

Revista

ACIM

R\$ 5,00
Março/2006
Nº 452
Ano 43

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



Elas vieram para ficar



NO MUNDO DOS NEGÓCIOS VOCÊ NÃO PODE PERDER AS OPORTUNIDADES.

Seja um associado Sicredi e tenha acesso a produtos e serviços como Cobrança, Fundos de Investimento, Seguros e Previdência Privada. Tudo o que existe nas melhores Instituições Financeiras, mas com as vantagens que só o Sicredi pode oferecer à sua empresa.

www.sicredi.com.br



SICREDI



EMPREGOS E DESENVOLVIMENTO

Índice

REVISTA ACIM ANO 43 Nº 452

ENTREVISTA

8

O empresário Sérgio Yamada, vice-presidente para Assuntos de Novos Produtos e Tecnologias da ACIM, fala sobre Tecnologia da Informação

CAPA

14

O toque feminino no mundo dos negócios. Veja por que as mulheres vêm se destacando em cargos executivos e no comando das empresas

FRANQUIAS

20

Novas franquias se instalam em Maringá, numa demonstração de que este tipo de empreendimento ainda atrai em função da segurança

COMPORTEAMENTO

26

O dia-a-dia cada vez mais corrido tem aberto um novo filão de mercado para muitas empresas e profissionais liberais

NEGÓCIOS

30

Ex-funcionários se tornam empresários de sucesso tornando-se concorrentes do antigo patrão



O governo federal tem divulgado com frequência que o número de postos de trabalho está aumentando no país. Porém as estatísticas têm demonstrado uma realidade diferente. Segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) divulgados no final de fevereiro, a taxa de desemprego em janeiro subiu para 9,2%, enquanto a de dezembro ficou em 8,3%. Em relação a janeiro de 2005, houve um pequeno recuo, já que naquele mês do ano passado o índice chegou a 10,2%.

O número de desempregados ultrapassou 2 milhões em janeiro, o que representa uma alta de 10,8% em relação a dezembro, ainda de acordo com o IBGE. Apesar do número ter sido inferior ao de janeiro de 2005, o total de pessoas empregadas - estimado em 20 milhões em janeiro de 2006 - recuou 1,1% na comparação com dezembro, o que representa a perda de 232 mil postos de trabalho.

Em Maringá a situação não foi diferente. Basta analisar alguns dados do Ministério do Trabalho. A geração de novos empregos na cidade, que saltou de 3.418 em 2002 para 6.349 em 2004, caiu para 2.877 em 2005. Ou seja, o número caiu pela metade.

Segundo pesquisa realizada em parceria pela ACIM e pelo Departamento de Economia da UEM, essa curva negativa se deve, sobretudo, aos problemas enfrentados no ano passado na safra de soja, que sofreu com a estiagem e com a grande queda de preço.

É importante lembrar que a agricultura tem impactos direto e indi-

reto na geração de empregos em nossa região. A estimativa é que, a cada um milhão de reais investidos no setor, aproximadamente 118 novos empregos são gerados. Então, se há queda no preço dos produtos agrícolas, o reflexo no ritmo de geração de novos empregos é imediato.

Dentro deste cenário nada animador, há uma pequena luz querendo se acender. Ainda de acordo com o IBGE, em janeiro o nível de emprego formal teve um acréscimo de 86.616 vagas, alta de 0,33% sobre dezembro de 2005. O setor da construção civil se destacou, com 21.244 novos postos e o melhor resultado para o mês. No acumulado de 12 meses o saldo é de 1,224 milhão de vagas formais criadas.

Porém, mesmo com uma ponta de otimismo, os números ficam bem distantes dos 10 milhões de novos empregos prometidos em campanha pelo governo Lula. Até o momento, em 37 meses de governo, foram criados 3.509 milhões de empregos formais, segundo levantamento do Caged (Cadastro Geral de Empregados e Desempregados).

Esperamos que nossos governantes despertem para a necessidade urgente de mudar esse cenário. E que o Congresso Nacional se convença de que o início do caminho para isso está na aprovação da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas.

Quando micro e pequenos empresários tiverem condições e amparo para competir no mercado formal, com certeza teremos muito o que comemorar em termos de novos empregos, aumento da renda e de crescimento econômico do país.

Ariovaldo Costa Paulo
é presidente da ACIM

Vale a pena
OUVIR



JEFFERSON CARLOS CORREIA, GERENTE DA LOJA DE CALÇADOS SANDRA LEONE

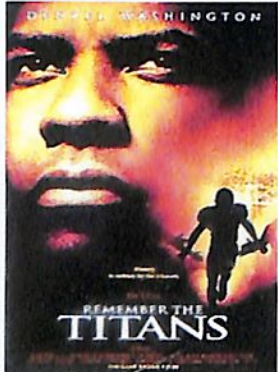
PRA SEMPRE - AO VIVO NO PACAEMBU – ROBERTO CARLOS
Álbum que reúne alguns dos principais sucessos da carreira de Roberto Carlos, gravado ao vivo em um show no estádio do Pacaembu, em 2004. Destaco este cantor porque gosto do romantismo à moda antiga, coisa que não existe mais. A música “Como é grande o meu amor por você” fala desse romantismo, no ato de mandar flores, de lembrar de datas importantes. Outra música de destaque é “Acróstico”, em homenagem a Maria Rita, em ele mostra o grande amor que sente até hoje. Amor que ultrapassa barreiras e fronteiras.

INEVITÁVEL – BRUNO E MARRONE

A dupla deu uma inovada na música sertaneja, mais romântica e interessante de se ouvir. Uma dupla jovem que faz sucesso no Brasil inteiro. “Será” é uma das músicas deste CD que eu destaco. Em uma entrevista a dupla contou que esta música tem um pouco da história da vida deles. Fala muito de sonhos e passa uma mensagem de se lutar pelo que quer. Como eles mesmos cantam: “O que será, será, quem viver, verá”.

Vale a pena
ASSISTIR

MARCO AURÉLIO, PROPRIETÁRIO DA ALL TUR VIAGENS E TURISMO



COMO SE FOSSE A PRIMEIRA VEZ
PETER SEGAL (2004)

Filme romântico, que conta a história de uma mulher que sofreu um acidente e sua mente ficou presa naquele dia. Desde então, todos as manhãs

ela acorda sem lembrar nada do dia anterior. Um dia ela conhece um rapaz, os dois se apaixonam, mas todos os dias ele tem que conquistá-la novamente. Filme fascinante e que tem uma dica fundamental para um relacionamento: devemos conquistar a pessoa amada todos os dias.

DUELO DE TITÃS
BOAZ YAKIN - 2000

O drama relata a história de um treinador de futebol americano negro. Sua raça acaba fechando várias portas, seja no trabalho, seja no relacionamento com vizinhos e conhecidos. Até que um dia, como excelente treinador que sempre foi, consegue provar sua competência e conquista a todos. É uma história emocionante, que supera o obstáculo do preconceito e une pessoas diferentes por um só ideal.

Vale a pena
NAVEGAR

RENATO SORDI, JORNALISTA

www.pedroalexandresanches.blogspot.com

Blog do jornalista maringense Pedro Alexandre Sanches que trata do universo da música brasileira, em especial a MPB, em entrevistas, críticas e matérias geralmente produzidas para a revista Carta Capital, da qual é repórter.

<http://blogdotorero.blog.uol.com.br/>

Colunista do caderno de esporte da Folha de S. Paulo, o jornalista José Roberto Torero traz neste blog textos que fazem uma abordagem peculiar do futebol brasileiro, mesclando literatura e esporte.

www.nominimo.com.br

Talvez o site mais “cult” da internet brasileira. Renomados colunistas como Zuenir Ventura e Ricardo Kotscho repercutem os acontecimentos políticos, econômicos, sociais, culturais e esportivos.

<http://www.mozilla.com/firefox/>

O navegador gratuito Firefox é o principal concorrente do Internet Explorer. Fabricado pela Mozilla, o Firefox tem inúmeras vantagens em relação ao concorrente: mais rápido e seguro. Estas vantagens fizeram toda a polícia francesa e 9% dos internautas norte-americanos aderirem ao Firefox.

O que estou
LENDO

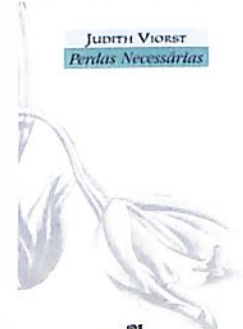
RAPHAEL MATTOSINHO, SÓCIO-PROPRIETÁRIO DA ETHUS CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO



JESUS, O MAIOR PSICÓLOGO QUE JÁ EXISTIU
MARK BAKER
EDITORA SEXTANTE
191 PÁGINAS

Em linguagem simples e cativante, o livro mostra que, seja qual for a crença religiosa ou filosofia de vida, todos podemos nos beneficiar da sabedoria daquele que, como diz o autor, foi o maior psicólogo de todos os tempos. Um livro que nos faz repensar em como lidamos com as diversas situações a que somos expostos. Muitas vezes agimos sem pensar, tomando decisões impulsivas, sem reflexão. Vale a pena ler e repensar sobre algumas de nossas atitudes.

MÁRCIA REGINA MARANGONI BELLEI, PSICÓLOGA



PERDAS NECESSÁRIAS
JUDITH VIORST
EDITORA MELHORAMENTOS
335 PÁGINAS

O livro trata das inúmeras perdas que temos ao longo da vida e das dificuldades de lidarmos com elas. Perdas de pessoas que amamos, seja por morte, abandono ou rompimento, e expectativas impossíveis e frustradas. A autora nos mostra que essas perdas são necessárias para nosso crescimento pessoal e podem ser enfrentadas com menos sofrimento, se nos conhecermos melhor.

www.acim.com.br

Imposto de Renda

**O Sicoob transforma sua
restituição em dinheiro na mão.**



Se você tem direito a restituição do Imposto de Renda, antecipe o recebimento no Sicoob.

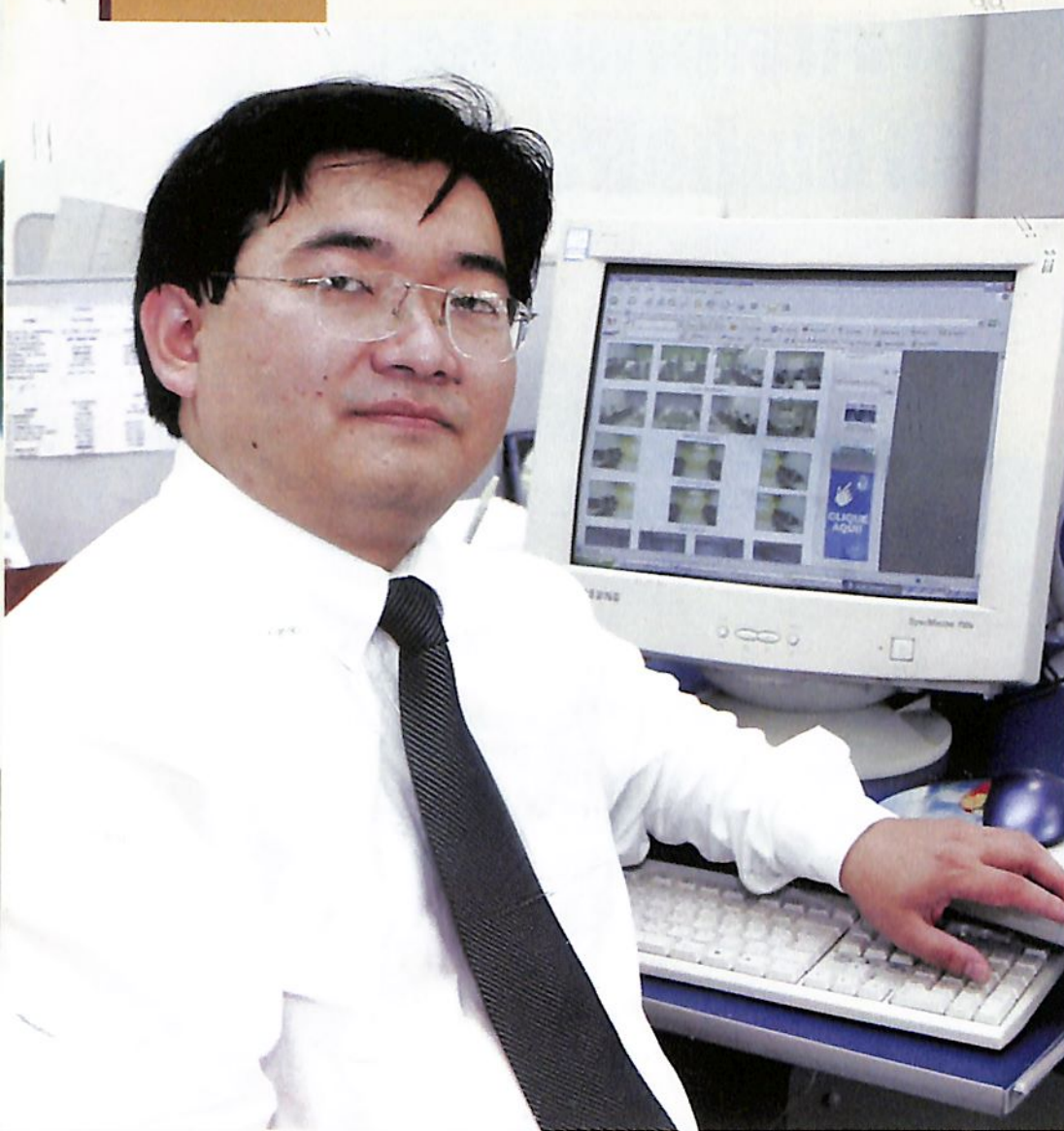
Fale com o Gerente e descubra como é simples e vantajoso fazer essa operação, na qual você saca agora e só paga quando a Receita Federal liberar a sua restituição.



