atingiu o comércio já passou ou, pelo menos, ficou mais amena. Tanto é que o faturamento da loja nas primeiras semanas de novembro praticamente dobrou em relação ao mesmo período de outubro.

“Setembro e outubro foram muito ruins para o comércio em geral. Eu trabalhava com joalheria antes de assumir a loja e lá também foi complicado. Mas agora sinto que as pessoas já estão se soltando mais. O clima é outro”, conclui.

Até o Natal, a expectativa de crescimento das vendas em relação a novembro é de 50%. As perspectivas de faturamento são tão boas, que a loja de Maringá colocou à venda um perfume da marca que até o início de novembro não estava disponível para os clientes. “Não acho que o Natal vá compensar a defasagem que tive-

NÚMEROS DO NATAL

O 13º salário deverá injetar mais de R\$ 70 milhões

60% dos consumidores entrevistados na pesquisa ICCM disseram que vão comprar mais neste fim de ano

57% deles se declararam satisfeitos com sua condição financeira

32% acreditam que sua renda vai aumentar

O ICCM de novembro ficou em 119,9% (a escala de resultado se baseia no valor 100; se for acima significa otimismo e abaixo pessimismo)



mos no faturamento durante o ano, mas pelo menos dará mais ânimo para a gente entrar em 2006 e se preparar para as compras da próxima estação”, comenta a gerente da Forum.

MAIS TEMPORÁRIOS

Quem também está otimista é o comerciante Luciano Katsozo Naka, que administra três lojas de roupas e calçados: B1, Billie Shoes e Bonny. Tanto que ampliou em 20% o quadro de funcionários, com a contratação de trabalhadores temporários para o Natal.

Jeep Raid solidário

A 12ª edição do Jeep Raid Maringá, prova que reuniu 29 jipeiros nos dias 19 e 20 de novembro, arrecadou 60 cestas básicas e um grande número de brinquedos para entidades assistenciais da cidade e de Pulinópolis, distrito de Mandaguaiçu. A prova foi organizada pela equipe Terra Lama e teve entre os apoiadores o Conselho Permanente do Jovem Empresário da ACIM.

Os alimentos e os brinquedos foram doados pelos próprios competidores como pagamento pela inscrição. As doações foram entregues no fim de novembro a quatro entidades de Maringá: Lar dos Velhinhos Sociedade Beneficente, Albergue Santa Luzia de Marilac, SOS Serviço de Obras Sociais e Grupo de Apoio a Pessoas com Câncer.

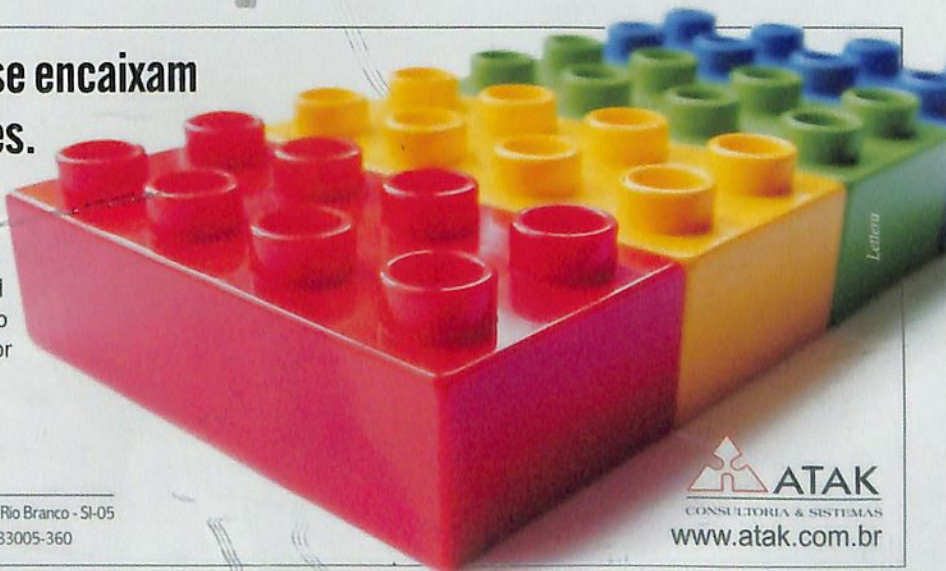
Já no distrito de Pulinópolis, escolhido por fazer parte do percurso da prova, as cestas foram entregues na zona rural e para famílias carentes da zona urbana.

Atak. Soluções que se encaixam às suas necessidades.

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.

Matriz: Av. São Paulo, 1161 - Zona 07 Maringá - PR,
Tel.: (44) 2101-5657 - CEP 87030-025

Filial: Rua Tenente Djalma Dutra, 2597 - Ctro. Comercial Rio Branco - SI-05
Tel.: (41) 383-3811 - São José dos Pinhais - PR - CEP 83005-360



ATAK
CONSULTORIA & SISTEMAS
www.atak.com.br



Bruna Moreschi

LUCIANO NAKA AMPLIOU EM 20% O QUADRO DE FUNCIONÁRIOS

“Tenho que acreditar que o fim de ano vai ser bom, já que 2005 não foi como a gente esperava. Mas, como o mercado está retraído há algum tempo e teremos a liberação do 13º, o movimento tende a aumentar”, acredita Naka.

Há 30 anos no comércio, o empresário aposta no bom atendimento e no preço competitivo para melhorar as vendas do período. “O consumidor compra tudo que tem qualidade, bom preço e onde tem bom atendimento”, analisa Luciano. Sobre o crescimento das vendas, ele arrisca: “20%, mas se empatar com o ano passado já estará bom”.

Já o economista Joilson Dias acredita que o crescimento será menor. “O Natal de 2004 foi acima do esperado, inclusive bateu nossas estimativas mais otimistas. Portanto, neste ano teremos um Natal ligeiramente mais fraco que 2004. Mas, ainda assim, acreditamos que o incremento das vendas em relação aos demais meses deste ano seja algo em torno de 10%”, afirma Dias.

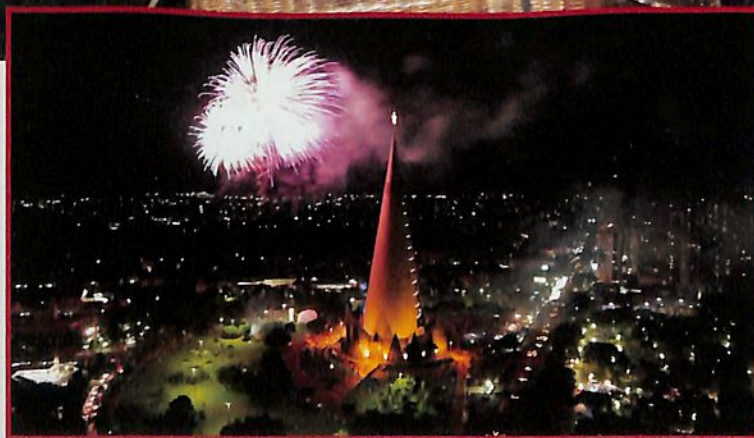
Sobre o ano que se aproxima, o cenário é mais positivo, analisa o professor. “As perspectivas para 2006 são de uma contínua queda da taxa de juros e de tentativa de investimento massivo do governo federal na economia. Esses fatores estimulam dois componentes: consumo e investimento privado, que são responsáveis por 80% da demanda interna”, explica. ■

Grande festa marcou início da campanha de Natal

Milhares de pessoas foram até a praça da Catedral no dia 25 do mês passado para ver a chegada de Papai Noel à cidade, que este ano veio a bordo de um balão. Depois de ser festejado pelas crianças e adultos, o bom velhinho acompanhado da Mamãe Noel recebeu as chaves da cidade das mãos do prefeito Sílvio Barros e se encaminhou para a Vila do Papai Noel, montada na praça Napoleão Moreira da Silva, onde ficará até o Natal.

Na ocasião também foram oficialmente acesas as luzes das mais de 600 árvores que receberam iluminação especial. A noite foi encerrada com um show pirotécnico.

Fotos Bruna Moreschi/Valdir Carniel



PAZ NO CORAÇÃO

*Direito a todos a uma vida com dignidade.
A mão da solidariedade sempre estendida.
Acreditar que o sonho de hoje será realidade amanhã.
Lutar pelos direitos e honrar os deveres.
Viver com fé, harmonia e atitudes positivas.*

Feliz Natal e um 2006 muito abençoado
Fraternalmente,



USINA DE AÇÚCAR SANTA TEREZINHA LTDA.

*Acredite sempre, vá em frente,
faça um ano melhor.*

Boas festas, Feliz 2006!

cocamar

www.cocamar.com.br

Ronco pode evoluir para Apnéia: ambos têm tratamento

Esse ruído que parece ser inofensivo pode estar ligado a um distúrbio respiratório que requer cuidado e tratamento especiais

O ronco, barulho perturbador, e inimigo número um dos que buscam um sono tranquilo, tem sua origem na vibração dos tecidos flácidos da faringe (garganta). No momento da respiração intrabucal, o ar passa por esses tecidos produzindo o ruído característico. Cerca de um quinto da população brasileira sofre deste mal.

Esse incômodo que parece ser inofensivo pode trazer sérias complicações. Pode evoluir para Apnéia Obstrutiva do Sono (AOS), mais conhecida como distúrbio respiratório crônico progressivo, que é caracterizado pela interrupção periódica da respiração durante o sono.

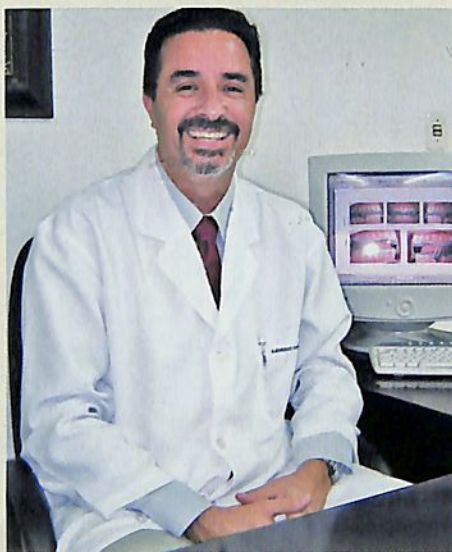
Os principais fatores que originam a AOS são a diminuição do tônus muscular causado pelo consumo de álcool, drogas relaxantes, sedentarismo, envelhecimento e respiração bucal; obesidade; pelo aumento da glândula e úvula (carninha); infecções, alergia, desenvolvimento excessivo da língua e até mesmo pelo modo de se deitar.

A AOS ocorre mais em homens de meia idade, e frequentemente está associada à obesidade e hipertensão. E caso não seja tratada, pode trazer sérias consequências, até mesmo a morte.

COMPLICAÇÕES

Alterações cardíacas, hipoxemia, e hipertensão arterial sistêmica são algumas das possíveis complicações. Em muitos pacientes, o primeiro sintoma clínico é o ronco alto seguido de períodos de silêncio que podem durar até mais de dez segundos.

Movimentação durante o sono, dores de cabeça pela manhã e sonolência diurna também são



Dr. Laurindo Furquim, responsável pela criação de aparelho para tratamento da apnéia

sintomas associados. Devido o posicionamento da língua nas paredes laterais próximas à garganta, ocorre a diminuição ou ausência temporária da passagem de ar durante o sono. E na

“O aparelho é prático, pois dispensa outras formas, como mudança de comportamento, cirurgia e utilização de máscara”

tentativa de respirar, o sono é interrompido até um novo adormecimento e uma nova interrupção. Esse esforço repetitivo causa um aumento de volume de 30% e a flacidez das estruturas onde ocorre.

TRATAMENTO

O tratamento busca atingir três objetivos básicos: alívio dos sintomas, redução da morbidade e diminuição da mortalidade. Outro objetivo é a melhora da qualidade de vida do paciente.

Há pouco tempo só eram conhecidas três formas de tratamento: alterações comportamentais, procedimentos cirúrgicos ou uso de uma máscara durante a noite.

“As alterações comportamentais consistem na mudança de hábitos alimentares, perda de peso, implementação de exercícios físicos, entre outros”, explica Dr. Laurindo Zanco Furquim, doutor pela Faculdade de Odontologia de Bauru (FOB-USP). Já nos procedimentos cirúrgicos, “o paciente se depara com um pós-operatório desconfortável resultante de um procedimento invasivo. Sem contar que pode ocorrer recidiva”, lembra. A utilização da máscara (CPAP), segundo ele é desconfortável, já que ela é acoplada ao nariz do paciente durante a noite. Ela projeta o ar, que dilata a faringe para a passagem do mesmo.

Com o intuito de ampliar os conhecimentos e possibilidades de tratamento, diversos pesquisadores da área de odontologia têm trabalhado a fim de desenvolver aparelhos funcionais e eficazes. Entre eles está o Dr. Laurindo que desenvolveu um aparelho cujo mecanismo de ação altera a posição da mandíbula,

língua e outras estruturas das vias aéreas. Seu formato possibilita um giro da mandíbula para baixo e para frente, com isso a base da língua avança, permitindo a passagem do ar. Esse aparelho é mais indicado para pacientes que possuem deficiência mandibular associada com mordida profunda, fatores que contribuem para ocorrência de AOS.

Havendo a percepção de sintomas, um especialista na área deve ser consultado.

O MELHOR PLANO PARA 2006 É GARANTIR A SAÚDE DE SUA EMPRESA

Neste mês de dezembro, aproveite para dar o presente mais desejado pelos trabalhadores brasileiros: um plano de saúde. E para que sua empresa já comece o ano com a saúde em dia, os planos empresariais* **pam** estão sem carência para consultas e todos os exames constantes na faixa de 90 dias. Ligue: (44) 3218-1530 e solicite a visita de um consultor de vendas **pam**.

Condições especiais
para associados

ACIM



www.pam.med.br

Mais que Plano de Saúde



O Diário do Norte do Paraná

O 3º PUBLIFEST REUNIU PROFISSIONAIS E ESTUDANTES, PARA DEBATER A VERDADE NA PROPAGANDA

A verdade na propaganda

ESTE FOI O TEMA DO 3º PUBLIFEST, REALIZADO NO MÊS PASSADO EM MARINGÁ, E QUE REUNIU ESTUDANTES E PROFISSIONAIS.

PALESTRANTES DE VÁRIOS CENTROS PUBLICITÁRIOS DO PAÍS ABORDARAM QUESTÕES LIGADAS À PROFISSÃO E AO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO COM O PÚBLICO

É quase consenso que a verdade é um dos princípios da propaganda e que deve estar presente nas relações entre agências e clientes, anunciantes e veículos de comunicação ou anunciantes e consumidores. Salvo exceções de profissionais que rumaram a caminhos opostos, como o publicitário Marcos Valério, a verdade continua imperando.

Todos os palestrantes que participaram da terceira edição do Festival de Publicidade de Maringá, o Publifest, reiteraram que a verdade deve ser a mola propul-

sora desse mercado. O evento, realizado entre os dias 16 e 18 de novembro em Maringá, reuniu cerca de 150 pessoas, entre estudantes e profissionais.

Com o tema “Propaganda enfrenta sua hora da verdade”, o Publifest, que foi promovido pela Associação dos Profissionais de Propaganda de Maringá (APP), trouxe para a cidade dez palestrantes dos principais mercados publicitários brasileiros. O vice-presidente executivo da Associação Brasileira de Anunciantes (ABA) e fundador da revista About, Rafael Sam-

paio, abriu o ciclo de palestras.

