



Revista

ACIM

R\$ 5,00
Maio/2007
Nº 465
Ano 44

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Maringá 60 Anos

Uma trajetória ancorada no
empreendedorismo

Hora do rango!



Seus funcionários adoram essa frase.
Faça com que eles falem com empolgação.

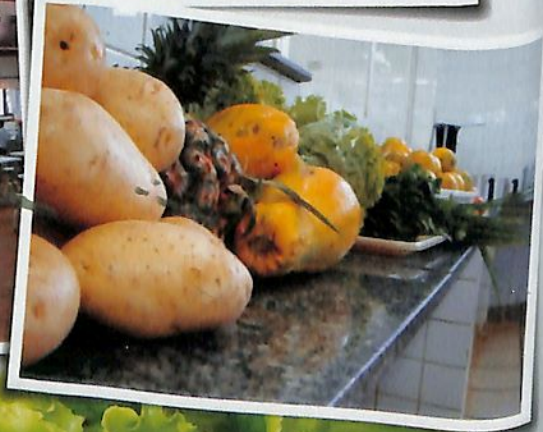
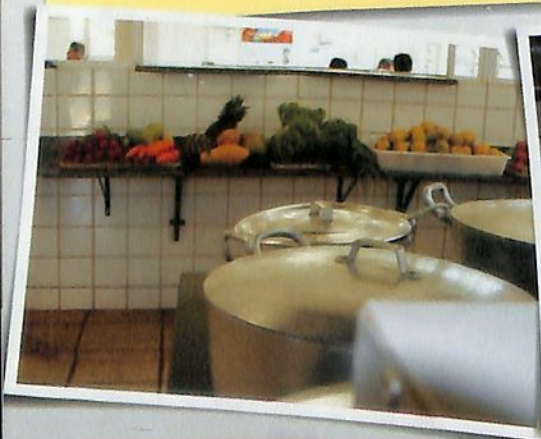
A Krigols Refeições Coletivas tem as melhores soluções para o seu refeitório. Com um cardápio variado e balanceado por nutricionistas, trazendo para os seus funcionários, satisfação e prazer na hora das refeições. Afinal, nem só de pão vive o homem.

Você sabia que uma boa alimentação aumenta a produtividade de seu funcionário?

E que tudo que você investir em alimentação para seus colaboradores, você abate no Imposto de Renda, através do PAT (Programa de Alimentação do Trabalhador)?

Temos a solução para o refeitório de sua empresa.

Fale conosco, agende uma visita.



Krigol's® Restaurante

Refeições Coletivas

44 - 3222-9300 • 9124-9300

Av. Gastão Vidigal, 1416 - Maringá - PR

www.krigols.com.br



Um momento ímpar



Índice

REVISTA ACIM ANO 44 Nº 464

ENTREVISTA

10

Wilson de Matos Silva assume cadeira no Senado com vários projetos para a Educação

REPORTAGEM DE CAPA

16

Um retrato da Maringá de 60 anos, uma cidade que nasceu para ser empreendedora

TURISMO

28

Classe média descobre os prazeres e as facilidades de pagamento dos cruzeiros marítimos

COMUNICAÇÃO

34

O que é preciso para reformular a identidade visual da empresa sem que ela perca a personalidade?

Maringá completa 60 anos num momento de conquistas muito importantes. Em termos de desenvolvimento, podemos dizer que a cidade é um exemplo de empreendedorismo. Nossa economia vem se fortalecendo a cada dia, graças a motores poderosos, como a agroindústria, o comércio, o setor de serviços.

Crises sazonais, como as quebras de safra, sem dúvida refletem negativamente na atividade econômica, mas não o suficiente para abalá-la seriamente. Um demonstrativo de que nossa economia vem amadurecendo.

Entidades como a ACIM, o Codem, o IDR, entre outras, têm papel decisivo nesta trajetória empreendedora, fomentando o desenvolvimento não só da atividade empresarial e produtiva da cidade, mas também da região.

Mesmo tendo crescido rapidamente, ainda conservamos um fator que, aliás, é um dos que continuam atraindo para cá pessoas que fogem da loucura dos grandes centros: a qualidade de vida. Apesar de alguns contrastes comuns a cidades que cresceram acentuadamente, Maringá figura entre os municípios que apresentam menores índices de problemas sociais no estado.

É claro que há questões que precisam ser enfrentadas, como o déficit de moradias, a criminalidade que vêm crescendo, a melhoria da estrutura do atendimento público nas áreas da saúde e da educação... Mas é certo também que a sociedade tem atuado unida com o poder público em busca de soluções.

Aliás, um traço típico da população maringaense nesses 60 anos de história é justamente a união da sociedade em torno do bem comum. Graças a essa união, a cidade tem avançado na busca de soluções.

Essa união também colocou Maringá num momento político bastante favorável. Nunca a cidade esteve tão bem representada politicamente como agora. Temos um maringaense ocupando uma secretaria estratégica dentro do governo do estado; outro assumiu uma cadeira no Senado, e temos três deputados estaduais e dois federais.

A cidade vive, ainda, um momento decisivo para o seu futuro. Projetos importantes estão prestes a sair do papel, como o do Parque Tecnológico (Tecnopark), cujas obras devem começar ainda este ano, como cita o presidente do Instituto Tecnópole, agora também senador da República, Wilson de Matos Silva, na entrevista especial desta edição.

A comunidade debate mudanças importantes que serão implantadas na avenida Brasil, nossa principal artéria comercial e que há muito tempo precisa de uma revitalização para acompanhar a modernização de outras áreas da cidade.

Tudo isso demonstra que os pioneiros, que aqui chegaram e enxergaram na incipiente cidade que começava a se esboçar um futuro brilhante e promissor, estavam certos. Eles acreditaram e investiram.

Foi o espírito empreendedor desses colonizadores que forjou as características da Maringá de hoje, conhecida Brasil afora por qualidades que muitas cidades do mesmo porte não conseguiram manter. Temos que continuar nos inspirando nesses primeiros empreendedores para que nossa cidade possa prosseguir trilhando o caminho do desenvolvimento com qualidade de vida, onde o ser humano é o foco e o objetivo final de todas as ações.

Carlos Tavares Cardoso
é presidente da ACIM



APARTAMENTO DECORADO TERRAÇOS DE GAUDÍ. VENHA



O GAUDÍ CHEGOU LÁ NO ALTO.
FOI CONCRETADA A ÚLTIMA LAJE.
ESBELTO E ELEGANTE, O TERRAÇOS
DE GAUDÍ SE DESTACA NO PONTO
MAIS NOBRE DE MARINGÁ.



A **Design Empreendimentos** o convida para conhecer o apartamento decorado e observar as inovações na arte de construir. O **Terraços de Gaudí** reúne itens construtivos como instalações e de acabamento, considerados de última geração no setor da construção.

XV de Novembro, 319

VISITE
APARTAMENTO
EM EXPOSIÇÃO

PLANTÃO
DE VENDAS
NO LOCAL

3226 8144

ÚLTIMAS
UNIDADES

ABERTO DE SEGUNDA A SEXTA INCLUSIVE SÁBADOS E FERIADOS

CONHECER OS DETALHES QUE REALMENTE FAZEM A DIFERENÇA.

INCORPORAÇÃO E CONSTRUÇÃO



Imagens do local



Terraços De Gaudi

Detalhes que fazem a diferença.

Luval Lustres | Guaporé Vidros e Espelhos | Incepa Louças | Bruschi | Art Louça | Bonilha | Rever Mudas | Reginato Tintas





Cultive Maringá e ela continuará a dar flores.

Maringá, 60 Anos.

Cuidar de uma cidade é como cuidar de um jardim. É preciso amar, respeitar e, acima de tudo, cultivá-la para que ela sempre dê flores. O senhor Moisés, jardineiro do Cesumar, sabe muito bem disso. É por essa dedicação que o escolhemos para nos representar, porque, como educadores, também cultivamos o futuro da nossa cidade e ensinamos que é bom zelar pelo lugar em que vivemos, trabalhamos e estudamos. No dia 10 de maio, Maringá faz 60 anos. Aproveite, portanto, esta data e cultive a nossa cidade. Só assim ela continuará a florescer.

Seu Moisés, jardineiro do Cesumar.

 **CESUMAR**
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
Comunidade do Conhecimento

PRÊMIO VIAPAR-FUNDACIM DE JORNALISMO



Vinte trabalhos de rádio, impresso e televisão nas categorias Profissional e Acadêmico, concorrem ao 1º Prêmio Viapar-Fundacim de Jornalismo. As inscrições dos trabalhos terminaram no último dia 30 de abril e a entrega dos prêmios está prevista para o dia 13 de junho. O tema do prêmio foi "Boas práticas de responsabilidade social". O objetivo da premiação foi desenvolver a cultura e a prática da responsabilidade social nos profissionais e acadêmicos de jornalismo, além de estimular o processo de conscientização na população paranaense sobre o tema, valorizando instituições e voluntários. Na categoria Profissionais, os primeiros lugares em cada modalidade receberão R\$ 2 mil reais, troféus desenvolvidos especialmente para a modalidade e certificados. Já na categoria Acadêmicos, os primeiros colocados em cada modalidade receberão R\$ 1 mil reais, troféu também desenvolvido especialmente para a modalidade e certificado. Na categoria extra para reportagens que abordem temas ligados aos benefícios das concessões de rodovias no Brasil, a premiação será de R\$ 1 mil reais. A promoção foi da Fundacim (Instituto de Responsabilidade Social de Maringá) em parceria com a Viapar e com apoio do SER (Sociedade Eticamente Responsável), Secretaria Municipal de Ação Social e Cidadania e Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná.

FEIRA PONTA DE ESTOQUE

Com a nova modalidade de comercialização da Feira Ponta de Estoque adotada pelo ACIM Mulher esse ano, a entidade conseguiu valorizar os comerciantes que participaram da edição do ano passado, acabando com a fila para a compra dos estandes. Os participantes do ano anterior tiveram preferência na confirmação do mesmo estande ou para a troca de espaço. Isso aconteceu até o último dia 4. Agora, até o final do mês, os comerciantes que não participaram poderão comprar os estandes restantes. A 17ª Feira Ponta de Estoque 2007, será realizada de 18 a 21 de julho, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, com 323 estandes.

SIMPÓSIO DE PÓS-COLHEITA

A Cocamar realizará nos dias 30 e 31 de maio e 1º de junho, no Teatro Calil Haddad, dois eventos que devem mobilizar cooperativas, setores dos governos estadual e federal, bem como empresas e especialistas do país e do exterior. Trata-se do 4º Simpósio Paranaense de Pós-Colheita e 3º Simpósio Internacional de Grãos Armazenados, limitado a 800 vagas. A promoção é da Associação Brasileira de Pós-Colheita (Abrapos) com o objetivo de debater vários temas e novas tecnologias relacionadas ao processo de armazenamento de grãos. Para isso, palestras vão ser ministradas nas áreas de produção, armazenagem e comercialização de produtos agrícolas.

NOVA REVISTA

A Associação Comercial e Industrial de Cianorte, que faz parte da Cacinor, lançou este ano um novo veículo de comunicação: é a Revista ACIC, com edição trimestral e tiragem de 3 mil exemplares. Na foto, a edição nº 2 que destaca a super safra de 2007.



SUPER-RECEITA

Apenas 4 das 33 unidades que a Super-Receita terá no Paraná estão integradas à nova estrutura surgida da unificação entre as Receitas Federal e Previdenciária, que iniciou oficialmente suas atividades no dia 2. Em todo o Brasil, 93 unidades foram integradas até agora. As unidades de Campo Mourão, Ponta Grossa, Irati e União da Vitória já estão prestando atendimento na área da arrecadação. A unidade de Curitiba deve ser unificada até o fim de maio. A previsão é de que, até o fim de agosto, outras 18 unidades entrem no novo sistema.

TOME NOTA

Curitiba quer testar um combustível 100% composto de biodiesel, ou B100, em um pequeno número de ônibus da cidade a partir de abril de 2008 em parceria com a Volvo AB (VOLV-B.SK). Embora a indústria brasileira de biodiesel ainda seja jovem, o interesse nacional no biocombustível surgiu antes da exigência da mistura de 2% de biodiesel em todo o combustível do País a partir de janeiro de 2008. A mistura irá exigir quase 800 milhões de litros de biodiesel anualmente.

A Cocamar Indústria de Sucos Concentrados está prestes a ser a primeira indústria deste segmento no Brasil a conquistar o reconhecimento internacional de qualidade de seu produto com o certificado de segurança de alimentos através da norma ISO 22000. Editada em setembro de 2005 e adotada desde junho do ano passado no Brasil, a norma regulamenta todas as questões de segurança de alimentos, garantindo que o produto seja consumido nos padrões desejados pelo consumidor.

Maringá sediou no mês de abril dois grandes congressos da área de saúde, onde se consolida como pólo estadual. No Centro de Eventos Araucária, de 18 a 20, foi realizado o 35º Congresso Paranaense de Cardiologia, sob a coordenação do médico cardiologista Abdol Assef e mais de 600 profissionais inscritos. No Teatro Calil Haddad, de 19 a 21, a Dental Press, sob a coordenação dos ortodontistas Laurindo e Teresa Furquim, realizaram o 5º Congresso Internacional com a presença do ortodontista americano James McNamara. Mais de 800 profissionais participaram.



Os contatos com essa coluna podem ser feitos pelo e-mail revista@acim.com.br

QUALIDADE EMPRESARIAL, QUALIDADE DE VIDA.

Gerando emprego, renda e crescimento econômico, além de uma arrecadação que se transforma em obras e benefícios para a população, os setores do comércio, indústria e prestação de serviços estão entre os grandes responsáveis pelo fato de Maringá estar comemorando o 60º aniversário em posição privilegiada no ranking nacional de qualidade de vida.

MARINGÁ 60 ANOS

Vivendo o futuro sonhado pelos pioneiros.



Av. Horácio Raccanello Filho - 2006

Abertura de estrada - 1944

“A educação é a melhor pre



Bruna Moreschi

O MARINGAENSE WILSON DE MATOS SILVA, REITOR DO CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ (CESUMAR), ASSUMIU, NO MÊS PASSADO, UMA CADEIRA NO SENADO, SUBSTITUINDO ÁLVARO DIAS, QUE SE LICENCIOU PARA TRATAMENTO DE SAÚDE. WILSON DE MATOS CHEGOU AO SENADO COM MUITAS IDÉIAS A PROPOR NA ÁREA DA EDUCAÇÃO. MAS TAMBÉM SE DIZ COMPROMETIDO COM CAUSAS IMPORTANTES PARA MARINGÁ E REGIÃO, COMO A VIABILIZAÇÃO DO TECNOPARQ, QUE, SEGUNDO ELE, TERÁ GRANDE IMPULSO ESTE ANO. O SENADOR MARINGAENSE JÁ APRESENTOU UM PROJETO, PROPONDO MUDANÇAS NA IDENTIFICAÇÃO DE CONDUTORES DE MOTOCICLETAS EM TODO O PAÍS, COMO FORMA DE REDUZIR O NÚMERO DE ASSALTOS

O SENHOR APRESENTOU UM PROJETO NO SENADO, RELATIVO À ÁREA DE SEGURANÇA PÚBLICA. QUE PROJETO É ESSE?

Estamos propondo a regulamentação do uso da motocicleta no país. A moto é um veículo fantástico, em função de sua economia e agilidade, especialmente nos grandes centros. Entretanto, cada vez mais motocicletas têm sido usadas por bandidos para cometer crimes, tendo em vista que o uso do capacete é obrigatório e este acessório esconde o rosto do condutor e do passageiro. A identificação das motos, hoje, é feita apenas com uma pequena placa traseira. Estou propondo que todo usuário deste tipo de veículo use um capacete e um colete com o número da placa gravada na frente e atrás, com tinta reflexiva. Esses equipamentos servirão tanto para a segurança do motoqueiro, porque a tinta reflexiva o torna mais visível no trânsito à noite, como para coibir assaltos. Quem for pego numa blitz policial com o número da placa trocado no capacete e no colete, será investigado. Esse projeto não é novo no mundo. Estive na Colômbia recentemente e a idéia do capacete e do colete funciona por lá. O país conseguiu, com medidas efetivas como esta, com vontade política e gestão eficiente mudar radicalmente em termos de segurança. Há quatro anos, a Colômbia tinha uma média de 250 homicídios para cada grupo de 100 mil habitantes. Hoje este número baixou para 23.

“venção contra a criminalidade”

E HÁ DISPOSIÇÃO POLÍTICA NO CONGRESSO PARA DISCUTIR PROJETOS COMO O QUE O SENHOR PROPÔS?

Há um clamor no Congresso pela segurança pública, várias medidas foram tomadas, mas ainda são paliativas. A questão da segurança é ampla e requer políticos bem preparados, investimentos em equipamentos, treinamentos, bons salários, um Judiciário rápido e dinâmico, um sistema carcerário que tenha meios de recuperar o indivíduo que cometeu crime, com trabalho e projetos de reintegração na sociedade. Precisamos de um projeto global e de vontade política. Precisamos diminuir a idade penal para 16 anos, porque uma pessoa nesta idade já tem as faculdades mentais bem desenvolvidas. Fisicamente, já é uma pessoa adulta. Então, ela tem que assumir a responsabilidade pelas suas ações no que tange à transgressão dos direitos dos outros. É um tema polêmico, que envolve as casas de recuperação de menores, um problema lamentável que o Brasil não conseguiu resolver. Mas, acima de tudo, os problemas de segurança só poderão ser resolvidos a partir de um grande e sério projeto de educação, este sim o maior programa de inclusão que um país pode ter. A educação é a melhor prevenção contra a criminalidade.