Bom para você, bom para comunidade.

www.sicoobpr.com.br

A era da gestão do conhecimento



O EMPRESÁRIO SÉRGIO YAMADA É ESPECIALISTA NUMA ÁREA QUE A CADA DIA SE TORNA MAIS VITAL PARA AS EMPRESAS: A TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO. PROPRIETÁRIO DA ESCOLA SÉRGIO YAMADA COMPUTAÇÃO E VICE-PRESIDENTE PARA ASSUNTOS DE NOVOS PRODUTOS E TECNOLOGIAS DA ACIM, ELE SE CONFESSA UM ENTUSIASTA DO TEMA DESDE 1989. A PAIXÃO O LEVOU A FUNDAR A ESCOLA, QUE OFERECE TREINAMENTOS ESPECIALIZADOS, EM SUA MAIORIA CRIADOS PELA PRÓPRIA EQUIPE. NESTA ENTREVISTA À REVISTA ACIM, YAMADA FALA DA NECESSIDADE DAS EMPRESAS INVESTIREM EM TI PARA ENCARAR A CONCORRÊNCIA GLOBALIZADA

O QUE SIGNIFICA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO?

Tecnologia da informação é tudo aquilo que diz respeito à mineração de dados. Ela é utilizada para gerar informações que permitam uma tomada de decisão mais consistente, baseada em dados complexos. A informática veio para suprir a necessidade das empresas de transformar um grande volume de dados em informações.

PELO QUE O SENHOR ESTÁ DIZENDO, PODEMOS DIZER QUE DADOS NEM SEMPRE SÃO INFORMAÇÕES?

Dados são informações dispersas. Informações são dados trabalhados e organizados. Hoje estamos na terceira fase da TI, que busca transformar informações em conhecimento. Estamos na era da gestão do conhecimento. A partir do momento em que a tecnologia dominou a gestão da informação, o foco para o futuro passou a ser preservar as informações e resgatá-las. Não basta simplesmente gerar informação, é preciso resgatá-la sempre que for necessário. Ela tem que ser um instrumento de gestão da empresa. Todo e qualquer investimento que se faça em TI deve instrumentalizar o empresário com ferramentas que possibilitem a tomada de decisões com base em informações concretas e estratégicas.

ESSE PROCESSO DE SELECIONAR AS INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS PARECE ALGO COMPLICADO, PORQUE HOJE AS PESSOAS RECEBEM UM

“ A informática veio para suprir a necessidade das empresas de transformar um grande volume de dados em informações ”

VOLUME MUITO GRANDE DE INFORMAÇÕES...

De certa forma, o acesso está facilitado. O grande problema é que temos uma massa muito grande de informações que nem sempre geram conhecimento. Ou seja, é preciso separar o que são dados soltos das informações que geram conhecimentos aproveitáveis. As informações se tornam conhecimento quando têm aplicabilidade prática e quando a empresa pode recuperá-las, atingindo objetivos através delas.

SENDO A INFORMAÇÃO UM CONHECIMENTO TÃO PRIMORDIAL HOJE NO MERCADO, DE QUE FORMA AS EMPRESAS PODEM UTILIZAR-SE DAS NOVAS TECNOLOGIAS?

O objetivo principal de cada negócio é buscar novos clientes. O primeiro passo é tentar descobrir como chegar nesses novos clientes. Para conhecer o perfil deles, é preciso trabalhar com muitas variáveis, como o comportamento de consumo, por exemplo. Na verdade, existe uma rede complexa de estratégias e ações, e para desenvolver todo esse trabalho é preciso criar processos, que devem ser documentados e armazenados. É aí que entra a tecnologia. Por menor que seja a empresa, é preciso gerir informações. Pode parecer que o pequeno empresário está muito distante do contexto da TI, mas, na verdade, não está.

COMO UMA EMPRESA PODE UTILIZAR A TI PARA TER MAIS VISIBILIDADE NO MERCADO?

Um dos grandes caminhos é a internet, utilizando e-mail ou site. Esse é um canal poderoso e abrangente e que abre inúmeras perspectivas para a empresa. Através da internet é possível não só divulgar produtos e serviços, como também buscar formas de trazer o cliente para dentro da empresa. Uma delas é criando promoções, onde a pessoa preenche cupons com informações, através das quais a empresa começa a criar um banco de dados. Através dessas informações, é possível fazer um trabalho de atração do cliente para dentro da empresa. É justamente neste ponto que começa outro nível de trabalho de TI, pois a empresa vai fazer o cadastramento desse cliente, de suas informações de crédito, de seu comportamento de consumo. Nesse momento a TI atua diretamente na gestão das informações da carteira de clientes.

QUAL O PAPEL DA TI DENTRO DO PROCESSO ORGANIZACIONAL DA EMPRESA?

Geralmente as empresas nascem pequenas, apoiadas em talentos específicos, ou seja, normalmente 99% delas nascem e crescem em função do talento do empreendedor que a criou. Depois de um tempo, o empreendimento chega a um determinado porte em que só o talento já não é mais suficiente. Então é preciso organização. Surge a necessidade de se criar processos nas mais diversas áreas, porque a empresa passa a ter uma

rotina a ser seguida e a contar com algumas ferramentas essenciais dentro desta rotina. E os colaboradores precisam saber trabalhar muito bem com estas ferramentas e processos. Para que isso aconteça, tudo tem que estar documentando. Mas não basta informatizar. Na verdade todo esse processo depende de uma organização anterior. O grande erro que muitas empresas cometeram nos últimos dez anos foi informatizar por informatizar. Não adianta informatizar se o processo de gerenciamento está errado.

E COMO DESCOBRIR QUAIS SÃO AS NECESSIDADES DE CADA EMPREENDIMENTO?

Normalmente a prioridade é o foco comercial, ou seja, gerar negócios. Se, por exemplo, a empresa precisa da internet para melhorar as vendas, pode começar investindo nessa área. A melhora das vendas aumentará a demanda e isso, automaticamente, trará a necessidade de investir em infra-estrutura e também em organização. Uma coisa puxa a outra. A próxima etapa será pensar na documentação, na busca da informação, em criar um padrão de qualidade próprio.

INGRESSAR DE FORMA PLANEJADA NA ERA DA TI PODE, ENTÃO, TRAZER NOVOS HORIZONTES PARA UMA EMPRESA?

Esse é um processo transformador. Só para citar a questão comercial, quando a empresa tem a possibilidade de comerci-

alizar pela internet, ela passa para um outro patamar de negócio, passa a ser enxergada pelo mundo, vai ter pessoas de outras cidades, de outros estados acessando seu site. A partir daí, começa a se desenhar uma demanda muito específica no que se refere à logística: como vou mandar o meu produto para o cliente? Será que compensa o custo de mandar este item? Esse custo seria de interesse do cliente? São questões que vão surgindo nesse processo e o empresário tem que estar preparado. Mas é preciso encarar o desafio. Hoje muitas empresas estão perdendo vendas por causa da concorrência global, e não da crise econômica. Há uma mudança de paradigma. E isso tem que ficar muito claro na mente daquele empresário que encara esta realidade como algo que não o afeta. O empresário que pensa desta forma está perdendo, todos os dias.

AQUI EM MARINGÁ AS EMPRESAS JÁ DESPERTARAM PARA ESSA NECESSIDADE DE ORGANIZAR INFORMAÇÕES, DE INVESTIR EM TI?

Sim, mas eu diria que a origem desse despertar talvez não seja o ideal. As empresas estão despertando não pela possibilidade de perder mercado, e sim porque a mídia joga sobre todos essa necessidade. Ou seja, é mais pela ambição do que pela visão. O ideal seria que os empresários parassem para repensar o próprio negócio para saber onde se encaixar nesse processo. De três anos para cá, por exemplo, houve um crescimento muito grande do índice



Bruna Moreschi

“O grande erro que muitas empresas cometeram nesses últimos dez anos foi informatizar por informatizar. Não adianta informatizar se o processo de gerenciamento está errado”

de empresas inseridas no mundo da informática. Mas ainda é pouco se comparado ao que precisamos crescer. E percebemos que ainda há muitas distorções. Em 1995, 3% dos alunos de nossa escola tinham e-mail. Hoje 95% têm. Porém, essa ferramenta é mais utilizada no âmbito pessoal do que no comercial, funciona mais como “carta” do que como “mala direta”. Quer dizer, muitos têm e-mail por ser legal conversar com as pessoas e não pela possibilidade de fazer negó-

cios e estabelecer relações comerciais.

A ACIM TEM INVESTIDO MUITO NA ÁREA DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO, TRAZENDO VÁRIOS BENEFÍCIOS PARA O ASSOCIADO. ONDE COMEÇOU ESSE PROCESSO?

Foi uma tendência natural, já que a informação sempre foi a matéria-prima da ACIM. A entidade já possuía um certo grau de informatização e o que aconteceu foi a otimização desse processo. Foram feitos investimentos na revitalização de equipamentos, da infra-estrutura, nos canais de acesso às informações. Para ampliar esses canais de acesso, a ACIM trabalhou na inclusão dos associados que estavam à margem desse processo, com programas como o ACIM Digital, por exemplo. Foram pesquisadas soluções para trazer esses associados para dentro da entidade para que eles pudessem também usufruir do produto que a ACIM oferece ao mercado, que é a informação de crédito. Os novos produtos que a entidade tem lançado são reflexos diretos dos chamados processos de “mineração de dados”, ou seja, as informações foram trabalhadas para se tornarem realmente úteis. Além disso, a entidade se preocupou ao longo dos últimos anos em democratizar o acesso aos seus produtos, serviços e informações. Para democratizar esse acesso, foi necessário fazer diversos investimentos na aquisição de banco de dados, em atualização de hardware e em recursos humanos. Hoje a ACIM tem uma situação bastante confortável na área de TI. ■

Quem disse que *Assistência Técnica* é só conserto?

sistemar
Tecnologias

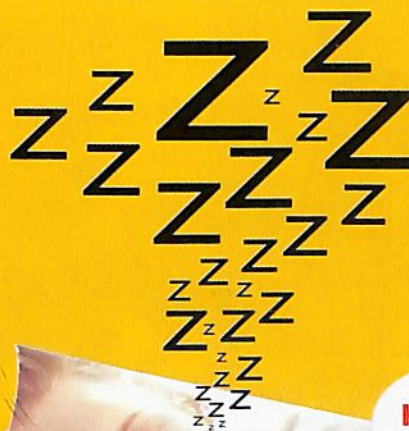
Sua empresa precisa conhecer a
Manutenção Preventiva Sistemar.

Informe-se: **3026-7597**

Redes | VoIP | Automação Comercial | Software Gerencial | Venda de Equipamentos | Notebooks

R. Santos Dumont, 1554 - Maringá / PR - atendimento@sistemar.com.br - www.sistemar.com.br

Leito-Cama.
Além de conforto,
segurança e pontualidade,
você tem garantia de sono
tranquilo.



**GRÁTIS
KIT SONO***
Para todos os
passageiros

Horários Saída Leito-Cama
Maringá ► São Paulo: 21h45
São Paulo ► Maringá: 22h30

Clicou, comprou!

www.viacaogarcia.com

Compre sua passagem on-line e
pague com cartão de crédito



GARCIA

Diminuindo Distâncias, Aproximando Pessoas



*Promoção válida por tempo limitado

www.acim.com.br

SUCESO NO NATAL

Uma iluminação de Natal muito especial fez tanto sucesso na região da Zona 7, que ainda merece ser citada. O King Comfort Hotel investiu R\$ 30 mil para iluminar a fachada (foto). A decoração chamou a atenção de hóspedes, moradores da região e de quem passou pelo local. Tanto que, segundo o gerente, Fabiano Costa Martinez, neste ano o hotel pretende repetir a experiência. "Fizemos a decoração para valorizar a cidade", afirma Martinez. Inaugurado há sete meses, o King Comfort conta com 48 apartamentos, três salas de eventos, amplo estacionamento, internet ADSL em todos os apartamentos. Outro local que chamou a atenção no período de Natal foi o Parque do Ingá. As árvores que ficam na entrada do Parque receberam iluminação especial (foto) e encantaram o maringense.



João Mário Goes



Bruna Moreschi

NOVA MISSÃO

O Codem (Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá) realizou, no dia 18 de fevereiro, sua Assembléia Geral, evento que reuniu cerca de 250 participantes. Depois de um dia de trabalhos e debates, ficou definido o início de um processo destinado a ampliar a



participação da sociedade no Codem, configurando a aprovação da nova missão do Conselho. Os trabalhos da Assembléia foram orientados pelo facilitador Eduardo Afonso, da ONG "Escrever o Futuro".

Essa decisão de ampliar a participação da comunidade vai demandar o treinamento de pessoas que participaram da assembléia e, espontaneamente, comprometeram-se a organizar novas células do Conselho

onde for possível. Dentre os participantes, cerca de 120 pessoas deram seus nomes, alistando-se nessa nova missão que o Codem está assumindo. A previsão é que o treinamento desses voluntários comece em abril.

As decisões tomadas na Assembléia chegam num momento histórico, no ano em que o Codem estará completando 10 anos de criação - em setembro -, embora tenha iniciado suas atividades apenas no ano seguinte, 1997.

TABELA DE TARIFAS

Os principais hotéis de Maringá, mantenedores do Maringá Convention & Visitors Bureau (MC&VB), começaram a praticar uma tabela de preços de hospedagem em 1º de março.

Segundo a diretora executiva do MC&VB, Yara Linschoten, a formatação da tabela beneficia os consumidores e os hotéis que as praticarem. Yara afirma ainda que, com a existência da tabela de tarifas, a captação de eventos para Maringá vai ser intensificada porque os valores ficam mais justos.