“A concorrência é produtiva e estimulante”, defendeu o palestrante, que acredita existir não apenas uma, mas muitas horas da verdade no setor. Ele encerrou a palestra com duas boas notícias: “A propaganda nunca foi tão necessária e nunca houve tantos instrumentos, mídias, recursos técnicos e verbas como na atualidade”.

O presidente da APP Brasil, André Porto Alegre, foi outro palestrante. Ele apresentou números do setor e defendeu uma formação universitária que, além de ter na grade disciplinas próprias da publicidade, contemple aspectos regionais. Porto Alegre também acredita que deve haver maior interação entre as faculdades e o mercado.

Já o diretor da Master Comunicação, Flávio Waiteman, falou sobre a experiência de sua empresa na produção de peças publicitárias para campanhas de prevenção do Ministério da Saúde. Segundo ele, esse tipo de campanha publicitária só tem chances de sucesso se produzida para públicos segmentados.

AGREGAR VALOR

Rogério Dezembro, diretor de atendimento da Talent Comunicação, mostrou vídeos de campanhas publicitárias que fizeram sucesso nos últimos anos. Ele acredita que a essência da comunicação “é gerar vínculo dos consumidores com a marca e produtos do anunciante”.

O gerente de relações com o mercado da OpusMúltipla, Rodrigo Rodrigues, deu dicas de como conseguir estágio ou emprego em agências de publicidade. Segundo ele, “será bem-sucedido quem conhecer a essência do seu trabalho, independente da evolução rápida da tecnologia”.

“O profissional de comunicação

de sucesso possui pensamento multidisciplinar e busca medir o resultado de tudo o que faz". A afirmação foi feita pelo sócio-presidente da GreyZest Direct, Otávio Dias, empresa especializada em marketing direto. De acordo com ele, "todas as ferramentas de marketing – propaganda, assessoria de imprensa, promoção de vendas, entre outras – são importantes e devem estar integradas umas às outras".

Também ministraram palestras o diretor da Adept Sistemas, Adilson Silveira, o gerente de marketing da HP, Rodrigo Borges, e os representantes do Conselho Executivo de Normas-Padrão (Cenp) João Luiz Faria e Vera Leite.

Segundo o presidente da APP Maringá, José Luiz Garcia, a diretoria da entidade já está trabalhando na organização do Publi-fest do ano que vem. "A tendência do evento é crescer muito no ano que vem, tamanha a expressão que alcançou, trazendo para a cidade profissionais de renome no Brasil, que ficaram impressionados com a força do mercado maringaense", afirma. ■

Maringá pode ter Câmara de Conciliação Publicitária

Durante o 3º Publi-fest foi realizada uma reunião entre representantes dos maiores veículos de comunicação e de agências de propaganda de Maringá com os representantes do Conselho Executivo de Normas Padrão (Cenp) João Luiz Faria e Vera Leite. Faria assumiu que o órgão errou no passado "ao encarar todas as regiões do Brasil como se fossem São Paulo, sem respeitar as peculiaridades regionais".

Ele reiterou que o Cenp tem entre suas missões "preservar o princípio da remuneração das agências pelos veículos de comunicação de 20% sobre o valor total das propagandas veiculadas. Esse percentual não pode ser revertido ao anunciante e só deve ser pago para as agências cadastradas no Cenp". Em Maringá, são cerca de 20 agências

cadastradas.

Uma das possibilidades para ajudar o mercado maringaense a se profissionalizar ainda mais e cumprir as normas do Cenp é criar, num primeiro momento, um comitê publicitário composto por representantes de agências e veículos de comunicação. Esse comitê teria entre suas atribuições realizar pelo menos uma reunião mensal para discutir problemas do setor, denunciar desvios nas relações comerciais do mercado publicitário buscando uma solução para esses problemas, exigir o cumprimento das normas-padrão do setor e desenvolver ações para prospecção de novos anunciantes.

Num segundo momento seria criada uma Câmara de Conciliação de Ética Publicitária, que atuará nos casos em que as normas-padrão não forem cumpridas.

Odontologia Especializada

Dra. Raquel G. Palomares

Endodontia e Clínica Geral
CRO-PR 14.979

Dr. Ricardo Zuccoli Galli

Especialista em Dentística e
Estética Dental
CRO-PR 15.536

Dr. Carina Faleiros Demito

Aparelhos Ortodônticos
CRO-PR 16.427

Av. Anchieta nº 483 - zona 02 - CEP 87010-350
Maringá - PR - Fone: 44 3031-8070



CONTRARIANDO O DITO POPULAR, EMPRESAS MARINGAENSES ESTÃO PROVANDO QUE É POSSÍVEL

CONCORRER COM GIGANTES DO MERCADO E CONSEGUIR SUCESSO. PARA ISSO, BASTA CONHECER O PÚBLICO CONSUMIDOR E LANÇAR MÃO DE ALGUMAS ESTRATÉGIAS, QUASE SEMPRE MUITO SIMPLES

Assim como na passagem bíblica, onde o pequeno Davi, com uma pedrada certa, conseguiu vencer o gigante filisteu Golias, muitas empresas genuinamente maringaenses têm tido sucesso na concorrência com grandes redes nacionais e até internacionais.

Isso sem falar na concorrência com a Internet, que hoje possibilita comprar a mais variada gama de produtos apenas com um clic, sem precisar sair de casa ou fazer pesquisa de preço nas lojas.

Mas este não é um milagre que cai do céu. Por trás de uma empresa local bem-sucedida estão pessoas que acreditaram num sonho, lutaram muito e que se mantêm no mercado graças ao trabalho árduo, à persistência e à qualidade dos produtos ou serviços prestados.

Edmar Aparecido de Souza, diretor da BJ Santos, empresa maringaense que completou 17 anos de fundação, afirma que os grandes grupos costumam ser mais lentos na hora de resolver qualquer problema do consumidor. “Conseguimos atender o cliente muito mais rápido, por exemplo, na entrega e na montagem e até em eventuais trocas de mercadorias”, justifica.

OUTROS CAMINHOS

Por ser uma empresa menor do que outras lojas de redes nacionais,

Santo de casa também



EDMAR DE SOUZA, DA BJ SANTOS: APOSTANDO NO MARKETING DE RELACIONAMENTO

a BJ Santos, conforme Souza, tem condições de desenvolver ações pontuais mais ágeis. “Se uma empresa oferece um produto com preço atrativo, conseguimos, em pouco tempo, oferecer uma promoção tão interessante quanto a do concorrente”, explica Souza.

Ele acredita que o importante é ter ação rápida e efetiva “Colocamos o mesmo preço no nosso produto, ou então oferecemos outro com preço também muito atrativo”. Segundo Edmar, para criar uma promoção que concorra com as demais lojas não é preciso consultar a matriz, que, no caso dos grandes grupos nacionais, geralmente fica em outro estado, e nem ficar na de-

pendência de muitos chefes.

Outra vantagem que as empresas locais têm se refere à concessão de crédito. “Por conhecermos melhor o nosso cliente, temos condições de aprovar ou reprovar um crediário com melhor qualidade, diminuindo o risco de inadimplência”, explica.

A grande dificuldade nessa luta diária de fazer frente às importantes redes nacionais é, sem dúvida, o poder de mídia. Segundo Souza, é impossível ter o mesmo volume de investimento nesta área das grandes redes. “A mídia dessas lojas é muito forte, mas procuramos outros caminhos para atrair e manter nossos clientes”, explica.

Uma das estratégias adotadas é investir no marketing de relacionamento, tentando satisfazer ao máximo as necessidades do cliente.

faz milagre

“Muitas vezes ele vem à nossa loja apenas para tomar um cafezinho com o gerente, sem o compromisso da compra”, diz Edmar. A estratégia tem dado certo, afinal a BJ Santos conta com 500 funcionários e tem 37 lojas espalhadas no Estado do Paraná e São Paulo.

EM FAMÍLIA

Se no setor de móveis e eletrodomésticos a concorrência com as redes nacionais é ferrenha, no setor de alimentação, especialmente no segmento do fast-food, a luta diária das empresas locais para se manter no mercado também não é pequena. Que o diga o dono do Banzé Lanches, Luiz Storto.

Nesse caso, a concorrência é com uma rede internacional de lanches.

O segredo do empresário é o poder de trabalho da família. Há qua-

se dez anos, ao abandonar o trabalho como técnico agropecuário, Storto decidiu montar um carrinho de lanches. A esposa, Lúcia, embarcou nesse sonho e criou uma maionese especial, com ingredientes que ela jamais revela.

Localizado na esquina da avenida Riachuelo com a rua Néo Alves Martins, o Banzé Lanches vendeu no dia da inauguração 13 lanches. Em 30 dias a marca diária tinha passado para 250 lanches. Hoje, a média é de 300.

No Banzé Lanches, além do próprio Storto que se tornou um exímio chapeiro, a esposa e os três filhos também se profissionalizaram no atendimento e no apoio na linha de

produção. A empresa também conta com dois funcionários. Além da estrutura familiar, Storto acredita que o bom desempenho do Banzé Lanches se deve ao atendimento personalizado. “Hoje nossos amigos são os nossos clientes”, afirma.

O sucesso tem sido tão grande que a lancheria já tem a primeira filial, localizada na avenida Cerro Azul. Koiti Celso Kikuchi, que abriu a filial também contando com o trabalho da esposa, Ana, está empolgado com o novo negócio. “Estamos apostando nesse novo empreendimento porque os clientes do Banzé Lanches apreciam a qualidade do produto e o atendimento diferenciado”, afirma Kikuchi. ■



AS FAMÍLIAS DE LUIZ STORTO E ANA KIKUCHI SE TORNARAM PARCEIRAS DE NEGÓCIO

Bruna Moreschi

An advertisement for Faculdade Uninga. It features a photograph of a young man and woman in white lab coats, smiling. The woman is holding a book. To the right of the photo is the logo for Faculdade Uninga, which consists of a blue circle above a yellow square, followed by the text "FACULDADE UNINGÁ" and "uningá" in large blue letters. Below the logo, it says "PROFISSÕES DA SAÚDE" and "Graduação e Pós-graduação" in green script, followed by the website "www.uninga.br". At the bottom of the advertisement, there is a row of eight small circular icons representing different health professions: Odontologia, Fisioterapia, Enfermagem, Fonoaudiologia, Farmácia, Psicologia, Biologia, and Biomedicina.

ODONTOLOGIA

FISIOTERAPIA

ENFERMAGEM

FONOAUDILOGIA

FARMÁCIA

PSICOLOGIA

BIOLOGIA

BIOMEDICINA

www.acim.com.br

Cabelo grisalho, terno, gravata e pasta na mão. Visualizou um empresário? Agora vamos mudar o foco da imagem: pense num jovem de calça jeans e muito entusiasmado. Deu para imaginar um empreendedor? Se não deu, é bom ir se acostumando com a idéia. Segundo o presidente do Copejem (Conselho Permanente do Jovem Empresário da ACIM), Michel André Felipe Soares, nos últimos anos tem aumentado o número de jovens empreendedores em Maringá. Uma das explicações para o fenômeno é a condição do mercado de trabalho, cujo número de vagas para profissionais com formação superior não cresce na mesma proporção em que aumenta o número de recém-formados das faculdades.

Uma pesquisa realizada em outubro deste ano, com os conselheiros do Copejem, revelou alguns dados interessantes. O estudo foi feito por Bruna Cristina Polato, estudante do 5º ano de Administração da Universidade Estadual de Maringá.

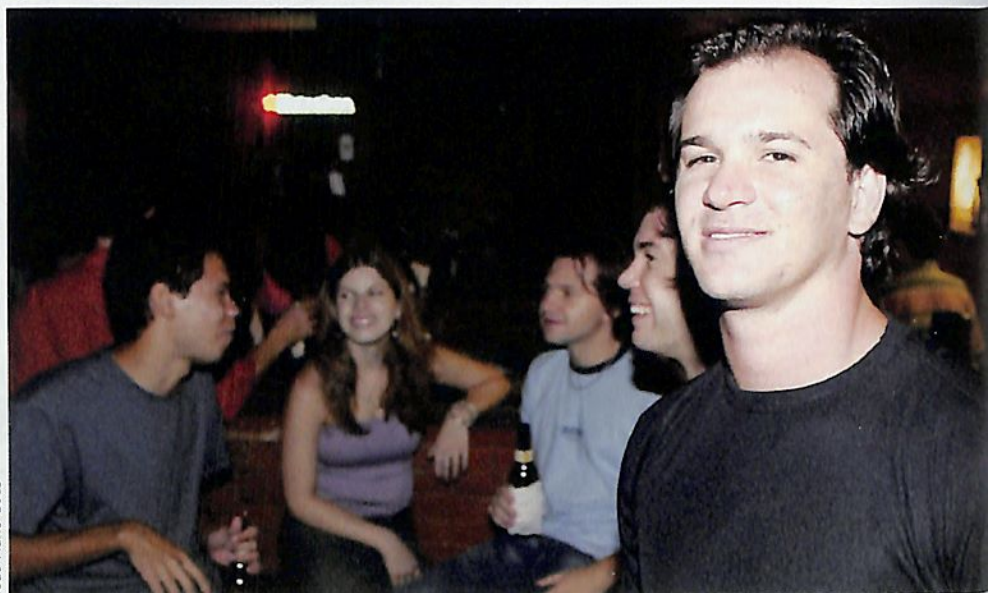
Dezessete conselheiros do Copejem responderam ao questionário e, ao contrário do que se imaginava, o resultado mostrou que 64,70% dos jovens abrem o próprio negócio, sendo que apenas 35,29% estão na atividade empresarial por conta da sucessão familiar.

A pesquisa revelou também o perfil de escolaridade dos jovens empresários: 41% são pós-graduados, 35% têm curso superior completo e 18%, superior incompleto. Das empresas listadas, 52,94% são micro, 29,41% são pequenas e 17,64% são de médio porte.

Ainda de acordo com a pesquisa, 76,47% dos entrevistados atuam no setor de serviços, 17,64% no industrial e 5,88% no setor comercial. Outro dado interessante é que 42% disseram que a influência da fami-

A nova geração do mundo dos negócios

BOA PARTE DOS JOVENS QUE COMANDAM EMPRESAS NA CIDADE ABRIU SEU PRÓPRIO NEGÓCIO. UMA MINORIA ASSUMIU AS ATIVIDADES EMPRESARIAIS POR CONTA DA SUCESSÃO FAMILIAR. UMA DAS RAZÕES PARA ISSO É O MERCADO DE TRABALHO, CADA VEZ MAIS RESTRITO



João Mário Goes

OSLER COLOMBARI TEVE VÁRIAS EMPRESAS, SEMPRE EM BUSCA DE NOVOS DESAFIOS

lia estimulou o ingresso no ramo dos negócios, enquanto que 18% afirmaram que trilharam esse caminho por conta própria.

INICIATIVA PESSOAL

Osler Colombari Filho, dono do MPB Bar, certamente faz parte do grupo dos 18%. Ele conta que, aos sete anos, já dava sinais do rumo que iria seguir, quando planejava vender “geladinho” para ganhar seu próprio dinheiro. O que naquela idade era só diversão, com o tempo se consolidou e determinou seu perfil empreendedor.