SENDO ORIUNDO DO MEIO EDUCACIONAL, QUE PROJETOS O SENHOR PRETENDE APRESENTAR NO SENADO PARA A EDUCAÇÃO?

Um deles é o estabelecimento de um padrão único de escola no país. Hoje as escolas centrais das

idades têm um modelo e as dos bairros têm outro. Por exemplo, aqui em Maringá o Gastão Vidigal e o Instituto de Educação são escolas com estrutura de padrão médio. Para o modelo brasileiro, são boas: têm ginásio coberto, laboratórios que funcionam, enfim, são razoavelmente bem equipadas. Se formos visitar uma escola pública da periferia, cujo mantenedor é o mesmo, veremos que a diferença é grande. Não há sequer banheiros em condições de uso. E isso se repete nacionalmente. O Brasil tem que encarar de frente também outro problema. A Fundação Getúlio Vargas fez uma pesquisa que mostrou que a média diária de permanência do aluno brasileiro em sala de aula é de 3,9 horas. Nenhum país conseguiu se desenvolver com escola onde há 3,9 horas de aula por dia. No mundo desenvolvido, o aluno fica, no mínimo, seis horas por dia na escola e estuda mais duas horas em casa.

QUAL A DISPOSIÇÃO POLÍTICA NESTE MOMENTO PARA MUDAR O QUADRO DA EDUCAÇÃO NO BRASIL?

“Há quatro anos, a Colômbia tinha uma média de 250 homicídios para cada grupo de 100 mil habitantes. Hoje este número baixou para 23”

Sinto que o momento é fértil. Saímos de um processo de eleição, que teve dois pilares: o crescimento econômico e a educação. E não haverá crescimento econômico sem educação de qualidade. Para incentivar o crescimento, o governo elaborou o PAC (Plano de Aceleração do Crescimento). Para a educação existem algumas iniciativas, mas não são fortes. Eu estou caminhando, conversando com os senadores. Estou levando idéias simples, mas bem focadas. Por exemplo, aumentar a quantidade de dias letivos. Hoje nós temos 200 dias de aula, estou propondo aumentar para 220. O aluno brasileiro, por lei, pode ter até 25% de faltas, o que significa 50 dias. Isso não existe mais no mundo! Então, vou propor a redução deste índice para 10% e também que as aulas sejam de 60 minutos e não de 50, como é hoje.

O SETOR DE SERVIÇOS CRESCEU MUITO EM MARINGÁ NOS ÚLTIMOS ANOS, IMPULSIONADO PRINCIPALMENTE PELOS SEGMENTOS DA SAÚDE E DA EDUCAÇÃO. O SENHOR ACREDITA QUE HÁ ESPAÇO NO SENADO PARA TRABALHAR INCENTIVOS PARA ESSES SETORES?

Sim, mas de forma indireta. O Instituto Tecnológico de Maringá (ITM), do qual sou presidente, cujo projeto é a implantação do Parque Tecnológico (Tecnopark), é um exemplo. Este momento, em que estou ocupando uma cadeira no Senado, é muito importante para esses projetos, em função das portas que se abrem e do acesso que temos hoje no governo federal e

em todos os ministérios. Não há orçamento no município para desapropriar os terrenos necessários para completar a área do parque, que hoje dispõe de 12 alqueires. Precisamos de pelo menos mais 50. A prefeitura realizou um levantamento dos terrenos do município que poderiam ser vendidos para adquirir a área necessária ao parque. Foram identificados 377 lotes urbanos sem definição de uso. Então, vejo que, no máximo este ano, com a venda de pequena parte destes lotes, o município poderá adquirir a área necessária ao Tecno-parq, bem como ter recursos para iniciar uma infra-estrutura. Há também o projeto do Armazém 3 do extinto IBC (Instituto Brasileiro do Café), que tem 34 mil metros de área construída. O projeto, elaborado pela equipe técnica do Codem, ITM, Cesumar e UEM, prevê que o armazém passe a abrigar os APLs (Arranjos Produtivos Locais) que estão surgindo em Maringá e a Incubadora Tecnológica – que hoje funciona na UEM – que com mais espaço será a incubadora de todas as boas idéias empresariais em Maringá. Teremos espaço para todas as empresas de base tecnológica que estejam iniciando atividades. Poderão permanecer por três anos e depois passarão para o Parque Tecnológico. Já estamos articulando junto ao secretário estadual de Planejamento e Coordenação, Enio Verri, aos ministros da Agricultura, Reinhold Stephanes, e do Planejamento, Paulo Bernardo, a seção do armazém. Este é um ideal meu, uma obstinação. Acredito no apoio da Prefeitura, dos empresários e de todas as entidades da cidade.



Bruna Moreschi

“O veto à Emenda 3 foi um equívoco do presidente da República. A CLT foi criada há mais de 50 anos, quando o trabalho era medido em tempo e espaço”

O SENHOR É UM DOS PARLAMENTARES QUE ESTÃO TRABALHANDO PARA DERRUBAR O VETO PRESIDENCIAL À CHAMADA EMENDA 3, DO PROJETO DE LEI QUE CRIOU A SUPER RECEITA. QUAL O SEU ARGUMENTO?

O veto à Emenda 3 foi um equívoco do presidente da República. A CLT foi criada há mais de 50 anos, quando o trabalho era medido em tempo e espaço. Hoje o que se valoriza é a qualidade. Boa parte dos profissionais, aqueles que têm alto nível de conhecimento técnico e científico, se torna

uma pessoa jurídica para prestar serviço para uma ou mais empresas. Hoje é comum também o *home office*, o trabalho em casa, que é desenvolvido com apenas duas ferramentas: a mente e o computador. O profissional interage com o mundo, de sua base, de seu município, chegando a prestar serviço a empresas de várias partes do mundo. Então, o veto está fora de sintonia com o momento atual.

QUAIS SÃO SEUS PLANOS FUTUROS EM TERMOS DE POLÍTICA?

Há muitos anos, filiei-me ao PSDB por ser um partido histórico de centro-esquerda. Entretanto, eu não tinha projetos pessoais para concorrer a eleições. Quando o senador Alvaro Dias me procurou para que eu assumisse a suplência no Senado, disse isso a ele. Mas ressaltei que tinha projetos para a educação do país. E o Senado é o canal onde podemos interferir na educação em nível nacional. Em relação a se candidatar à prefeitura, tenho mais resistência, porque como prefeito, mesmo que consiga fazer um trabalho muito bom, será localizado. A educação é um tema global.

E CANDIDATAR-SE NOVAMENTE AO SENADO ESTÁ EM SEUS PLANOS?

Tenho oito anos como primeiro suplente e, certamente, terei outras oportunidades de assumir uma cadeira no Senado. O Álvaro Dias é um homem muito bem relacionado e, na próxima eleição, se não for governador do estado, certamente ele irá ocupar algum ministério. Com isso, creio que terei a oportunidade de ficar por quatro anos no Senado, para continuar contribuindo com o Paraná e com o Brasil. Mas não pretendo me candidatar a Senador nas próximas eleições. ■

CONTAR

COM A GENTE

181 leitos somados a **8** salas cirúrgicas e mais de **40** especialidades médicas, divididos em **4** pavimentos de um super hospital próprio. Some a tudo isso **2** centros médicos, **1** UTI Pediátrica Neonatal e mais **1** UTI Adulta. **1** pronto-atendimento que está de plantão **24** horas para te atender.

Acrescente **54** anos de experiência aliados a uma equipe com mais de **300** médicos e mais de **600** profissionais, sem falar dos mais de **30.000** atendimentos/mês.

Tudo bem se você já perdeu a conta, o importante é que você sempre pode contar com a gente.



Santa Casa Saúde.
Um plano de amor à vida.



Santa Casa
Saúde

Rua Santos Dumont, 463 - Vila Operária - Maringá - PR

44 **3027.5724**

www.santacasamaringa.com.br



Bruna Moreschi

INVESTIMENTOS DE R\$ 15 MILHÕES

Os empreendedores do Aspen Park Shopping Center investirão R\$ 15 milhões na revitalização do empreendimento. O investimento foi anunciado em 24 de abril, data em que o shopping comemorou 11 anos, e inclui a expansão de seis mil metros quadrados, o equivalente a 20% da estrutura física atual, para acomodar as cinco novas salas de cinema que serão operadas pelo grupo maringaense Cinesystem.

O empreendimento contará também com uma loja da rede Renner, com 2,1 mil metros quadrados e mezanino de 700 metros quadrados, que deverá ser instalada no ano que vem. As obras para a ampliação do shopping devem durar 18 meses. A estimativa é que, com as mudanças, sejam gerados mil empregos diretos e indiretos.

O prefeito Silvio Barros (na foto com Carlos Amastha, um dos empreendedores do Aspen Park), participou do lançamento da pedra fundamental da nova ala do shopping.

FAÇULDADE AMÉRICA DO SUL

O maringaense terá mais uma alternativa no momento de escolher um curso superior. Em processo de homologação há dois anos, a Faculdade América do Sul entrará em funcionamento em julho deste ano.

Instalada no Colégio Drummond, a faculdade oferecerá três cursos de graduação: Gestão de Processos Gerenciais, voltado ao gerenciamento de pequenas e médias empresas; Gestão Financeira e Contábil; e Marketing.

Segundo Edson Ribeiro Scabora, diretor acadêmico da faculdade, serão disponibilizadas 50 vagas para cada um dos cursos, que são de curta duração - dois anos. O vestibular está marcado para julho.

Mais informações podem ser obtidas telefone é (44) 3227-5000.

MARINGÁ TERÁ UM CREMATÓRIO

O Prever vai instalar um crematório em Maringá, que funcionará no Cemitério Parque. Segundo o engenheiro José Carlos Valêncio, responsável pelo projeto, serão investidos cerca de R\$ 5 milhões na construção do prédio, do forno e na aquisição dos equipamentos. A obra já está em andamento e a expectativa é que até o ano que vem esteja concluída.

O crematório será o primeiro do interior do Paraná. Os investidores acreditam que o sistema que está sendo implantado em Maringá vai aumentar a procura por este tipo de serviço.

Hoje, muitas pessoas vão até Curitiba ou outros grandes centros quando não querem optar pelo sepultamento convencional. "O aumento da procura deve acontecer porque haverá uma redução de custo", res-



Bruna Moreschi

salta José Carlos Valêncio.

Em março, conselheiros da ACIM conheceram as instalações do Prever e o projeto do crematório (foto).



NOVO ENDEREÇO

A Accion está em novo endereço, em sede própria, na Rua Moóca, 221, mais ampla e moderna. A empresa atua no segmento de software e serviços, atendendo empresas do ramo industrial, distribuição e redes de lojas.

Segundo o empresário Edney Marcos Mossambani, o desenvolvimento de soluções adequadas para cada empresa permite uma melhor utilização da tecnologia disponível, diminuindo custos operacionais em rotinas administrativas e fabris, tornando-se, assim, um diferencial competitivo no mercado.

O desenvolvimento e a produção local do software, ressalta Mossambani, permite soluções a custos menores e, principalmente, rapidez no atendimento.

CRÉDITO PARA AS PEQUENAS EMPRESAS

Onze cooperativas ligadas ao Sicoob Central Paraná, incluindo o Metropolitan, de Maringá, estão oferecendo uma linha de crédito com juros acessíveis para empresas com faturamento de até R\$ 2,4 milhões por ano.



No dia 20 de abril a Central Paraná firmou um convênio com o Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) para disponibilizar essa linha de crédito, com um ano de carência e prazo de pagamento de até cinco anos. A taxa de juros varia de 4 a 5% ao ano, mais TJLP.

No caso de empréstimos de até R\$ 50 mil, a análise da concessão de crédito será feita pelo próprio Sicoob. Acima desse valor a análise ficará a cargo do BRDE. Inicialmente estão sendo disponibilizados R\$ 10 milhões.

DESTAQUE NA ALEMANHA

As regiões Norte e Noroeste do Paraná foram destaque num dos principais jornais da área de agronegócios da Alemanha, o *Agrarzeitung Ernährungsdienst*. A matéria, publicada sob o título "Nós somos a Suíça Brasileira" foi fruto da visita de uma comitiva de investidores alemães, no final do mês passado.

Os empresários vieram para conhecer usinas de açúcar e de álcool das regiões de Londrina e Maringá, a convite da Agência de Desenvolvimento Terra Roxa Investimentos.

Na matéria publicada, o presidente da Terra Roxa, Adrian von Treuenfels, destaca a infra-estrutura e os potenciais econômicos da região, com destaque para o agronegócio.

OLIMPÍADA DE REDAÇÃO

Foi lançada, no dia 26 de abril, a I Olimpíada de Redação de Maringá, com o tema "Causas e Conseqüências das drogas na sociedade, na família e no trânsito", projeto que faz parte do Programa Educativo VLED (Vendo, Lendo, Escrevendo e Desenhando sobre o Trânsito).

A I Olimpíada de Redação está sendo promovida pela 4ª Companhia de Polícia Rodoviária, em parceria com o Conseg (Conselho Comunitário de Segurança de Maringá) e com o Núcleo Regional de Educação. O concurso vai envolver alunos do ensino médio da rede estadual de Maringá, Marialva, Mandaguari, Mandaguçu, Paiçandu e Sarandi.

O concurso termina em setembro, integrando a agenda de atividades da Semana Nacional do Trânsito, ocasião em que cada escola escolherá os alunos finalistas. Em outubro, selecionados os ganhadores por escola, uma comissão de professores e especialistas indicará os três primeiros colocados de cada série, que serão premiados.

"As drogas são, hoje, um dos maiores problemas que afligem as famílias e a melhor maneira de fazer com que nossos jovens fiquem longe delas é o diálogo e a educação. A Olimpíada de Redação terá um papel muito importante neste contexto, pois promoverá um amplo debate entre os estudantes, o que é fundamental para a conscientização de todos", avalia o presidente do Conseg, Everaldo Belo Moreno.

NASCIDA DOS PLANOS DA COMPANHIA MELHORAMENTOS DE CRIAR UMA “NOVA CANAÃ”, MARINGÁ CRESCU E SE TORNOU UMA DAS MAIS IMPORTANTES CIDADES DO SUL DO PAÍS GRAÇAS À GARRA, À CONFIANÇA E AO ESFORÇO DE TRABALHO DOS SEUS PRIMEIROS EMPREENDEDORES. A MAIORIA FOI ATRAÍDA PELA VISÃO DE QUE A CIDADE TERIA UM FUTURO BRILHANTE E QUE SE TORNARIA PÓLO DE UMA RICA REGIÃO

Maringá é o resultado da intervenção de seus desbravadores, migrantes e imigrantes anônimos que vieram de todos os cantos do país e de outras partes do mundo, muito mais do que do planejamento dos técnicos da Companhia Melhoramentos Norte do Paraná. Mas, não se pode negar que a iniciativa exploradora e empreendedora da Companhia legou a Maringá uma identidade muito diferente de outras aglomerações urbanas que surgiram no interior do Paraná.

O discurso de cidade moderna e de planejamento arrojado, que se ouve hoje, principalmente por aqueles que a visitam, já era ouvido desde os primeiros desenhos dos arquitetos e urbanistas da Companhia, inspirados no conceito de Cidade Jardim desenvolvido pelo inglês Ebenezer Howard para as companhias inglesas de colonização do final do século XIX.

Fundada em 10 de maio de 1947 como fruto de um dos mais bem sucedidos projetos privados de colonização, Maringá foi projetada de acordo com as mais

Uma trajetória ancora



Valdir Carmel

MARINGÁ, 60 ANOS DE HISTÓRIA QUE CONSTRUÍRAM AS BASES DE UMA CIDADE EMPREENDEDORA

avanzadas normas de planejamento, um modelo técnico, com traçado urbano que expressasse uma funcionalidade e, mais exatamente, uma racionalidade.

Se as terras-roxas do Norte do Paraná eram o “Eldorado” para os investidores, principalmente os cafeicultores, Maringá seria a “nova Canaã”, “uma terra que emanava leite e mel”, numa alusão à profecia messiânica para os judeus.

A ocupação de Maringá se inicia na fase de consolidação do desenvolvimento da economia cafeeira no Norte do Paraná, iniciada com a expansão da cafeicultura paulista a partir da década de 1920 e pelo “descobrimento” das terras-roxas do norte do Estado. Na realidade o “empreendimento” Maringá foi lançado como algo para ser transformado num grande negócio, tanto para a colonizadora, quanto para os que aqui

da no espírito empreendedor



decidissem investir.

Isso se deu no início dos anos 1950 e Maringá se tornou atrativa para os que vinham trabalhar na derrubada das matas ou nas lavouras, bem como para os comerciantes que vislumbraram aqui uma boa oportunidade de negócios devido à abundância de matéria-prima e escassez de produtos finais.