Os hotéis definiram os valores para a tarifa normal (de segunda a quinta-feira) e de final de semana (sexta-feira, sábado e domingo). Os valores são válidos para três categorias: econômica, turística e luxo.

PATROCÍNIO

O atleta maringaense Alexandre Duarte, da Academia Físico & Forma, classificou-se para o Campeonato Mundial de Judô da França, integrando a Seleção Brasileira de Judô. Alexandre é apoiado pela Aldo Componentes, que está buscando apoio para novos patrocínios.

A cada dia mais empresas vêm aderindo à prática de patrocinar os esportes e a cultura. Graças ao apoio de empresários maringaenses, muitos atletas e artistas locais têm conseguido se destacar no cenário nacional, levando o nome de Maringá e dos patrocinadores para além das fronteiras do estado.

Ainda há muito espaço para as empresas interessadas em investir neste tipo de patrocínio, já que talentos não faltam na cidade. Só para ficar nos esportes, vale citar que no xadrez, durante quatro anos consecutivos, a cidade teve representantes classificados para disputar o Mundial. Porém, os atletas não conseguiram patrocínio para disputar a competição.

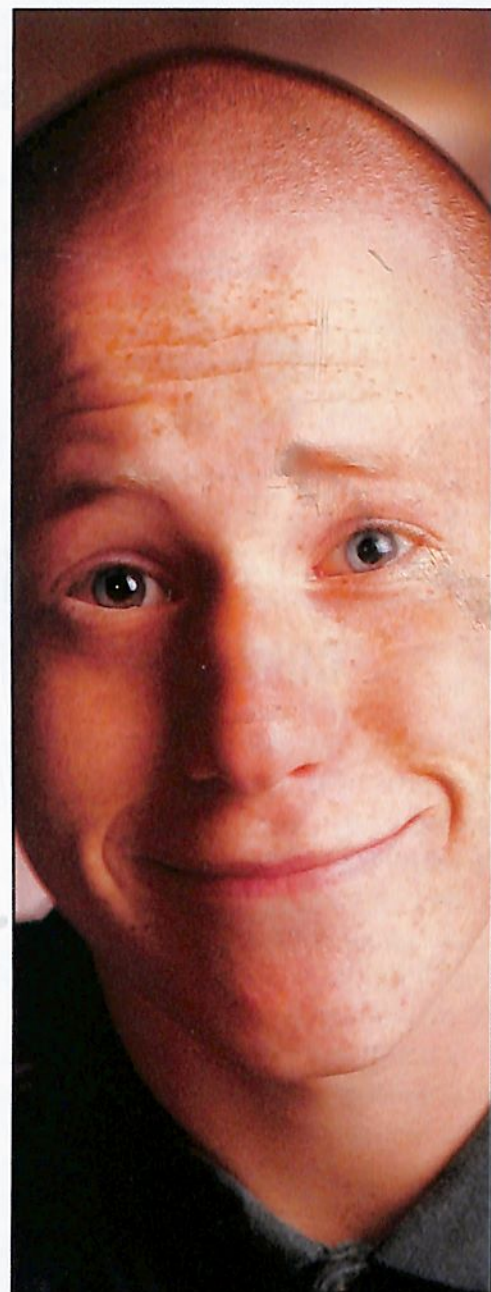


NOVA PARCERIA

No dia 17 de fevereiro, a Anima Pro e a One Marketing formalizaram, parceria durante um *happy hour* que aconteceu na sede da Anima Comunicação. Dessa maneira, a Anima Pro - braço promocional da Anima Comunicação - ganha um reforço extra para as suas atividades.

Especializada em ações promocionais que maximizem os resultados de comunicação dos anunciantes, a Anima Pro é comandada por Clélia Cordeiro e atende os próprios clientes da agência e outros que só tenham necessidades específicas dessa área, com foco em promoção de vendas, eventos, programas de visita e demais ações dirigidas.

Miriam Moraes Parmezani, proprietária da One Marketing, é formada em Relações Públicas e pós-graduada em Marketing, tendo experiência no setor de saúde. Na foto, a equipe da Anima Pró. (Da esquerda para a direita: Ana Maria Cimadon Garcia, Clélia Cordeiro, Tininha Rodrigues, Miriam Parmezani, José Luiz Garcia e Valdinei Firmino de Jesus).



**LAURINDO
FURQUIM**

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

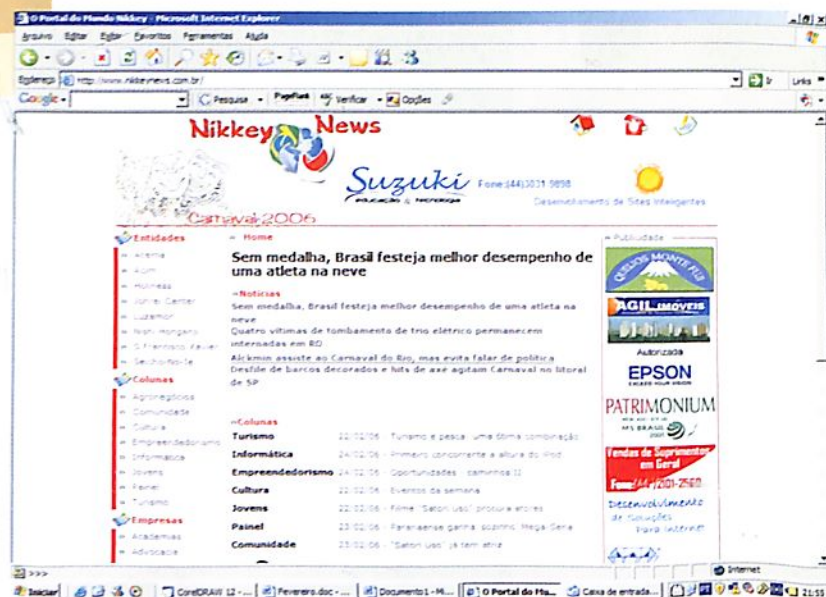
Porque você pode sorrir melhor

Avenida Rio Branco, 1015

Telefone: (44) 3262-3131

CEP 87015-380 - Maringá - PR

www.acim.com.br



COMUNIDADE NIPÔNICA

Nasceu em Maringá o primeiro portal do país voltado à comunidade japonesa. Trata-se do Nikkey News (www.nikkeynews.com.br), cujo conteúdo traz informações de interesse também para a comunidade em geral. O objetivo do site, segundo Cláudio Suzuki, proprietário da Suzuki Educação e Tecnologia – empresa proprietária do portal – é levar informação à comunidade nikkey ou ao empresário que tenha interesse nesse público.

O portal tem como finalidade divulgar produtos e serviços através de busca, banner ou mailing. “O portal veio suprir uma necessidade do mercado de serviços focados à comunidade japonesa”, explica Cláudio Suzuki.

O empresário tem planos de expansão para breve. Em junho o Nikkey News deve instalar escritório em Mato Grosso do Sul, estado com grande concentração de descendente de japoneses. E até o final do ano, o portal deverá ter pontos também no Pará e no Japão.

EDIFÍCIO SALVADOR DALI

A Pedro Granado Imóveis realizou, no último dia 15, a Assembleia de Constituição do Condomínio Edifício Salvador Dali.

Durante a assembleia, realizada no AlphaVille Maringá Clube, foi eleita a comissão de representantes que acompanhará a construção do empreendimento. Os dois engenheiros responsáveis pela obra são Pedro Granado Filho e Paulo Cordeiro (foto).



MODA EM MARINGÁ

A Associação dos Shoppings Atacadistas do Vestuário de Maringá está preparando um evento especial de moda, programado para acontecer de 13 a 17 de março. O evento ocorrerá simultaneamente em seis shoppings atacadistas da cidade, localizados ao longo da BR-317, que liga Maringá a Campo Mourão. O objetivo do evento é mostrar a moda outono/inverno 2006 de mais de 500 grifes de aproximadamente 700 lojas dos shoppings Avenida Fashion, Vest Sul, Mercosul, Maringá Vest, Portal da Moda e Maringá Shopping de Calçados. A expectativa é que pelo menos 15 mil pessoas de várias regiões do país passem pelos shoppings durante os cinco dias do evento. Cada um deles prepara ações diferenciadas para receber os visitantes.



SOL PROPAGANDA

O publicitário Walter Thomé Junior está comemorando 15 anos de Maringá. No ano passado, durante uma festa que reuniu clientes, amigos e profissionais da mídia, Thomé comemorou 30 anos de profissão e 10 anos de fundação da Sol Propaganda.

Antes de se estabelecer em Maringá, Walter Thomé Junior trabalhou durante 15 anos na agência MPM de São Paulo, na época a maior do Brasil, onde recebeu vários prêmios, como o Grand Prix (premição máxima de produção publicitária no Brasil), em 1990, pelo filme “Nascimento”, produzido para a Panetone Bauducco.

Sob o comando de Thomé, a Sol Propaganda já ganhou dezenas de prêmios, como a medalha de ouro concedida pela Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio, em 2005, pela campanha Purity Soja, criada para a Cocamar. No mesmo ano recebeu o troféu Revista Globo Rural/OCB de melhor marketing do Brasil também pela campanha Purity Soja. (Foto: da esquerda para a direita: Walter Thomé Jr., Cidinha Coquemalla, Vanderlei Cirino e Antonio Carlos Coquemalla).

Plano de saúde empresarial a partir de **5** pessoas.

A partir de 5 pessoas, incluindo funcionários e dependentes, sua empresa pode ter um Plano Empresarial PAM. O Plano Empresarial garante tranquilidade e segurança, pois as coberturas são as mesmas de um plano familiar, com uma grande vantagem: O preço é menor. Esta é uma condição especial que só o PAM tem para cuidar da saúde das empresas. Aproveite!

Ligue: 44 **3218 1530**
www.pam.med.br

ANS - nº 31526-5



Mais que Plano de Saúde

Um toque de sutileza nos negócios

“Oh, sobretudo que ela não perca nunca, não importa em que mundo, não importa em que circunstâncias, a sua infinita volubilidade de pássaro; e que (...) transforme-se em fera sem perder sua graça de ave”. Eterno admirador das mulheres - tanto que se casou nove vezes - o poeta Vinícius de Moraes não se cansou de ressaltar em suas poesias as qualidades delas, especialmente a delicadeza e a sutileza. O trecho, retirado do texto “Receita de Mulher”, é uma prova da devoção do poeta.

É justamente com essas características que as mulheres estão se destacando no mundo dos negócios. Com muito profissionalismo, mesclado com boas doses de sensibilidade, a cada dia elas vêm conquistando mais espaço no mundo dos negócios e ocupando cargos em que, até bem pouco tempo atrás, a presença masculina reinava absoluta.

Segundo pesquisa realizada pelo Grupo Catho em setembro do ano passado, o percentual de mulheres que ocupam cargos de liderança aumentou nos últimos dez anos. Em 1995 elas eram responsáveis por 8% dos cargos de presidência. No ano passado esse percentual saltou para 17%. O número de mulheres em cargos de vice-presidência também aumentou de 11% para 15% em uma década e o de diretoras, de 13% para 23%. A pesquisa foi realizada com mais de 80 mil empresas e 226 mil executivos.

Chieko Aoki, presidente do grupo Blue Tree, é um exemplo desta mudança. O grupo administra 27



Bruna Moreschi

EUNICE PAIVA, DO HOSPITAL PARANÁ: 330 FUNCIONÁRIOS E EXPEDIENTE DE DEZ HORAS

hotéis e resorts de alto padrão em 17 cidades brasileiras. Ela, que ganhou carinhosamente o apelido de “a dama da hotelaria brasileira”, é conhecida pelo toque especial de sensibilidade que impõe à sua rotina de trabalho.

De acordo com Chieko, a fórmula para administrar com sucesso uma empresa está baseada no tripé “razão-sensibilidade-emoção”. “Só conseguimos encantar o cliente ou o colaborador da empre-

sa se trabalharmos com a alma para captar as expectativas e necessidades dos outros”, afirmou ela recentemente à Revista ACIM.

PACIÊNCIA

Maringá também está repleta de casos de mulheres bem-sucedidas que exercem com maestria funções de alto escalão. Eunice Paiva, diretora-administrativa do Hospital Paraná, faz parte deste universo.

Há 13 anos na função, Eunice é a única mulher entre os cinco diretores do hospital - todos médicos. Sob sua gestão trabalham 330 funcionários de diversos departa-

NO COMANDO DE EMPRESAS OU COMO EXECUTIVAS BEM-SUCEDIDAS, AS MULHERES MAIS DO QUE CONQUISTARAM SEU ESPAÇO NO MERCADO DE TRABALHO: ELAS IMPRIMIRAM UMA MARCA DIFERENCIADA NA GESTÃO, UNINDO SENSIBILIDADE, DEDICAÇÃO E PROFISSIONALISMO. ELAS VIERAM PARA FICAR



mentos, como engenharia, cozinha, lavanderia e higienização. Sua rotina de trabalho é de cerca de dez horas diárias.

Eunice acredita que as principais qualidades da mulher no exercício de cargos executivos são a ponderação, a visão estratégica, a reflexão e a tendência a ter mais paciência para aguardar os resultados de determinadas ações. Por outro lado, os homens, segundo ela, tomam decisões mais rápidas e não são tão emotivos. "Mulher leva problemas do trabalho para casa com muito mais intensidade", lamenta.

Depois de mais de uma década no cargo, Eunice diz que ficou mais objetiva, prática e aprendeu a controlar mais a emoção. "Até porque trabalho num hospital e tenho que conviver diariamente com o sofrimento e a morte", explica.