Com 15 anos Osler já queria se sustentar sozinho e conseguiu ganhar dinheiro jogando futebol. Então, começou estudar Direito, época em que um colega de turma lhe deu a dica de que era vantajoso comprar computadores no Paraguai.

“Eu tinha 21 anos e fui pesquisar o ramo de informática, fiz projeto no Sebrae e, diante da viabilidade do negócio, abri com meu irmão a escola Acesso Informática”, conta o empresário. Quando a escola cresceu, Colombari saiu em busca de novos desafios.

Vendeu a parte dele para a cu-

nhada e, com 24 anos, comprou uma casa de câmbio. O negócio também não atendia sua necessidade de vencer desafios. Assim desistiu do negócio, vendeu outra escola de informática, “parcelada em 10 vezes”, e comprou o MPB Bar, que precisava de uma reestruturação geral. “Eu tinha pela frente um desafio muito grande. Vi que ali meu potencial podia ser explorado”, relembra o empresário.

No início enfrentou um ano de forte concorrência, mas a ideia de criar um estilo para ter um diferencial deu certo e o bar ganhou um público fiel. Hoje, depois de sete anos, Colombari diz ter o mesmo entusiasmo do começo, porque novos desafios estão sempre surgindo.

FAZER ACONTECER

Téo Granado viveu situação diferente. Ele recebeu incentivo do pai e com apenas 16 anos foi trabalhar na empresa da família, a Pedro Granado Imóveis.

Lutou muito para superar uma dificuldade comum aos empreendedores que estão começando, que é a construção de uma imagem de



TÉO GRANADO: INCENTIVO DA FAMÍLIA PARA ENTRAR NO MUNDO DOS NEGÓCIOS

credibilidade. Porém, Téo Granado tinha uma vantagem. “O nome do meu pai, tradicional no mercado imobiliário, me ajudou muito na aproximação com os clientes.”

— Téo passou por vários setores da empresa até chegar ao cargo de diretor comercial. Hoje, com 27 anos, garante: “Nossa empresa é familiar, meus irmãos trabalham aqui também. Só que todos têm cargos e funções distintas com responsabilidades, obrigações e deveres bem concretos. Temos que fazer acontecer”.

A formação em Direito o ajudou bastante na empresa, mas a facilidade de relacionamento também contou muito. “Não basta ter organização e uma boa liderança, se o empreendedor não tiver um bom relacionamento comercial”, explica Téo Granado. Para reforçar esse requisito tão necessário para quem quer vencer no mundo dos negócios, ele procura sempre fazer cursos. “A pessoa que tem conhecimento, tem assunto. E quem tem assunto, cria relacionamentos, que é o que interessa”. ■

QUE TAL COMEMORAR A FESTA DA SUA EMPRESA COM
UM GARÇOM SERVINDO UM CHOPP GELADO?
VENHA PARA O CAR WASH.



Chopperia
Temporada Provisória

RESERVAS 44 3025-7373

A POSSE FOI EM 24 DE NOVEMBRO, DURANTE JANTAR QUE REÚNIU MAIS DE 500 PESSOAS, ENTRE AUTORIDADES, LIDERANÇAS E EMPRESÁRIOS. NOVOS DIRETORES QUEREM ESTREITAR OS LAÇOS COM AS LIDERANÇAS DO COMÉRCIO DOS MUNICÍPIOS QUE COMPÕEM A BASE DO SINDICATO

Sivamar tem nova diretoria



A NOVA DIRETORIA DO SIVAMAR, NA CERIMÔNIA DE POSSE, NO ÚLTIMO DIA 24

A diretoria para a gestão 2005-2007 do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) foi empossada no dia 24 de novembro, durante um jantar no Moinho Vermelho. Mais de 500 pessoas participaram da cerimônia, entre autoridades, lojistas da cidade e da região, lideranças políticas, empresariais e de trabalhadores.

Heitor Bolela Junior, presidente nas duas últimas gestões, transmitiu o cargo ao comerciante Adilson Emir Santos. Outros 12 diretores foram empossados juntamente com os seis membros do Conselho Fiscal.

Depois de uma breve apresentação do histórico do sindicato, Bolela Junior agradeceu a dedicação e o empenho da diretoria que o acompanhou, os colaboradores e as lideranças. Bolela destacou três conquistas do sindicato nos últimos quatro anos: a certificação ISO 9001, a consolidação da Câmara de Conciliação e a filiação à Fecomércio-Pr.

Arioaldo Costa Paulo afirmou, em seu discurso, que o "Sivamar é o principal elo entre os comerciantes e a ACIM". Ele destacou também a importância da filiação do sindicato à Fecomércio.

O presidente da Federação do Co-

mércio do Paraná, Darci Piana, elogiou o trabalho da diretoria e colocou que, antes da filiação do Sivamar "faltava um pedaço do Paraná dentro do sistema Fecomércio". O prefeito Sílvio Barros elogiou a atuação do Sivamar e a união entre as entidades de Maringá.

APROXIMAÇÃO

Os ex-presidentes da ACIM presentes no evento fizeram uma homenagem-surpresa a Bolela Junior, entregando uma placa. Depois Bolela empossou o novo presidente.

No primeiro discurso como presidente, Adilson agradeceu os familiares e os comerciantes que o elegeram. Ele ressaltou que "o Sivamar já se consolidou como uma entidade forte e representativa, mas ainda há muito trabalho pela frente".

O novo presidente destacou que

Quem são os diretores

Adilson Emir Santos - presidente
 Carlos Alberto Cardoso - 1º vice-presidente
 Amauri Donadon Leal - 2º vice-presidente
 José Adilson Staub - diretor Administrativo
 Antonio B. de Moura Jr - diretor de Finanças
 Eurico Ikuta - diretor de Patrimônio
 Carlos Mamoru Ajita - diretor Jurídico
 Ivanilde C. Silva - diretora de Promoções
 Ali Saadeddine Wardani - diretor Social
 Moacir Montalvão - diretor Intersindical
 José Rubens Abrão - diretor de Serviços
 Adriano Galinari - diretor Comércio de Bairro
 Antonio R. da Silva - diretor de Mercados

CONSELHO FISCAL

Antonio Donisete Busíquia
 Massao Tsukada
 Heitor Bolela Junior
 Francisco Morales
 Shiniti Ueta
 Benedito Gaspar Goulart

uma das primeiras ações da diretoria do sindicato será consolidar a aproximação com as lideranças do comércio dos outros 19 municípios que compõem a base do Sivamar. ■



design

uma marca construída com solidez

30 anos



A DESIGN chega aos 30 anos, concretizando os sonhos de muitas pessoas com solidez e qualidade, ultrapassando o número de 250.000 m² de construções bem sucedidas que fazem da empresa uma referência de credibilidade e experiência na tecnologia de construção e engenharia.

Empreendimentos que marcam os 30 anos da Design:

Petit village

CONDOMÍNIO HORIZONTAL

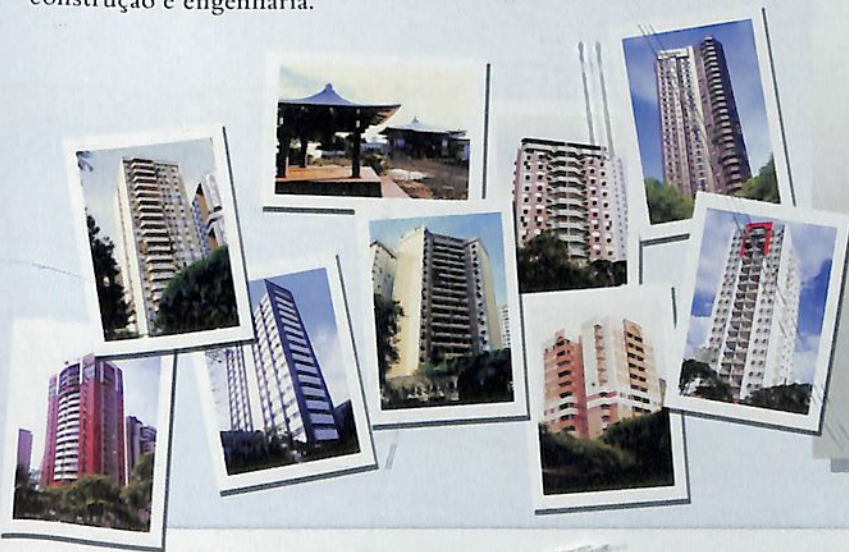


- Praça central de lazer
- Vendas na DESIGN e OPÇÃO Imóveis;
- Casa decorada em exposição;
- Possibilidade de financiamento pelo SFH;
- Próximo ao CESUMAR;
- Condomínio horizontal com 40 sobrados de 153 à 220 m² prontos para morar.

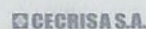
Terraços De Gaudi



- Obra comemorativa dos 30 anos da DESIGN;
- Av. XV de Novembro, próximo ao Parque do Ingá;
- Tecnologia de ponta em todos os detalhes;
- 04 suítes e 03 vagas de garagem;
- Piscina coberta e aquecida;
- Entrega em 30 meses;
- Visite a obra - vendas DESIGN e OPÇÃO Imóveis.



Marcas que fizeram conceito de qualidade



Comercial Tiradentes • Vidraçaria Guaporé • Cofebral • Metalúrgica Continental I • JB Casa & Conforto
Madeira Cambé • Portas e Janelas • Nova Luz Materiais Elétricos • Eletro Maringá



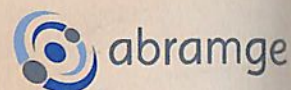
Tá difícil manter aquele plano?

Então, mude já! O Santa Rita Saúde oferece toda assistência médica que sua empresa precisa e outros grandes benefícios. Tudo pelo melhor custo x benefício do mercado.



Atendimento Nacional

Através do Sistema Abramge o usuário do Santa Rita saúde é atendido em todo o Brasil, nos casos de urgência/emergência.



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



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).

ANS nº 34.818-0

EMPRESA
X SAÚDE

Nº FUNDADA
VALOR

BENEFÍCIOS
PRODUTIVIDADE

RECEITA
DESPEAS

 **SANTA RITA[®]**
SAÚDE

Um Plano feito para a vida

VENDAS
3028-2000

www.santaritasaude.com.br

GVT anuncia em Maringá terceira geração da telefonia fixa

Telefonia IP e telefonia convencional estão reunidas em serviço inédito, que exerce funções antes exclusivas de fabricantes de equipamentos e de aplicativos

A operadora nacional de telefonia fixa GVT completa uma escalada, que começou com a oferta de serviços baseados na tradicional tecnologia analógica (centrais TDM), passou pela oferta de serviços baseados na tecnologia VoIP (transmissão de voz usando a Internet) e agora chega ao degrau da convergência que caracteriza a terceira geração da telefonia fixa.

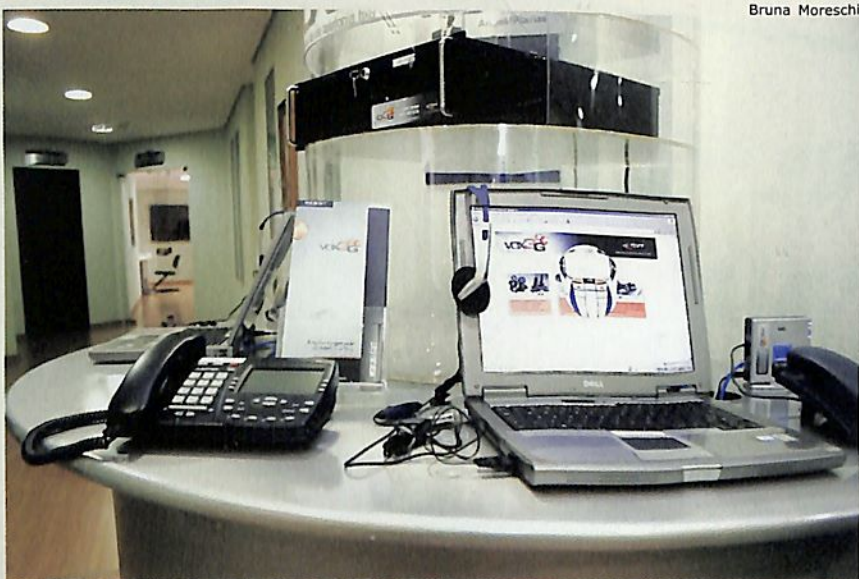
A convergência do Vox 3G, nome comercial da família de soluções, lançada no último dia 2 de dezembro, em Maringá, para empresas de médio e grande porte, consiste no atendimento a todos os tipos de necessidades relacionadas a telecomunicações. Desde a transmissão de voz nas ligações locais, interurbanas e para celulares, passando pela disponibilização de plataformas PABX-IP ligadas a programas de auto-gerenciamento, que permitem configurar e gerar relatórios via computador.

A central telefônica do cliente passa a ter, de forma integrada e sem a necessidade de contratar vários fornecedores, facilidades conhecidas como URAs (Unidades de Resposta Audível), DAC (Distribuidor Automático de Chamadas), DDR (Discagem Direta a Ramal), Unified Message (acesso multimídia a mensagens de voz). Tais facilidades, somadas às características do mundo Internet, permitem ainda portabilidade de ramal e virtualidade.

MAIS BARATO

Ao contratar o Vox 3G, a empresa conecta-se à rede da GVT e, em função disso, ligações para 146 cidades que correspondem aos municípios de presença física da operadora e nas áreas locais associadas ficam 60% mais baratas.

Todas as funcionalidades do Vox 3G podem ser acessadas por diferentes mídias graças à plataforma de terceira geração desenvolvida pela GVT. Os recados deixados na secretária eletrônica de determinado ramal da empresa, por exemplo, podem ser ouvidos pelo celular, pelo computador na empresa ou, ainda, via



Bruna Moreschi

O NOVO PRODUTO DA GVT FOI LANÇADO NA ACIM EM REUNIÃO COM EMPRESÁRIOS

webmail, a partir de um notebook ligado à internet durante uma viagem.

O mesmo processo vale para receber um documento de fax. O acesso a essas funcionalidades é feito a partir de logins e senhas pessoais, que podem ter atribuição de usuário ou administrador.

As áreas de produtos, engenharia e tecnologia da informação da GVT dedicaram nove meses ao desenvolvimento da atual configuração do 3G e um investimento de R\$ 70 milhões.

Com a promessa de trazer o futuro para a realidade atual, a contratação do Vox 3G não exige que a empresa tenha qualificação técnica avançada para operacionalizar a solução. Basta ter aparelhos de telefone comuns e instalação elétrica compatível.

A solução pode ser integrada à atual estrutura de telefonia da empresa, seja analógica, digital ou híbrida. A contratação envolve uma assinatura mensal, com desconto variável de acordo com o volume mensal de ligações. A empresa paga somente pelas chamadas realizadas, sem contratar franquias pré-determinadas ou firmar compromisso com custos fixos.

Mais informações no endereço www.vox3G.com.br.