O planejamento da Companhia acabou sendo superado pela força da ação humana, mas a cidade se consolidou como um ponto de

atração de investimentos e de pessoas, reconhecida como uma das melhores cidades para se viver em todo o Brasil e principal pólo de uma vasta região abrangendo 14 municípios, destacando-se nas áreas de prestação de serviços de saúde e educacionais e referência de qualidade de vida.

Nesses 60 anos, Maringá passou por quatro grandes ciclos econômicos, que podem ser divididos da seguinte forma: acumulação cafeeira e comercial (fundação até 1969); modernização da agricultura (1970 a 1980); desenvolvimento da agroindústria (1980 a 1990); prestação de serviços (1990 em diante). Em cada um desses momentos, Maringá cresceu, se estruturou e se preparou para vencer os desafios que estavam por vir.

ACUMULAÇÃO CAFEIEIRA E COMERCIAL

De 1947 a 1952, Maringá foi vila e depois distrito de Mandaguari, que no recenseamento geral de 1950 era a segunda cidade mais populosa do Estado, com 102.586 habitantes (Curitiba contava com 183.863 habitantes e Londrina com 72.144). Na época Maringá contava com 7.389 moradores em sua área urbana.

No recenseamento geral de 1960, Maringá, já emancipada de Mandaguari, contava com 104.131 habitantes. Consolidava-se, então, como a terceira maior cidade do Paraná. O processo acelerado de urbanização contribuiu para o surgimento de inúmeras oportunidades de trabalho, atraindo migrantes de diversas regiões do Brasil, notadamente do interior de São

Paulo, proporcionando enriquecimento para alguns e sobrevivência para outros.

A atividade comercial se mostrou próspera no primeiro ciclo de desenvolvimento, uma vez que a atividade agrícola, força motora do crescimento da cidade, era também a principal consumidora. Em 1955 os estabelecimentos comerciais totalizavam 352. Em 1957 este número subiu para 569, destacando-se os estabelecimentos de produtos alimentícios, bebidas e estimulantes (incluindo o fumo).

Quando a Companhia Melhoramentos iniciou a venda de lotes em Maringá, Américo Marega já estava na cidade. “Vim acompanhar um amigo que estava interessado em comprar um lote aqui”, conta ele, hoje com 88 anos.

Marega, que nasceu no Estado de São Paulo e que, antes de vir para Maringá, morava em Rolândia, estava cansado de ser empregado e em 1947 veio para cá com a esposa e três filhos. “Meu irmão já havia comprado terras aqui. Daí, comprei outro lote, perto do dele”.

Logo que chegou a Maringá, Marega plantou café, mas como teve lucro apenas quatro anos mais tarde, quando colheu 1.500 sacas, foi procurar outra fonte de renda para sustentar a família: “Comecei a construir casas”, lembra.

Estava tudo correndo bem para o agricultor e sua família até chegar a geada de 1955. “Foi uma das mais fortes”, diz. Em 1963 outra geada, que dessa vez torrou todo

o cafezal. A partir daí, Marega começou a diversificar a plantação. “Depois da geadada de 63, o governo começou a ajudar as pessoas que quisessem erradicar as plantações de café. Em 1964, como a Usina Santa Terezinha fabricava cachaça na região, passei a plantar cana”, relembra.

No entanto, conta o agricultor, o plantio de cana-de-açúcar não foi muito lucrativo e ele começou a investir em trigo, milho e soja. Aliás, ele foi o primeiro plantador de soja na região de Maringá. “Pouca gente sabia o que era soja na época. Muitos até a chamavam de feijão japonês, mas resolvi comprar alguns grãos e apostar. Como a primeira colheita não teve comprador, acabei cozinhando os 20 sacos de soja colhidos e dando para os porcos e outro tanto para a vizinhança plantar de novo”, conta.

A acumulação cafeeira só foi contida com as incessantes geadas e pelo excesso do produto no mercado. Com isso, o comércio foi obrigado a evoluir, oferecendo bem mais do que os produtos essenciais para os colonizadores, passando a fazer parte da vida cotidiana da cidade. É nesse contexto que foi fundada, em 12 de abril de 1953, a Associação Comercial de Maringá, principal agente de defesa dos interesses do neoproprietário local.

A Associação Comercial surgiu no âmbito da primeira crise política vivenciada por Maringá. A emancipação de Mandaguari abriu espaço para o comando de um município que possuía uma arrecadação superior ao da antiga sede, revelando oportunidades de negócios que poderiam se desenvolver a partir daí, bem como a possibilidade de destaque



ADRIANO VALENTE: “TINHA A CONVICÇÃO DE QUE, COM UMA UNIVERSIDADE, MARINGÁ IRIA SE FORTALECER”

aos administradores desses recursos, além da esfera municipal. Com isso, logo cedo Maringá se viu envolvida em disputas pelo seu comando político com grande efervescência nas relações de poder.

A expansão dos negócios comerciais trouxe a necessidade de uma organização mínima para que os interesses dos investidores fossem preservados. As transformações pelas quais a cidade vinha passando, entre elas a recente eleição municipal e o atrito entre a prefeitura e a Companhia Melhoramentos - que teve seus terrenos ainda não comercializados taxados - motivaram a união dos comerciantes.

Coube a Angelo Planas, candidato derrotado à prefeitura, liderar a assembléia de fundação da Associação Comercial. Ele também se tornou o asso-

ciado número um da entidade. Só não foi presidente porque tinha um atrito com o prefeito e poderia prejudicar a associação que estava se formando.

É evidente que a recém formada associação ocupou uma posição de vanguarda na cidade. As principais empresas do período áureo da acumulação cafeeira faziam parte de seu quadro de associados. A união dessas, com o apoio do principal veículo de comunicação da época, a Rádio Cultura, representava uma força considerável, uma vez que a ACIM era a única entidade de representação do empresário local.

MODERNIZAÇÃO DA AGRICULTURA

Maringá entra na década de 1970 vivenciando o surgimento de novos agentes de desenvolvimento na cidade. Embora o café ainda fosse o carro-chefe da economia local, a variedade agrícola já estava presente nas plantações que circundavam a cidade, com o cultivo de lavouras extensivas e mecanizadas, e o êxodo rural transformava outrora agricultores em trabalhadores urbanos.

O recenseamento geral de 1970 mostrou Maringá com 121.461 moradores e a colocava como a sede de uma região denominada Norte Novo. Era a primeira indicação de que Maringá se tornara um centro regional de fato.

A organização do mercado atacadista, que colocou Maringá como um dos principais pólos do setor no Brasil, até meados da década de 1980, o surgimento de

Bruna Moreschi

novos produtos agrícolas e a mecanização da lavoura geraram uma dinâmica comercial e industrial que mudou a paisagem urbana da cidade.

A modernização da agricultura forçou uma grande parte de pequenos proprietários e trabalhadores da lavoura cafeeira a se deslocar para a cidade, estabelecendo a abundância de mão-de-obra. É neste contexto que os empresários, representados pela única associação que reunia comerciantes, industriais, prestadores de serviços e agentes financeiros, entram na época do milagre econômico forjado pelos militares a partir dos anos 1970.

Incentivos agrícolas e industriais lançados pelo governo de então foram fundamentais para o crescimento da região. O desenvolvimento de culturas como trigo, milho, soja e a pecuária, contou com investimentos do Ministério da Agricultura, por meio do Banco do Brasil.

É nessa época que se multiplica o número de construtoras e os agentes imobiliários conseguem alterações significativas no plano diretor da cidade para que a mesma pudesse permitir a construção de edifícios comerciais e residenciais, que não faziam parte do projeto inicial da cidade.

O desenvolvimento comercial e industrial se acelerou e a construção civil viveu seus tempos áureos, marcados pelo surgimento de arranha-céus concentrados no centro da cidade. Assim, a mudança da paisagem urbana contrastou com o crescimento dos problemas sociais e a necessidade de uma política empresarial sensível a estas questões.

A Universidade Estadual de Maringá, fundada em 1969, também foi fundamental para esse

A importância do associativismo

Funcionário do Banco Noroeste, Ermelindo Bolfer deixou a cidade paulista de Guararapes e se mudou para Maringá, em 1951, com a esposa e com o primeiro dos seus cinco filhos. Na época, segundo ele, já havia outras três agências bancárias em Maringá, além do Banco Noroeste, que ele veio gerenciar.

Funcionário de diversos bancos na cidade, Bolfer, que hoje está aposentado, acreditava ser importante se envolver com questões relacionadas ao desenvolvimento local, já que na época não eram muitos os voluntários que aceitavam o desafio de dirigir ou representar entidades de classe.

Assim, ele foi presidente da ACIM, diretor da Sociedade Rural de Maringá, vereador e membro do Lions Clube. "Tínhamos que lutar pelos interesses da comunidade", lembra ele, afirmando, ainda, que muitas vezes foram os próprios comerciantes que adquiriram óleo diesel para que os geradores de energia da Copel pudessem funcionar.

Bolfer conta que foi necessário que a sociedade se unisse para eleger os candidatos a prefeito e a governador que pudessem ajudar no desenvolvimento de Maringá. Assim foi feita uma campanha explícita em prol de Jânio Quadros, Ney Braga e João Paulino, candidatos respectivamente a presidente da República, governador e prefeito.

Na época, os três candidatos a governador do Paraná, Nelson Maculam, Bento Munhoz da Rocha Neto e Ney Braga, vieram apresentar suas propostas em Maringá. "Foi um apoio aberto. Não queríamos mais a mesma oligarquia política. Hoje vejo que foi uma decisão acertada", explica. Ele mesmo subiu nos palanques ao lado de João Paulino. O trabalho de Bolfer foi reconhecido. Tanto que foi secretário municipal nas duas gestões de Paulino.

O ex-presidente da ACIM diz que o desenvolvimento rápido de Maringá foi



Bruna Moreschi

ERMELINDO BOLFER CHEGOU A MARINGÁ PARA GERENCIAR A AGÊNCIA DO BANCO NOROESTE

fruto do trabalho de pessoas visionárias e do envolvimento estreito da comunidade e da sociedade civil organizada com o poder público. "Muita gente achava um absurdo as ruas da cidade serem largas. O projeto de fornecimento de água para 200 mil pessoas, quando Maringá só tinha um quarto dessa população, também foi visto como uma loucura na época. Hoje está comprovado que os dirigentes estavam no caminho certo", defende.

Bolfer acredita que a vocação de Maringá sempre foi para o agronegócio e a prestação de serviço. Num artigo publicado num jornal local, em setembro de 1979, ele afirmava: "Precisamos, sem medo, 'vender' a imagem de Maringá e aplicar aqui as nossas economias, formando grupo econômicos interessados em novos empreendimentos e, em particular, dos que já funcionam na cidade".

Hoje ele acredita que Maringá está no caminho certo. Falta apenas que os interesses da população estejam acima dos interesses políticos. "É necessário que os projetos em prol dos moradores tenham continuidade de uma gestão para outra", defende.

processo de mudanças estruturais na cidade. Ex-prefeito de Maringá (1969-1972) e por duas vezes deputado federal, o advogado Adriano Valente teve o mérito de ser um dos idealizadores da UEM. Antes de ser eleito, ele já esteve empenhado na criação da Universidade.

“Tinha a convicção de que, com uma universidade, Maringá iria se fortalecer. A primeira coisa que fiz quando assumi foi criar uma comissão para instalar a universidade aqui. Naquela época as universidades eram instaladas nas capitais”, conta. “Aqui eu desapropriei o câmpus, que na época era de mais ou menos 80 alqueires, e comecei a construção da universidade”, lembra.

Além dos esforços para a criação da UEM, na gestão de Adriano Valente foram construídos 300 quilômetros de rede de água tratada e o projeto, com respectiva verba, para a instalação da rede de esgoto. “Deixei tudo pronto para as próximas gestões colocarem em prática a rede de esgoto”, conta.

O ex-prefeito afirma que a principal consequência dessas duas ações foi o crescimento vertical da cidade. “Com água encanada e esgoto, os prédios da cidade puderam se multiplicar e contribuir para o desenvolvimento de Maringá”.

DESENVOLVIMENTO DA AGROINDÚSTRIA

O curso de Agronomia da UEM foi organizado em 1977, fazendo circular na cidade um capital pensante que, aliado aos estudos e investimentos desenvolvidos pela Cocamar (Cooperativa Agroindustrial de Maringá), contribuiu para que a cidade encontrasse a sua vocação na agroindústria.

É a partir de 1980 que a coope-



Bruna Moreschi

DURVAL DOS SANTOS FILHO VOLTOU PARA “FICAR PRÓXIMO DA FAMÍLIA E DE OLHO NA EXPANSÃO DE MARINGÁ”

rativa se projeta no cenário do agronegócio, agregando valor à produção de soja local, iniciando a base agroalimentar com tecnologia. Além dos produtos derivados da soja, milho e trigo, houve investimentos na área de fiação e tecelagem, com os projetos do bicho-da-seda e da fiação; o desenvolvimento do projeto Stévia e uma centena de outras ações que colocam Maringá na rota do agronegócio nacional.

O excedente de capital oriundo da agroindústria, além da política de crédito agrícola, generosamente subsidiada em fins dos anos 1970 e 1980, propiciou a aplicação de tais capitais na verticalização da cidade. No período de 1980 a 1989, foram contados como construídos ou em fase de acabamento 711 edifícios. Deve-se a isso também o projeto de expansão da cidade, com a retirada do pátio ferroviário do novo centro e o início do rebaixamento da linha férrea.

O final dos anos 1980 é muito ruim para o país e, também, para Maringá. O governo Sarney foi marcado por planos econômicos controversos, como o Plano Cruzado, caracterizado pelo congelamento de preços e salários e por uma euforia nacional de curta duração, mas com consequências diversas como falência de pequenas empresas, recessão e inflação.

PÓLO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

Maringá já era uma cidade formada, que poderia perder a velocidade de seu crescimento se não criasse novas oportunidades para manter o que herdara do passado. Nessa época, outras economias embrionárias nasceram e não permitiram que a cidade se estagnasse.

Entre essas “economias” estavam os setores de eletrônica, vestuário, informática, saúde e educação, que impulsionaram a cidade para ser um pólo de prestação de serviços.

O presidente da Unimed Maringá, Durval Francisco dos Santos Filho, é um dos exemplos de quem vivenciou a fase de desenvolvimento da agroindústria, passou pela depressão do final dos anos 1980 e viu a cidade se desenvolver na área de serviços, destacando-se como pólo regional.

Nascido em Maringá, filho e neto de colonizadores - seu pai Durval Francisco dos Santos foi o sexto morador de Maringá, um dos fundadores da ACIM e vereador - é um árduo defensor do desenvolvimento regional.

Santos Filho cursou faculdade em Minas Gerais e voltou para a cidade em 1981, depois de concluir a residência. Os motivos: ficar próximo da família e de olho na expansão de Maringá.

O crescimento acelerado e a vocação para a prestação de serviços devem-se, segundo ele, à capacidade de trabalho dos moradores locais e à visão de longo prazo dos grupos empresariais. Os serviços de saúde privados são de qualidade, garante Santos Filho. "Maringá não deixa nada a dese-

jar em relação a outros centros. Tem profissionais, laboratórios e hospitais de ponta", diz ele.

O fato de Maringá ser pólo na área de saúde tem contribuído para o desenvolvimento do setor e para o lucro das empresas. Nos últimos quatro anos, o faturamento da Unimed cresceu 117% e o número de usuários da cooperativa aumentou 50% - hoje são 115 mil.

O médico calcula que as empresas privadas de saúde e as seguradoras movimentem na cidade R\$ 170 milhões. E segundo estimativa dele, são 170 mil usuários de planos de saúde particulares.

Outro setor aliado ao da saúde que modificou as bases estruturais da cidade foi o da educação. Em 1990, o Cesumar realizava o seu primeiro vestibular para os cursos de Administração e Processamentos de Dados. Em 1993, abre os cursos de Direito e Ciências Contábeis e, a partir do ano 2000, vivencia um processo de crescimento vertiginoso, transformando-se em Centro Universitário, em 2003, contando atualmente com 39 cursos de graduação, 12 mil

alunos e mais de 550 professores.

Com o Cesumar, vieram outras instituições de ensino superior privadas, a Faculdade Maringá, a Unifamma, a Uniandrade, a Faculdade Nobel, a Uningá, a extensão da PUC, a Faculdade Cidade Verde e o Instituto Superior de Educação do Paraná - Insep. Somados aos 14 mil alunos da UEM, os universitários de Maringá são em número de aproximadamente 30 mil alunos, cerca de 10% de sua população.

PENSANDO O FUTURO

Para alcançar a invejável posição de uma das cidades mais prósperas do Brasil, foi necessário parar, refletir sobre o que a cidade queria e planejar o futuro. Foi assim que nasceu o Movimento Repensando Maringá em 1996.

Na Revista ACIM número 368, daquele ano, a reportagem de capa justificava o porquê do movimento: "Maringá parou de crescer há pelo menos uma década. O município já foi o segundo pólo atacadista do país - hoje nem está entre os maiores. Possuía uma agri-

O GERENCIAMENTO DE SUA EMPRESA REQUER PROFISSIONALISMO E SEGURANÇA

Nosso Software oferece as ferramentas necessárias para o controle das suas informações gerenciais.