Mesmo tendo que controlar a emoção no ambiente hospitalar ela encontra espaço para exercer a típica sensibilidade feminina, que pode ser percebida em algumas ações. Há cerca de um ano ela mudou o perfil da lavanderia

Nem tudo são flores

A norte-americana Carly Fiorina comandou por cerca de seis anos a presidência mundial da Hewlett Packard (HP). A executiva, que foi considerada uma das mais poderosas do planeta, comandou a fusão da HP e Compaq, até então rival da empresa.

A fusão, polêmica, rendeu críticas no mundo da tecnologia da informação e não gerou resultados tão positivos conforme previa a executiva, que foi afastada do cargo em fevereiro do ano passado.

Desde que Carly assumiu o cargo, em julho de 99, até sua saída as ações da HP perderam 63% de seu valor. Na época do afastamento da executiva, a diretoria da HP alegou desentendimentos estratégicos com Carly, além da não-valorização das ações da companhia.

Deixe seu imóvel



com quem aluga rapidinho.

Fones: (44) 3222-8866 / (44) 3225-4155
www.pedrogranado.com.br



Bruna Moreschi



SILVANA E SILMARA ZEQUIM ABRIRAM UMA FÁBRICA E HOJE EMPREGAM 50 PESSOAS

do hospital. A maioria dos trabalhadores do setor hoje é formada por homens.

“As mulheres sentiam dores nas costas e nos braços em função da natureza do trabalho: tinham que transportar grande volume de roupas de banho e de cama de um maquinário para outro, o que exige força. Isso sem contar o esforço necessário para transportar os carrinhos com roupas limpas pelo hospital”.

FOLGA AOS SÁBADOS

Há 13 anos as irmãs Silmara e Silvana Zequim inauguraram a "Puro Carinho", loja especializada em artigos para bebê. Para atender as mães que queriam produtos bordados ou com um toque artesanal, elas contrataram uma costureira e uma bordadeira. Com o tempo, perceberam que os pagões bordados faziam sucesso entre a clientela, mas, como ficavam caros, nem todas as mães podiam comprar. Foi quando elas decidiram fabricar o próprio produto.

Primeiro foi apenas um modelo. Os clientes foram chegando, outras lojas de artigos infantis pas-

saram a comprar e em pouco tempo já eram oito modelos diferentes, cuja criação está até hoje a cargo de Silmara. Daí para abrir a fábrica Puro Carinho foi um pulo. O marido de Silmara, Carlos Augusto, que trabalhou por sete anos num banco, entrou num programa de demissão voluntária e passou a trabalhar na indústria, gerenciando o departamento comercial.

As irmãs começaram a frequentar feiras do setor e, com o sucesso nas vendas, aumentaram a produção. Hoje a fábrica tem 49 funcionárias e um funcionário. "Nesse setor, quase toda a mão-de-obra especializada vem das mulheres. Elas são cuidadosas e comprometidas", conta Silmara.

Aplicando na prática a experiência própria com as dificuldades em conciliar vida pessoal e vida profissional, as duas irmãs implantaram folga aos sábados na fábrica, para que as funcionárias pudessem ficar mais com a família.

CRIATIVIDADE

A empresária Carolina Moraes Corrêa sempre foi criativa e resol-

veu fazer desse talento um caminho para o próprio negócio. Depois de trabalhar como vendedora, ela começou a montar bijuterias. Na época, Maringá só tinha uma loja especializada na venda de peças para montagem e Carolina viu ali uma oportunidade de negócio. "Essa loja tinha movimento durante todo o dia. Havia muita fila para conseguir comprar as peças e, com tanta demanda, não conseguíamos nem um descontinho", lembra.

Em sociedade com a amiga Ana Cláudia, que vendeu um carro para entrar no negócio, ela abriu a Cacau's, há sete anos, emprestando dinheiro da mãe e do marido. A amiga, por problemas pessoais, teve que se desligar da empresa e Carolina continuou a empreitada.

Há três anos, ela se tornou proprietária da loja que monopolizava o ramo de peças para montagem de bijuterias até sua entrada no mercado. Dali em diante, con-



CAROLINA CORRÊA TEM UMA ROTINA CORRIDA, MAS PRETENDE ABRIR MAIS UMA LOJA

Bruna Moreschi



Bruna Moreschi

PARA A ADMIISTRADORA HILKA MACHADO, AS MULHERES CONCILIAM MELHOR VIDA PROFISSIONAL E FAMILIAR

tinuou ampliando os negócios. Hoje são quatro lojas, sendo uma dentro de um shopping, e 16 funcionárias. "Para meu ramo de negócio é ideal trabalhar com mulheres", explica.

Ela não reclama de levar serviço para casa, nem de sair de uma loja e ir para a do shopping trabalhar até as 22 horas. "Gosto do que eu faço", afirma. Em sua rotina, trabalha até aos domingos e divide seu tempo entre as viagens para compras de peças em São Paulo, montagem de vitrines e coordenação da contabilidade e do financeiro das empresas. Sem falar na administração da casa e na educação dos dois filhos.

Carolina não se rende aos desafios. Diz que pretende abrir, no futuro, uma loja de artesanato e, quem sabe, aprender a descentralizar, dividindo suas tarefas com outras pessoas.

A professora do departamento de Administração da Univer-

Mulheres "pulso-firme"

Se não faltam exemplos de mulheres que administram os negócios com um toque de delicadeza, na política algumas são famosas pelo "pulso-firme". A ex-primeira-ministra da Grã-Bretanha Margareth Thatcher, conhecida como "dama de ferro", é uma das mais famosas. Ela permaneceu no cargo por mais de uma década, de 1979 até 1990.

Em 1983, numa das típicas afirmações que caracterizavam sua frieza, ela disse que "se os países subdesenvolvidos não conseguem pagar suas dívidas, que vendam suas riquezas, seus territórios e suas fábricas".

Mas a primeira-ministra também teve seus momentos de glória. Conduziu uma bem-sucedida reforma trabalhista, cujo objetivo era reduzir o desemprego, que chegou a 12% no final da década de 80. Ela também privatizou empresas estatais e reduziu o déficit público.

No Brasil, a atual ministra da Casa Civil, Dilma Rousseff, que assumiu o cargo depois da conturbada saída de José Dirceu, ganhou fama de "dura" entre os executivos do setor elétrico quando comandava a pasta de Minas e Energias. Mesmo que rígida, sua boa gestão no ministério lhe rendeu o convite do presidente Lula para assumir a Casa Civil, sendo a primeira mulher a ocupar a pasta no Brasil.

Na história mundial recente há

cidade Estadual de Maringá (UEM) Hilka Vier Machado, que estuda o perfil das empresárias maringáenses, afirma que nos negócios um dos diferenciais das mulheres em relação aos homens é que elas tentam conciliar com mais afinco bem-estar familiar e traba-



Divulgação

A MINISTRA DILMA ROUSSEFF: COMPETÊNCIA E "LINHA DURA"

outros casos de mulheres à frente de cargos públicos de alto escalão. É o caso de Ângela Merkel, eleita chanceler da Alemanha no final do ano passado (o cargo equivale ao de primeira-ministra). Ela é a primeira mulher a ocupar a função na história do país. No Chile, a socialista Michelle Bachelet assumiu a presidência da República no início deste ano.

E no norte do Paraná também há um caso inédito de mulher na administração pública: a prefeita de Nova Esperança, Maly Benatti, assumiu, no final de janeiro, a presidência da Associação dos Municípios do Setentrião Paranaense (Amusep), sendo a primeira mulher a ocupar o cargo desde a criação da entidade.

lho. "Em relação aos homens, as mulheres são mais propensas a abrir mão da ampliação da empresa para cuidar dos filhos ou a deixar de fazer uma viagem de negócios simplesmente por não sentir segurança em quem irá cuidar dos filhos", exemplifica. ■

Reconhecimento merecido

Para homenagear mulheres maringaenses de destaque em sua área de atuação, o ACIM Mulher - conselho das mulheres empresárias e executivas - criou, há dois anos, o Prêmio ACIM Mulher. "É uma forma de reconhecer o trabalho e o papel da mulher na sociedade", explica a presidente do conselho, Anália Nasser.

Neste ano, a escolhida para receber a premiação foi a empresária Pity Marchese, proprietária do Haddock Buffet e da Haddock Industrial, responsável pela cozinha industrial da Cocamar. A entrega do prêmio aconteceu no Dia Internacional da Mulher, 8 de março.

Pity é paulista e está em Maringá há quase três décadas. Formada em Ciências Biológicas e mãe de três filhos, Pity assumiu o comando dos negócios em 1997, quando o marido faleceu. Pouco tempo depois, ela passou a administrar uma fazenda

herdada do pai.

Hoje se divide entre as empresas, que têm 48 colaboradores, a fazenda e o trabalho social. Ela promove um jantar anual em benefício da Rede Feminina de Combate ao Câncer e a mostra de mesas decoradas em prol da Associação dos Fissurados Lábio-Palatais de Maringá.

"Fiquei muito emocionada com a escolha. O prêmio veio num momento especial da minha vida. Neste ano, meus três filhos concluirão a faculdade. É um momento de sensação de missão cumprida", diz emocionada.

Para Anália Nasser, a homenagem foi mais do que merecida. "Pity é uma empresária que tem como foco a excelência na prestação de serviços, rentabilidade e profissionalização, sem perder de vista o lado humano, que fica bastante evidente na valorização dos colaboradores e nos serviços sociais que ela presta", afirma

Anália. "Ela tem uma maneira bastante humana de administrar a empresa", completa.

Anália ressalta que a mulher tem um diferencial no mundo dos negócios. "Ela tem um toque especial na administração das empresas. Além de ter como objetivo a rentabilidade dos negócios, preza pelo equilíbrio social, o lado humano e a preservação do meio ambiente. Mas isso não significa que as mulheres não querem o lucro para os proprietários e acionistas. Elas simplesmente não perdem o foco da importância do ser humano dentro das organizações". Segundo Anália é justamente esse o perfil de Pity Marchese.

Nas duas primeiras edições do prêmio ACIM Mulher, foram homenageadas a médica oftalmologista Edna Almodin e a presidente do Lar Escola da Criança de Maringá e da ONG Sociedade Eticamente Responsável (SER), irmã Cecília Ferrazza.



FACULDADE UNINGÁ
uningá
PROFISSÕES DA SAÚDE

Av. Colombo, 9727 - Km 130
CEP 87070-810 - Maringá - Paraná

Fone: 1441 3225-5009

www.uninga.br

result

Fonoaudiologia	Biologia	Enfermagem	Biomedicina	Psicologia	Nutrição	Educação Física EM BREVE

www.acim.com.br



PITY MARCHESE É A TERCEIRA MARINGAENSE A RECEBER O PRÊMIO ACIM MULHER

Comissão julgadora

Pity foi escolhida no início de fevereiro durante uma votação em que compuseram a comissão julgadora diretores da ACIM, o secretário municipal de Indústria, Comércio e Turismo, Flávio Vicente, a representante da Secretaria Municipal da Mulher, Soraya Rodrigues, a representante da Secretaria Municipal da Ação Social e Cidadania, Araceli Barbosa, as vereadoras Edith Dias e Márcia Socreppa, Celina Meneguetti e Yoni Brugnolo Alves, representando o Codem.

Três nomes foram indicados para concorrer ao Prêmio. As indicações foram feitas pela Apras, Fiep, Sivamar, Codem, Sociedade Médica de Maringá, Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Maringá, Sindinvest, Sinepe, Sociedade Rural de Maringá, Secretaria Municipal da Mulher e ACIM.

Parabéns Pity.

O sucesso é de quem sabe e faz acontecer

Os seus amigos da

cocamar[®]

www.cocamar.com.br

Segurança e nome sólido atraem investidores

COM A AMPLIAÇÃO DE UM DOS SHOPPINGS DA CIDADE, MARINGÁ GANHOU NOVAS LOJAS DE FRANQUIAS. OS DONOS DESSES NEGÓCIOS FAZEM PARTE DO UNIVERSO DE EMPREENDEDORES QUE PREFEREM A SEGURANÇA PROPORCIONADA PELAS FRANQUIAS, APESAR DOS ALTOS INVESTIMENTOS NECESSÁRIOS

Bruna Moreschi



PATRÍCIA NAKA: FRANQUIA DA AREZZO DEPOIS DE LONGA EXPERIÊNCIA COM A MARCA

De 2001 a 2004 o faturamento do setor de franquias saltou de R\$ 25 milhões para R\$ 31,6 milhões. O desempenho do ano passado, ainda não foi divulgado, mas a estimativa da Associação Brasi-

leira de Franchising (ABF), divulgada em dezembro, é de um aumento superior a 9% no faturamento.

Para se ter uma idéia, entre 2001 e 2004 foram abertas 8 mil novas lojas franqueadas no Bra-

sil. Hoje, são mais de 60 mil estabelecimentos. O número de redes (marcas) também tem crescido bastante. De 2003 para 2004, houve um salto de 678 redes para 814 – crescimento de 20%. Até



Bruna Moreschi

O GIRAFAS, É UMA DAS FRANQUIAS RECÉM-INSTALADAS NA CIDADE

2001, existiam 600 redes de franchising em atuação no país.

São números positivos como esses que têm levado empresários de Maringá a investir em franquias. Com a ampliação do shopping Avenida Center, por exemplo, quase 50% das 17 novas lojas abertas são franquias. De dezembro a fevereiro, oito empresas franqueadas abriram

as portas e até março outras duas começam a atender. Além disso, há pelo menos mais uma franquia negociando a instalação.

CREDIBILIDADE

Patrícia Shima Luize Naka aponta inúmeros fatores que a fizeram decidir pela abertura de uma franquia - da Arezzo - ao invés de mais uma filial da empresa de calçados e confecções da família. Mesmo sabendo que teria menor liberdade de ação, a empresária resalta fatores positivos como a credibili-

Risco menor custa mais caro

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a mortalidade de negócios independentes é próxima de 80% após cinco anos da abertura. Já o índice de fechamento de franquias continua menor que 25%, mesmo após dez anos de funcionamento das empresas.