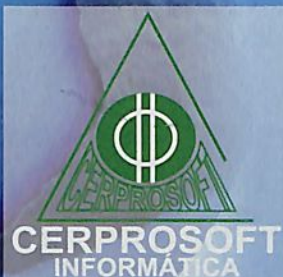
Cerprosoft

Sistemas de Gestão

- **Contabilidade**
- **Escrita Fiscal**
- **Folha de Pagamento**
- **Estoque/Financeiro**
- **Honorários/Custos**
- **Inventário**
- **Automação de Vendas**
- **Instalação de Servidores Linux**



Av. Guaira, 992 - Maringá
44 3031-5024
www.cerprosoft.com.br
cerprosoft@cerprosoft.com.br



CERPROSOFT
INFORMÁTICA

Distribuidor:
Appledata
www.appledata.com.br

Sua Empresa

No seu Celular!



SAV - Sistema de Automação de Vendas
Windows Mobile™

Desenvolvido em C++, é uma ferramenta de apoio e de fácil utilização pelos vendedores e representantes, automatizando o processo de pedidos, cadastramento de clientes, pendências financeiras, pesquisas de mercados e relatórios gerenciais. Trabalha com: PocketPcs, handhelds e celulares.

Supermel®



Fone/Fax
55 44 3263-6070

Rua Pioneiro José
Jacinto Maia, 64-A
Bairro Jardim
Copacabana II -
CEP 87023-210-
Maringá - PR- Brasil

Site: www.supermel.com.br
E-mail: supermel@wnet.com.br

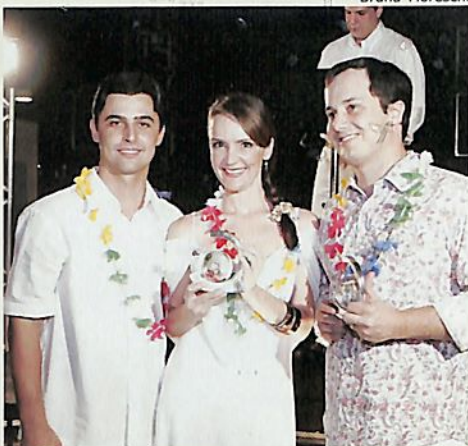


Bruna Moreschi



O DESFILE DE DIVERSAS GRIFES FOI UMA DAS ATRAÇÕES DA NOITE

Bruna Moreschi



EX E ATUAIS CONSELHEIROS TAMBÉM RECEBERAM HOMENAGENS



Copejem comemora 15 anos

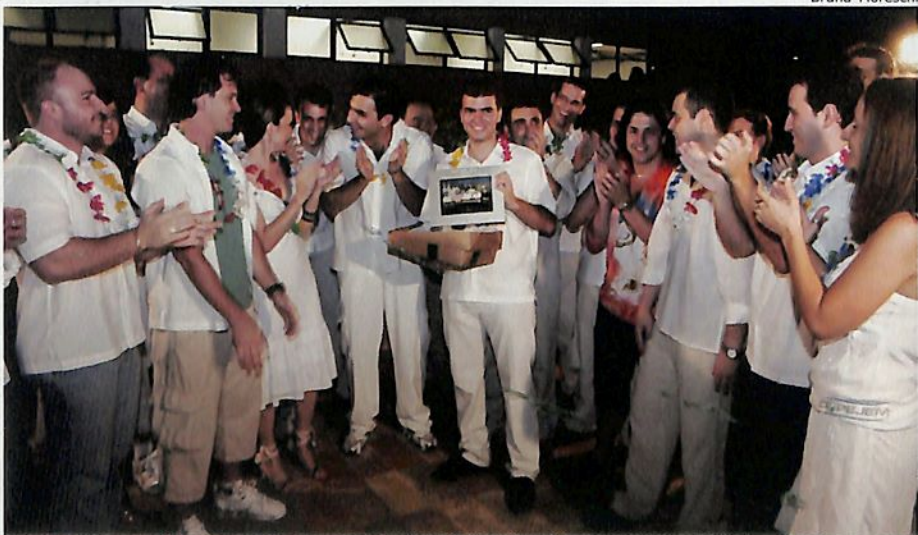
O Conselho Permanente do Jovem Empresário da ACIM (Copejem) comemorou seus 15 anos de trabalho com um evento diferente: um luau no Alphaville Maringá Clube. A festa, por adesão, atraiu centenas de pessoas, entre diretores e ex-presidentes da ACIM, conselheiros e ex-conselheiros, além de autoridades e lideranças.

Para celebrar um momento tão importante, os jovens empresários prepararam um ambiente muito especial, apoiados por diversos patrocinadores (Cesumar, Itabrazil Turismo, Noma Motors, Viagens CVC, Arilu Distribuidora, Enox e CDI). A Banda Major Tom animou a noite, tendo como cenário as belas paisagens do clube, que foi decorado com tendas e tochas para a festa.

Outra atração foi o desfile, com as coleções da Linda Li Bijuterias, Shopping de Calçados, Recco Moda Praia e Drafty também contribuíram para o sucesso da festa. Os presentes também concorreram ao sorteio de vários prêmios, entre eles uma

COM UM LUAU NO ALPHAVILLE MARINGÁ CLUBE, OS CONSELHEIROS COMEMORARAM A DATA AO LADO DE DIRETORES DA ACIM, CONVIDADOS E EX-PRESIDENTES. VÁRIAS PESSOAS FORAM HOMENAGEADAS PELA CONTRIBUIÇÃO E PELO INCENTIVO AO TRABALHO DO CONSELHO DO JOVEM EMPRESÁRIO

Bruna Moreschi



MICHEL FELIPPE FOI APLAUDIDO PELOS COMPANHEIROS DE CONSELHO

viagem para Fortaleza com direito a acompanhante.

Num cerimoniai rápido, diversas pessoas foram homenageadas,

entre elas o ex-presidente da ACIM, Fernando Henriques em cuja gestão o Conselho foi criado. Os ex-presidentes Pedro Granado,



EX-PRESIDENTES DA ACIM FORAM HOMENAGEADOS PELOS CONSELHEIROS

Hélio Costa Curta, Massao Tsukada e o atual, Ariovaldo Costa Paulo, também receberam homenagens.

Foram destacadas também pessoas que contribuíram para o crescimento e a consolidação do Copejem: Olga Moleirinho, José Rubens Abrão, Édson Nakagawa, Paulo Roberto Viscardi, Luis Fernando Ferraz, Luiz Eduardo Borin Gonçalves, Wilson Matos Silva Filho, Adriana Scandelai e o atual presidente do Conselho, Michel Felipe Soares.

Um pouco de história

Em 1969, a ACIM já possuía uma Câmara para Assuntos dos Jovens Empresários – a CAJEM. Essa Câmara durou até o início da década de 70. Mas foi em 1990, na segunda gestão do presidente Fernando Henriques, que a Associação conseguiu formar um conselho que atendesse o interesse dos jovens empresários da cidade.

Fernando Henriques conta que a idéia de criar o conselho surgiu inspirada no exemplo da Associação Comercial de São Paulo, "O principal objetivo era dar ao jovem uma noção de vida empresarial. Hoje eles são tão empresários quanto os mais antigos", afirma ele. A primeira gestão, de 1991 a 1994, teve como presidente a empresária Olga Moleirinho.

Tendo como principal missão integrar e promover o fortalecimento e o desenvolvimento do jovem empreendedor, nestes 15 anos o Copejem realizou diversos projetos e ações, além de ter participado de diversas campanhas promovidas pela ACIM e por outras entidades de Maringá. Destaque para o Mega Feirão do Automóvel, o Congresso Paranaense do Jovem Empresário e o Feirão do Imposto, realizado durante a última edição da Expoingá.

Michel Felipe Soares, atual presidente do Copejem, acredita que o conselho teve um crescimento constante graças à capacidade de todos os conselheiros e presidentes que por ali passaram. Para 2006, as metas já estão estabelecidas.

"Temos todo o planejamento estratégico traçado para o ano que vem. Continuaremos nosso trabalho, promovendo palestras e mais uma edição do Congresso do Jovem Empresário. No próximo ano vamos enfatizar a capacitação e o aperfeiçoamento dos jovens empresários", explica ele.

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

KP
KANDYANY
EVENTOS

O Toque Profissional
(41) 3295-2496 / Maringá - PR

www.kandyanyeventos.com.br

www.acim.com.br

O começo de uma nova vida

GERALMENTE AS PESSOAS DECIDEM QUE PROFISSÃO SEGUIR QUANDO AINDA SÃO MUITO JOVENS. AO LONGO DA CARREIRA, MUITAS RESOLVEM MUDAR O PERCURSO E IR EM BUSCA DAQUILO QUE TRAZ PRAZER E REALIZAÇÃO. MESMO ABANDONANDO TUDO O QUE APRENDERAM NA FACULDADE



Bruna Moreschi

ROSI ORTEGA, CONTRARIANDO O PAI, LARGOU O DIREITO PARA SE DEDICAR AO JORNALISMO

É muito comum as crianças ouvirem aquela pergunta: o que você quer ser quando crescer? Quando chega a idade de realmente decidir qual profissão seguir, grande parte fica indecisa. Isso porque a maioria ainda é jovem demais para tomar tal decisão.

Em alguns casos a escolha é

feita por influência da família e do meio social. Em outros, por falta de opção. Por esses motivos, muitos profissionais têm dado verdadeiras guinadas na carreira em busca do prazer naquilo que fazem e da realização.

A colunista social Rosi Ortega, é um exemplo. Foi professora de piano e cursou a faculdade de Di-

reito na Universidade Estadual de Maringá (UEM). Ela conta que escolheu o curso por falta de opção, pois na época em que prestou vestibular ainda não existia, na UEM, o curso que ela gostaria de fazer, Medicina.

Chegou a trabalhar como advogada na Câmara Municipal de Maringá durante alguns anos,

até que surgiu a oportunidade de atuar como colunista de um jornal. A partir de então, não largou mais a carreira, para o desespero do pai, que não concorda com a sua decisão até hoje.

Rosi Ortega é colunista social há 12 anos, se diz apaixonada pelo que faz e está prestes a se formar em Jornalismo, profissão com a qual sempre esteve envolvida e pela qual acabou pegando gosto. Ela também costuma promover em Maringá eventos com jornalistas renomados de todo o Brasil para debater a profissão e acabou de lançar um site nesta área.

JUSTIÇA

Outro que trilhou um novo caminho, deixando o diploma de lado, foi o empresário André Weffort, proprietário da Estação Academia. Ele dedicou uma parte de sua vida à faculdade de Odontologia, cursada na Universidade Federal do Paraná (UFPR). Depois de formado se especializou em dentística restauradora e atuou durante qua-



Bruna Moreschi

DE DENTISTA A DONO DE ACADEMIA, ANDRÉ WEFFORT SE DECLARA REALIZADO

tro anos.

Mas, seguindo o instinto de empreendedor, ele resolveu pesquisar uma atividade em que pudesse ter realização profissional e retorno financeiro garantido. Foi, então, que abriu a academia,

onde passa boa parte do seu tempo. Como resultado dessa escolha, ele abandonou a carreira de dentista.

Weffort explica que esse mercado é promissor e abre portas para outras oportunidades de ne-

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



**Alarmes
Monitorados
Serviços Especiais
Limpeza e
Conservação**

*"O nosso desejo
é que todos tenham
um Natal repleto de luz
e um ano novo
de paz, prosperidade
e muito amor"*



ALARMES MONITORADOS

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

gócios. No mesmo prédio ele abriu uma videolocadora, uma lanchonete e uma loja de roupas. "Posso declarar que sou muito feliz, pois consegui aliar o rendimento econômico ao prazer", afirma.

O advogado Euclides Alves da Rocha Loures Neto também mudou seu percurso profissional. Ele se formou em Jornalismo na Universidade Estadual de Londrina (UEL) e logo que saiu da faculdade trabalhou como produtor na TV Cultura, afiliada da Rede Globo em Maringá.

Como seu expediente era de meio-período, resolveu se ocupar com outro curso e começou a estudar Direito na UEM. Rocha Loures relata que, como advogado, consegue ajudar muito mais as pessoas. Hoje ele atua em Mandaguari nas áreas de direito civil e processual. "Eu faço o possível para obter justiça", frisa. Além de atender sua carteira de clientes, também presta assessoria jurídica gratuita para pessoas de baixa renda. ■

O dentista missionário

A busca incessante pela satisfação profissional e pela estabilidade econômica tem sido um dos grandes fatores para o surgimento de uma sociedade vítima do estresse e da depressão. O cirurgião dentista Leonardo Lamberti Obici não chegou a esse extremo. Envolveu-se tanto com as pessoas excluídas que acabou descobrindo a vocação de servir a Deus. Hoje ele é conhecido como Frei Afonso, mora no Lar São Francisco na Providência de Deus, em Jaci, e estuda no Seminário de São José do Rio Preto, os dois municípios de São Paulo.

Frei Afonso é formado em Odontologia pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) há dez anos e fez duas especializações na Universidade de São Paulo (USP). Trabalhou como oficial do Exército e chegou a 1º tenente. Foi durante uma de suas missões, num assentamento do Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), que optou pela vida religiosa.

Atuando como dentista, ele auxilia no tratamento de pessoas que lutam



FREI AFONSO, O DENTISTA QUE SE TORNOU MISSIONÁRIO POR VOCAÇÃO

contra as drogas e atende os que chama de seus "anjos", crianças vítimas de paralisia cerebral, muitas abandonadas.

"Enquanto muitos colegas reclamam da falta de pacientes em seus consultórios, eu não tenho do que me queixar", relata Frei Afonso, que, mesmo sem remuneração financeira, sente-se rico ao ver o sorriso não apenas na boca, mas na alma das pessoas a quem atende.

Núcleo Odontológico Especializado



Dr^a. Márcia C. M. Tuler
Endodontista - Fob./USP
Professora do CESUMAR/PR



Tel.: 44 3026-6868

SORRIA JESUS TE AMA



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

Rua Néu Alves Martins, 2999 - 1º Andar - Sala 19 - Ed. Marquezine Center - wesleytuler@yahoo.com.br



Divulgação

O DIA DA FAMÍLIA É UMA DAS ATIVIDADES DE INTEGRAÇÃO PROMOVIDAS PELA VIAPAR

Transformando as relações de trabalho

O DEPARTAMENTO DO RH, ATÉ BEM POUCO TEMPO ATRÁS, SE LIMITAVA A CUIDAR DA RENOVAÇÃO DO QUADRO FUNCIONAL DA EMPRESA. MAS O TRABALHO DESENVOLVIDO PELOS PROFISSIONAIS DA ÁREA SE DIVERSIFICOU, O QUE TROUXE GANHOS PARA EMPRESÁRIOS E COLABORADORES

É cada vez maior o número de empresas que estão descobrindo a importância das novas funções que o departamento de Recursos Humanos passou a desempenhar nos últimos anos.

Antes restrito ao trabalho de renovação do quadro de funcionários, hoje a área de RH tem se destacado como um agente de transformação, que promove e implementa ações estratégicas dentro da empresa, por meio da motivação e do comprometimento dos colaboradores.

De forma geral, as empresas

estão assimilando a idéia de que o ambiente de trabalho é uma condição primordial para o bom desempenho dos funcionários. E as ações do RH são fundamentais para criar esse ambiente.

João Farina Neto, presidente da empresa Todeschini, uma das maiores fabricantes de móveis da Serra Gaúcha, define assim a importância do RH: “Colaboradores felizes fazem clientes felizes. E, clientes felizes, fazem sócios e acionistas felizes. É um círculo virtuoso de um processo que converge sempre para a gestão de pessoas”.