Gestão ADMINISTRATIVA

Gestão COMERCIAL

Gestão SUPRIMENTOS

Gestão INDUSTRIAL

- ✓ Contabilidade Fiscal e Gerencial
- ✓ Análise de Rentabilidade, Ponto de Equilíbrio, DRE, Etc.
- ✓ Integração com o Sistema Bancário
- ✓ Automação Comercial (Palm, Impressoras, Leitores)
- ✓ PCP
- ✓ Controle de Importação e Exportação
- ✓ Controle de Frota
- ✓ Simulador (Vendas, Compras e Custo)

COMERCIALIZAMOS TAMBÉM PELO CARTÃO



Gestão FINANCEIRA

Gestão LOGÍSTICA

Gestão COM. EXTERIOR

(For Windows®)



Tiago Carpanez (44) 3028 - 0123

www.acim.com.br

Atual Consultoria e Sistemas Ltda | Fone: (44) 3028 - 0123 | Acesse: www.atualcs.com.br | E-Mail: atual@atualcs.com.br

cultura bem mais rentável. Era o maior centro de abate de bovinos do estado. E, mais recentemente, chegou a ter 458 indústrias no setor têxtil e de confecções, hoje tem 352. Eram 791 lojas atacadistas, hoje são 265. (...) A taxa de crescimento do município, de 1991 a 1994, foi de 19,28%, menor que a paranaense, de 23,99%”.

O Movimento Repensando Maringá, articulado pela ACIM e pela Coordenadoria Regional da FIEP, envolveu mais de 80 líderes empresariais e segmentos como clubes de serviços, sindicatos patronais, igrejas, escolas, universidade, entre outros, com o suporte técnico do Sebrae.

A partir do consenso do desenvolvimento econômico e da constatação de que a cidade estava paralisada no tempo, envolvida em disputas político-eleitorais de grupos antagônicos, o Repensando Maringá transformou-se em uma força capaz de mudar os rumos da cidade, colocando-a na rota do desenvolvimento econômico.

Em 1997, o Repensando Maringá deu origem ao Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá – Codem, organismo criado por lei municipal e que se tornou responsável por propor e fazer executar as políticas de desenvolvimento econômico de Maringá, com competências deliberativas e consultivas.

Além do Conselho, outro resultado do Repensando Maringá foi o documento “Maringá 2020”, um planejamento de longo prazo da cidade com os principais pontos sobre o que se deseja para o futuro. Essa definição constituiu-se no norte orientador das ações municipais e a responsável por Maringá continuar sendo um ótimo lugar para os investidores, 60 anos depois. ■



Bruna Moreschi

ANTENOR SANCHES FOI AUTOR DE MAIS DE 300 LEIS NAS SETE LEGISLATURAS EM QUE FOI VEREADOR

Vereador por 30 anos

A história de Antenor Sanches se confunde com a de Maringá. Ele chegou há quase seis décadas, em 1949. Vindo de Caçador, Santa Catarina, Sanches deixou uma pequena livraria de sua propriedade, atraído pelos conselhos do pai, que conheceu Maringá um ano antes, e do corretor de imóveis amigo da família, Vicente Vareschini, que se tornaria seu cunhado.

Seu pai lhe dizia: “Antenor, Maringá ainda não é cidade. É um patrimônio no meio do mato, mas é um negócio de futuro. Todos os dias chegam de 30 a 40 pessoas de mudança para lá se instalar”.

Ele diz que a “primeira impressão de Maringá foi a de um formigueiro de gente no meio de quase nada”. Sanches conta que, para vir da estação rodoviária de Jandaia para cá – se é que se podia chamar o local de estação -, era necessária muita paciência, já que inúmeras vezes o ônibus atolava e eram os próprios passageiros que ajudavam a empurrar.

Aqui, abriu um escritório de compra e venda de terras. “Claro que foi um bom negócio na época”, diz ele. Mas, concorrendo com a Companhia de Terras Norte do Paraná, que mais tarde passaria a se chamar Companhia Melhoramentos Norte do Paraná, o

negócio foi se tornando inviável. Foi aí que ele abriu um escritório comercial.

Em 1956, a vida ganhou novo rumo e o comerciante se tornou funcionário municipal, na gestão de Américo Dias Ferraz, o segundo prefeito de Maringá. Quatro anos antes, Sanches havia sido candidato a vereador, na primeira eleição para cargo legislativo da cidade, mas ficou como suplente.

Em 1956 foi eleito pela primeira vez vereador, cargo que ocupou em outras seis legislaturas consecutivas, sendo que a de 1983 a 1986 assumiu a vaga como suplente. Mais de 300 leis foram de autoria dele. A sua contribuição para o desenvolvimento local lhe rendeu o título de Cidadão Benemérito de Maringá, em setembro de 1999.

Antenor Sanches, que não se adaptou ao computador e mantém-se fiel à máquina de escrever, continua sempre informado dos acontecimentos da cidade e é membro da Academia de Letras local.

Depois de quase seis décadas morando em Maringá, diz que tem orgulho e paixão pela cidade. “A cidade é um sonho realizado. Não acreditava que o crescimento seria tão rápido”, afirma orgulhoso.

A primeira concessionária

Formado, em 1950, pela Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro, o médico Michel Felipe chegou em Maringá três anos depois, apostando no desenvolvimento econômico da cidade. "Meu irmão, que morava em Apucarana, falou que o Norte do Paraná estava crescendo muito", lembra ele, afirmando que, antes de se mudar para cá, visitou diversas cidades da região, como Jacarezinho, Cornélio Procopio e Londrina.

"Mas não gostei de nenhuma. Quando cheguei a Maringá encontrei um colega de faculdade, que estava vendendo a Casa de Saúde Santa Lúcia. Em duas horas de conversa, ele me convenceu e comprei o hospital junto com meus irmãos", conta.

Depois de mais de duas décadas dedicadas à medicina, ele resolveu dar novo rumo à vida. "Chegava a fazer doze cirurgias por dia", lembra. Assim, ele vendeu a Casa de Saúde Santa Lúcia.

Em 1961, Felipe adquiriu a Somaco, concessionária autorizada da Volkswagen, e aos poucos foi



Bruna Moreschi

MICHEL FELIPE: FUNDADOR DA APAE E DO COUNTRY CLUB DE MARINGÁ

deixando a medicina. Na época, a concessionária, que foi a primeira de Maringá, tinha oito mil metros quadrados e cerca de 40 funcionários. Hoje são 13 mil metros quadrados e 84 funcionários.

O empresário também começou a investir na vida social. Foi presidente-fundador do Country Club e também fundou a APAE, em Maringá. "Até então, essas crianças não tinham assistência alguma", relembra. Para ele, o bom empreendedor é aquele que tem garra, caráter e

honestidade. "Isso é que faz o homem conquistar o que almeja. Sendo um homem digno, mesmo nas dificuldades haverá pessoas ao seu redor para ajudá-lo".

Hoje, aos 84 anos, Michel Felipe continua se dedicando aos negócios, em Maringá. Constituiu uma família composta por quatro filhas e onze netos. "Sou paulista de nascimento e maringaense de coração. Aqui tenho muitos e grandes amigos. Por onde passo, o pessoal me conhece".

FACULDADE DE MARINGÁ
uningá
PROFISSÕES DA SAÚDE
 Av. Colombo, 9727 - Km 130
 CEP 87070-810 - Maringá - Paraná
 Fone: |44| 3225-5009
 www.uninga.br

ESCRITÓRIO GOMES DE CONTABILIDADE

Contribuindo para o crescimento de Maringá

A história do Escritório Gomes de Contabilidade se confunde com a história de Maringá. A cidade que completará no próximo dia dez, 60 anos, pode contar com a prestação de serviço do Escritório Gomes há 35 anos, assim como Maringá, esse também faz aniversário no mês de maio.

Como grande parte dos pioneiros de Maringá, José Gomes Ferreira, proprietário do escritório, é natural de São João do Paraíso, Minas Gerais. Começou a trabalhar aqui em 1963 na antiga Organização Labor, uma das mais conceituadas empresas de contabilidade e questões fiscais da região, na época. Gomes atuou em todos os departamentos, tendo uma dedicação pioneira na área do imposto de renda.

Mas nove anos depois, com 22 de idade, e a experiência prática e o curso técnico, resolveu abrir seu próprio escritório. No começo, Gomes trabalhava sozinho em uma sobreloja, em cima da empresa Prosdócimo, e se dedicava apenas a declarações de imposto de renda de pessoas física, e à contabilidade agropecuária de fazendas e sítios. Vendo o crescimento da cidade também na área industrial e comercial e de serviços, direcionou também sua assessoria e consultoria para estes segmentos empresariais.

Já em 1973, o escritório havia se mudado para uma nova sede, na Av. Brasil, principal centro de convivência empresarial da cidade, e já contava com uma equipe de 6 colaboradores.

Na década de 80, José Gomes se envolveu com a política social classista, sendo um dos fundadores da Associação dos Profissionais de Contabilidade, e ocupando diversos cargos, sendo eleito primeiro presidente do Sincontabil na gestão 1981 a 1984. Também participou ativamente do CRC, Federação dos Contabilistas do Paraná e Sescap (Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis), tendo sido um dos fundadores, diretor e primeiro delegado do escritório de Maringá.

Nessa mesma década, com mais experiência, mudou o endereço do Escritório Gomes para a Av. Paissandu próximo ao Parque do Ingá. Em uma área construída com mais de 600 metros quadrados, e um número consideravelmente grande de colaboradores. E também contou com a colaboração de sua esposa Luzia Cortez Gomes Ferreira como sócia no Escritório.

Hoje o Escritório Gomes de Contabilidade, atende clientes dos mais variados setores econômicos e profissionais. E presta serviços de assessoria, consulta contábil, fiscal e tributária para seus clientes. Também formado em Direito, tem anexo ao Escritório, uma assessoria jurídica voltada ao atendimento em algumas áreas do direito empresarial, trabalhista, empregador e previdenciário.

Na opinião do empresário, o mais importante é desmistificar a idéia de que Escritório de Contabilidade é apenas um mal necessário para as empresas, o que não é



Bruma Moreschi

**MARIA APARECIDA DOMINGOS, JOSÉ GOMES E LUZIA GOMES:
DIRETORES DO ESCRITÓRIO GOMES DE CONTABILIDADE**

verdade e sim "destacar a importância das empresas contábeis nas relações sociais, econômicas, e políticas na sociedade em que está inserida", afirma Gomes. A diretoria do escritório não tem medido esforços na preparação de seus funcionários, com treinamentos continuados, e hoje já é tradição, todos os anos fazer o ENESGOM, encontro dos funcionários do Escritório Gomes, onde são vistos processos, procedimentos e novos paradigmas das relações comerciais e profissionais com seus clientes e parceiros.

Gomes não esquece ainda de participar junto à sociedade, atendendo a diversas entidades como voluntário. Desde 1981 participa do Rotary Clube de Maringá, onde foi presidente eleito na gestão 1997/98. Também atua como conselheiro da Associação Comercial de Maringá (ACIM) há mais de 20 anos. Também contribui com o Instituto Mercosul, Fundacim e Parque do Japão. Também patrocina o já tradicional projeto "Doce Leitura", da biblioteca da Vila Operária.

"Não poderia neste momento, em que comemoramos 35 anos de atividade, o Escritório Gomes de Contabilidade, ao mesmo tempo parabenizar e agradecer a nossa cidade e acima de tudo todos os nossos clientes, parceiros comuns, e amigos, que são os grandes incentivos do nosso sucesso. Também não podemos deixar de parabenizar os nossos colaboradores atuais e todos aqueles que já fizeram parte de nosso quadro e também nossos familiares", finaliza o contabilista.

A direção do Escritório Gomes de Contabilidade tendo à frente José Gomes Ferreira, sua esposa Luzia Ap. Cortez Gomes Ferreira e a contadora Maria Aparecida Domingos dos Santos, não têm medido esforços em cumprir a sua missão no atendimento aos anseios de seus clientes e a comunidade de Maringá.

SERVIÇO: Avenida Paissandu, 1192, Zona 3,
Cep 87050-130 - fone 44 3220-3300

MIOLO

Vinho Miolo Lote 43. Elaborado somente com uvas de safras excepcionais. Produção Limitada.

· LOTE 43 ·

AV. BRASIL, 6801 • 44 3027 9292 • MARINGÁ
ROD. BR 116, 6116 • 41 3017 0051 • CURITIBA
www.adegabrasil.com.br



Presente nos melhores momentos

ZACARIAS VEÍCULOS LTDA

MAIS DE 55 ANOS DE HISTÓRIA



A Zacarias foi fundada no dia 7 de junho de 1951, com o nome de Sociedade Anônima de Automóveis Maringá, por sete empresários paulistas, com o objetivo de, além da comercialização de automóveis, caminhões e tratores, também a venda de rádios, aparelhos de televisão, refrigeradores e outros, procurando, assim, atingir as mais variadas necessidades dos consumidores. Em 1956 a empresa é transformada na Sociedade Anônima Zacarias.

Anos depois passou a ser dirigida pelo Sr. Ciro Frare, na condição de sócio majoritário, colocando toda a organização sob o seu comando.

No ano de 1975 a Zacarias Veículos mudou-se da avenida Paraná para a avenida Tuiuti, a atual sede, em terreno de 30.000m² com área construída de 9.000m², com modernas instalações e 160 profissionais à disposição de seus clientes.

"Passamos por diversas etapas da economia mundial, superamos dificuldades, comemoramos vitórias e conquistas. Com isso a Zacarias se consolida como uma das mais fortes empresas de Maringá e região."



A casa de seu Chevrolet



Saiu,

chegou!

A partir de agora, para enviar a sua encomenda a qualquer hora do dia ou da noite, é só chegar no guichê rodoviário mais próximo da Viação Garcia, credenciado com o serviço **GARCIA EXPRESS**.

- Paraná • São Paulo • Rio de Janeiro
- Mato Grosso do Sul • Minas Gerais



GARCIA EXPRESS

ENCOMENDAS RÁPIDAS

www.viacaogarcia.com

Sua encomenda com hora marcada, de rodoviária para rodoviária.

Não está na hora de você comprar uma boa copiadora?

Aproveite o melhor custo-benefício

COPIADORAS A PARTIR DE
R\$ 599,00

CUSTO DE IMPRESSÃO
R\$ 0,04 POR PÁGINA

ATENDIMENTO TÉCNICO NO LOCAL

FINANCIAMENTO PRÓPRIO EM ATÉ 12 PAGAMENTOS

PROMOÇÃO DE ANIVERSÁRIO

VALE BÔNUS DE **5 Reais** EM CADA CARTUCHO DE TONER + BRINDE ESPECIAL

SAMSUNG

A marca de multifuncionais mais vendida no Brasil



SOLUÇÃO COMPLETA PARA O SEU ESCRITÓRIO

1 Ano GARANTIA TOTAL

REVENDA

ASSISTÊNCIA TÉCNICA

SUPRIMENTOS

ORIGINAIS - COMPATÍVEIS
REMANUFATURADOS

DISK ENTREGA

OUTSOURCING

PROJETOS



TONER COLOR

Avenida Humaitá, 870 - Zona 4

Fone: 44 - 3225-1234

Fax: 44 - 3224-2452

CRUZEIROS MARÍTIMOS, QUE JÁ FORAM SINÔNIMO DE LUXO E DE ALTO CUSTO, ESTÃO CADA VEZ MAIS ACESSÍVEIS. BONS PREÇOS E FACILIDADES NO PAGAMENTO SÃO ALGUNS DOS FATORES QUE ESTÃO ATRAINDO CADA VEZ MAIS TURISTAS PARA AS VIAGENS EM ALTO MAR

Viajar sempre foi um hobby para o casal Raul e Marlene Mora. Há 15 anos, quando os dois conheceram os cruzeiros marítimos, viagens de navio ganharam a preferência do casal. Raul, hoje com 88 anos, e Marlene, com 73, já conheceram boa parte do continente europeu, das Américas do Sul e Central a bordo de um navio.

“O conforto que esses cruzeiros proporcionam, as amizades que fazemos, a infra-estrutura disponível, como piscina e sauna, as festas. Tudo é maravilhoso. Sempre gostamos de viajar, mas agora só de navio”, comenta o casal.

Os cruzeiros marítimos, que poucos anos atrás eram sinônimo de luxo e de alto custo, estão cada vez mais acessíveis. Com as facilidades na forma de pagamento, e também porque os preços já não são tão “salgados”, este tipo de viagem de turismo conquistou o gosto da classe média, agradando crianças, jovens e adultos. “Quem faz um cruzeiro uma vez, quer repetir a experiência e acaba fazendo sempre”, afirma a empresária Helenice Ferri, da agência de turismo First Class.

Foi exatamente o que aconteceu com Raul e Marlene Mora. O Caribe foi o primeiro destino do casal, que depois fez um cruzeiro pela costa brasileira. Buenos Aires, Barcelona, Valparaíso, no Chile, Ilhas Canárias, Lisboa, Milão

Cruzando mares, sem



OS CRUZEIROS MARÍTIMOS ESTÃO GANHANDO A PREFERÊNCIA DA CLASSE MÉDIA

Formatura diferente

As agências de turismo estão apostando nos jovens formandos como um novo e bom público para os cruzeiros marítimos. A idéia é oferecer este tipo de viagem como uma forma diferente de comemorar a conclusão do curso, seja de ensino médio ou superior. “É uma oportunidade única de reunir a turma e fazer uma viagem de navio”, afirma José Valdez, da Valtrac Turismo.