Mas entrar nesse mercado de estatísticas atraentes é mais caro do que apostar numa idéia nova.

A Associação Brasileira de Franchising (ABF) traz a variação de quanto custa, por exemplo, a abertura de algumas franquias inauguradas recentemente em Maringá: Giraffas, de R\$ 290 mil a R\$ 540 mil; Rei do Mate, a partir de R\$ 110 mil; Spoleto, de R\$ 310 a R\$ 570 mil; e Arezzo R\$ 170 a R\$ 357 mil.

Os valores cobrem os gastos com equipamentos, projeto, execução da obra, treinamento de funcionários, entre outros.

A MELHOR ESTRUTURA PARA PALESTRAS, CURSOS E TREINAMENTOS COM ATÉ 50 PARTICIPANTES



HALOZ
AUDITÓRIO LÚCIA OZELAME

Haloz - Auditório Lúcia Ozelame

O Haloz foi criado para apoiar iniciativas promovidas por empresas, entidades, corporações, instituições e profissionais visando educação, treinamento, lançamento de produtos e serviços.

Multimídia - Ar condicionado

O espaço pode ser locado por diária ou por hora, de acordo com a necessidade do cliente.

Conheça, estamos a sua disposição.

Av. Itororó, 347 - Tel: (44) 3026-8384 - Maringá - PR
www.haloz.com.br E-mail: haloz@haloz.com.br

dade da marca e o menor risco.

“Na franquia os riscos são calculados e há todo um suporte. De certa forma, isso também pode ser usado nos negócios independentes”, diz. O acompanhamento dos franqueadores aos franqueados é completo: avaliação e negociação do ponto comercial, projeto arquitetônico, gestão da loja, treinamento de funcionários, marketing.

Mesmo com todo esse acompanhamento, o empresário Fábio Mukai lembra que as decisões finais cabem aos franqueados. Ele é proprietário da franquia do Giraffas - restaurante especializado em lanches e pratos especiais que fazem sucesso entre a garotada - aberta em dezembro na cidade. Segundo Mukai, o franqueador passa todas as orientações para otimizar o trabalho mas o bom andamento da franquia depende também do empenho do franqueado.

“Não adianta vender muito e desperdiçar muito. O negócio é cortar custos”, conta. Mukai destaca a consultoria dada na questão

Toque pessoal no atendimento

O lanche pedido demora meia hora para chegar e vem frio para a mesa. O casal, que aguardava, não acredita na situação e decide reclamar. O fato ocorreu recentemente, numa franquia em Maringá.

O dono da empresa estava no local e ouviu as queixas. Substituiu o lanche e devolveu o dinheiro aos clientes, ao mesmo tempo em que explicou a situação. O casal, que prefere não se identificar, se diz satisfeito com a solução encontrada pelo proprietário.

“Fiz isso para tentar não perder os clientes e não deixá-los ir embora insatisfeitos”, explica o dono da empresa, que tomou uma decisão pessoal. A franquia não tem esse posicionamento como norma. “Cada franqueado define o que faz. Por isso, é importante estar na empresa o dia inteiro”, diz.

do estoque. “O franqueador passa como devemos agir nos períodos de pouco e muito movimento, sem precisarmos ficar com estoque e dinheiro parados”, explica.

Mukai possui outra franquia em Londrina, mas acabou investindo em Maringá devido ao entendimento com a rede. Ele até pensou em abrir um negócio novo, mas, após um ano de pesquisa, optou por um risco menor. “A franquia oferece mais segurança. As

chances de prosperar são 50% maiores”, avalia.

Ao contrário dele, que nunca havia trabalhado com a marca escolhida para a franquia, Patrícia optou por uma velha conhecida. “Já trabalhamos com a marca Arezzo há mais de 20 anos. Com a franquia conseguimos gerar vantagens competitivas para ambos os negócios. Houve um encontro de interesses”, avalia a empresária. ■

www.kandyanyeventos.com.br

KP
KANDYANY
EVENTOS

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

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

COM NOVO FORMATO, A MARINGÁ LIQUIDA PROVOU, EM 2005, QUE BOAS OFERTAS REALMENTE ATRAEM O CONSUMIDOR. NESTE ANO OS ORGANIZADORES, MAIS UMA VEZ, IRÃO INVESTIR FORTE EM MÍDIA REGIONAL PARA ATRAIR COMPRADORES

A partir do próximo dia 10 o comércio de Maringá estará vendendo com descontos muito compensadores. Nesse dia tem início a Maringá Liquida 2006, que vai até o dia 12 e que promete repetir o sucesso alcançado em 2005. Uma grande campanha de mídia regional vai divulgar a campanha, uma das mais tradicionais liquidações da cidade. A veiculação dos anúncios começa três dias antes e permanece até o encerramento do evento.

Para chegar à data e ao horário de realização da Maringá Liquida, os organizadores – ACIM e Sivamar - realizaram uma pesquisa com os associados, através do Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM, o Depea.

Os resultados indicaram a preferência de 86% dos entrevistados pela realização da Maringá Liquida na segunda semana de março, contra 14% para a terceira semana. Quanto à duração, 84% optaram por três dias, enquanto 16% disseram preferir dois dias.

Com base na pesquisa, o horário ficou definido desta forma: dia 10 de março, sexta-feira, as lojas ficarão abertas das nove às 19 horas; no dia 11, das nove às 18 horas. No domingo, dia 12, o atendimento ao público será das 14 às 19 horas.

NEGOCIAÇÃO

Para participar da promoção, o lojista não terá qualquer custo. Basta aderir ao horário de funcionamento

Campanha promete agitar o comércio



EM 2005, O COMÉRCIO FICOU LOTADO NO FINAL DE SEMANA DA MARINGÁ LIQUIDA

estipulado para a campanha e oferecer descontos realmente atraentes.

“O sucesso da campanha no ano passado comprovou que, mais do que prêmios, o consumidor está interessado é nos descontos, em comprar produtos de qualidade a preços baixos”, afirma o presidente da ACIM, Ariovaldo Costa Paulo. Ele lembra que, para garantir o sucesso da campanha, é fundamental que os comerciantes negociem com seus fornecedores para oferecer bons descontos ao consumidor.

Em 2005, o movimento registrado nas lojas durante a Maringá Liquida, especialmente no domingo, agradou os comerciantes. Só para se ter uma idéia do volume de vendas, no sábado e no domingo da campanha no ano passado, o número de consultas ao Serviço Central de Proteção ao Crédito, o SCPC, foi 35,97% superior ao do fim de semana da edição de 2004.

“Acreditamos que neste ano as vendas serão ainda melhores que 2005. Esperamos rever as imagens

Consumidor aprova campanha

Durante a realização da pesquisa do ICCM (Índice de Confiança do Consumidor Maringaense) de fevereiro, as pessoas ouvidas responderam também perguntas sobre a Maringá Liquida. A pesquisa é realizada mensalmente pela ACIM, em parceria com o Departamento de Economia da UEM, para levantar as expectativas do maringaense em relação à economia local e nacional.

Dos consumidores entrevistados, 63,29% disseram considerar a Maringá Liquida excelente ou boa. Em relação às compras durante a campanha, 41,08% afirmaram que pretendem gastar até R\$ 200, 14,16% que planejam gastar entre R\$ 200 e R\$ 500 e 4,25% dos consumidores disseram que irão gastar mais de R\$ 500.

do ano passado, quando as lojas ficaram lotadas. No domingo parecia que estávamos às vésperas do Natal ou do Dia das Mães”, lembra Adilson Emir Santos, presidente do Sivamar. ■

O poder renovador do design

PARA ACOMPANHAR O RITMO DA MODERNIDADE E DA EXPANSÃO DE MERCADO, MUITAS EMPRESAS TÊM BUSCADO MELHORAR O VISUAL DE SUAS MARCAS. MAS NÃO BASTA QUERER MUDAR. ESSE TIPO DE INVESTIMENTO REQUER ESTUDOS CUIDADOSOS PARA QUE POSSA GERAR BONS RESULTADOS



Bruna Moreschi

MIRIAM PARMEZANI, DA ONE MARKETING: NOVA PROPOSTA PARA NOVO MERCADO

Algumas empresas alcançam tamanha expansão no mercado, que o visual e as características da logomarca acabam ficando aquém das expectativas do público já conquistado. Situação que requer mudanças, e muito bem planejadas.

Segundo o diretor de arte da Gad' Design, unidade de São Paulo, Hugo Kovadloff, para que esse tipo de trabalho obtenha bons re-

sultados é importante que haja um planejamento bem feito e, de preferência, com auxílio de uma ferramenta poderosa, a pesquisa.

Kovadloff ressalta que mudanças na identidade da marca implicam em alterações que vão desde fachadas, frota de veículos, uniformes, papelaria, entre outros. Mas ele lembra que a empresa que quer evoluir no mercado não pode

preferir esse tipo de investimento, que representa uma modernização para atender o perfil dos clientes conquistados ao longo de sua trajetória.

NOVA PROPOSTA

Recentemente o PAM (Paraná Assistência Médica) mudou as características de sua logomarca. A operadora de plano de saúde foi



A NOVA LOGO DA DUDONY, CRIADA POR EMPRESA ESPECIALIZADA DO RIO GRANDE DO SUL

Rede de design no Paraná

No Paraná existe a Rede Paranaense de Design, uma entidade sem fins lucrativos que apóia as micro e pequenas empresas do estado interessadas em utilizar o design como ferramenta na busca de qualidade e competitividade.

A entidade procura, ao difundir essa prática, estimular o desenvolvimento de produtos inovadores e estruturar o mercado de oferta de profissionais do setor.

A RPD é formada por sete núcleos distribuídos estrategicamente próximos aos pólos de produção. Mais informações sobre esta organização podem ser obtidas no site www.rprd.org.br.

criada há 15 anos com o intuito de atender o mercado de Maringá e região. Mas, com o passar do tempo, a expansão foi inevitável. Hoje opera em todo o Brasil e, além disso, é uma das que têm maior abrangência no Estado.

A logomarca inicial do PAM mostrava a figura da catedral de Maringá. Num primeiro momento a idéia funcionou, mas depois da ampliação do atendimento acabou ficando restrita, por remeter a um ícone muito identificado com a cidade. Por isso foi adotado um novo desenho – a representação de uma pessoa de braços abertos.

Quem auxiliou na mudança da logomarca do PAM foi a One Marketing, empresa que atua há 11 anos no mercado maringaense prestando assessoria na área da saúde. De acordo com a diretora da empresa, Miriam de Moraes Parmezani, foram tomados vários cuidados para consolidar a mudança.

“Após ter sido realizado todo o processo de elaboração da nova logomarca, foi montado um grande esquema de comunicação para divulgar as alterações e esclarecer o

porquê da mudança para o público em geral e para os beneficiários do plano”, explica. Nesta campanha, foram utilizados os mais diversos tipos de mídia: televisão, mala-direta, eventos, internet, revista e outdoors. Em maio deste ano a nova logomarca completa seu primeiro aniversário, e com grande sucesso.

TRANSIÇÃO

Com a rede de lojas de eletrodomésticos Dudony não foi diferente. Depois de mais de 17 anos de mercado, a diretoria da rede resolveu modernizar o layout da marca. De acordo com o superintendente da empresa, Eldo Moreno, para adaptar-se às novas tendências e estar mais próxima dos consumidores, a Dudony deu um importante passo para a renovação da sua imagem.

“Através da tipologia, com fontes de linhas retas, transmitimos modernidade, a seriedade e a solidez que a história da empresa possui. E assim foi criada uma nova logomarca. A utilização de cores quentes, como o laranja e o vermelho, comunica dinamismo, agilidade e, ao mesmo tempo, aco-

lhimento”, explica.

Para realizar o trabalho, a Dudony contratou uma agência especializada do Rio Grande do Sul, a Plano Trio Comunicação. Em sua carteira de clientes estão grandes marcas, como Vivo e Motorola. No processo de mudança, outra grande preocupação foi o processo de transição das marcas, para não causar reação negativa no público.

O superintendente relata que durante dois meses foram veiculadas as duas logomarcas e, depois, a comunicação se concentrou na nova. Moreno afirma que não foi feita nenhuma pesquisa oficial, mas que, pelo contato com clientes, fornecedores, colaboradores e amigos, a aceitação da nova logomarca tem sido bastante positiva. ■

Não é exagero dizer: 99% das pessoas padecem de falta de tempo, um mal da sociedade moderna. Essa realidade fez surgir um novo filão de mercado, que vem sendo explorado por empresas dos mais diversos setores e também por prestadores de serviços. Restaurantes, lanchonetes e pizzarias que realizam entrega em casa foram os precursores na exploração dessa fatia de mercado.

Mas hoje, seja no centro da cidade, seja nos bairros, é cada vez maior o número de empresas que se adequaram às novas necessidades dos clientes, instituindo o serviço de entrega de mercadorias sem qualquer custo adicional.

Outras empresas, como é o caso de algumas academias de ginástica, esticaram o horário de atendimento para receber os clientes que durante o dia ou até mesmo no início da noite não conseguem tempo para fazer exercícios físicos.

Até mesmo profissionais liberais estão encontrando um novo espaço de atuação dentro da realidade da falta de tempo. A fisioterapeuta Gêssica Costa Amorim, apesar de estar estreando no mercado profissional, já descobriu o novo filão. Ela é formada há quatro meses e já tem uma carteira de clientes que lhe garante uma renda média de R\$ 800 por mês.