LEVE E HUMANO

É apostando nesse papel estratégico que muitas empresas mantêm um departamento de RH forte, criativo e independente. Na Viapar, o jornalista José Nascimento assumiu a gerência do setor há cerca de seis meses. Deste então, colocou em prática diversos projetos para promover maior integração entre colaboradores e diretores.

Algumas iniciativas enfrentaram certa resistência dos funcionários, mas, aos poucos, a aproximação e o nível de satisfação dos colaboradores com a empresa vem melhorando. De acordo com Nascimento, o grande desafio é mudar conceitos.

“Fomos educados para ver só o lado negativo da empresa onde trabalhamos. O filho não gosta da empresa porque o pai está lá trabalhando, em pleno final de semana. E o próprio trabalhador reclama do salário, do chefe carasco, e assim por diante. O nosso trabalho é mostrar que a empresa também oferece coisas boas”, explica.

Além de um jornal interno, o RH da Viapar promove uma vez por mês o café da manhã dos colaboradores e diretores da empresa. É o momento em que funcionários de todos os níveis convivem num clima descontraído e sem formalidades. Também foi criado o projeto aniversariante do mês, desenvolvido nas praças de pedágio e na sede da empresa. Uma van transporta diretores e funcionários para as praças nas comemorações de aniversário.

Definitivamente, conforme Nascimento, o ditado “a união faz a força” é mais do que adequado para convencer colaboradores e diretores de que é possível construir um ambiente de trabalho mais leve e humano, que favore-

ça o rendimento no trabalho.

PALAVRA AMIGA

A gestora de RH da Martinucci do Brasil, Rose Mara Bughi destaca os projetos de valorização e capacitação profissional realizados dentro da empresa, que tem 180 funcionários.

Um deles é bastante inusitado. Há cerca de 10 anos uma espécie de termômetro, que revela o estado emocional da equipe, funciona na empresa. Cada setor dispõe de um quadro com os nomes de todos os colaboradores. Quando chegam na empresa, eles já registram se estão felizes, preocupados ou irritados.

A idéia é identificar o funcionário que está com algum problema e tentar ajudá-lo. Isso tem melhorado o ambiente de trabalho. Segundo ela, na maioria das vezes as pessoas se revelam preocupadas com um filho que está doente ou com problemas familiares.

Ao identificar uma dificuldade,



ROSE MARA DESTACA A IMPORTÂNCIA DE VALORIZAR O FUNCIONÁRIO

Rose Mara se dirige ao funcionário como gestora de RH, mas usando todos os recursos da psicologia, área que tem formação universitária. Uma palavra amiga ou de conforto costuma ajudar nesta hora, e a pessoa retoma o ânimo e a atenção no trabalho.

Outra iniciativa do departamento de RH para melhorar a relação dos colaboradores com o trabalho é a ginástica laboral, oferecida através de uma parceria com a Uningá. A Martinucci do Brasil

mantém, ainda, um estagiário de psicologia na empresa.

Há dez anos, a empresa criou também o programa "Colaborador padrão do ano", que visa premiar os funcionários que mais apresentaram sugestões para a empresa, que tiveram menos faltas, enfim, que se destacaram durante o ano. Representantes da direção, do departamento de RH e dos funcionários indicam os candidatos. Todos os colaboradores participam da votação. ■

O melhor hospital para o melhor plano

- ✓ Planos sem co-participação
- ✓ Preços especiais
- ✓ Compramos carências de outras operadoras (contratos acima de 12 meses)
- ✓ Atendimento nacional pelo sistema **ABRAMGE**

Solicite a presença de um dos nossos representantes ou faça-nos uma visita.

3027-5724

Rua Santos Dumont, 463 - Vila Operária - Maringá / PR - www.santacasamarina.com.br



Santa Casa de Maringá

O CONSELHO, INTEGRADO POR EMPRESÁRIAS E EXECUTIVAS, COMEMOROU DUAS DÉCADAS REUNINDO EX-PRESIDENTES, EX-CONSELHEIRAS E PERSONALIDADES QUE CONTRIBUÍRAM PARA SUA CRIAÇÃO. ENTRE ELAS A EMPRESÁRIA LÁ ENGEL, DE CURITIBA



A ATUAL E AS EX-
PRESIDENTES
FORAM
HOMENAGEADAS

Festa dos 20 anos reúne mais de 300 pessoas

O ACIM Mulher, o Conselho da Mulher Empresária e Executiva, comemorou seus 20 anos com uma feijoada, no último dia 26, no Car Wash Chopperia. Cerca de 300 pessoas compareceram ao evento, em que foram feitas diversas homenagens aos que contribuíram com o Conselho nestas duas décadas.

As nove ex-presidentes (Vera Lúcia de Campos Rother, Maria de Lourdes Meneguetti; Maria Aparecida Bekner Silva; Maria Alice Pinatti; Vilma Maria Norberto Fran-

co; Sônia Maria Uliana; Elizabete Francisca Emídio; Solange Aparecida de Paula e Roni Enara Rodrigues) e a atual, Anália Nasser foram as primeiras homenageadas.

A empresária Lá Engel, de Curitiba, que incentivou a criação do Conselho, também recebeu uma homenagem especial, das mãos do presidente da Faciap (Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Paraná), Jefferson Nogaroli. Logo depois, os convidados assistiram um vídeo sobre a história do ACIM Mulher.

INOVADORA

O ACIM Mulher, que reúne empresárias e executivas, foi criado em 1985, na primeira gestão de Fernando Henriques, mas iniciou suas atividades na gestão de Alcides Siqueira, em 1986. Ao longo destes anos, o ACIM Mulher se consolidou, promovendo eventos como a Feira Ponta de Estoque e o prêmio ACIM Mulher.

A sugestão para se criar um Conselho da Mulher Empresária na ACIM partiu de Lá Engel, presidente do Conselho da Mulher Empre-



LÁ ENGEL, A INCENTIVADORA DO CONSELHO, E JEFFERSON NOGAROLI

sária de Curitiba em 1985. No mesmo ano, um grupo liderado pela empresária Vera Lúcia de Campos Rother instalou o Conselho em Maringá.

“O Conselho foi o segundo do estado a ser criado. Creio que a ACIM foi inovadora na época, possibilitando que a mulher tivesse a mesma participação que os homens dentro da entidade”, relembra Fernando Henriques. “Elas estavam dispostas a trabalhar. Nós apoiamos o projeto e houve

uma dedicação muito grande da parte delas”.

A atual presidente, Anália Nasser, acredita que o principal papel do ACIM Mulher é buscar ações que estimulem o desenvolvimento das atividades das mulheres empresárias. “A missão do Conselho não tem fim, porque sempre vai ter gente vindo para a cidade. Nosso trabalho é contínuo, sempre trabalhando questões sociais também”, afirma. ■



ANÁLIA NASSER E CLÉLIA CORDEIRO COM O PREFEITO SÍLVIO BARROS, E SUA MULHER, BERNARDETE

Principais realizações

A primeira realização do Conselho foi a Feimar (Feira da Indústria de Maringá), em 1987, que mais tarde se transformou na Feira Moda Paraná. Posteriormente, a organização do evento passou ao Sindicato da Indústria do Vestuário e se transformou na atual Paraná Fashion.

Em 1992, tendo como presidente Maria de Lourdes Meneguetti, foi realizada a 1ª Feira Ponta de Estoque de Maringá. Hoje a feira é considerada um dos principais eventos do calendário comercial da região. Em sua última edição, em agosto deste ano, atraiu 325 mil pessoas. Foram 321 estandes e 169 lojistas participantes.

Em 2004, foi criado o Prêmio ACIM Mulher para homenagear anualmente empresárias e executivas de destaque no meio empresarial. A primeira homenageada foi a médica Edna Almodin, e este ano a premiada foi a presidente do Lar Escola da Criança de Maringá, Irmã Cecília Ferraza.

Neste ano foi realizado em Maringá o Encontro Estadual das Mulheres Empresárias, promovido pela Fiacip (Federação das Associações Comerciais do Paraná). O ACIM Mulher foi o responsável pela organização e também o principal articulador para que, nesse encontro, fosse definida a criação do Conselho Estadual da Mulher Empresária e Executiva. Sua criação foi consolidada em outubro.



AS ATUAIS CONSELHEIRAS, QUE ORGANIZARAM O EVENTO EM COMEMORAÇÃO AOS 15 ANOS

Maringá tem hoje uma ampla infraestrutura para incentivo ao turismo. A cidade conta com uma boa rede hoteleira, bons acessos, shoppings, comércio de rua, centros de convenções e empresas de eventos. Por este motivo, o entusiasmo é grande entre os empresários do setor.

A constituição do Maringá Convention & Visitors Bureau foi um marco na história da cidade no sentido de estimular o aproveitamento de todo esse potencial. "Mas, como o futuro dessa história só pode ser definido com ações no presente, a diretoria do órgão iniciou um plano de trabalho e o lançamento dos pontos atrativos, eventos e potencialidades, sendo que neste ano lançamos o Mapa Turístico e o Vídeo Institucional de Maringá", comenta Sérgio Takao Sato, presidente do MCV&B.

Também neste ano, o Maringá Convention & Visitors Bureau participou de importantes eventos nacionais, apresentando Maringá em várias partes do país, com o objetivo de captar futuros eventos. Em destaque a ABAV-Pr, em Curitiba, na seqüência o Salão de Turismo, em São Paulo, e, logo mais, o Festival de Turismo em Gramado.

ROOM TAX

Segundo a diretora executiva do MCV&B, Yara K. Van Linschoten, a presença nesses eventos é muito importante. "O Maringá Convention & Visitors Bureau reuniu esforços no sentido de atrair eventos, de enfatizar a beleza da cidade, de informar os visitantes sobre a estrutura de serviços, de convencer o poder público, as entidades e as empresas a integrarem seus esforços nesta direção", comenta.

A room tax, taxa de turismo facultativa, cobrada nos hotéis e revertida para o desenvolvimento

Uma cidade de eventos e negócios

MARINGÁ É CONHECIDA PELA QUALIDADE DE VIDA E PELA BELEZA QUE ENCANTA TURISTAS DO BRASIL E DE OUTROS PAÍSES TAMBÉM. ALÉM DISSO TEM UM GRANDE POTENCIAL PARA O TURISMO DE NEGÓCIOS E EVENTOS, ÁREA QUE O MARINGÁ CONVENTION & VISITORS BUREAU TEM AJUDADO A DESENVOLVER



RODADA DE NEGÓCIOS ENTRE EMPRESAS DE TURISMO E EVENTOS, PROMOVIDA PELO MC&VB

do setor, foi bem aceita pelos turistas que estiveram hospedados em Maringá neste ano. Segundo funcionários e gerentes de estabelecimentos da cidade, a maior parte dos hóspedes pagou a quantia sem reclamar.

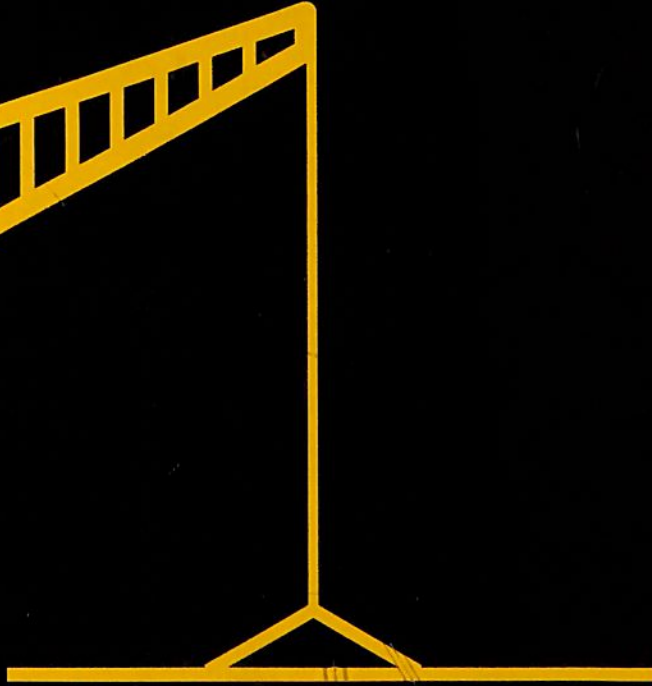
A cobrança da taxa, que varia de R\$ 0,50 a R\$ 1,20 por diária, começou a vigorar há dois anos. Os recursos gerados pela room tax são administrados pelo Maringá Convention & Visitors

Bureau e são aplicados, principalmente, na participação em feiras de turismo, confecção de material de divulgação, manutenção do site na internet e na elaboração de vídeos institucionais.

Vale lembrar o número de eventos captados pela entidade para o próximo ano. "Tivemos a captação de oito eventos para Maringá. A expectativa é de receber 6.700 pessoas nestes eventos captados. Já estamos capacitando nossos mantenedores, para prestar serviços de qualidade no atendimento a esse público", comemora Yara Linschoten. ■



Venda proibida para menores de 18 anos.



KEEP WALKING



JOHNNIE WALKER

Assuma a liderança, beba com responsabilidade.

www.johnniewalker.com.br

MARINGÁ - Avenida Brasil, 6801 - 44 3027 9292
CURITIBA - 41 3017 0051 / Delicatessen 41 3014-0796
SAO PAULO - 11 6202 9000



Procura-se um presidente

A ESCOLHA DOS SUCESSORES NUMA EMPRESA FAMILIAR É UM PROCESSO QUE ENVOLVE QUESTÕES DELICADAS. POR ISSO, É CADA VEZ MAIOR O NÚMERO DE EMPRESAS QUE BUSCAM NAS ASSESSORIAS ESPECIALIZADAS E NA PROFISSIONALIZAÇÃO O CAMINHO PARA A SOLUÇÃO DOS CONFLITOS

As empresas familiares são maioria no Brasil. Entretanto, de cada 100, apenas 30 sobrevivem até a segunda geração e somente cinco até a terceira. A profissionalização no processo sucessório não é mais novidade, mas algumas empresas ainda resistem a essa necessidade. Porém, tem crescido o número das que buscam esse modelo para superar as dificuldades inerentes ao processo.

Nos grandes centros são inúmeras as instituições que oferecem cursos para fundadores e herdeiros de empresas familiares (leia Box). O objetivo é prepará-los para a sucessão, um processo que nem sempre se desenrola com a tranquilidade esperada. Quem não conhece a incrível história do Grupo Pão de Açúcar, que chegou à beira da falência no início do processo de sucessão?

De líder absoluto no ranking das grandes corporações do país, com 626 lojas e 54.479 funcionários em 1985, o Pão de Açúcar encolheu sua estrutura para 217 lojas e pouco mais de 20 mil funcionários em 1994. Um dos fatores que colaboraram para a crise no grupo foram os conflitos entre os herdeiros.

Após uma disputa que chegou às portas da Justiça, o filho mais velho do fundador, o empresário Abílio Diniz, assumiu o controle do grupo. Nos últimos 11 anos o Pão

de Açúcar voltou a crescer e afastou o risco de falência, mas, para evitar novos transtornos, o próprio Abílio Diniz optou por um novo modelo sucessório. Com ajuda de uma empresa de consultoria, o novo presidente do grupo foi escolhido em função de suas habilidades administrativas.

ASSESSORIA

Em Maringá, o perfil das empresas não é diferente do restante do país. Grande parte delas é administrada por familiares e a preocupação com o futuro é uma realidade. Por conta disso, muitas já começam a buscar a profissionalização no processo sucessório.