Denise Rodrigues, gerente da agência Turispaulo, acredita que o valor acessível de certos cruzeiros e o conforto oferecido pelos navios estão atraindo os jovens. “Algumas turmas fazem festa de formatura e também cruzeiros marítimos. E tem os que optam somente pela viagem. Inclusive, conversamos com quatro estudantes de odontologia que não querem participar da formatura, mas querem fazer um cruzeiro juntas”.

“Os cruzeiros marítimos são uma tendência mundial, por serem um produto diferenciado. No caso das formaturas, é uma lembrança para o resto da vida”, avalia Luiz Carlos Benedito, da agência Poltrona 1.

ferir o bolso

são algumas das cidades que eles conheceram mundo afora, cruzando oceanos.

Os bons preços também atraíram o casal para as viagens de navio. "Fica mais barato fazer um cruzeiro do que fechar um pacote com certos resorts ou hotéis. Sem contar a facilidade no pagamento", opinam.

COMEMORAÇÃO ESPECIAL

A paixão do casal pelas viagens de navio é tão grande, que, há dois anos, para comemorar bodas de ouro, Raul e Marlene levaram toda a família e alguns amigos para celebrar a data em um cruzeiro pela costa brasileira. "Foram umas 40 pessoas conosco. Um falou para outro, que convidou outra pessoa e assim conseguimos reunir um bom grupo no navio. Foi uma viagem inesquecível", relembra Marlene.



Bruna Moreschi

OS MINICRUZEIROS SÃO OS MAIS PROCURADOS PELOS MARINGAENSES, SEGUNDO EDNÉIA MORAES

Depois de terem feito cinco cruzeiros, nacionais e internacionais, Raul e Marlene já têm novos planos. O casal, que acabou de voltar de um cruzeiro que foi do Rio de Janeiro a Recife e depois navegou mais seis dias até as Ilhas Canárias, Portugal e Espanha, já está planejando uma nova viagem, para janeiro do ano que vem.

Desta vez os dois querem, novamente, viajar com a família e os amigos. "Já estamos nos planejando e pretendemos levar mais de 40 pessoas", anima-se Marlene. ■



RAUL E MARLENE: BODAS DE OURO COMEMORADAS EM ALTO MAR

Bruna Moreschi

Minicruzeiros em alta

Além dos preços mais baixos e das diversas formas de pagamento, que pode ser parcelado em até dez vezes, os cruzeiros marítimos contaram com outro fator, este circunstancial, que ajudou a elevar a demanda.

Os problemas que a aviação comercial brasileira vem enfrentando, com a crise no setor de controle de tráfego aéreo, contribuíram muito para o aumento da procura por viagens turísticas de navio.

Este conjunto de fatores levou a um aquecimento, que pode ser comprovado pelo aumento no número de navios disponíveis no mercado turístico brasileiro. Ednéia Moraes, gerente da CVC, afirma que há três anos a empresa possuía apenas um navio. Hoje este número saltou para cinco. O tamanho dos navios também aumentou. "No início nosso navio tinha capacidade para 500 pessoas, os novos comportam até 1.800 passageiros".

Hoje os minicruzeiros estão entre as opções mais procuradas pelos maringaenses, segundo Ednéia Moraes. Esses pacotes, que têm duração de três a cinco dias, oferecem preços a partir de US\$ 320. "O interessante é que são todos *all inclusive*, ou seja, o preço inclui refeições e bebidas, com consumo ilimitado", ressalta. Ednéia explica que, quando contratados com antecedência, os pacotes podem ter descontos também.

A temporada de cruzeiros no Brasil tem início em novembro e vai até março. Búzios, Angra dos Reis, Maceió e Salvador estão entre os destinos mais procurados pelos brasileiros.

O OBSERVATÓRIO SOCIAL DE MARINGÁ ESTÁ TRABALHANDO PARA TORNAR OS PROCESSOS DE LICITAÇÕES DA PREFEITURA CADA VEZ MAIS TRANSPARENTES. ALÉM DE ABRIR ESPAÇO PARA QUE MAIS EMPRESÁRIOS DA CIDADE PARTICIPEM, ESSE TRABALHO ESTÁ TRAZENDO ECONOMIA DE RECURSOS PÚBLICOS



Bruna Moreschi

COSTA PAULO, EM APRESENTAÇÃO DO TRABALHO DO OBSERVATÓRIO SOCIAL: TRANSPARÊNCIA E ECONOMIA

Licitações ao alcance de todos

Muitos empresários ainda ficam com “o pé atrás” quando o assunto são as licitações municipais. Alguns alegam que há excesso de burocracia. Há também os que colocam em dúvida a transparência das concorrências públicas, um conceito que parece estar arraigado na consciência do brasileiro. Essa realidade levou o Observatório Social de Maringá a dar atenção especial ao assunto.

A entidade, que tem como objetivo fiscalizar as contas públicas, agora trabalha para criar uma nova filosofia nas concorrências da

prefeitura. Uma filosofia que prima pela transparência e pela justiça. Com isso, quem ganha são os cidadãos que pagam seus impostos.

“Ainda existe um tabu em relação às licitações e poucas empresas - normalmente sempre as mesmas - acabam participando”, informa Helena Bressan, voluntária do Observatório Social e auditora fiscal aposentada, ressaltando que, com mais empresas participando, a tendência é que os preços das compras feitas pelo município também sejam melhores.

Há nove meses, quando o órgão

iniciou seu trabalho dentro da prefeitura, foi constatado que muitas compras vinham sendo feitas com preços bem acima do mercado. Uma prática, aliás, muito arraigada nas licitações públicas Brasil afora, independente de quem seja o administrador da vez.

O funcionário público aposentado Tutomo Tanoue, também voluntário do Observatório Social, afirma que, com o trabalho que vem sendo desenvolvido, preços de medicamentos, da merenda escolar e até de algumas obras caíram. “Diversas licitações com preços

abusivos foram canceladas pela prefeitura”, informa o voluntário.

Ajudando a criar uma nova filosofia nas compras do município, o Observatório Social quer estimular a participação de um número maior de empresários nos processos de licitações. “É a única forma de evitar que apenas um pequeno grupo de empresas participe. Precisa haver uma concorrência maior para que não ocorra mais o superfaturamento dos preços”, acredita Ariovaldo Costa Paulo, presidente do Observatório Social de Maringá.

BANCO DE DADOS

Para ajudar neste processo, além dos voluntários, o Observatório contratou mais cinco pessoas para realizar pesquisas de mercado, com o objetivo de criar um banco de dados com o preço má-

ximo de cada mercadoria. Os valores serão utilizados para balizar as licitações. “Esse banco de dados vai ser uma importante ferramenta para combater o superfaturamento”, acredita Costa Paulo.

O presidente do Observatório Social ressalta que esse recurso, aliado ao monitoramento das licitações municipais, dará aos empresários mais tranquilidade e segurança para participar dos processos. “Não podemos esquecer que a Prefeitura é uma das maiores compradoras da cidade”, ressalta a voluntária Helena Bressan.

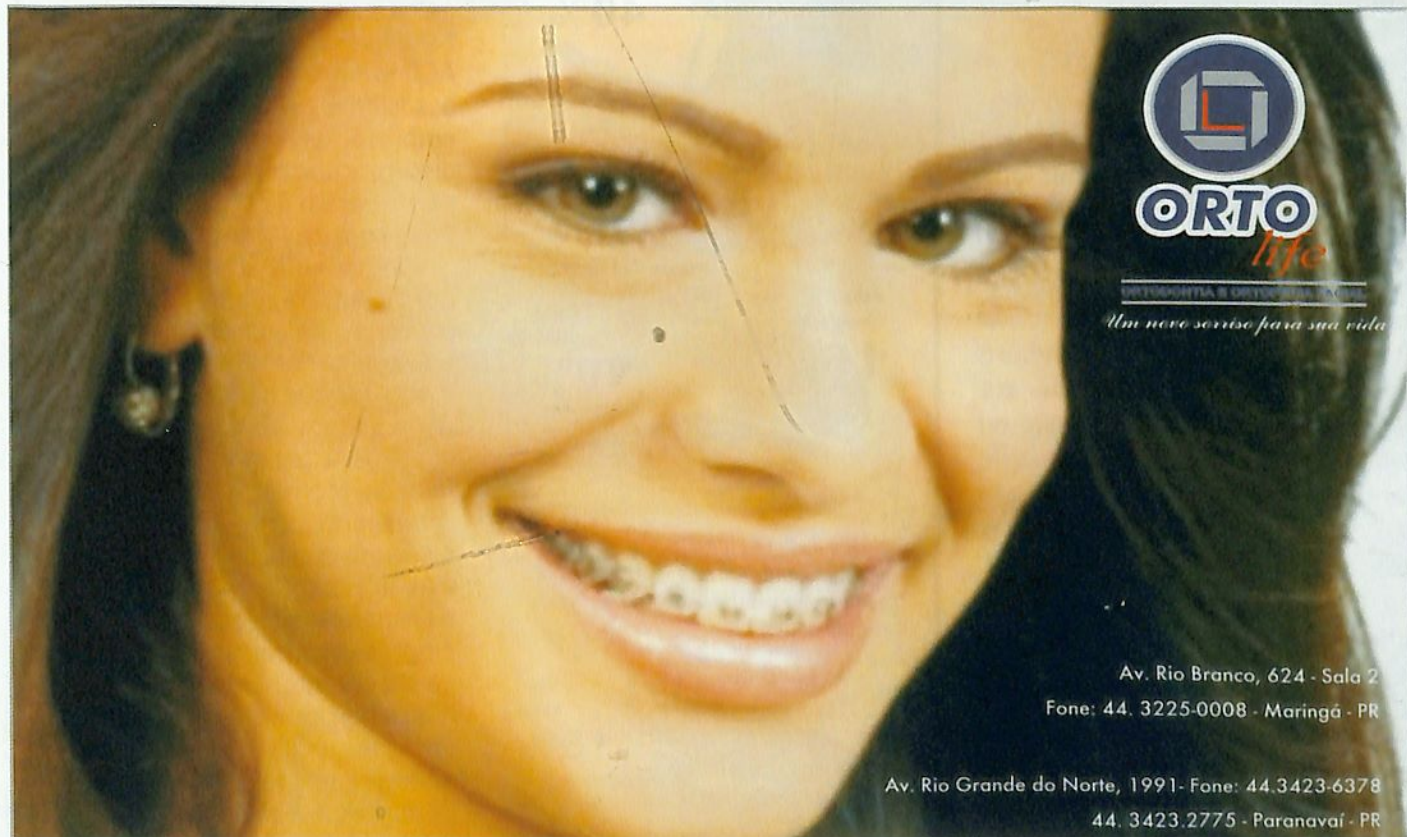
“Com o aumento da concorrência, conseguiremos diminuir preços e os recursos públicos serão melhor empregados. Acredito que, este ano, o trabalho do Observatório Social resultará numa economia de 30% para os cofres pú-

blicos”, informa Helena.

Outro aspecto que deve atrair mais empresas para as licitações da Prefeitura é a pontualidade nos pagamentos. “Nesses meses em que estamos acompanhando as compras, observamos que todas vêm sendo pagas em dia”, afirma Helena Bressan.

Este fato, em si, segundo Ariovaldo Costa Paulo, já traz mudanças, pois, com o pagamento sendo feito em dia, não há justificativa para o superfaturamento de preços. “Muitas empresas adotam esta prática quando vendem para órgãos públicos porque não têm previsão de recebimento. Com o pagamento das compras em dia e com a inflação baixa, não tem porque uma empresa cobrar mais só por estar vendendo para uma prefeitura”, pondera.

Para garantir transparência nos



ORTO
life
ORTODONTIA E ORTODONTIA
Um novo sorriso para sua vida

Av. Rio Branco, 624 - Sala 2
Fone: 44. 3225-0008 - Maringá - PR

Av. Rio Grande do Norte, 1991 - Fone: 44.3423-6378
44. 3423.2775 - Paranavaí - PR

PLANOS ESPECIAIS PARA CONVENIADOS

Conveniada **ACIM**

processos de licitação, o Observatório Social também vai avaliar o caso de empresas desclassificadas. “O empresário poderá entrar em contato conosco para saber o que ocorreu. Iremos apurar os motivos junto à Prefeitura e comunicaremos a empresa”, informa Ariovaldo Costa Paulo.

APOIO

O órgão vai desenvolver outra importante ação, esta em parceria com o Sebrae. Consultores orientarão as pequenas empresas sobre os trâmites para participar de licitações municipais, incluindo documentos e pré-requisitos necessários. “O Sebrae tem todo o interesse no desenvolvimento das micro e pequenas empresas. Se conseguirmos sensibilizá-las e capacitá-las para participar dos processos de licitação, estaremos contribuindo para isso”, avalia o gerente regional do Sebrae, Luiz Carlos da Silva.

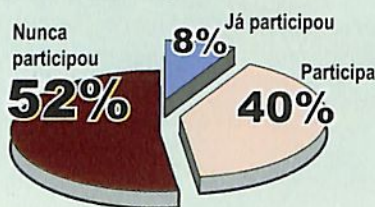
Ele lembra que a Lei Geral também veio para estimular a participação das micro e pequenas empresas nas compras governamentais. “Compras de até R\$ 80 mil deverão ser feitas, pelos órgãos públicos, preferencialmente de micro e pequenas. A lei também prevê a subcontratação de até 30% do valor da concorrência, ou seja, uma grande empresa que ganhou um lote pode repassar até 30% para micro e pequenas empresas”, explica.

Hoje somente 18% das micro e pequenas empresas participam das compras públicas em todo o país, segundo Luiz Carlos da Silva. De acordo com ele, com o trabalho do Observatório Social de Maringá e do Sebrae e com os incentivos da Lei Geral será possível aumentar a participação deste segmento nas compras da Prefeitura. ■

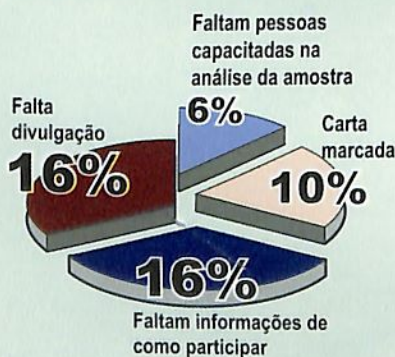


LUIZ CARLOS DA SILVA LEMBRA QUE A LEI GERAL INCENTIVA OS ÓRGÃOS PÚBLICOS A COMPRAR DE PEQUENAS EMPRESAS

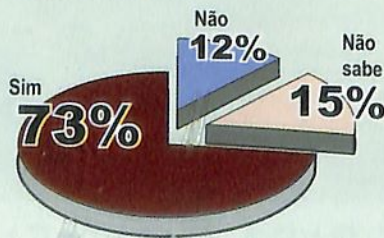
Sua empresa já participou ou participa de licitações?



Entre as empresas que nunca participaram, qual o motivo?



Se houver garantia do recebimento e lisura no processo, tem interesse em participar?



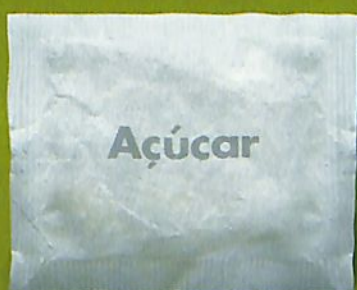
Quem participa?

Segundo pesquisa realizada pelo Depea (Departamento de Pesquisas e Estatísticas da ACIM) entre 50 empresas associadas, 52% dos empresários entrevistados disseram que nunca participaram de licitações da Prefeitura de Maringá.

Outros 40% afirmaram que já entraram em concorrência e 8% que já entraram, mas não entram mais. Dos que nunca participaram, 16% alegaram que o principal motivo é a falta de informação sobre como participar, outros 16% disseram que falta divulgação e 10% acreditam não existir transparência na escolha das empresas vencedoras.

No entanto, entre os que nunca participaram de licitações, 62% demonstraram interesse em passar a fazê-lo. Com garantia de pagamento das compras, este número sobe para 73%.

Para nós do PAM cada pessoa é única e tem necessidades diferentes. Por isso a nossa maior preocupação é atender você de forma personalizada, em todos os detalhes. Independente de ser nosso cliente ou não, venha tomar um cafezinho conosco. Aliás você prefere o seu com açúcar ou adoçante?



Plano PAM Ambulatorial a partir de R\$16,89 mensais*

Condições especiais
para associados

ACIM

Ligue: 44 3218 1515 www.pam.med.br

*Plano Empresarial para empresas a partir de 05 pessoas - 00 a 18 anos.