Gêssica faz massagens terapêuticas em domicílio. "Comecei atendendo algumas amigas em casa e, de repente, uma foi falando para a outra. Hoje tenho várias clientes que preferem ser atendidas na própria casa", explica. Conforme Gêssica, a maioria garante que não tem tempo para ir até uma clínica. Sem contar que elas querem praticidade.

Mais lucro graças à corrida contra o relógio

ATENTAS À FALTA DE TEMPO DAS PESSOAS, MUITAS EMPRESAS PASSARAM A OFERECER SERVIÇOS QUE FACILITAM A VIDA DOS CLIENTES. O

RESULTADO É QUE ESSES EMPRESÁRIOS ENCONTRARAM UMA NOVA FORMA DE AGREGAR RENDA E DE ATRAIR UM PÚBLICO QUE TEM CRESCIDO A CADA ANO



Bruna Moreschi

A FISIOTERAPEUTA GÊSSICA AMORIM ATENDE EM DOMICÍLIO E TEM CLIENTELA FIEL

COMODIDADE

Prático mesmo é ter sempre frutas, legumes e verduras fresquinhos em casa sem precisar ir até o supermercado, escolher cada produto e ainda ter que enfrentar, depois, a fila no caixa. "Não sei o que é escolher fruta ou verdura há anos", garante a empresária Roseli Stein Sbarhammar.

A falta de tempo levou Roseli a buscar esse tipo de serviço. Ela afirma que sempre foi bem atendida na empresa que lhe fornece frutas, verduras e legumes e que jamais ficou decepcionada com a qualidade dos produtos. "Acho até que eles escolhem os mais bonitos", diz. Mas não é só isso que Roseli compra por telefone. As



Bruna Moreschi

**“NÃO SEI O QUE É ESCOLHER FRUTA OU VERDURA HÁ ANOS”,
DIZ ROSELI SBARRHAMMAR**

carnes também chegam à sua casa através dos entregadores do açougue.

Geralmente, ela faz o pedido semanalmente, mas já chegou a pedir carnes para 15 dias. Cada tipo de corte vem embalado separadamente. “Peço vários tipos de carnes e gosto que elas sejam embaladas em vários pacotes”. E, o melhor de tudo, segundo ela, é que não há qualquer custo adicional para ter essa comodidade.

De acordo com o gerente da Casa de Carnes J. Maia, Carlos

Roberto Batista, há 15 anos a empresa faz esse tipo de entrega, mas não há como negar que aumentou significativamente o número de clientes que se beneficiam desse serviço nos últimos anos.

Além da falta de tempo, o aumento da demanda pelo serviço de entrega tem outro motivo: “As pessoas estão percebendo que é muito mais cômodo fazer o pedido das mercadorias por telefone e recebê-las em casa, logo em seguida”, explica. ■



Bruna Moreschi

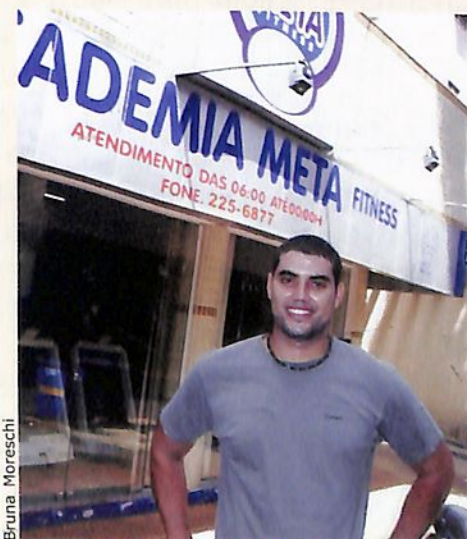
**CARLOS
ROBERTO, DO J.
MAIA: AS
PESSOAS
QUEREM A
COMODIDADE
DO SERVIÇO
DE ENTREGA**

Entrando em forma de madrugada

O corre-corre e o cotidiano estressante da maioria das pessoas também foi o motivo que levou o empresário Danilo Santos Colombo a esticar o horário de atendimento da academia Meta Fitness. Lá, os clientes podem utilizar os equipamentos até meia-noite.

Colombo garante que o público que frequenta as academias nas últimas horas da noite é crescente. A maioria dos clientes é formada por trabalhadores ou empresários que, além da jornada de trabalho, ainda estudam à noite e só conseguem frequentar a academia depois das 23 horas. Contando os clientes rotativos e os fixos, Colombo afirma que compensa ficar com a academia aberta até mais tarde.

O consultor tributário e estudante de direito Rafael Galo é um dos que se beneficiaram com a decisão do empresário. Ele se matriculou recentemente na academia em função do horário de funcionamento, já que só tem tempo disponível a partir das 23 horas. “Antes desse horário, só mesmo se eu tiver as últimas aulas vagas na faculdade”, explica. Para ele, além de manter a forma, os exercícios físicos, ainda que realizados quase de madrugada, ajudam muito a amenizar o estresse.



Bruna Moreschi

**DANILO COLOMBO ESTICOU O HORÁRIO DA
ACADEMIA PARA ATENDER OS QUE NÃO TÊM TEMPO**

O que é que o interior tem?

Para muitos pode parecer estranho o fato de experientes executivos deixarem grandes centros, como São Paulo, para virem trabalhar no Norte do Paraná. Ocorre que esses profissionais têm encontrado muitas vantagens nessa troca e, por isso, a decisão pela mudança se torna inevitável.

Porém, tais vantagens não se baseiam apenas na bastante procurada qualidade de vida oferecida por cidades menores, que inclui segurança, menos poluição, trânsito mais ágil. Outro fator importante é que cidades com características de médio porte, como Maringá, não ficam atrás quando o assunto é acesso à modernidade e à tecnologia. Isso faz com que os executivos encontrem mais estrutura para se realizarem tanto profissionalmente quanto pessoalmente.

Eldo Moreno, superintendente da rede Dudony, é um exemplo que ilustra bem esse fato. Formou-se em administração pela UEL (Universidade Estadual de Londrina) e seguiu para São Paulo, onde, durante dez anos, trabalhou nas lojas Pernambucanas. Antes de vir para Maringá, teve experiência ainda na rede Magazine Luiza, em Franca, interior de São Paulo, e nas Lojas Colombo, em Caxias do Sul, RS.

SAIR SOZINHO

Para Moreno, a expressão "sou executivo em São Paulo" não tem mais o peso que tinha há 15 anos no mercado. "A globalização, os recursos tecnológicos de informação, a qualidade da educação e da medicina, a fa-

NOVOS DESAFIOS, QUALIDADE DE VIDA E BOA INFRA-ESTRUTURA SÃO FATORES QUE VEM ATRAINDO CADA VEZ MAIS EXECUTIVOS DOS GRANDES CENTROS PARA MARINGÁ. A MAIORIA BUSCA TRANQUILIDADE E ENCONTRA NOS NOVOS EMPREGOS ESPAÇO PARA SE REALIZAR PROFISSIONALMENTE



ELDO MORENO LEMBRA QUE ATÉ GRANDES EMPRESAS TÊM MIGRADO PARA O INTERIOR

cilidade de locomoção e a maior segurança que hoje existem no interior são fatores que fazem com que mais executivos queiram sair dos grandes centros. Até grandes empresas têm migrado para o interior", ressalta.

Moreno saiu de São Paulo por opção, queria unir satisfação profissional com qualidade de vida. "Maringá não tem a poluição, o congestionamento e a violência

de São Paulo. Aqui minha mulher e meus três filhos dirigem e saem sozinhos. Além disso, a cidade permite que eu me realize profissionalmente também."

A diretoria da Dudony mantém-se a mesma já há cerca de 15 anos. São profissionais que ajudaram a construir a empresa. Donisete Busíquia, dono da rede, diz que resolveu buscar profissionais fora da cidade para reforçar esse time porque se prepara para ser uma grande empresa. "Procurei profissionais experientes, como o Eldo Moreno, porque a empresa precisa ganhar mais velocidade e de-

Bruna Moreschi



“AQUI GANHO MENOS, MAS A QUALIDADE DE VIDA COMPENSA”, RESSALTA ABREU

“senvoltura”, explica.

Busíquia diz estar satisfeito com a decisão. “Quando trago um profissional de um grande centro, ele quer saber como é o trabalho aqui, assim como os daqui têm a mesma curiosidade em relação ao trabalho nas grandes cidades. Unir esses profissionais gera uma troca de conhecimento muito positiva”, afirma.

BOA PROPAGANDA

O publicitário Nelson Abreu Filho, diretor de Marketing e Planejamento da QG da Propaganda, é outro exemplo de executivo que deixou São Paulo. Para ele as características de Maringá pesaram em sua decisão. “Aqui ganho menos, mas a qualidade de vida compensa. Nem tudo na vida é dinheiro. Sou casado, tenho dois filhos e Maringá é um bom lugar para eles”, declara.

Abreu é formado pela UNIP (Universidade Paulista) e já trabalhou em várias agências de São Paulo, como a Sogei Japan Incorporation - uma das cinquenta maiores agências de publicidade do mundo - a Solução Propaganda e a Young & Rubicam. Além dos benefícios da cidade, Abreu afirma que na QG encontrou mais espaço para desenvolver o que define como boa propaganda, apesar de exercer a mesma função que tinha em São Paulo.

O motivo que levou Josimar Farias, dono da QG, a buscar um profissional num

grande centro, assim como Busíquia, foi a experiência. Ele procurava alguém que já tivesse trabalhado em grandes agências e que fosse perspicaz. “Fiz algumas tentativas locais. Pode ser que até existam profissionais com essas características em Maringá, mas não encontrei. Então, resolvi procurar nos grandes centros”, explica. Farias afirma que o desempenho da agência já melhorou 100% com a contratação, principalmente no quesito planejamento estratégico.

Tanto o publicitário Nelson Abreu quanto o superintendente Eldo Moreno já receberam propostas para retornarem aos grandes centros. Porém ambos recusaram porque não pretendem voltar a ter uma vida agitada. “Nem pelo dobro do dinheiro que ganho eu saio daqui”, enfatiza Abreu. ■

Fora dos centros tradicionais

É certo que a maioria das empresas legalmente constituídas ainda se concentra nos grandes centros urbanos, mas muitas estão migrando para o interior ou para outras capitais. Foi o que mostrou um estudo do IBGE divulgado no final do ano passado, que avaliou o movimento empresarial entre 1996 e 2003.

De acordo com o levantamento, neste período a região Sudeste apresentou queda no número de empresas estabelecidas, passando de 57% para 52,2%. São Paulo e Rio de Janeiro foram os responsáveis pelas perdas (3,2 pontos percentuais e 1,9 ponto percentual, respectivamente).

Nas demais regiões, o número de empresas cresceu. O maior aumento foi no Nordeste (1,8 ponto percentual), como reflexo das migrações para Bahia e Ceará. Na região Sul, o destaque foi Santa Catarina, que passou de 5,2% em 1996 para 6% em 2003. Já no Centro-Oeste, o destaque ficou para Goiás.

Especialistas analisam este movimento como reflexo da saturação dos grandes centros urbanos. Além disso, os empresários enxergam vantagens no interior, como menores custos de produção, de mão-de-obra, incentivos fiscais, melhores condições logísticas, proximidade das matérias-primas e terrenos mais baratos.

Segundo o estudo do IBGE, no Rio Grande do Sul, de 1997 a 2002, Porto Alegre ficou atrás de quatro cidades do interior em relação às taxas de crescimento do número de empresas. Enquanto a capital registrou um aumento de 36,9%, Novo Hamburgo, por exemplo, alcançou 44% e Pelotas, 37,3%.

COM CONHECIMENTO NA ÁREA, OUSADIA E VISLUMBRANDO UMA OPORTUNIDADE DE TER O PRÓPRIO NEGÓCIO, MUITA GENTE OPTA POR ABRIR UMA EMPRESA CONCORRENTE A DO ANTIGO PATRÃO. EM ALGUNS CASOS, O ROMPIMENTO DE RELAÇÕES É IRREVERSÍVEL. EM OUTROS, OS CONCORRENTES ACABAM VIRANDO PARCEIROS

Volta e meia o mercado publicitário estremece com o anúncio de que um ex-funcionário de uma grande agência abrirá seu próprio negócio. Com *know how* na área e contando com um cérebro pra lá de criativo, esse profissional acaba levando com ele outros gênios da publicidade, além das contas de clientes disputados.

Washington Olivetto é um desses profissionais que viraram concorrentes do antigo patrão. Detalhe: na época, sem desembolsar um centavo ele abriu sua própria empresa, em sociedade com um grupo suíço, depois de trabalhar por mais de uma década na DPZ. O prejuízo foi ainda maior porque ele levou junto a conta da Bombril.

O mesmo destino teve Nizan Guanaes, que depois de trabalhar com o próprio Olivetto na W Brasil, resolveu abrir sua agência: a DM9. E, quem diria, até o publicitário Duda Mendonça - aquele que admitiu ter recebido dinheiro do "valerioduto" e é considerado uma das peças-chave para entender como funcionam os esquemas de caixa dois nas campanhas políticas - já foi funcionário antes de

Ontem, funcionário



fundar a agência África.

Mas não é apenas no mercado publicitário que os funcionários viram patrões - e concorrentes - de um dia para outro. Depois de adquirir conhecimento na área, muita gente vislumbra a oportunidade de ter o próprio negócio e escolhe justamente entrar num mercado que já conhece. E que, infelizmente, é o mesmo do antigo patrão.

PROFISSIONALIZAÇÃO

Há cerca de 15 anos, o empre-

sário Antônio Carlos Dalcolle resolveu juntar a experiência de uma década no mercado de automecânica, economias e uma dose de empreendedorismo para abrir o próprio negócio. Depois de seis anos trabalhando numa mesma empresa, resolveu virar patrão e concorrente do antigo chefe. Nasceu ali a Polivel Assistência Técnica de Veículos. "Sempre tive vontade de ter meu próprio negócio", conta.