O Grupo ATDL, formado por sete empresas e com 616 funcionários, é um exemplo. Três filhos do presidente Massayoshi Siriachi e 13 sobrinhos têm direito à sucessão. Para aparar as arestas e descobrir o perfil de cada herdeiro para os diversos cargos de chefia do grupo, foi contratada uma assessoria.

Vale ressaltar que o grupo está tratando o processo de sucessão com bastante antecedência, para poder preparar os sucessores.

“Estamos contando com a ajuda de um psicólogo e de um advogado para traçar o perfil de cada um”, explica Siriachi. Ele admite que nem todos os familiares concordam com a assessoria, mas a



Bruna Moreschi

SIRAICHI: SUCESSÃO BASEADA NO PERFIL DOS 16 HERDEIROS DO GRUPO

maioria dos herdeiros apóia a iniciativa. “Devagar, sem traumas, vamos definir, de acordo com o perfil de cada um dos herdeiros, os cargos que eles merecem ocupar”, justifica.

RAZÃO

O psicólogo Waldemar Fugioka, que presta a assessoria para o grupo, explica que o processo sucessório em uma empresa familiar é mais difícil por causa do fator emocional. O vínculo afetivo entre as pessoas dificulta a decisão, principalmente se ela for desfavorável para um ou outro membro da família.

Segundo ele, os conflitos são quase sempre inevitáveis. Em geral, os fundadores exigem dedicação 24 horas dos herdeiros. Afinal, eles fizeram isso para construir a empresa e chegar onde chegaram. Entretanto, esse pensamento nem sempre é compartilhado entre os sucessores, principalmen-



Estudiosos discutem a questão

Em São Paulo, sindicatos empresariais e instituições públicas oferecem cursos e palestras sobre sucessão familiar.

Para a maioria dos especialistas, discutir a sucessão nas empresas familiares deve ir muito além de apenas apresentar modelos que satisfaçam os interesses dos seus fundadores.

Deve ser uma preocupação social, já que no Brasil as empresas familiares são responsáveis por milhões de empregos, que ficam ameaçados quando há turbulências no processo de sucessão.

te entre os da terceira geração.

O grande desafio nesse processo, conforme Fugioka, é despertar nos herdeiros o comprometimento com a empresa em primeiro lugar. O foco deve estar na continuidade do negócio. Além disso, ressalta o psicólogo, é imprescindível que as decisões sejam pautadas pela razão e jamais pela emoção.

SUCCESSÃO TRANQUÍLA

O grupo FA Maringá, que tem cinco empresas, 820 funcionários e quatro sócios, está em pleno processo de sucessão familiar. O processo, segundo Fernando Ferraz, um dos sócios, tem sido tranquilo porque os herdeiros se prepararam para assumir as empresas.

“Não foi nada imposto. Cada um foi trabalhando naquilo que mais gostava e se dedicando à empresa que escolheu para trabalhar”, destaca. Para fortalecer esse entrosamento, foi criada uma diretoria executiva da qual fazem parte tanto os sócios da primeira geração, quanto os filhos que os sucederão.

“Trabalhamos integrados através dessa diretoria executiva e esse foi um dos caminhos que garantiram a tranquilidade no processo sucessório. Dentro desta filosofia, o cargo de presidente da empresa passa a ser exercido de forma compartilhada com os demais membros”, explica Luiz Fernando Ferraz, o filho de Fernando Ferraz, que em 2006 assumirá o cargo de diretor-superintendente do grupo. ■



A DIRETORIA EXECUTIVA DA FA MARINGÁ: PROCESSO SUCESSÓRIO TRANQUÍLO

Mais de R\$ 250 milhões na economia de Maringá

ESTA É A DEMANDA POTENCIAL PARA A MOVIMENTAÇÃO FINANCEIRA DA CIDADE NESTE MÊS DE DEZEMBRO. HABITAÇÃO, TRANSPORTE E ALIMENTAÇÃO FICARÃO COM R\$ 160 MILHÕES. OS DADOS FORAM LEVANTADOS POR ESTUDO DESENVOLVIDO EM PARCERIA PELA ACIM E UEM

Maringá vai movimentar mais de R\$ 250 milhões em dezembro, considerando a injeção do 13º salário na circulação mensal da cidade mais a participação da região. A projeção corresponde à renda familiar de todas as 94.989 famílias de Maringá, mais 10% das famílias residentes nos municípios da Região Metropolitana, o que resulta num universo total de 101.113 famílias.

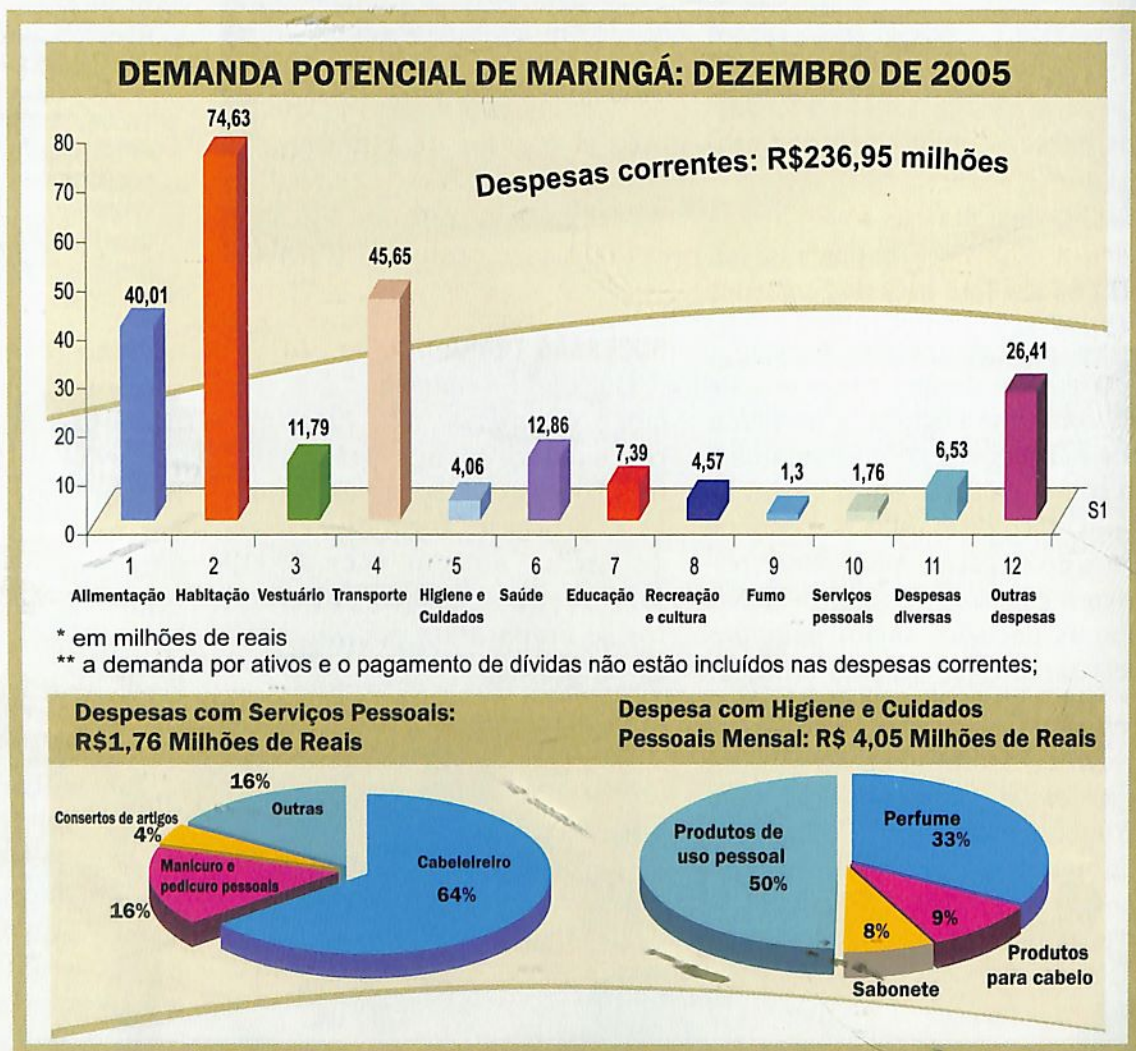
O estudo, desenvolvido pelo doutor em economia Joilson Dias, da Universidade Estadual de Maringá, num projeto em parceria com a ACIM e o Conselho de Desenvolvimento Econômico (Codem), tem como base a Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) do IBGE de 2005 e mostra, além da movimentação de recursos, os setores que ficarão com cada fatia desse

grande bolo.

Os segmentos mais representativos são habitação, transporte e alimentação, que, juntos, responderão pela movimentação de R\$ 160 milhões. Impos- tos também chamam a atenção

na pesquisa, pois irão consumir R\$ 11,4 milhões, segundo a projeção. Expressivos também serão os gastos com fumo, R\$ 1,3 milhão.

No estudo, as despesas estão distribuídas entre as diversas



faixas de renda das famílias, o que possibilita às empresas desenvolverem com maior eficácia as ações de planejamento e marketing.

NOVOS PROPRIETÁRIOS

Com uma movimentação de R\$ 70,3 milhões, o setor da habitação é o mais expressivo. A maior parte desse total, R\$ 29,9 milhões, será usada para o pagamento de aluguel e taxas, como condomínios. "Isso representa um potencial por novos imóveis, pois grande parte dessas pessoas pode se tornar proprietárias", ressalta Dias.

Vale destacar as estimativas para gastos com consertos em artigos do lar, que devem con-

sumir R\$ 9,5 milhões, com a compra de eletrodomésticos, R\$ 7,3 milhões, e com a aquisição de móveis e artigos do lar, R\$ 5,1 milhões. O estudo apontou que as despesas das famílias pesquisadas com energia elétrica, telefone fixo e celular, gás doméstico, água e esgoto, somarão mais R\$ 17,5 milhões.

A demanda potencial para o transporte totaliza R\$ 45,6 milhões. Outro dado interessante é o percentual para a aquisição de veículos novos e usados: serão R\$ 16,9 milhões no mês de dezembro. Já o setor de alimentação tem uma demanda potencial de R\$ 40 milhões. A saúde (R\$ 12,8 milhões) e o vestuário (R\$ 11,7 milhões) também tiveram parti-

cipação representativa nos dados da pesquisa.

No que diz respeito ao vestuário, dos R\$ 11,1 milhões estimados, R\$ 3,2 milhões serão destinados à aquisição de roupas femininas, R\$ 3,1 milhões em roupas masculinas, R\$ 3 milhões em roupas de crianças e R\$ 1,7 milhão em calçados e acessórios.

Do total de R\$ 250 milhões levantados pela pesquisa, R\$ 13,4 milhões representam demanda por ativos - investimentos - voltados quase que totalmente para a construção e a reforma de imóveis. Outros R\$ 4,3 milhões serão destinados ao pagamento de dívidas, como prestação de imóveis (R\$ 2,3 milhões) e empréstimos e carnês (R\$ 1,9 milhão). ■

Fim de ano, férias, vestibular, feriados e nos finais de semana, a Viação Garcia é sua melhor companhia.

Agora ficou ainda mais fácil para você viajar pelo Brasil com a Viação Garcia. É só acessar www.viacaogarcia.com e adquirir sua passagem on line com cartão de crédito. Lá você escolhe sua poltrona, o dia da viagem, horário, destino e o tipo de ônibus que você quer viajar - tudo sem sair de casa ou escritório. Depois é só pegar a sua passagem no balcão da rodoviária e fazer uma boa viagem.

E tem mais: no site você tem acesso à inúmeras informações, inclusive à história da Viação Garcia.

compre sua
passagem on line e
pague com cartão



GARCIA

Diminuindo Distâncias. Aproximando Pessoas

www.viacaogarcia.com





Bruna Moreschi

LUIS FERNANDO FERRAZ ASSINA ACORDOS COM ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS DE PORTUGAL

Possibilidade de negócios em terras lusitanas

DURANTE MISSÃO PROMOVIDA PELO INSTITUTO MERCOSUL, EMPRESÁRIOS DO SETOR DE CONFECÇÕES E ALIMENTOS ESTREITARAM RELAÇÕES COM A CIDADE PORTUGUESA CO-IRMÃ DE MARINGÁ, LEIRIA, PUDERAM CONHECER MELHOR O MERCADO E FAZER CONTATOS PARA FUTUROS NEGÓCIOS

Organizada pelo Instituto Mercosul, a missão empresarial a Leiria, cidade co-irmã de Maringá, em Portugal, teve a participação de 35 pessoas entre empresários e autoridades maringauenses, como o vice-prefeito Carlos Roberto Pupim. As atividades em Portugal foram realizadas entre os dias 3 e 13 de novembro e incluíram desfiles e rodadas de negócios.

Para o vice-prefeito o impor-

tante foi restabelecer o contato com a cidade co-irmã de Maringá que, segundo ele, estava meio esquecido nos últimos anos. “Fomos mostrar os produtos de nossa cidade”, explica.

Os empresários que participaram da viagem tiveram a oportunidade de conhecer o mercado e o consumidor português. “Aproveitei para consultar preços e saber mais sobre o compor-

tamento do consumidor. Os portugueses que nos receberam nos deram apoio e as informações necessárias”, conta Juliana Cappellazzo, encarregada de exportação da Lowçucar, de Maringá. Ela também aproveitou a oportunidade para fazer pesquisa de mercado e contatos com outros países europeus.

À ESPERA DE NEGÓCIOS

Os promotores do evento organizaram um desfile para que as confecções apresentassem suas coleções. Para o responsável pelo departamento de exportação da Recco Lingerie e Praia, Marcelo Recco a missão rendeu bons frutos. “Conhecemos um pouco mais do mercado português e também europeu, além de termos estabelecido um contato pessoal com os compradores. Agora estou esperando receber um pedido de um distribuidor de lá, e estamos fechando um contrato de representação em Portugal”, diz.

Luiz Fernando Ferraz, representante da ACIM na missão, conta que foram firmados três acordos em Portugal: com a Associação Comercial e Empresarial da Região de Leiria, com a Associação Comercial e Industrial de Leiria, Batalha e Porto de Mos (Acilis) e com o Município de Vila de Rei, através da Associação de Desenvolvimento do Pinhal Interior Sul.

“É uma grande oportunidade para os empresários maringauenses. Pela primeira vez estão envolvidas três entidades portuguesas fortes, com o intuito de estreitar o relacionamento e fazer negócios”, afirma Ferraz.

O Instituto Mercosul está tentando viabilizar a vinda de representantes de associações portuguesas para Maringá no início do ano que vem. ■



INSTITUTO SUPERIOR DE EDUCAÇÃO DO PARANÁ

Credenciado pela Portaria 2.694/MEC
Publicada no Diário Oficial da União de 03/09/2004, Seção 1, pág. 20

**Curso de graduação, Normal Superior,
e cursos de pós-graduação.
Aulas com professores, 2 vezes por semana.**

**FACULDADE INOVADORA
À DISTÂNCIA**
É uma organização de Maringá para o Paraná

**Informações: Fone: 44 3225-1197
www.insep.edu.br**



LATERAL DO PRÉDIO



TURMA DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO



No Aguativa Resort tem diversão pra todo mundo. Um parque aquático tentador, muita aventura com esportes, natureza, diversão e uma criativa equipe de animação para crianças.