ANS - nº 31526-5

MUDAR É PRECISO. PORÉM, QUANDO SE TRATA DE ALGO QUE TRADUZ A PERSONALIDADE DE UMA EMPRESA, TODO CUIDADO É POUCO. GRANDES CORPORAÇÕES PROMOVEM REFORMULAÇÕES FREQUENTES EM SUA IDENTIDADE VISUAL, MAS NÃO SEM ANTES REALIZAR MINUCIOSOS ESTUDOS

Identidade visual sinto



Bruna Moreschi

HEBERT E EDNÉIA, DA CG ACTION, APOSTARAM TUDO NUMA MUDANÇA RADICAL. E ACERTARAM

O visual de uma empresa é o seu cartão de visitas e sua marca no mercado. Quando a identidade visual deixa de chamar a atenção do cliente, então é hora de dar uma repaginada geral para modernizá-la. Mas esse é um trabalho que requer cuidados especiais, pois esse é o tipo de mudança que precisa ser bem estudado para que a empresa não perca sua personalidade.

Para Fernanda Tasim, arquiteta da Visolux Comunicação Visual - empresa maringense que produz fachadas e luminosos para todo o Brasil e que tem uma carteira de clientes onde figuram nomes como Fiat, General Motors, Unibanco e Banco Itaú - a identidade visual deve expressar o valor e o perfil de uma empresa.

A arquiteta explica que uma mudança nesta área deve refletir, necessariamente, o que acontece internamente na empresa. De nada adianta pintar toda a fachada da loja, se os produtos vendidos não estão em sintonia com o mercado. "Para mostrar que é moderna, a empresa deve entrar em sintonia não só com o cliente, mas com o mundo."

Se você começou a ler esta matéria e se lembrou que não faz

uma revitalização da imagem de sua empresa há mais de cinco anos, então saiba que está na hora de pensar numa atualização. De acordo com Fernanda Tasim, as mudanças devem começar por um estudo de mercado e da marca, para saber a opinião dos clientes.

"O consumidor busca novidades e se uma outra empresa atende este quesito, com certeza ele vai experimentar novas opções. Basta olhar para o lado ou ligar a televisão. Se os concorrentes estão se modernizando, fazendo campanhas, chamando a atenção de alguma forma, as empresas do mesmo ramo já se mobilizam para não ficar para trás", explica a arquiteta.

CARTUNISTA

Hebert Egídio Assmann é um empresário maringense que aceitou o desafio de encarar grandes mudanças para inovar. Sócio-proprietário da CG Action, também conhecida como Casa Gaúcha, Assmann decidiu, há quatro anos, mudar completamente a loja, começando pela logomarca, passando pelos ambientes internos e pela fachada.

A empresa foi fundada em 1960 e o mix de produtos incluía artigos para camping, caça e pesca. Observando as atitudes dos jovens, o maior público-alvo da loja, ele e a irmã, Ednéia Assmann Guiomar, sua sócia, perceberam que a empresa estava

nizada com o mercado



fora do contexto atual. Foi aí que decidiram mudar.

A loja, que tinha um estilo tradicional, ganhou um ar mais jovial, alegre, com música ambiente e uma grande variedade de produtos. "A gente procurou ter um mix variado, que possibilite ao nosso cliente encontrar tudo no mesmo lugar, com grandes marcas separadas por ambiente", ressalta Hebert Assmann.

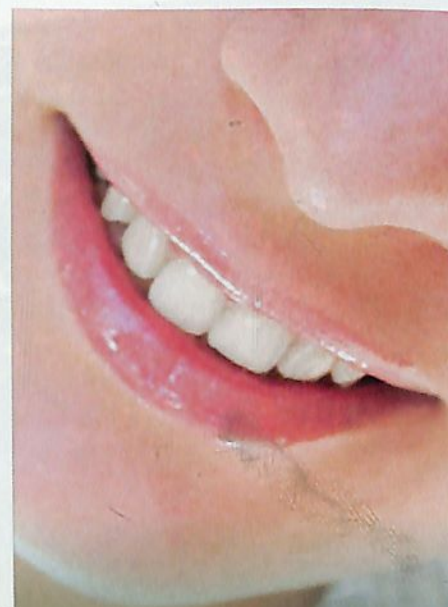
O que restou da antiga loja foi um único ambiente, decorado com paisagens e grama sintética, destinado a artigos para camping. "Nós queremos destacar aquilo que foi a nossa essência. O ramo que nos fez ser o que somos hoje."

Inovação em rede

No ano passado, a rede de concessionárias Fiat no Brasil iniciou um processo de renovação da imagem, com a mudança da fachada de todas as lojas e com a revitalização da logomarca. A Visolux Comunicação Visual, em parceria com a The Marketing Store, foi responsável pelo projeto, resultado de um estudo de cerca de três anos.

A Visolux já instalou a nova fachada em mais de 130 concessionárias da Fiat. A meta, segundo a arquiteta Fernanda Tasim, é que até o final deste ano todas as lojas da rede estejam com a nova identificação visual.

A arquiteta explica que outro grande cliente da empresa, a General Motors, também investiu na modernização da fachada de suas concessionárias no Brasil. Deixou para trás as letras com iluminação interna, para adotar uma imagem mais fina e limpa. O Unibanco também renovou a fachada das agências, mais um trabalho que foi conduzido pela maringense Visolux.



BEM-ESTAR EM DOSE DUPLA.



Alexis Molim Junior
CRO 5678
CIRURGIÃO BUCOMAXILOFACIAL
E PERIODONTISTA
Cirurgia bucomaxilofacial
Periodontia
Implantes



Ana Lígia Ferrari Molim
CRFA-PR 8743
FONOAUDIÓLOGA
Tratamentos para alterações de sistema estomatognático, como respiração, mastigação, deglutição e fala

VOCÊ VAI SORRIR COMO NUNCA E FALAR PRA TODO MUNDO QUE ESTÁ FELIZ DA VIDA!



Rua Luiz Gama, 359 - Sala 2 - Zona 4
Fone (44) 3025-2032 - Maringá - PR
falecom@ferrariamolim.odo.br



Bruna Moreschi

PARA FERNANDA TASIM, A IDENTIDADE VISUAL DEVE EXPRESSAR O VALOR E O PERFIL DA EMPRESA

Por 40 anos a loja mantinha a mesma logomarca e precisava mudar. Mas os irmãos não queriam fazer o “feijão com arroz”, eles buscavam algo diferente, mais colorido. Decidiram entregar a missão de criar a nova logomarca a um cartunista. “Nós tínhamos de rejuvenescer nossa identidade visual em todos os sentidos, mas, ao mesmo tempo, não podíamos perder a imagem e o crédito conquistado ao longo dos anos”, explica Hebert.

Com isso, os dois conseguiram traduzir, na logomarca diferenciada, todo o processo de modernização por que passou a loja, que se tornou mais identificada com seu público, tanto visualmente quanto em relação aos novos produtos para atender a demanda da clientela.

RENOVAÇÃO COMPLETA

Os proprietários da Pizzaria e Restaurante Milão, Wladecir Herrera Paim e a esposa Maria de Fátima Lima, começaram com uma pequena loja. Os dois tinham a intenção de trabalhar apenas com pizza para viagem, mas a idéia não deu certo.

Como os clientes preferiam comer no local, os empresários decidiram colocar três mesas na loja. Foi o início de um processo de crescimento que acabou deixando o espaço pequeno para atender a demanda. A solução foi alugar o prédio ao lado para ampliar a área de atendimento.

Este foi apenas o início das mudanças, que incluíram amplas reformas. Na sobreloja, a pizzaria ganhou uma nova cozinha, uma confeitaria e um bem cuidado jardim interno foi criado no térreo. O salão foi reconstruído e recebeu um novo projeto de iluminação.



WLADECIR E FÁTIMA, DA PIZZARIA MILÃO: NOVA IDENTIDADE E NOVOS PRODUTOS

Para acompanhar toda essa mudança visual, a pizzaria teve o cardápio incrementado e passou a servir almoço. À noite, além da pizza, a Milão conta agora com serviço *a la carte*. A loja começou também a atender pequenos eventos, de até 70 pessoas.

A arquiteta Alexandra Santini, responsável pelo novo visual da loja, fez um projeto focado em criar “um ambiente gostoso, confortável, com cheirinho bom. A Fátima queria algo convidativo, como a continuação da nossa casa, onde a pessoa vem para comer e acaba ficando por mais tempo.”

Segundo Alessandra Santini, o ambiente no fundo, com jardim e fonte de água, foi criado para atender um hábito de boa parte da clientela. “Muitos clientes gostavam de ficar nas mesas que havia na calçada. Com o jardim, eles ganharam um agradável espaço ao ar livre”, explica. ■

Nova logo, depois de 80 anos

A InSinkEerator, criadora dos trituradores de resíduos alimentares que são instalados sob as pias das cozinhas, tradicionais nos lares americanos, é um exemplo que vale a pena ser citado. Líder mundial de mercado, a multinacional do grupo norte-americano Emerson exporta para mais de 80 países e produz mais de 23 mil peças por dia.

Depois de 80 anos no mercado, a InSinkEerator investiu em uma nova identidade visual. A logomarca da empresa foi completamente modificada para ficar mais limpa e atualizada.

A mudança aconteceu simultaneamente em todos os países para os quais a empresa exporta. Segundo Elizabeth Moraes, diretora administrativa da empresa no Brasil, a decisão foi estratégica. “Queremos que os trituradores façam parte do cenário das cozinhas modernas, arrojadas e totalmente práticas.”

Maringá 60 anos

Prazer em
aqui viver,
construir,
compartilhar
e ser feliz



USINA DE AÇÚCAR SANTA TEREZINHA LTDA.

A história começa com uma linda cabocla,
que arrebatou o coração de um homem,
inspirando outro homem a escrever sua canção.

Foi de Maria do Ingá que nasceu *Maringá, Maringá*,
uma canção que embalou e encorajou desbravadores,
que aqui marcaram seu chão, suas histórias.

Dessas histórias nasce uma linda flor,
formosa em seu paisagismo, ambiciosa em seu valor,
que com o orgulho e a luta de seu povo
construiu seu nome em um estado, em um país.

Da história de Maria alguns se lembram,
os mais novos, poucos ouviram falar.
Mas é de história em história
que uma cidade vive, respira e cresce.

Parabéns, Maringá!
São 60 anos de muitas histórias.

Uma homenagem

Meleus

Mais sabor em sua mesa.

FELIZ POR FAZER PARTE DA

HISTÓRIA DESTA CIDADE.

Maringá
60 anos



TRANSPORTE COLETIVO
*cidade
canção*
SEMPRE O MELHOR TRANSPORTE

Transporte
Coletivo
Cidade
Canção



SOMACO CONQUISTA PRÊMIO NACIONAL TOP 10



Fotos/Bruna Moreschi

**ROSANA FELIPPE, DIRETORA DA SOMACO E
BRAÇO DIREITO DE MICHEL FELIPPE NAS
CONQUISTAS DA EMPRESA**

A Somaco, concessionária Volkswagen de Maringá, foi uma das ganhadoras do Prêmio Nacional TOP 10, criado pela vice-presidência de Vendas & Marketing da Volkswagen para elevar a sua rede de concessionárias. O Prêmio representa a excelência em atendimento e rentabilidade dentro da rede de concessionárias, sendo esse o principal prêmio no Brasil.

Nesta segunda edição do Prêmio, as avaliações foram feitas em todo Brasil entre setembro do ano passado a fevereiro deste ano. As 10 melhores concessionárias receberam uma viagem a Dubai, com hospedagem no hotel sete estrelas, Burj Al Arab.

Segundo o proprietário, Michel Felipe, a Volkswagen procurou avaliar a capacidade, grau de modernidade, rentabilidade, instalações e tratamento ao cliente de todas as concessionárias do Brasil que representam a marca mais vendida em todos os tempos.

Para conquistar o Prêmio, a Somaco reformou toda sua estrutura, informatizou todos os setores, modernizou seu show-room, passou a ter uma área de aproximadamente 2.000 m² para manter todos os veículos limpos e cobertos e ainda promoveu uma reforma no organograma da empresa, promovendo seus colaboradores para cargos de gerência. "A Somaco de hoje está pronta para o cliente, com uma área maior e bom atendimento", conclui Felipe.

Felipe avalia toda essa mudança na empresa como uma melhoria para o cliente, porém, o Prêmio proporciona um destaque para a Somaco. "Sinto-me vitorioso e orgulhoso pela Somaco, com 55 anos, conquistar um lugar entre as 10 melhores concessionárias dentre as mais de 600 espalhadas pelo Brasil, vejo que completei uma missão, mas isso tudo

só foi possível graças aos nossos clientes, então esse prêmio não é só da Somaco, mas também de todos nossos fiéis clientes", afirma.

Ainda segundo Felipe o prêmio também é importante para Maringá. "A conquista do prêmio pela Somaco projeta o nome da cidade de Maringá em âmbito nacional, já que se trata de uma premiação nacional, no qual as premiadas são divulgadas por todo país", completa.

A Volkswagen esta instalada no Brasil há 54 anos, a primeira fábrica ficava no bairro Ipiranga, em São Paulo. Em 23 de março de 1953 a unidade brasileira produzia os primeiros Fuscas montados por 12 funcionários e com peças importadas da Alemanha. Foram comercializados 3,3 milhões unidades do veículo somente no Brasil.

DE POSTO A CONCESSIONÁRIA

A Somaco (Sociedade de Máquinas e Caminhões Norte do Paraná Ltda.) nasceu em 1952 como um posto de combustíveis, revendendo produtos Texaco e caminhões Mercedes Benz, em 1954 passou a atuar somente com revenda de caminhões e máquinas agrícolas, e em 1957 consolidou-se como concessionária Volkswagen no mesmo local onde está hoje, na praça José Bonifácio.

UMA DAS PRIMEIRAS ASSOCIADAS

A Somaco foi uma das primeiras associadas da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM), juntamente com 41 empresas que se associaram em 1953, ano de fundação da Associação. A empresa se destaca em estar presente entre os 3.480 associados da ACIM.

O I ENCONTRO REGIONAL DAS MULHERES EMPRESÁRIAS, EMPREENDEDORAS E EXECUTIVAS, REALIZADO EM MARINGÁ, DISCUTIU O PAPEL FEMININO NO CENÁRIO DAS INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS. TAMBÉM DURANTE O EVENTO FOI REALIZADA A QUINTA EDIÇÃO DO FÓRUM PERMANENTE ACIM MULHER



ANGELA HIRATA: AÇÕES CRIATIVAS PARA TORNAR AS HAVAIANAS MUNDIALMENTE CONHECIDAS

Uma relação muito bem resolvida

“Mulher e Tecnologia: está na hora de discutir a relação” foi o tema do I Encontro Regional das Mulheres Empresárias, Empreendedoras e Executivas, realizado nos dias 13 e 14 de abril em Maringá. O evento, que reuniu 150 participantes, foi promovido pelo ACIM Mulher e teve patrocínio da São Paulo Alpargatas,

da Unimed Maringá, da Vanish, do Sebrae, da Prefeitura e da ANA (All Nippon Airways).

Na abertura do Encontro, a executiva Ângela Hirata, da São Paulo Alpargatas, falou sobre o processo de transformação das sandálias Havaianas em ícone da moda e objeto do desejo de celebridades.

Para tornar a marca mundialmente conhecida como é hoje, a executiva trilhou caminhos difíceis e, muitas vezes, improváveis do ponto de vista de estratégias de marketing. A estréia das sandálias nas Galeries Lafayette, de Paris, por exemplo, considerada a porta de entrada para o mercado francês, foi mar-

cada por uma ação inusitada. Ângela Hirata apostou numa velha mania brasileira em relação às Havaianas: quem já não virou a sola de sua sandália, para torná-la diferente, ou, nos termos atuais, "customizá-la"?

Esse modo criativo brasileiro inspirou a executiva a criar uma estratégia para atrair os consumidores durante uma exposição das sandálias nas Galeries Lafayette. Angela montou uma pequena fábrica no local, onde o cliente podia escolher a sola e as tiras, nas cores de sua preferência, e sua Havaianas era montada na hora, com a utilização de antigas máquinas manuais, resgatadas pela executiva no acervo da empresa. O sucesso foi grande: foram vendidos, em média, 100 pares de sandálias

por dia durante a exposição.

A entrada em Paris funcionou como uma vitrine para o mundo. Hoje as Havaianas são vendidas em mais de 80 países, em cinco continentes. Alguns modelos consagraram, definitivamente, a marca como objeto do desejo até mesmo de gente famosa.

Desde 2003, os concorrentes ao Oscar recebem modelos especiais de Havaianas. Em cada edição, os modelos vêm com novidades: apliques com cristais Sva-rovisk, ouro e até brilhantes.

MELHOR TECNOLOGIA

Os empresários Augusto Nicola Losacco e Claudiney Cogo, da NS2 Solutions, fizeram palestra sobre o tema "A escolha da melhor tecnologia para sua empresa". De maneira bem didática, os

palestrantes enfatizaram que o primeiro passo é fazer um estudo das necessidades, para que o investimento em informatização alcance os resultados esperados.