Dois anos depois, foi a vez de Walter Faia Gambeta se unir a

Hoje, concorrente

Dalcolle na empresa, tornando-se sócio. Detalhe: ele também foi funcionário da mesma empresa onde Dalcolle trabalhou. Tempos depois, eles ainda trouxeram mais um funcionário para trabalhar na Polivel.

Além da experiência na profissão, os dois empresários foram atrás de se profissionalizar. Fizeram cursos de gestão de negócios, liderança, além de treinamentos na área de mecânica. "Tivemos que aprimorar nosso trabalho para acompanhar a evolução dos veículos", explica Dalcolle.

Hoje a empresa tem dez colaboradores e atende cerca de 300 clientes por mês. A perspectiva é que em dois anos, a Polivel abra a primeira filial.

Quanto ao antigo patrão - depois de ficar "chateado por uns tempos", conforme conta Dalcolle - eles voltaram a ser amigos e freqüentam juntos o Núcleo Setorial de Automecânicas, da ACIM. E, destino cruel, dois ex-funcionários de Dalcolle e Faia também tornaram-se concorrentes, mas sem que isso aborrecesse ou prejudicasse os proprietários de Polivel. "Há mercado para todos", defende Dalcolle.

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

O economista Francisco Carlos da Silva, proprietário do Hoje Maringá, trabalhou por dez anos no departamento comercial de um jornal da cidade. Quando saiu, re-

Motivação gera comprometimento

A psicóloga organizacional e professora do Cesumar (Centro Universitário de Maringá) Carmen Lúcia Moraes é da opinião de que apenas um bom salário "não prende o funcionário na empresa".

Segundo ela, é necessário reconhecer o trabalho do colaborador e possibilitar a ascensão na carreira. "Aumentar o salário, sem agregar valor à função tem pouco efeito", defende. "Um bom funcionário gosta de ser reconhecido pelo trabalho e ter atribuições de maior responsabilidade com o passar do tempo", completa.

Carmen explica que, para manter um colaborador motivado dentro da empresa, também é necessário investir no desenvolvimento da carreira dele e oferecer oportunidades para que coloque em prática o que aprendeu nos treinamentos.

Um dos conselhos dados pela psicóloga aos empresários que querem manter seus colaboradores

é valorizar as idéias criativas. "Isso contribui para que ele fique mais comprometido com a empresa e se sinta ativo", explica.

Carmen afirma que possuir um plano de cargos e salários também ajuda a motivar os funcionários, já que eles saberão quais cargos poderão atingir. "Nesse plano é fundamental ter a descrição correta de cada função", explica. Segundo ela, um plano de cargos e salários demora de seis meses a dois anos para ser implantado e é necessário ter, no mínimo, cinco funções dentro da empresa, independente do porte.

Outra dica dada por ela é a criação de um sistema de rodízio de postos de trabalhos. "Assim, os colaboradores têm a oportunidade de aprender novas funções, trabalhar com outras equipes e lidar com outros tipos de clientes internos e externos", sugere. E o toque final: "Não valorize apenas o currículo, mas também a experiência profissional", diz.



Bruna Moreschi

PARA A PSICÓLOGA CARMEN LÚCIA MORAES O CAMINHO É A VALORIZAÇÃO DA EQUIPE

solveu abrir o próprio negócio vislumbrando um filão de mercado, já que Maringá tinha até então dois jornais diários.

Depois de uma pesquisa de viabilidade, concluiu que havia espaço no mercado. Ele também descobriu que para que o jornal sobrevivesse teria que ouvir pessoas e autoridades que quase não tinham voz nos outros dois jornais.

Depois de cinco anos no mercado, o Hoje Maringá tem 46 colaboradores e, segundo Silva, o objetivo para os próximos anos é adquirir um parque gráfico, já que atualmente o jornal é impresso em Londrina. Ele também almeja criar um caderno específico de esportes.

Quanto à possibilidade de um



Bruna Moreschi

DALCOLLE E GAMBETA: SOCIEDADE EM EMPRESA CONCORRENTE DO EX-PATRÃO

funcionário virar concorrente no futuro, o empresário diz não se preocupar. "A liberdade de

expressão é garantida pela Constituição", responde ao ser questionado. ■

INFORME PUBLICITÁRIO

PRODUTIVIDADE E RENTABILIDADE: ESSE ASSUNTO INTERESSA A VOCÊ

Que a tecnologia chegou para ficar nas empresas não é novidade pra ninguém; tanto que chegamos a nos perguntar como podíamos trabalhar sem e-mails, celulares, internet etc. Porém, o que muitos esquecem é que nesse meio as mudanças são diárias, e novas ferramentas são criadas a todo instante. E muitas vezes ficamos quebrando a cabeça para resolver problemas da maneira que estamos acostumados, simplesmente porque estamos acostumados. Mas é fato também de que não podemos ocupar todo nosso tempo de trabalho vasculhando a internet atrás desses recursos.

É nessa hora que uma empresa especializada em tecnologia pode ser fator competitivo e um diferencial decisivo na correria do mundo dos negócios. E essa é a proposta da Sistemar Tecnologias, com uma equipe de profissionais qualificados e "anteados" nas novas tendências, ferramentas e recursos disponíveis no mercado, e o que é melhor, adequando-os às necessidades do seu negócio. Especialmente através da Manutenção Preventiva, um inovador conceito de atendimento e suporte, que oferece muito mais do que consertos ou instalação de máquinas, mas um olhar crítico e renovador sobre todo o ambiente de tecnologia de sua empresa, a integração das ferramentas e a forma mais otimizada para transformar a tecnologia numa aliada às vendas e à produtividade de sua empresa.

VEJA ALGUNS DEPOIMENTOS DE CLIENTES SISTEMAR:

"Permitimos que a Sistemar verifique e busque melhorias para otimizar o desempenho tecnológico e juntos chegamos a um consenso do que será melhor para a Cooperativa." (Thalita Martin - Encarregada de Tecnologia, Sicoob Metropolitano).



Bruna Moreschi

"Nossa empresa e a Sistemar são parceiras há mais de 4 anos. Sempre que há novidades interessantes no ramo da informática eu fico sabendo e quando é viável, acabamos implantando essas novidades. A última delas foi o VoIP. Hoje eu gasto 50% menos com ligações interurbanas." (Edson Silva - Data Ponto World - Maringá).

Redes, servidores, VoIP, Automação Comercial, Notebooks, Softwares Gerenciais, só pra citar alguns, são recursos e serviços que a Sistemar Tecnologias tem para sua empresa ser mais competitiva. Você precisa conhecer. Sua equipe (e o seu bolso) irão agradecer.

SERVIÇO

Sistemar Tecnologias, rua Santos Dumont, 1554
fone: 44 3026-7597
atendimento@sistemar.com.br - www.sistemar.com.br

P: No que você está pensando agora?

R: Os planos que minha operadora oferece não servem pra minha empresa. Tô precisando mudar.

E agora mesmo a GVT está pensando em você, para você não pensar em telefonia.

Prova disso é o Economix Flex, uma solução completa para reduzir os custos da sua empresa com telefonia e Internet em até 50%. Você monta o plano de acordo com a sua necessidade, do tamanho que você precisa, com qualidade e atendimento diferenciado.

Pare de pensar em telefonia. Mude já para o Economix Flex, e pense só em fazer a sua empresa crescer.

Pense rápido e adquira já a melhor opção para a sua empresa.

Ligue para:

3031 8081

Calor, sem perder a classe

Lá fora o sol está de “rachar”, mas até que enfim você entrou em seu escritório, que está gelado graças ao poder de aparelhos de ar-condicionado cada vez mais modernos. Mas, assim que você se instala e agradece a Deus por esse recanto de baixas temperaturas, algum engraçadinho pede para desligar. E você, sem entender nada, pergunta: “Desligar? Como assim?” Pronto, está declarada a guerra entre friorentos e “encalorados”.

Mas, nesse caso, a regra é clara: quando o ambiente estiver mais frio do que o desejado, é possível driblar a situação com um casaco extra, um cachecol (sempre há um mais exagerado), ou uma charmosa pashmina – espécie de xale -, no caso delas. Até porque, segundo minhas investigações iniciais para esse texto, são as mulheres as campeãs em reclamar do ar-condicionado nos escritórios ou em qualquer outro ambiente em que não estejam protegidas com um bom edredom.

Levar uma pashmina ou um casaquinho de lã bem fininha e de modelagem reta não irá ocupar muito lugar na bolsa (até porque as bolsas grandes estão com tudo nessa estação). Mas quem preferir deixar um no escritório como curinga, deve ser uma peça bem básica para combinar com os modelitos usados naquela semana. Tons neutros como preto, cinza ou branco são sempre boas escolhas. Você leva para o escritório na segunda e leva de volta na sexta-feira para casa.

Já os homens podem deixar uma jaqueta ou paletó, ambos pre-

TUDO BEM QUE NOS DIAS QUENTES É MAIS DIFÍCIL SE MANTER ELEGANTE. MAS NADA É IMPOSSÍVEL PARA QUEM TEM FORÇA DE VONTADE. COM MUITO CHARME É POSSÍVEL, INCLUSIVE, EVITAR A POLÊMICA ENTRE FRIORENTOS E “ENCALORADOS” NOS DIAS EM QUE O AR-CONDICIONADO É A ÚNICA SAÍDA



Bruna Moreschi

tos, no escritório. São itens estratégicos para se livrar do frio e devem ser escolhidos de acordo com o estilo de roupa que você usa para trabalhar. Viu, não é tão difícil enfrentar o ar-condicionado sem precisar armar uma confusão sobre o dilema ligado ou desligado. Uma dose de boa vontade e charme será o suficiente para não perder a elegância e nem a consideração de alguns colegas.

Mas trabalhar no verão não se resume a um delicioso e geladinho escritório, onde ninguém sua, a maquiagem não borra e os cabelos não ficam oleosos e desarrumados. Há sempre aquele momento em que você precisa sair do seu ‘reino polar encantado’ e encarar o rei sol e, é claro, sem parecer que caminhou horas pelo deserto. Mas é possível visitar um cliente, por

exemplo, sem que o calor manche seu já conquistado estilo.

A dica tanto para elas quando para eles é carregar sempre uma camisa extra dentro do carro ou na pasta de trabalho. Para isso dê prioridade para tecidos que dispensem o ferro de passar. Dar um pulinho ao toalete para se refrescar também é uma ótima saída. Aproveite para retocar o desodorante e o perfume, que deve ser bem suave.

Lenços umedecidos e refrescantes são bons aliados e podem ser encontrados em perfumarias. Elas precisam ter um cuidado extra com a maquiagem. Olho borrado de preto ou sombra escorrendo é, definitivamente, o fim da elegância. ■

Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda

CURSOS

Informações pelo telefone
(44) 3025-9636.

IMPOSTO DE RENDA PESSOA FÍSICA 2006

Instrutor: Claudinei Oliveira

Data: 10 de março

Horário: 19 às 23 horas

Objetivo: Apresentar aos participantes os conceitos práticos para a elaboração da Declaração do Imposto de Renda das Pessoas Físicas, com base no Regulamento do Imposto de Renda e suas alterações.

CONTABILIDADE PARA NÃO-CONTADORES

Instrutor: Claudinei Oliveira

Data: 13 a 17 de março

Horário: 19 às 23 horas

Objetivo: Apresentar aos participantes os conceitos e princípios básicos da Contabilidade, bem como a sua utilização como fonte de informações para o processo de tomada de decisões nas empresas, objetivando a análise e o entendimento das informações apresentadas nos relatórios contábeis.

COMO E QUANDO FAZER REUNIÕES PRODUTIVAS E EFICAZES

Instrutora: Maria Alice Pinatti

Data: 13 a 15 de março

Horário: 19 às 23 horas

Objetivo: Desenvolver nos participantes a capacidade de programar, planejar e conduzir reuniões com eficácia. Oferecer aos participantes técnicas que permitam disciplinar a conduta individual, evitando a dispersão dos assuntos enfocados.

ORATÓRIA – A COMUNICAÇÃO NA PROFISSÃO

Instrutor: Elizabete Willemann

Data: 20 a 24 de março

Horário: 19 às 23 horas

Objetivo: Possibilitar ao participante uma oportunidade de aprimorar suas habilidades de comunicação com o cliente e com grandes públicos através da autopercepção e de informações técnicas sobre expressão oral e corporal, utilizando exercícios práticos.

COMO COBRAR CLIENTES INADIMPLENTES

Instrutor: Braz Ismael Vendramini

Data: 27 a 30 de março

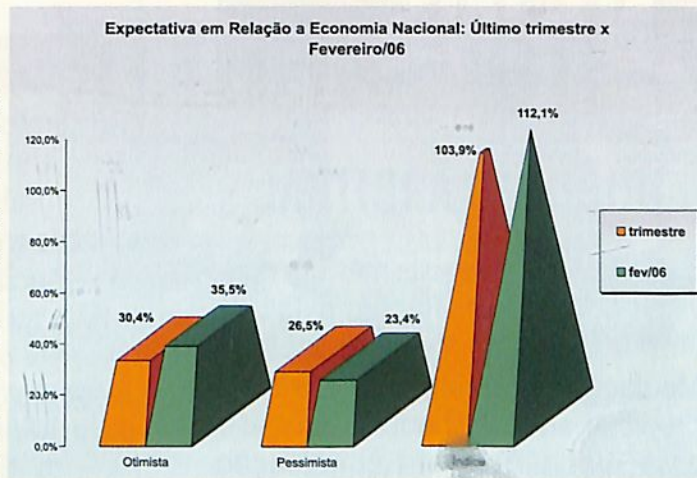
Horário: 19 às 22h30

Objetivo: Proporcionar aos participantes conhecimentos necessários para uma correta ação de cobrança do cliente inadimplente. Orientar os participantes sobre como preservar o bom relacionamento empresa/cliente após uma ação de cobrança.