DIVERSÃO PARA TODOS



Charme e conforto em todas as instalações: lofts, chalés e apartamentos



INFORME-SE SOBRE OS PACOTES DE FIM DE ANO



Consulte seu agente de viagens.
Reservas (43) 3520-7000
Cornéio Procópio - PR

Aguativa
Resort
eco · convention · golf
www.aguativa.com.br

Confraternização de fim de ano não é o último capítulo

Andar pelas ruas de Maringá no final do dia está ainda melhor com o clima de Natal que tomou conta da cidade e com essa delícia de horário de verão, quando podemos aproveitar um pouquinho de sol e perder o 'branco escritório' típico de quem dorme e acorda em frente à tela do computador.

Fim de ano é mesmo uma maravilha, aquele sentimento de missão cumprida e de que no próximo ano iremos guardar mais dinheiro, fazer academia e estudar uma nova língua. Outra coisa típica dessa época são as confraternizações, aquelas festinhas animadas em que todo mundo se sente mais livre, longe das gravatas.

É nessa ingênua demonstração de amizade que pode morar o perigo, pois há sempre aquele que exagera na dose. E não pense que, no dia seguinte, ninguém irá lembrar de quem passou dos limites. Irão lembrar sim e, pior, irão comentar durante todo o novo ano, até que outro apronte uma cena pior.

A regra para esse tipo de festa é bem simples: não exagere na bebida. Essa pequena recomendação já diminui consideravelmente as chances de um bom e gordo 'mico'. Tudo bem se refrescar com uma cervejinha nesse calor ou beber umas poucas e boas taças de champagne para brindar o fim do ano em grande estilo.

Porém, procure não passar disso. Ficar de porre e incomodar a todos é imperdoável. E falando em excessos, também evite comer demais, é muito deselegante.

Mas a preocupação deve come-

A "NOVELA" IRÁ CONTINUAR, ENTÃO NADA DE BEBER ALÉM DA CONTA E DAR VEXAME NA FRENTE DE TODOS OS COLEGAS DE TRABALHO. MESMO QUE VOCÊ SEJA O DONO DA EMPRESA, VALE TER BOM-SENDO



Bruna Moreschi

çar um pouco antes, na hora de escolher a roupa mais adequada para a ocasião. Para não errar, leve em conta o lugar onde será a confraternização e nada de exageros. Isso quer dizer que mulheres devem evitar roupas provocantes ou escandalosas, como minissaias curtíssimas, decotes generosos em excesso ou rendas transparentes.

Já os homens devem evitar o estilo despojado demais, como a combinação chinelo, calção e regata. Casual sim, simplório não. Você não irá para o escritório, mas o evento tem caráter profissional e sua imagem na empresa, conquistada com muito trabalho, precisa sempre ser preservada.

Alguns assuntos também são proibidos. Não é na festa de fim

de ano da empresa que você deve pedir aumento ou tentar provar que é mais qualificado que seu gerente. Outra regrinha é não forçar intimidade com quem você não tem, principalmente com o dono da empresa. Aliás, o dono e os diretores não devem ficar do começo ao fim da festa, para não inibir os outros funcionários.

Porém, o que pode realmente comprometer uma imagem é aproveitar a festa para paquerar ou declarar sua paixão secreta por alguém da empresa. Isso sim poderá render mais piadinhas e dor-de-cabeça do que uma boa ressaca. ■

Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda

A IMPORTÂNCIA DO CONHECIMENTO DE UM OUTRO IDIOMA

Metodologia não-linear, melhores resultados no aprendizado de línguas

Vivemos em um período de globalização, no qual se faz necessário obter muitas informações diariamente. Para interagir nesse ambiente, estudar outra língua é um fato importante. Mas como aprender outra língua e usá-la de forma segura mesmo não tendo um vocabulário amplo? É aí que entra uma nova alternativa no aprendizado da língua estrangeira: a metodologia não-linear.

As pessoas vivem correndo de um lado para outro, falta tempo até para realizarem suas tarefas diárias. Pensando nisso, a Excellent Global escola de línguas, desenvolveu uma nova técnica de ensino, a primeira metodologia não-linear de ensino-aprendizagem do mundo.

O método não-linear baseia-se em dois princípios: o da internalização e o de mapeamento do conhecimento. Internalizar é aprender e usar. Mapear o cérebro é ter o controle total do que você precisa aprender e monitorá-lo até aprender 100%.

Mas, façamos agora, uma comparação com o método convencional de aprendizado de língua estrangeira, chamado linear e o apresentado pela Excellent Global, o chamado não-linear que oferecemos para alunos sendo crianças, jovens ou adultos.

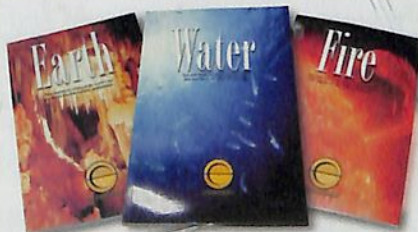
A metodologia linear, ou tradicional, é aquela que se aprende na escola regular e nos cursos de inglês atuais. Ela utiliza do conteúdo de uma lição encerrando-a e passando para uma outra lição sistematicamente, disto resulta um aprendizado lento e descontinuado, fazendo com que o aluno demore muito tempo para alcançar a fluência no idioma.

A metodologia não-linear segue o processo natural de aprendizagem, o mesmo que nós realizamos no decorrer da nossa vida, que acrescentamos elementos novos ao nosso vocabulário a cada dia. Transferindo isso para a sala de aula o aluno é encorajado a repetir a mesma palavra sem ter a preocupação de errar a pronúncia adicionando mais elementos à fala.



Aulas dinâmicas com interação entre professores e alunos

Aproveitamento de alunos em sala faz desse sistema o melhor método de aprendizado



Livros didáticos utilizados pela Excellent Global

TÉCNICA

A metodologia não-linear resulta no aumento da capacidade de raciocínio e do mapeamento do conhecimento dividido em estrutura, vocabulário, expressões idiomáticas e gírias. Os conteúdos são trabalhados intensamente em sala de aula, assim, não há neces-

sidade do estudo de conceitos na forma de tarefa. Os tempos verbais (passado, presente e futuro) são aprendidos ao mesmo tempo, assim como no português, facilitando sua assimilação e uso. O "erro" não somente é visto sob uma

perspectiva positiva como é considerado necessário no processo do ensino-aprendizagem. A avaliação é informal, constante e fundamental para o acompanhamento do desenvolvimento do aluno pelo professor. Outra característica apresentada é o aumento da autoconfiança e apreciação pela disciplina em sala de aula.

O método não-linear é um novo método de ensino-aprendizagem que poupa o seu tempo e dinheiro, e faz você falar inglês muito antes do que você imagina, sem constrangimentos ou medo de errar, e além de tudo isso, o mais importante: você sente prazer em estudar inglês. Ficou curioso? Então não perca mais tempo, marque agora uma aula gratuita e tire a prova! Excellent Global (44) 3262 0536.

CURSOS

Informações pelo telefone
(44) 3025-9636.

■ CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR: VERDADES E MENTIRAS

Instrutor: Daniel Maciel Ribeiro de Campos

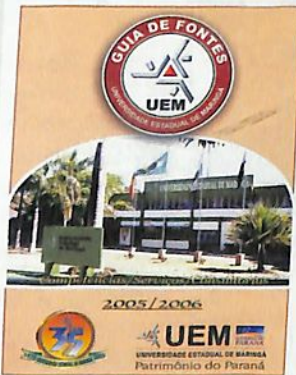
Data: de 12 a 16 de dezembro

Horário: das 19 às 23 horas

Objetivo: Trazer aos empresários mais conhecimento sobre as condutas legais que ele deve ter frente ao seu consumidor. Outra questão a ser tratada são as condutas que os órgãos de fiscalização devem ter no cumprimento da legislação. Os participantes do curso receberão também noções sobre Direito na Internet.

GUIA DE FONTES

No final de outubro, o reitor da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Gilberto Pavanelli, apresentou aos diretores da ACIM o Guia de



Fontes UEM. Com o objetivo de ser um canal entre a comunidade e a instituição, o guia contém fichas técnicas com os serviços prestados por cada laboratório, incluindo o nome do responsável pelo serviço, prazo de execução e capacidade mensal de análise. Também há uma relação com nome, telefone e a titulação de mais de 600 professores da universidade. Em breve, o guia estará disponível on line.



CARLOS LESSA NA ACIM

O economista Carlos Lessa, ex-presidente do BNDES, participou de um almoço com empresários e lideranças na ACIM, no mês passado. O economista esteve na cidade a convite da Universidade Estadual de Maringá para uma palestra.

Participaram do almoço também o ministro Sérgio Curi, que representa os interesses do Ministério das Relações Exteriores junto ao governo do Paraná, e o presidente da Paraná Previdência, José Maria Correia.

Carlos Lessa criticou a falta de investimentos e a política de juros do governo federal. Ele ressaltou que, desde a década de 1990, se adota no Brasil a visão de que investimento público é sinônimo de gasto, quando deveria ser encarado como gerador de desenvolvimento e produção.

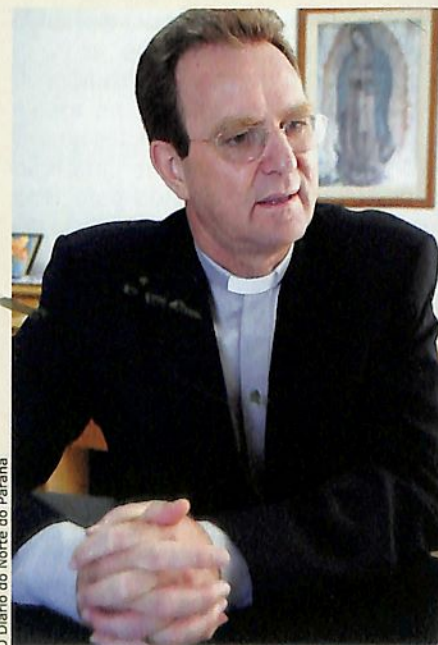
Lessa ressaltou, ainda, que o Brasil está sendo "esmagado" pela dívida pública, que é servida pela mais alta taxa de juros real do planeta.

CIDADÃO HONORÁRIO

O arcebispo de Maringá, Dom Anuar Batisti, recebeu o título de Cidadão Honorário do Paraná no último dia 30. A outorga do título foi proposta pelo deputado Padre Paulo Campos, do PT, e entregue durante cerimônia realizada na Assembléia Legislativa.

O presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap) e ex-presidente da ACIM, Jefferson Nogaroli, participou da cerimônia.

Dom Anuar Battisti nasceu em Alto Honorato, município de Lajeado, RS, em 1953. Em 1977 iniciou o curso de Teologia e em 1980 ordenou-se padre do clero de Toledo. Em 1998 foi nomeado bispo diocesano de Toledo e, em 2004, tornou-se arcebispo de Maringá.





RESPONSABILIDADE SOCIAL

Maringá sediou o 1º Encontro Norte Paranaense de Responsabilidade Social Empresarial, promovido pela Fundacim (Instituto de Responsabilidade Social da Maringá), nos dias 8 e 9 de novembro. O evento reuniu autoridades e empresários interessados em investir no terceiro setor.

Fizeram palestras durante o evento: Fernando Rossetti, secretário geral do GIFE (Grupo de Institutos, Fundações e Empresas); Luiz Maria Ramos e Renato Tanjoni, do Hospital Albert Einstein; Maria Cristina Bumachar Carvalho, coordenadora do Núcleo de Sustentabilidade do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social; José Carlos Bimbatte Junior, coordenador do Programa Empresa Amiga da Criança, da Abrinq; e Clarice Lopes de Alda, diretora executiva do Instituto RPC de Responsabilidade Social.

A orquestra de violões Sons da Liberdade, formada por crianças e adolescentes de famílias de baixa renda, e criada pela Fundacim, fez uma apresentação no último dia do encontro.

NOVA DIRETORA



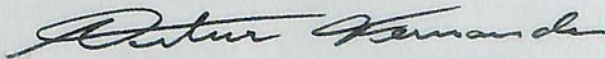
O Instituto Mercosul tem nova diretora executiva. Lígia Regina Pereira, que ocupava o cargo de consultora em Comércio Exterior, assumiu a diretoria em substituição a Maria Alice Bourdon. Maria Alice, que comandava o Instituto Mercosul desde sua criação, em 1997, assumiu a diretoria executiva da Agência de Desenvolvimento Terra Roxa, cuja sede fica em Rolândia.

No ano passado o Instituto Mercosul tornou-se uma OSCIP (Organização da Sociedade Civil de Interesse Público). Essa condição traz maior abertura para captação de recursos internacionais, além de possibilitar às empresas clientes do Instituto, que fazem declaração por Lucro Real, a dedução dos honorários no Imposto de Renda.

Segundo Lígia Pereira, estão sendo preparadas diversas novidades para o ano que vem. O Instituto Mercosul está elaborando seu planejamento estratégico para 2006, que prevê a ampliação do leque de serviços. Um deles será a inclusão de catálogos de produtos dos clientes no site da entidade, que está sendo reformulado.

**Os executivos da sua empresa descobrem
quais os talentos que têm. Você,
como utilizá-los melhor. COACHING**
grandes executivos por dentro e por fora


atitudehumana
Desenvolvendo Pessoas e Organizações



Artur Fernandes - Psicólogo Consultor CRP 08/03180

www.atitudehumana.com.br

F. 44 3031 3180 - Maringá-PR

CONFIANÇA DO CONSUMIDOR

Maringá é a primeira cidade do interior do país a contar com indicadores sobre a expectativa do consumidor em relação à satisfação financeira, renda, emprego e compras. Através de uma parceria entre a ACIM e o Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM), foi lançada no mês passado a pesquisa Índice de Confiança do Consumidor de Maringá (ICCM) que será divulgada mensalmente.

O lançamento do projeto foi no dia 10 de novembro (foto). O objetivo da pesquisa é orientar a classe empresarial sobre as perspectivas dos consumidores para os três meses seguintes. "Antes os empresários só podiam contar com o feeling", afirma o presidente da ACIM, Ariovaldo Costa Paulo.

Segundo ele, com os dados do ICCM será possível para os empresários fazerem investimentos de forma mais focada e eficiente. Na primeira pesquisa, realizada em outubro, foram entrevistadas 405 pessoas acima de 18 anos. Na segunda, feita em novembro, foram 448. Para orientar os empresários nas vendas de Natal foram incluídas perguntas específicas sobre o período, como o valor e o tipo de presente que os consumidores pretendem adquirir.

O ICCM é resultado de um cruzamento de dados regionais e nacionais. A escala se baseia no valor 100. Acima disso é positivo e abaixo, negativo. Em novembro, o índice foi de 119,5%, maior que o de outubro, que ficou em 113,4%.