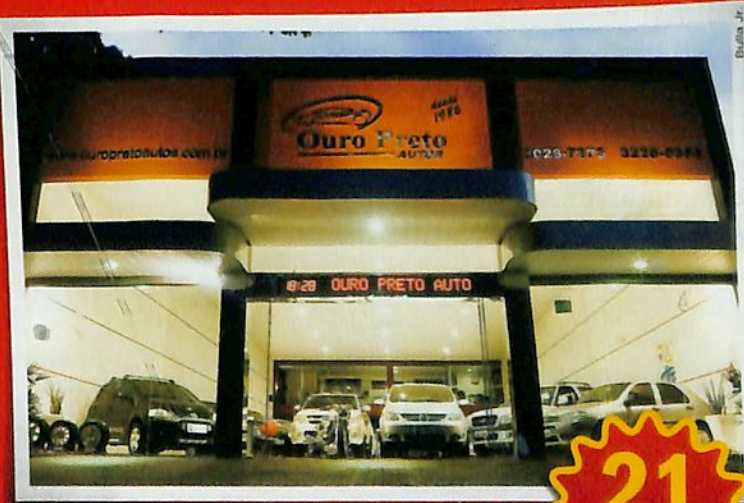
Os palestrantes também discutiram sobre os dispositivos de segurança, necessários para evitar os temidos vírus ou a invasão das informações sigilosas da empresa por *hackers*. Um ponto ressaltado durante a palestra foram os benefícios de se adquirir produtos originais, evitando os piratas.

Outro palestrante foi o professor Dante Medeiros Filho, doutor em Engenharia e diretor do Centro de Tecnologia da UEM, que falou sobre o tema "A evolução do setor da tecnologia: dá para ficar esperando o barco passar?". O professor contextualizou os

Novo Endereço. Nova Loja. Qualidade e segurança? A mesma de sempre!

A Ouro Preto Autos está comemorando 21 anos e, para brindar, nada melhor do que uma nova loja em um novo endereço, com a cara de seus clientes, que gostam de conforto e modernidade.

Venha conhecer, nossa equipe está pronta para mostrar qual carro tem a sua cara. Dificil vai ser sair de lá sem estar sentado em um carro novo.



Av. Anchieta, 1254

continuação da Av. São Paulo em frente ao Parque do Ingá

44 3026-7373 • 3226-5353

www.ouropretoautos.com.br

avanços tecnológicos no mundo atual, onde, de um lado estão os países ricos, detentores e produtores de tecnologia, e de outro os países emergentes, que são, segundo ele, meros consumidores.

Ele criticou essa realidade, afirmando que países como o Brasil precisam investir muito em educação, que gere cidadania e desperte a consciência da população, para que venham a se tornar produtores de tecnologia. Dante Medeiros Filho afirmou que se o Brasil não fizer isso, corre o risco de perder posição para outros dois importantes países em desenvolvimento, a China e a Índia, que a cada dia investem mais em produção tecnológica.

CARDCELL

Na terceira palestra do evento, o coordenador de Projetos da ACIM, Ayrton Ângelo Silva, abordou o tema “Celular, seu novo cartão de crédito”, quando apresentou aos participantes o CardCell, que permite ao usuário pagar compras e serviços por meio do celular, de forma rápida e segura. Atualmente, as grandes operadoras de cartão de crédito e bancos começam a estudar a tecnologia para adoção junto aos seus clientes. Maringá saiu na frente, pois o CardCell foi lançado pela ACIM, em parceria com a Insula e a TIM, em 2005.

O coordenador de Projetos da ACIM explicou que hoje 30 estabelecimentos de Maringá recebem pagamento via CardCell e que a adesão de empresários é fácil e o custo é baixo. Os usuários de telefone celular, de qualquer operadora – que utilize a tecnologia GSM – também podem utilizar o CardCell para pagamento de compras e serviços.

No período da tarde foi realiza-



UMA MESA-REDONDA DISCUTIU A SEGURANÇA DIANTE DOS AVANÇOS DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO



MARCELO DA SILVA E RENATA PAVAN, PALESTRANTES DA QUINTA EDIÇÃO DO FÓRUM ACIM MULHER

da uma mesa-redonda, com a participação da gerente da Unidade de Tecnologia e Gestão da Informação do Sebrae-Pr, Jaqueline de Almeida; do empresário Sérgio Yamada, diretor do Núcleo de Excelência em Tecnologia da Informação (Nexti-Maringá); do empresário Ilson Rezende, também diretor da Nexti; e do empresário Jair Morroni. O tema em debate foi “Segurança x avanços em TI”.

O evento foi concluído com a realização do 5º Fórum Permanente do ACIM Mulher, que debateu o tema “Mulher e tecnologia: vamos discutir esta relação”, com

palestra da diretora operacional da RM Sistemas, Renata Pavan, e do diretor da Alvo Consultoria, Marcelo Antônio da Silva, que também é professor do Cesumar.

O I Encontro Regional das Mulheres Empresárias, Empreendedoras e Executivas teve apoio da Faciap (Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná), Cacenor (Coordenadoria das Associações Comerciais do Norte e Noroeste do Paraná), Cesumar, Faculdade Cidade Verde, Faculdades Nobel, Faculdades Maringá, HP, UEM e Mabu Golden Ingá Premium Hotel. ■



MARINGÁ, 60.

QUEM TE VIU E QUEM TE VÊ...



Àqueles que chegaram mais cedo para fazer história, a nossa homenagem.

Aos que hoje fazem o seu desenvolvimento, os parabéns pela ousadia.

cocamar[®]

Lançar um novo produto ou mesmo montar estratégias para consolidar uma marca ou um conceito no mercado é sempre um momento delicado. Nesta hora, o empresário pode contar com uma série de estratégias de marketing, como propaganda, assessoria de imprensa e ações promocionais no ponto de venda.

O difícil é saber qual – ou quais – é a mais adequada para cada tipo de negócio, o melhor momento para lançar um produto e quanto investir para que os consumidores conheçam sua marca.

O publicitário Stalimir Vieira, de São Paulo, que tem passagem pelas principais agências de publicidade do país, afirma que o ideal seria que “todo lançamento de produto fosse precedido de uma pesquisa de mercado, para detectar o volume e a qualidade da demanda por parte dos consumidores potenciais”.

A dica dele para o empresário é ficar atento a tudo o que diz respeito ao seu negócio e ao comportamento do consumidor para determinar o momento ideal para lançar um produto, “embora existam circunstâncias que devem ser consideradas, como a sazonalidade”, pondera.

Vieira explica que as ações no Ponto de Venda (PDV), como exposição em gôndolas de supermercados ou distribuição de amostras grátis, “são pontuais e na prática ideal servem para alertar o consumidor da presença, naquele local, de algo que ele viu através dos meios de comunicação”. Quando a verba é pequena e não é possível fazer uso intenso da mídia, ele sugere que as estratégias de PDV sejam acompanhadas de ações interativas com os consumidores.

Qual a melhor estratégia

ESTA É UMA PERGUNTA CRUCIAL NO MOMENTO EM QUE A EMPRESA VAI LANÇAR UMA NOVIDADE NO MERCADO OU ATÉ MESMO IMPLEMENTAR AÇÕES PARA CONSOLIDAR UMA MARCA. O MARKETING OFERECE DIVERSAS FERRAMENTAS PARA QUE ESSE PROCESSO SE DESENROLE COM SUCESSO



JOÃO CANTAGALLI, DA CRIVIALLI: ESTRATÉGIAS DE MARKETING DIFERENTES PARA CADA TIPO DE PRODUTO

IMAGEM DA MARCA

E quanto à realização daquelas promoções do tipo “leve 3, pague 2”? Vieira diz que, em princípio, não recomendaria lançar um produto com uma promoção. “Acho que o lançamento é sempre uma oportunidade de construir uma percepção de valor na mente do consumidor. Só depois que esse valor estiver consolidado acredito que o produto resistirá a uma ação promocional mais agressiva, sem ter comprometida a imagem da marca”.

Também não há uma fórmula

mágica quando a verba para investir numa campanha de marketing é pequena. “A primeira postura que o pequeno empreendedor deve assumir é a do bom senso, ou seja, ter clareza da relação entre o tamanho das suas pernas e o passo que quer dar”, enfatiza Vieira.

Mas o publicitário alerta que a falta de recursos não é justificativa para deixar de promover um produto. “Se o empresário ainda não puder investir em mídia, poderá buscar meios de se envolver com os consumidores que estão

... e qual a estratégia para promover um produto?

mais próximos, estabelecendo laços, criando empatia, construindo tradição. Patrocinar eventos importantes para a comunidade, por exemplo, pode ser um bom começo”, explica.

ESTRATÉGIAS DIFERENTES

O segredo do sucesso da Crivalli, de Maringá, empresa com dez anos de mercado, segundo o gerente comercial, João Cantagalli, está na diversificação do mix de produtos, na distribuição direta para os pontos de vendas, ou seja, sem intermediários, e na parceria com distribuidores exclusivos.

Para continuar crescendo, a empresa oferece vários tipos de produtos, cujo público-alvo é formado, principalmente, por consumidores da classe C. Só na linha de limpeza, que é o carro-chefe da empresa, são cerca de 200 produtos.

A linha de higiene pessoal, que leva o nome H₂O, tem outros 60 e



Bruna Moreschi

STALIMIR VIEIRA RESSALTA QUE MESMO COM POUCOS RECURSOS É POSSÍVEL INVESTIR EM AÇÕES DE MARKETING

a de produtos para limpeza de carro, a Free Way, conta com mais nove. Há também uma linha de xampu e sabonetes para cachorros e gatos, a Doctor Animal, e no segundo semestre será lançada uma linha de produtos de higiene pessoal para crianças.

Cantagalli explica que para cada tipo de produto a empresa usa estratégias diferentes, baseadas em experiências anteriores, em concorrentes de maior porte e até no *feeling*. De acordo com ele, entre as principais estratégias adotadas estão o lançamento

Parabéns, Maringá,
pelos 60 anos
de progresso...



... felicidades
às Mães pelo
seu dia.

MULTMARCAS[®]
marcas & patentes desde 1994
&
Calisto Associados

Av. Paissandu, 853 - Zona 3
Fone: (44) 3226 3254
CEP: 87050 -130 - Maringá/PR

0800 6431626

em feiras promovidas para os supermercadistas, investimento em propaganda e ações promocionais no ponto de venda, como distribuição de amostras grátis, apresentação do produto por meio de promotores de venda e divulgação através de banners.

No caso da linha de limpeza cada produto tem um nome. "É uma estratégia para atrair o consumidor, porque, no senso comum, uma empresa não consegue oferecer produtos de qualidade em todas as linhas. Daí a opção de dar nomes diferentes para cada produto", explica Cantagalli, citando que essa também é a tática adotada pela multinacional Unilever.

Nas próximas semanas a empresa dará início a uma campanha de divulgação da linha Free Way, para carros, em todo o estado. Serão oito meses de campanha para atingir cerca de 200 estabelecimentos dos 2,4 mil cadastrados.

A estratégia escolhida levou em conta a maximização dos recursos, já que a verba destinada para a campanha é de R\$ 40 a R\$ 50 mil por mês. Assim, a empresa optou pela distribuição de amostras grátis, contratação de promotores de vendas e uma campanha publicitária em emissoras de televisão.

Analisando o histórico do produto, a estratégia tem tudo para dar certo: de acordo com uma revista do setor, a linha Free Way foi a terceira mais vendida do Sul do Brasil no quesito produto para limpeza de carro, mesmo com investimentos mínimos em propaganda.

Presente em quase todos os estados brasileiros, com exceção do Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro e da capital paulista, a Cri-

Processo complexo

Outra empresa que também investe freqüentemente em ações de marketing para crescer e expandir os negócios é a Lowçucar, que tem quase duas décadas de existência.

São 95 produtos comercializados diretamente para o varejo, fora os destinados ao segmento industrial, ao mercado externo e os de marca própria. Presente em todos os estados brasileiros, a Lowçucar também tem clientes em nove estados latino-americanos e europeus. São mais de dois mil clientes ativos, incluindo distribuidores.

O lançamento de um produto é um processo importante para a empresa e "extremamente complexo", segundo a gerente comercial e de marketing, Viviane Lippi. "Começa no desenvolvimento do produto e envolve a aprovação, por meio de uma análise de viabilidade, e o planejamento de marketing, que compreende a metodologia a ser aplicada para a divulgação do lançamento, como criação de folhetos, divulgação em revistas

vialli tem seu negócio alicerçado no marketing. "O marketing é a essência da empresa. Tanto que é um dos departamentos que mais trabalham, já que sempre estamos fazendo lançamentos ou adequação de produtos", conta Cantagalli.

Mas nem todas as decisões foram acertadas. Há cinco anos, a empresa lançou uma linha de produtos para lava-louças que não

especializadas, degustações e distribuição de amostras", explica.

A empresa investe freqüentemente também em outras estratégias, como propaganda e ações de PDV, "que são uma forma eficiente de fomentar o consumo e divulgar a marca e o produto junto aos consumidores finais", defende.

"Sabemos que cada área de atuação conta com suas particularidades. Por isso, direcionamos os investimentos pertinentes a cada uma delas mediante o orçamento disponível", explica Viviane Lippi.

teve boa aceitação no mercado. Resultado: os produtos saíram das prateleiras um ano depois.

Para o lançamento da linha de higiene infantil ainda não há uma estratégia definida. "Temos um produto de qualidade e queremos uma embalagem diferenciada. O que não vamos querer é ser mais uma marca no mercado", adianta o gerente comercial. ■

Bruna Moreschi



VIVIANE LIPPI DIZ QUE UM NOVO PRODUTO REQUER ANÁLISE DE VIABILIDADE E PLANEJAMENTO

Nossa família sente um orgulho imenso,
de há 30 anos fazer parte da história da
Cidade Canção.



 **Cidade
Canção**

*Sempre **juntos** com você*



E pra você, o que significa GVT?



A gente pensa em você.



Pra mim, Gastos Vão Terminar.

Porque GVT também significa Economix Flex.

Um Plano único e completo de telefonia e Internet que oferece até 50% de economia.

E tudo isso com uma Banda Larga de qualidade e um melhor atendimento.

Mude já para o Economix Flex.

Vai significar muito mais negócio para a sua empresa.

Ligue:

0800 600 2000

ECONOMIX FLEX SIGNIFICA: Um plano flexível que se adapta ao tamanho da sua empresa • Que pode ser instalado em até 3 endereços • Internet com até 10 Mbps de velocidade • Interurbano no horário comercial com menor preço • Economia nas ligações para celular.



Maringá

A maior riqueza desta cidade
é o valor da sua gente.



SICOOB
Metropolitano

Bom para você, bom para a comunidade.

O EVENTO, QUE SERÁ REALIZADO DE 25 DE MAIO A PRIMEIRO DE JUNHO, TERÁ UM CONCURSO DE DOCUMENTÁRIOS SOBRE A CIDADE, ALÉM DE EXPOSIÇÃO FOTOGRÁFICA E DE ARTES PLÁSTICAS SOBRE O TEMA. COMO OCORREU EM 2006, O FESTIVAL SERÁ ESTENDIDO A CINCO CIDADES DA REGIÃO

Festival de Cinema

Entrando em sua quarta edição, este ano o Festival de Cinema de Maringá foi antecipado. Tendo como tema os 60 anos da Cidade Canção, o evento - que pela terceira vez conta com patrocínio cultural da Viapar Rodovias Integradas do Paraná, via Lei Rouanet, e apoio da ACIM, ocorre de 25 de maio a 1º de junho.

Em comemoração ao aniversário da cidade, durante a abertura oficial será realizada uma homenagem a pioneiros do município. Também haverá um concurso de documentários sobre a cidade, exposição fotográfica com curadoria do MIS (Museu da Imagem e do Som) e do Foto Maringá/Ueta e, ainda, uma exposição de artes plásticas com quadros temáticos sobre Maringá.

Como nos anos anteriores, o evento vai homenagear destaques do cinema nacional. Em 2006, a atriz Eva Wilma recebeu o Troféu Cunha de Aço, confeccionado pelo artista plástico Carlos Emar Mariucci. Até o fechamento desta edição os nomes dos homenageados ainda estavam sendo confirmados pelos organizadores.



EM 2006, A HOMENAGEADA DO EVENTO FOI A ATRIZ EVA WILMA

celebra 60 anos de Maringá

NOVIDADES

A Mostra Competitiva 35 mm, que ocorre de 26 a 30 de maio, também apresenta algumas novidades. Este ano, além da participação de longas e curtas-metragens em 35mm, serão aceitas curtas em plataforma digital e analógica.

Outra inovação está nas premiações. Os vencedores de melhor filme em longa e curta-metragem, na opinião do público, receberão a Menção Honrosa Viapar, o Troféu Cunha de Aço e uma premiação em dinheiro.

Os filmes também serão avaliados nas categorias técnicas – melhor montagem, melhor fotografia, melhor som direto, melhor ator, melhor atriz, melhor música, melhor figurino e melhor cenografia – e os vencedores receberão o Troféu Cunha de Aço.

Os filmes que concorrerão à mostra serão pré-selecionados por uma comissão julgadora formada pelos jornalistas Marcelo Bulgarelli, Andye Iore e Marcelo Henrique; pelos artistas plásticos Sildemar Barros e Tânia Machado; pelo produtor cultural Valdeir Gomes de Souza e pelo publicitário Walter Thomé Junior.

As oficinas de cinema também terão novidades. Além das já tradicionais oficinas de roteiro e produção, os inscritos poderão conhecer mais sobre montagem e edição, direção e fotografia.