ICCM

A ACIM, em parceria com o departamento de Economia da UEM, divulgou, no final do mês passado, mais uma pesquisa do ICCM (Índice de Confiança do Consumidor Maringense). O índice de fevereiro ficou em 126,9 pontos percentuais. O

ICCM vem apresentando evolução ascendente nos últimos três meses, tendo registrado 121,5 pontos percentuais em janeiro e 119,4 pontos percentuais em dezembro. Segundo o economista Joilson Dias, coordenador da pesquisa, o avanço de 5,4% no índice de fevereiro em relação a janeiro é reflexo da melhora das expectativas de renda, consumo, emprego e em relação à economia nacional.



ESPAÇO CULTURAL

O espaço cultural Américo Marques Dias, no hall da ACIM, foi criado para receber obras de artistas locais, que podem expor seus trabalhos sem custos. Nesse espaço já foram expostas obras de artistas como Débora Kemmer, Ademir Kimura e Tuti Mukai.

No momento estão em exposição nove telas da artista plástica Márcia Andrade. Em pinturas abstratas e florais, Márcia aplica cores nas técnicas que ela mesma desenvolve. A artista já participou de exposições em São Paulo, Paranavaí e Maringá.

“O espaço cultural é uma boa



Bruna Moreschi

oportunidade para mostrar os trabalhos, porque em Maringá são poucos os lugares abertos para exposição. E aqui na cidade há muito material artístico a ser mostrado”, afirma.

REUNIÕES PRODUTIVAS

A consultora Maria Alice Pinatti, ex-presidente do Conselho da Mulher Empresária – o atual ACIM Mulher – tem realizado diversos cursos através do Centro de Capacitação da ACIM. De 13 a 25 deste mês ela ministrará o curso “Como e quando fazer reuniões produtivas e eficazes”.

Maria Alice Pinatti integrou o Conselho durante várias gestões. Em sua gestão como presidente foi criada a Feira Ponta de Estoque, que se tornou uma das mais tradicionais liquidações de Maringá, atraindo consumidores de toda a região e de vários estados brasileiros.

TRIBUNAL ARBITRAL

A ACIM assinará este mês um convênio de cooperação com o Tacom (Tribunal Arbitral de Conciliação e Mediação de Maringá). O objetivo é propiciar aos associados o acesso a essa modalidade de conciliação extrajudicial, muito disseminada nos países desenvolvidos.

Entre as vantagens do Tacom sobre os outros tribunais da Justiça comum estão a rapidez na finalização dos processos, maior possibilidade de negociação entre as partes, sigilo e custo reduzido.

Não há restrição de valores para os processos, desde que as ações tenham de direito disponível. Pessoas físicas e jurídicas podem utilizar os serviços do Tacom, onde as audiências de conciliação e arbitragem são conduzidas por árbitros indicados pelas partes. Vale ressaltar que as decisões oriundas do Tribunal Arbitral têm valor legal perante a Justiça.

POSSE

A vice-presidente para Assuntos de Eventos da ACIM, Clélia Cordeiro, assumiu no início de fevereiro a presidência do Conselho Municipal de Turismo, com mandato de um ano. A vice-presidência ficou a cargo do empresário Sérgio Takao Sato.

As reuniões, realizadas na prefeitura, são mensais. Diversas metas foram propostas por essa gestão: incrementar o turismo de eventos, capacitar a mão-de-obra responsável pelo atendimento ao turista e integrar as diversas empresas e entidades públicas ligadas ao turismo em Maringá.

ITAIPU BINACIONAL

A Diretora Financeira e Executiva da Itaipu Binacional, Gleisi Helena Hoffmann, visitou a ACIM em fevereiro, acompanhada pelo secretário do Ministério do Planejamento, Enio Verri. Gleisi conheceu a forma de atuação e os projetos do Codem, Fundacim, Conselho de Segurança e da Agência de Desenvolvimento Terra Roxa, entre outros.

A executiva ficou encantada com a unidade das ações desenvolvidas pela comunidade de Maringá e pela união dos empresários. Ela chegou a comentar que o governo Lula também deveria conhecer essas experiências. A diretora é uma das pré-candidatas do PT do Paraná ao Senado Federal.

Bruna Moreschi



MISSÃO PORTUGUESA

Representantes da Associação Pinhal Maior, de Portugal, visitaram Maringá entre os dias 13 e 15 de fevereiro, em missão comercial destinada à prospecção de negócios. Augusto Fernandes Nogueira, coordenador da entidade portuguesa, e Felipe Antunes, também membro da associação, visitaram a ACIM o Codem (Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá), o Instituto Casa Mercosul, o IDR (Instituto para o Desenvolvimento Regional) e empresas locais.

O diálogo com os maringaenses resultou em algumas definições. A principal delas é realização de um evento, possivelmente na primeira semana de junho, no Centro Português de Maringá. Trata-se de uma Semana de Degustação de produtos portugueses oriundos da região de Pinhal Maior.

Depois de Maringá, os portugueses visitaram Foz do Iguaçu e seguiram viagem para o Pará, para dar prosseguimento às ações comerciais que os trouxeram ao Brasil.

VISITA

O diretor-executivo de conteúdo do jornal O Diário do Norte do Paraná, Michael Vieira da Silva, e o editor-chefe do jornal, Décio Trujillo, visitaram a ACIM no dia 20 de janeiro. Eles foram recebidos pelo presidente da entidade, Ariovaldo Costa Paulo, e pelos vice-presidentes Adilson Emir Santos, Carlos Alberto Tavares, Wilson Matos e Tininha Rodrigues, além do superintendente Dirceu Herrero Gomes.

O objetivo do encontro foi apresentar Trujillo, recentemente contratado pelo Diário, e que já trabalhou em grandes jornais, como a Gazeta Mercantil. Michael Vieira da Silva anunciou, em primeira mão, que o jornal ganhará em breve um novo projeto gráfico.



Bruna Moreschi

DESTINO EXPORTADOR ALEMÃO

O Instituto Mercosul e a ACIM receberam, no último dia 16, a gerente regional da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha, Cristina Mathias, de Curitiba. Ela veio a Maringá para conhecer o trabalho realizado pelas duas entidades. O encontro foi na sede da ACIM e, na ocasião, Cristina também definiu os detalhes da organização do evento Destino Exportador Alemão, que será realizado em junho, em parceria com a ACIM e o Instituto Mercosul.

CONSULTA DE CHEQUE

O "Check Free" foi lançado em novembro de 2005 pela ACIM e já conta com mais de 400 empresas realizando consultas. O serviço é oferecido aos associados cadastrados no SAIC (Serviço ACIM de Informações Comerciais), que podem consultar gratuitamente as alíneas 12 e 13 para verificar se o cheque a ser recebido já passou por duas devoluções ou se a conta foi encerrada. Ao lançar a consulta gratuita, a ACIM disponibilizou aos empresários mais uma ferramenta para evitar o risco de inadimplência.



Bruna Moreschi

As empresas que já utilizam o produto estão realizando em média 50 consultas por mês. Desde o início da utilização do serviço já foram constatadas restrições em 10% dos cheques consultados.

A meta da ACIM é ter mais de mil associados utilizando o produto nos próximos seis meses. No período inicial de operação do novo serviço, as empresas que mais consultaram foram lojas de calçados, confecções, imobiliárias, postos de combustível e financeiras.

VALE-TRANSPORTE

A ACIM e o Sivamar conseguiram, depois de muitas negociações junto à TCCC (Transporte Coletivo Cidade Canção), a disponibilização de consultas aos créditos dos cartões do vale-transporte via Internet. Agora, cadastrando uma senha, o empresário poderá consultar os créditos dos cartões dos funcionários mensalmente.

Isso representará uma grande economia, já que nem todos os meses os colaboradores utilizam a totalidade de créditos disponibilizados pelo vale-transporte. Realizando a consulta, as empresas poderão carregar apenas a quantidade de créditos necessária para completar o mês.

Para cadastrar a senha, é necessário enviar um e-mail para o endereço:

passefacilempresas@tccc.com.br. A solicitação só poderá ser feita pelo e-mail cadastrado no site SRC (Sistema de Requisição de Créditos). Confira, abaixo, o modelo do e-mail que deve ser enviado para fazer a solicitação do relatório.

Para: passefacilempresas@tccc.com.br

Assunto: (escreva **CNPJ** juntamente com o número do CNPJ de sua empresa, sem espaçamento e pontuação).

No local do texto escreva **SENHA (o número da senha cadastrada)**, sem espaçamento e pontuação, e em seguida clique em **Enviar**. O relatório será enviado 24 horas após o recebimento do e-mail.

A REVISTA DE
NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO XLIII Nº 452 MARÇO/2006
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 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)
A modelo da capa é Ana Lúcia Alexandre
Lopes, que veste Forum. Maquiagem de
Fabrizia Ridolfi

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

FOTOS
Bruna Moreschi
João Mário Goes

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

CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS DO BRASIL

FACIAP
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ



A TERRA ROXA E O DESENVOLVIMENTO REGIONAL

“A TERRA ROXA INVESTIMENTOS FEZ
RENASCER UMA PROPOSTA ANTIGA, QUE
VISA INTEGRAR OS ESFORÇOS DA NOSSA
REGIÃO PARA ATRAIR INVESTIMENTOS E
PROMOVER O DESENVOLVIMENTO PELA
INDUSTRIALIZAÇÃO”

O desenvolvimento econômico de uma região foi sempre visto como sendo predominantemente uma questão do governo e das grandes organizações verticalizadas. Esta visão está mudando.

Nota-se no mundo inteiro que a dinâmica do desenvolvimento econômico ocorre muito mais em função das características próprias de uma região e da sua capacidade de se articular, do que pela ação dos governos de estado ou dos municípios.

Inicialmente são as condições naturais que fazem a diferença entre uma região e outra. Riquezas naturais, uma cultura diferenciada ou mesmo uma boa localização geográfica são os fatores que mais impulsionam o desenvolvimento. Neste primeiro ciclo predomina o setor primário ou o extrativismo.

Nesta fase o Norte do Paraná teve um desempenho invejável. A nossa rica terra vermelha, batizada pelos espanhóis de terra roxa, aliada a um clima favorável e a uma colonização européia, bem planejada e organizada, levou a região a se desenvolver de forma rápida e próspera. Este primeiro ciclo ainda não chegou ao fim, mas percebe-se que sua dinâmica já esta diminuindo.

Para continuar este desenvolvimento, a principal força motriz precisa mudar do setor primário para um processo de industrialização, que já está ocorrendo de forma natural, mas pode ser melhor articulado para se tornar muito mais dinâmico. Neste processo, uma região vai se diferenciar da outra pela sua capacidade de se articular política e economicamente para atrair e implantar investimentos e indústrias com maior valor agregado.

Há uma competição acirrada entre regiões e municípios para atrair essas indústrias. E elas decidem o local de investimentos analisando, além das vantagens naturais, fatores como educação e capacitação, infra-estrutura e custos, bem como a busca constante por inovação e informação.

Em varias regiões do mundo percebe-se uma organização em redes horizontais, em distritos industriais, onde se criam comunidades tecnológicas que se relacionam com as comunidades vizinhas, criando uma força conjunta de desenvolvimento.

As políticas regionais de articulação de esforços e de definição de objetivos comuns transformam as já existentes vantagens isoladas em verdadeiras alavancas para o desenvolvimento regional. Neste sentido, a Terra Roxa Investimentos fez renascer uma proposta antiga, que visa integrar os esforços da nossa região para atrair investimentos e promover o desenvolvimento pela industrialização.

Inserir o Norte do Paraná no mundo globalizado é um dos nossos objetivos, unindo esforços, procurando soluções para problemas comuns, definindo estratégias para o desenvolvimento regional, integrando os pontos fortes de todos municípios e combatendo os pontos fracos.

A TRI nasce forte, com uma enorme expectativa, mas existe uma avalanche de demandas represadas que urgem por uma ação integrada. Para isso precisamos contar com o apoio – e não somente de idéias – de todas as instituições da sociedade. Temos já o apoio das principais associações comerciais da região, de algumas prefeituras, da Fiep, da Faciap e do Cicoop.

Filie-se à Terra Roxa Investimentos. Acesse nosso site e conheça mais detalhes:
www.terraroxa.org.br

ADRIAN VON TREUENFELS É PRESIDENTE DA TERRA ROXA INVESTIMENTOS

JÁ SE PASSARAM AS FESTAS DE FIM DE ANO,
ACABARAM AS FÉRIAS, PASSOU O CARNAVAL...

**JÁ ESTÁ MAIS DO QUE NA HORA DE TIRAR, OU MELHOR,
DE COLOCAR NO PAPEL, TODOS OS SEUS PROJETOS!**



**EM
2006,
continue
com a
Regente!**

GRÁFICA REGENTE

MARINGÁ - PR
Fone: (44) 3220-7010
comercial@graficaregente.com.br

LONDRINA - PR
Fone: (43) 3348-4800
londrina@graficaregente.com.br

www.graficaregente.com.br

CONSULTE SCPC E CHEQUES PELO CELULAR



Tenha nas mãos a segurança do seu negócio. Faça consultas de SCPC e Cheques pelo Celular com confiabilidade e agilidade. Mais um produto que a ACIM preparou para você não sofrer com a inadimplência.

ACIM
Associação Comercial e Empresarial de Maringá

Business
TIM



ACIMOBILE

EM QUALQUER LUGAR

0800-6009595 - www.acim.com.br