Bruna Moreschi



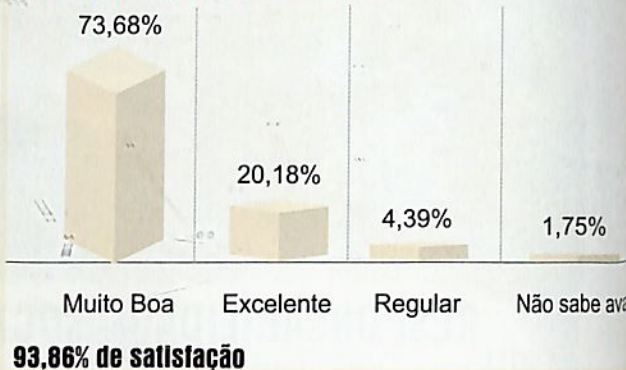
REVISTA ACIM

Uma pesquisa realizada em outubro, pelo Departamento de Estatística da ACIM (Depea), com 119 empresários associados revelou que mais de 70% dos entrevistados lêem a Revista ACIM com frequência. Entre os motivos para ler a revista, mais de 50% afirmaram que é para se manter informado, 30,34% acreditam que o veículo é interessante e 9% afirmaram que é uma forma de saber novidades sobre a ACIM.

Quanto à estética, quase 98% dos entrevistados disseram que consideram muito boa ou excelente e cerca de 80% avaliaram de maneira satisfatória os conteúdos da revista. A pesquisa também mostrou que 93,86% dos entrevistados consideram, no geral, a revista muito boa ou excelente.

Em novembro foi a vez dos anunciantes darem sua opinião. De janeiro a outubro, a Revista ACIM teve 43 diferentes anunciantes, sendo que 29 deles, ou 67,45%, foram entrevistados na pesquisa. Mais de 96% avaliaram de forma positiva o aspecto estético. Cerca de 90% afirmaram que pretendem anunciar outras vezes.

AVALIAÇÃO GERAL



MOTIVAÇÃO EM VENDAS

Mais de 5 mil pessoas participaram da palestra "Motivação, atitude e vendas: O caminho para os vencedores", ministrada pelo consultor Gilcler Regina, realizada em 23 de novembro no ginásio de esportes Valdir Pinheiro. O evento fez parte da programação de Natal e foi promovido pela ACIM e pelo Sivamar.

Na palestra, que foi gratuita para colaboradores de empresas associadas, Gilcler ressaltou que nos "momentos de dificuldade podem estar as grandes oportunidades". Segundo ele, para ter sucesso,

as pessoas precisam ter talento, persistência, educação, inteligência, criatividade, motivação e atitude. "Seus clientes satisfeitos são sua maior riqueza", enfatizou.



Bruna M



NOVA LEI DE FALÊNCIAS

No último dia 24, a ACIM promoveu uma reunião com empresários para discutir a nova Lei de Falências. Os advogados da Pactum Consultoria Empresarial, de Curitiba, Isabel Cristina Szulczewski e Gilson Teodoro Faust, explicaram aos presentes como a nova legislação pode ser um instrumento de gestão empresarial e de novos investimentos. A nova Lei de Falências entrou em vigor julho e modificou a legislação anterior, que tinha mais de 50 anos.

A ACIM deve firmar convênio com a Pactum, que tem 26 anos de experiência em direito empresarial, para atender seus associados com condições especiais.

Hoje a entidade mantém convênio com outros escritórios de assessoria jurídica, como a Alcântara & Associados, especializada em ações de recuperação de créditos do INSS, e a Yamazaki Consultoria, que está assessorando associados da ACIM em ações de recuperação de crédito junto ao Inbra.

ACIM MOBILE

Os associados da ACIM agora podem consultar o sistema de proteção ao crédito de maneira inovadora. Através de um convênio firmado com a operadora TIM, as empresas podem fazer consultas através do telefone celular. Entre as vantagens estão menor custo de ligação, que em média é de R\$ 0,03 - 77% mais baixo em relação à telefonia fixa - e rapidez. A ACIM é a primeira associação comercial brasileira a oferecer consultas pelo celular.

O serviço é seguro, já que a tecnologia usada é a GSM. Para ter acesso ao serviço, é preciso adquirir um chip especial, que está disponível na ACIM. A empresa pagará R\$ 14,90 por mês, valor que é acrescido na mensalidade.

A TIM oferece aos associados 20% de desconto nos aparelhos de celulares, com parcelamento em até dez vezes. O projeto foi desenvolvido durante dez meses e envolveu uma equipe de colaboradores da entidade e de empresas parceiras.

Mais informações podem ser obtidas pelo telefone 0800 6009595.



*Um Feliz Natal
e que 2006 seja
um ano de muitas
conquistas.
São os votos da Família*

MULTMARCAS
marcas & patentes desde 1994
&
Calisto Associados

www.acim.com.br



INDÚSTRIA E COMÉRCIO

AÇÕES DESENVOLVIDAS	RESULTADOS E PROJEÇÕES
1 Execução das obras de drenagem das águas pluviais no Parque dos Cerealistas	Primeira etapa a ser concluída no mês de agosto: 2.968m de galeria ; R\$ 690.000,00 investidos.
2 Elaboração de plano de trabalho	Visando a complementação de recursos junto ao Governo Federal para licitação de obras no parque Área dos Cerealistas – referente sobre da 1ª licitação das obras.
3 Manutenção de parques industriais	Cascalhamento / movimentação de terra e entulho nos parques Hannover, Área dos Cerealistas e Cidade Industrial.
4 Levantamento da situação das áreas industriais	Empresas notificadas: 23 Retomada de áreas industriais: 03
5 Pavimentação comunitária: proposta alternativa de implantação de infra-estrutura nos parques industriais, numa forma de ação comunitária, envolvendo empresários e Poder Público.	Está marcado para dia 21/12/2005 a abertura dos envelopes das propostas, com valor máximo aproximado de R\$ 3 milhões
6 Spaipa – Coca-Cola: apresentação dos investimentos realizados pela empresa no município em cerimônia realizada na PMM	O município, com a intercessão da SEICT, cumpriu com brevidade os prazos internos para que o investimento da fábrica fosse feito na nossa cidade em outubro de 2005. A nova linha de produção já estava em funcionamento, gerando cerca de 120 novos postos de trabalho
7 Alteração na metodologia da Lei do Prodem	Visa concessão de benefícios às empresas (descontos e serviços) e segmentos sociais (vagas em empresas), bem como o Projeto de Qualificação (com a criação de um fundo com a venda de terrenos)
8 Viabilização, através da Lei do Prodem, de lotes industriais para empresas com projeto de instalação de empreendimentos em Maringá.	Foram montados 05 processos e outros 04 estão em tramite de liberação

QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL


AÇÕES DESENVOLVIDAS	RESULTADOS E PROJEÇÕES
1 Criação da Gerência de Qualificação Profissional e Acesso ao Mercado de Trabalho, no mês de abril de 2005	A presidência do conselho ficou a cargo de Hamilton Cardoso, gerente desta pasta tendo a participação de vários representantes da SEICT
2 Reativação do Conselho Municipal do Trabalho	O objetivo foi implantar um Centro de Qualificação em cada um dos dois locais, que já estão em funcionamento em Nov/2005, em parceria com o SENAI e Sindvest
3 Reforma do Salão Comunitário do Conjunto Hermann Morais e da Vila Vardelina, para uso do Projeto Qualificação	

TURISMO

AÇÕES DESENVOLVIDAS	RESULTADOS E PROJEÇÕES
1 Expoingá	Participação na organização e montagem do estande da prefeitura; confecção de 3500 folders sobre o roteiro turístico da cidade
2 Apoio a eventos locais	Festival Nipo Brasileiro, Simpósio de Turismo, Encontro Unifrango, entre outros
3 Coordenação da Campanha de Natal Ingá: formação, estruturação e apoio de parcerias e formatação dos 18 projetos	Mais de 50 reuniões e encontros para a formatação do projeto, lançado dia 25/11/2005

INSTITUCIONAL

AÇÕES DESENVOLVIDAS	RESULTADOS E PROJEÇÕES
1 Visita de trabalho sobre o Tecnoparq em Curitiba	Contatos iniciais sobre o projeto e construção de proposta enviada ao FINEP
2 Viagem a Jaú - SP - Articulação conjunta com ACIM e Cesumar visando buscar investidores do setor de calçados	Ocorreu em setembro de 2005 a inauguração do Shopping de Atacado de Calçados Maringá, gerando cerca de 200 novos empregos
3 Participação na missão empresarial ao Japão e na realização de workshops para dekasseguis nas cidades de Kakogawa, Nagoia e Hamamatsu. Parcerias: governo municipal, Codem, ACIM, SEBRAE, ACEMA, FACIAP, IDR, Rádio Jovem Pan	Divulgação da cidade quanto às oportunidades de investimentos. Incluindo Parque do Japão Definição de um comitê que elaborará um projeto mais aprofundado, prevenido onde e como os dekasseguis poderão investir na cidade



Aqui, no
Objetivo,
temos muito
a mostrar!

Colégio
OBJETIVO
www.objetivomaringa.com.br

Fone: 3027-6360

Matrículas Abertas

A REVISTA DE
NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO XLII Nº 451 DEZEMBRO/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, Vanessa Bellei, Adriana
Franco, Lucinéia Parra, Murilo Gatti, Fabrício
Azambuja e Graziela Castilho.

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

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Regina Daefiol
Giovana Campanha
Sérgio Gini

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

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

FOTOS
Bruna Moreschi
Valdir Carniel
João Mário Goes
O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ

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

 
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS DO BRASIL FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ



A NOVA LEI DE RECUPERAÇÃO DE EMPRESAS

"A NOVA LEGISLAÇÃO ESTABELECE TRÊS SOLUÇÕES JURÍDICAS PARA A CRISE DA EMPRESA. CASO ESTA SEJA ECONOMICAMENTE VIÁVEL, HÁ DUAS OPÇÕES PREVISTAS: A RECUPERAÇÃO JUDICIAL E A RECUPERAÇÃO EXTRAJUDICIAL. SE NÃO FOR ECONOMICAMENTE VIÁVEL, O CAMINHO É A FALÊNCIA"

Entrou em vigor, no dia 9 de junho, a nova legislação sobre a Recuperação de Empresas e Falências, a Lei nº 11.101/2005. O novo regramento é inspirado na legislação americana e francesa, os quais distinguem o homem da empresa que administra.

O sistema americano preocupa-se com a participação dos credores na recuperação da empresa, enfatizando o contexto social da atividade, empregos e a própria economia do país. Já o sistema francês preocupa-se com o meio social onde a atividade é exercida e apresenta institutos importantes à sua preservação.

A referida lei é, sem sombra de dúvidas, um marco que remete a legislação brasileira a formas e institutos modernos, colocando nosso país em patamar de igualdade com outras nações, o que intensificará nossas relações industriais e mercantis com o exterior.

Sua aplicação fomentará a economia nacional, com a geração de novos empregos, receitas e produtos e conduzirá as empresas a uma forma organizada e inovadora de administração. A lei segue orientação mundial dos procedimentos concursais, com o objetivo de preservar a empresa e, conseqüentemente, a sua função social é a preservação de empregos e a continuação das atividades empresariais.

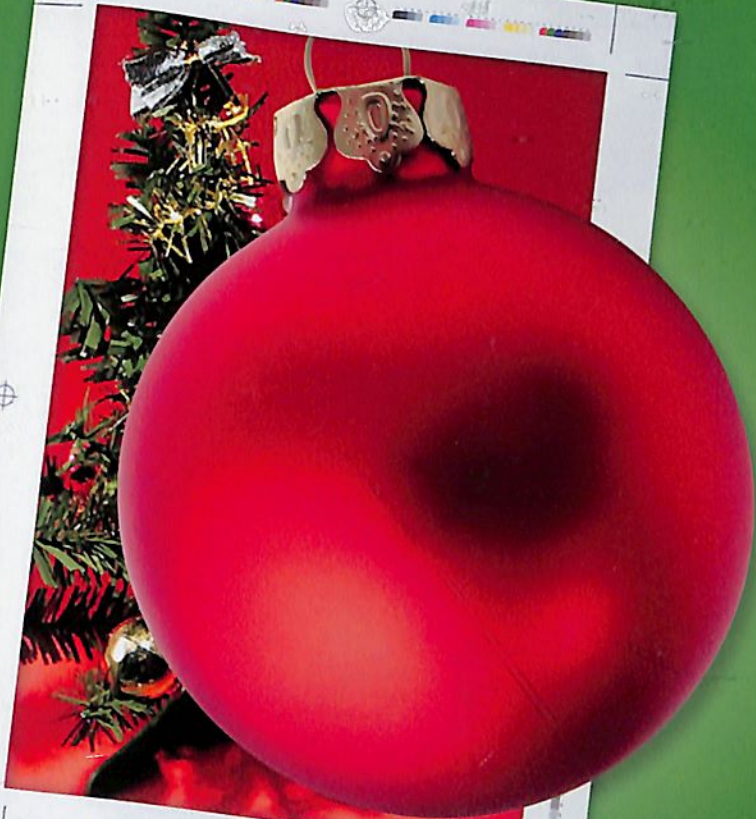
A nova legislação estabelece três soluções jurídicas para a crise da empresa. Caso esta seja economicamente viável, há duas opções previstas: a recuperação judicial e a recuperação extrajudicial. Se não for economicamente viável, o caminho é a falência.

Não é necessário que haja um processo de insolvência latente. Com isso, a lei pretende "viabilizar a superação de crise econômico-financeira do devedor" (art. 47), considerando devedor quem proclama o momento da recuperação.

As finalidades da recuperação visam superar a crise e manter a fonte produtora, seu fim social, seus empregados e o interesse dos credores, viabilizando a geração de novos lucros com a possibilidade de novos negócios. É um estímulo à atividade econômica.

Dentro desse espírito, a Lei de Recuperação de Empresas e Falências pode ser aproveitada como oportunidade de avaliação do negócio pelo empresário, que tem como ferramentas para fomentar a sua atividade a concessão de prazos e condições especiais para o pagamento das obrigações vencidas e vincendas, cisão, incorporação, venda parcial de algum estabelecimento ou qualquer outra opção suficiente e capaz de alavancar seus negócios.

ISABEL CRISTINA SZULCZEWSKI É MESTRE EM DIREITO E ADVOGADA DA PACTUM CONSULTORIA EMPRESARIAL



Que neste Natal, a alegria e a paz estejam presentes em todos os lares e que se renove, dentro de cada um de nós, a capacidade de sonhar e a motivação para realizar.

Solte sua imaginação.
Nós garantimos o resultado!



GRÁFICA REGENTE

Feliz Natal

E UM ANO NOVO CHEIO DE REALIZAÇÕES!

MARINGÁ - PR

Fone: (44) 3220-7010

comercial@graficaregente.com.br

LONDRINA - PR

Fone: (43) 3348-4800

londrina@graficaregente.com.br

www.graficaregente.com.br

Tudo-em-Um.

Assim é o

Cartão Múltiplo Cabal



Solicite o Cartão Múltiplo Cabal no Sicoob Metropolitano e tenha na mão toda versatilidade do "dinheiro de plástico".

- Função crédito, para parcelamento de compras e de saques em dinheiro.
- Função débito direto da conta, eliminando a necessidade de portar dinheiro ou cheques.
- Quatro datas de vencimento a escolher e prazo de até 40 dias para pagamento da fatura, com valor opcional entre o mínimo e o total.
- Ampla rede credenciada nas áreas de comércio e serviços, onde a utilização é rápida, prática e segura.

Dê folga ao dinheiro vivo e
ao talão de cheques:

use o **Cartão Múltiplo Cabal.**



SICOOB