NOVOS INCENTIVADORES

Como em 2006, este ano o festival também será estendido a cinco cidades que fazem parte da malha pedagógica da Viapar. Receberão a Mostra Competitiva as

cidades de Campo Mourão, Mandaguari, Apucarana, Mandaguacu e Paranavaí.

Os locais para exibição das obras audiovisuais nos municípios ainda não foram definidos. Todos os eventos serão gratuitos e abertos à comunidade. Além disso, os participantes receberão certificados.

Nesta quarta edição, a Perfil Consultoria, realizadora do projeto, obteve novos incentivadores pela Lei Rouanet para o Festival de Cinema de Maringá: as empresas Petrobrás, Romagnole e Dudony.

O 4º Festival de Cinema de Maringá tem o patrocínio cultural da Viapar e da Petrobrás, copatrocínio da Romagnole, Dudony e Supermercados Cidade Canção; apoio institucional da

ACIM, Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, AVEC, Fundação Cultural de Curitiba, SIAPAR, MIS; apoio cultural do Ministério da Cultura, SESC Paraná, Haddock Buffet, Globo FM, Hotel Deville, Íbis Hotel, Príncipe Hotel, Hotéis Elo, CBN Maringá, Maringá FM, Midiograf, Vinhos Aljôfar, O Diário, Inova, Wnet Internet, Rádio Universitária, Sol Propaganda, TV Clipping, Outbraz, Flamma Comunicação, RPC, Monte Web, Aspen Centro de Convenções, Jacques Vídeo, Foto Maringá, Anima, Alliance, Unidas Rent a Car, Nilson Rabello Produções e H-Mídia.

Mais informações sobre a programação e a agenda do evento podem ser obtidas no site www.festcinemaringa.com.br. ■



UM GRANDE PÚBLICO PARTICIPOU DAS MOSTRAS DE FILMES NO ANO PASSADO

*Existem coisas na vida que,
mesmo para gráficas
muito bem preparadas,
são impossíveis de se
reproduzir no papel.*

*Amor de mãe
é uma delas!*

Parabéns, mamães!

Nossa homenagem a todas as mães que, reproduzindo em seu dia-a-dia ternura, carinho e dedicação, são um perfeito exemplo de amor verdadeiro.



GRÁFICA REGENTE

Av. Paranaíba, 1146 - CEP 87070-130 - Maringá - PR

Fone: (44) 3220-7010

comercial@graficaregente.com.br

www.graficaregente.com.br



Maringá e Grupo Ribeiro: 60 anos compartilhando a vocação para crescer.

Gerar empregos e contribuir para o desenvolvimento do país são os principais motivos de orgulho da Pneumar. E como integrante do Grupo Ribeiro, ao lado da Ribeiro Pneus, Pneumar Multi, Rivesa, Rivemat e Ribemar, tem também justas razões para comemorar os 60 anos de uma história escrita com muita garra e trabalho.

CASA RIBEIRO
Maringá - 1947



Orgulho de pertencer ao Grupo Ribeiro

Vale a pena
OUVIR



REGINALDO DE SOUZA, PROPRIETÁRIO DA ALVORADA CELULARES

PALAVRAS DE AMOR – CÉSAR MENOTTI E FABIANO
Com mais de três anos de carreira, essa dupla mineira conquistou o público brasileiro. Depois de lançar seu primeiro CD e assinar contrato com a gravadora Universal Music, a dupla gravou “Palavras de Amor” ao vivo, em CD e DVD, estourando em todas as rádios com a música “Leilão”. Os fãs do estilo sertanejo podem se embalar ao som das 18 faixas desse álbum.

AO VIVO EM GOIÂNIA – BRUNO E MARRONE
Uma grande estrutura foi montada para a gravação do CD e DVD ao vivo de Bruno e Marrone, comemorando seus 20 anos de carreira. Com a presença de artistas de grande sucesso da atualidade, como Leonardo, Edson & Hudson, Grupo Tradição, Banda Calypso, este CD traz músicas inéditas, além de sucessos do antigo álbum “Meu presente é você”.

Vale a pena
ASSISTIR

GEZIEL ULISSES SILVA – PROPRIETÁRIO DA 2G BORDADOS



passa de mão em mão por diversos lugares até chegar ao Canadá, onde será leiloado. Mas um grande mistério envolve esse instrumento, mudando para sempre a vida de quem ousa tocá-lo. Estrelado por Samuel L. Jackson, “O Violino Vermelho” ganhou o Oscar de melhor trilha sonora.

LENDAS DA PAIXÃO – Edward Zwick (1994)

Tristan (Brad Pitt) sempre viveu nas montanhas e aprendeu com os índios a ter um espírito aventureiro, ao contrário dos outros dois irmãos Alfred (Aidan Quinn) e Samuel (Henry Thomas). Mas algo em comum nasce no coração destes três irmãos, a paixão pela bela e jovem noiva de Samuel, Susannah (Julia Ormond). A família começa a se desmembrar depois da volta de Samuel, acompanhado pela noiva, à casa e a partida dos irmãos para a Primeira Guerra Mundial. Após o retorno da guerra, sem Samuel, que morre em combate, começa a nascer o amor entre Susannah e Tristan. A partir desse momento, revoltas, mágoas e acontecimentos dramáticos levam ao triste desfecho dessa história.

O VIOLINO VERMELHO – François Girard (1998)

Um artesão italiano constrói um violino vermelho, no século XVIII, para homenagear sua mulher e seu filho que irá nascer. O objetivo é fazer um dos mais afinados violinos para tornar o filho um grande músico. O destino interfere e mãe e filho morrem durante o parto. Por 300 anos o violino

Vale a pena
NAVEGAR

<http://www.maringa.com>

Nesse site podem ser encontradas informações sobre tudo o que acontece sobre a cidade, desde baladas, cinema, pontos turísticos, notícias e informações históricas.

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

Tudo sobre informática você encontra nesse endereço, além de artigos, testes e tutoriais sobre o assunto.

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

Para aqueles que adoram tirar uma folguinha para se divertir. Jogos on-line em Macromedia Flash.

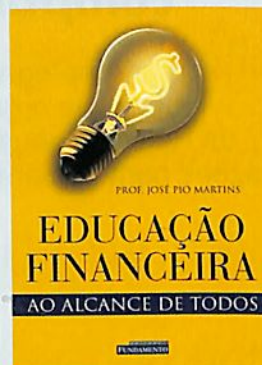
<http://www.circulandolivro.com.br>

Endereço que tem o objetivo de transformar uma biblioteca individual em parte de uma grande biblioteca virtual. O internauta cadastrado pode emprestar livros de outros usuários.

Indicações para o Cultura Empresarial podem ser enviadas para o e-mail textual@textualcom.com.br

O que estou
LENDO

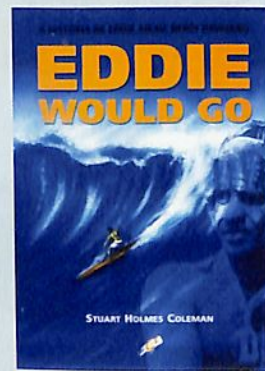
JOSÉ CARLOS FERRAREZI, PROPRIETÁRIO DA RAFAELA CALÇADOS



EDUCAÇÃO FINANCEIRA AO ALCANCE DE TODOS
JOSÉ PIO MARTINS
EDITORA FUNDAMENTO
104 PÁGINAS

Com linguagem simples e objetiva, o economista e professor José Pio Martins ensina como administrar as finanças, seja em casa ou no trabalho. Muitas pessoas se sentem perdidas quando precisam resolver os problemas econômicos do dia-a-dia. Neste livro, Martins apresenta um programa de dez passos sobre educação financeira, mostra como gerar renda, fazer um bom investimento, controlar os gastos, enfim, uma série de assuntos para quem é leigo em economia.

FABIO NOBORU TOMITA, PROPRIETÁRIO DA ELETROFONTE



EDDIE WOULD GO: A HISTÓRIA DE EDDIE AIKAU, HERÓI HAVAIANO
STUART HOLMES COLEMAN
EDITORA GAIA LTDA
320 PÁGINAS

“Eddie Would Go” é uma crônica do surfista e salva-vidas Eddie Aikau. Além de trazer detalhes do avanço do surf profissional, o autor do livro entrevistou familiares, amigos e intelectuais havaianos para descrever fielmente a vida cheia de heroísmo de Eddie. Ele, que já surfou as maiores ondas do mundo e salvou várias vidas em North Shore, acabou tendo um fim trágico em uma tentativa de salvar seus companheiros de tripulação em uma tempestade em alto mar. Depois de pegar sua prancha e pular no mar em busca de ajuda, o surfista não foi mais encontrado.

É inadmissível que um empresário, na hora de entregar seu cartão, tenha que procurá-lo no meio de mil papeizinhos, cédulas, cartões de crédito e talões de cheque, dentro de uma carteira abarrotada. Pior só mesmo tirar do bolso um caneta velhinha, gasta, de promoção ou brinde político.

Empresário de sucesso precisa ter um visual de sucesso. Por isso, além de um terno bem cortado, uma camisa de qualidade, sapatos impecáveis e relógio imponente é preciso ter uma caneta que cause boa impressão e um porta-cartões discreto e organizado. Só assim um negócio pode começar e terminar bem e em grande estilo.

E nesses detalhes é bom não economizar, encare como um investimento. Não precisa também entrar no vermelho ou financiar a compra da edição mais luxuosa e exclusivíssima da Montblanc.

Mas se você puder, não tenha medo compre uma Montblanc e seja feliz: essa marca ainda é símbolo de status. Mas algumas opções com preços não tão exorbitantes fazem um belo papel. E um empresário acostumado a tomar as melhores decisões precisa saber também escolher bem a sua caneta, em lojas especializadas ou boas papelarias, e sair assinando ótimos contratos.

Já um elegante porta-cartão pode ser moderno em aço escovado, por exemplo, ou um clássico em couro preto ou marrom. Os homens mais 'descolados' podem escolher em couro de avestruz ou com textura croco, tudo muito chique.

E um porta-cartão tirado do bolso ou de uma bela pasta no momento certo pode impressionar muito. O que não vale é usar qualquer acessório chinfrim para tentar impressionar. Mais do que isso,

Detalhes que são essenciais

A DUPLA CANETA E PORTA-CARTÃO PODE FAZER TODA A DIFERENÇA NA HORA DE PROVAR QUEM TEM ESTILO



Bruna Moreschi/Gentileza: Binho Importados

é preciso ter um cartão bem caprichado, feito por um profissional da área, com impressão de qualidade e, é claro, informações essenciais.

É ELAS?

Bem, elas também não podem pisar na bola. Principalmente as mulheres que costumam ter a bolsa lotada de coisas (sempre úteis, diga-se de passagem). Também não é elegante vasculhar a bolsa à procura de um cartãozinho que por sorte não estará amassado.

Um porta-cartão feminino pode ter mais charme e ser em uma cor

mais forte como cereja ou vinho. Mas nada de coisas engraçadinhas e nem que demonstrem fragilidade, em rosa-bebê ou com personagens como Hello Kitty. Quem já passou dos 16 anos deve deixar as fofurinhas fora da rotina profissional. E uma bela caneta também deve ser usada pela mulher executiva. A regra é quase a mesma dos porta-cartões, nada que demonstre muita fragilidade. Pode ser feminino, mas precisa ter atitude.

Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda

CURSOS

Informações e inscrições:
capacitacao1@acim.com.br ou
pelo fone 44-3025-9640

■ COMO COBRAR CLIENTES INADIMPLENTES

Instrutor: Braz Vendramini
Data: 21 a 24 de maio
Horário: 19 às 23 horas

■ ATUALIZAÇÃO PARA AUDITORES INTERNOS DA QUALIDADE – NORMA ISO 9001

Instrutor: Osmar da Cruz Martins
Data: 26 de maio
Horário: 8 às 18 horas

■ CONTABILIDADE PARA NÃO CONTADORES

Instrutor: Claudinei Oliveira
Data: 21 a 25 de maio
Horário: 19 às 23

■ FEEDBACK COMO FERRAMENTA NA SOLUÇÃO DE CONFLITOS

Instrutora: Patrícia Carla de Souza
Data: 28 a 31 de maio de 2007.
Horário: 19 às 23 horas

■ PROTOCOLO E CERIMONIAL

Instrutor: Sergio Gini
Data: 28 de maio a 1º de junho
Horário: 19 às 23 horas



Bruna Moreschi

As três apresentações da Encenação da Paixão de Cristo reuniram mais de 30 mil pessoas, na praça da Catedral Basílica Nossa Senhora da Glória, em Maringá, no início de abril. A encenação da crucificação, morte e ressurreição de Jesus contou com a participação de 300 pessoas, entre artistas e equipe técnica.

O evento, que é apresentado desde 2004, foi uma realização da Renovação Carismática Católica e contou com patrocínio da Prefeitura de Maringá e da iniciativa privada, com apoio da ACIM.

ACIM COMPLETA 54 ANOS

No dia 12 de abril a ACIM completou 54 anos de fundação. Dos 42 primeiros associados até os 3.480 de hoje, a atuação da ACIM a colocou como uma das principais associações comerciais do país.

A assembléia de fundação da entidade foi realizada em 12 de abril de 1953, no antigo Cine Maringá, onde aconteceu a eleição de uma diretoria provisória para a elaboração do estatuto social. Depois do documento redigido foi feita a primeira eleição no auditório da Rádio Cultura. De Américo Marques Dias até Carlos Tavares Cardoso, já passaram pela presidência da entidade 28 empresários.

As ações e decisões da Associação passam pelo Conselho de Administração, Conselho Superior, Conselho da Mulher Empresária e Executiva, Conselho Permanente do Jovem Empresário e Conselho do Comércio e Serviços.

No total, 250 conselheiros atuam como voluntários da entidade. As decisões tomadas pelos conselheiros são colocadas em prática com o trabalho de 62 colaboradores.

“A ACIM é uma entidade de vanguarda que procura mobilizar a classe empresarial para promover o bem comum na sociedade”, afirma o atual presidente da entidade, Carlos Tavares Cardoso.

SUCESÃO EMPRESARIAL

O consultor Renato Bernhoeft, considerado um dos maiores especialistas em sucessão em empresas familiares, ministrou em Maringá, no final de abril, a palestra "Transformando empresa familiar em empresa família". O evento, realizado no Bristol Hotel, foi promovido pela ABRH (Associação Brasileira de Recursos Humanos), em parceria com o Centro de Capacitação da ACIM e o Copejem.

Bernhoeft ressaltou na palestra que é preferível que a transição do comando da empresa seja feita enquanto o fundador ainda estiver vivo. Os erros mais comuns cometidos em empresas familiares acontecem, de acordo com ele, quando o fundador quer escolher seu próprio sucessor, quando o sucessor é apenas um bom gestor e não sabe "costurar" as relações familiares e/ou quando todos da família dependem financeiramente da empresa.

TOMODATI SHIMBUM

Os dekasseguis ganharam um canal de comunicação, com notícias sobre o mercado de trabalho, dicas para os brasileiros que estão indo trabalhar ou estão voltando do Japão, reportagens sobre legislação, aspectos tributários e economia.

Trata-se do Tomodati Shimbun, jornal de periodicidade bimestral e tiragem de cinco mil exemplares, que foi lançado em 4 de abril pelo Instituto Tomodati, ONG criada para assessorar os dekasseguis e que tem a ACIM entre seus mantenedores.

O vice-presidente para assuntos financeiros do Instituto, Ivo Yamamoto, afirmou, durante o lançamento do jornal, que o objetivo é "manter o dekassegui atualizado por meio de uma publicação que valorize tanto o trabalhador quanto o empreendedor dekassegui e a comunidade nikkei".

A primeira edição, que está em circulação, foi distribuída para diversas entidades nikkeis do Paraná, Mato Grosso, Pará, São Paulo e até do Japão. A versão eletrônica do informativo está disponível no endereço www.tomodati.org.br



Bruna Moreschi

Bernhoeft sugere a construção de um acordo societário, regulando os direitos e deveres de cada membro da família, como será representada a vontade de todas as partes, como se dará a administração do negócio, entre outros pontos. "É importante que todos os sócios sejam preparados para trabalhar na empresa", declarou.



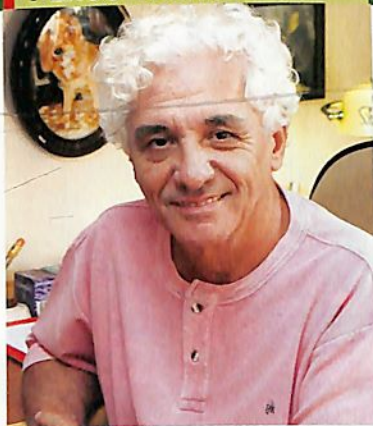
Bruna Moreschi

EMPRESÁRIAS DO PARANÁ

No dia 20 de abril foi realizada na ACIM uma reunião do Conselho Estadual da Mulher Empresária e Executiva, da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap).

Na reunião, que é mensal e realizada alternadamente em Curitiba e numa cidade do interior, foram discutidos diversos assuntos, entre eles a formatação do II Encontro Estadual das Mulheres Empresárias, durante a Conveção Anual da Faciap, que acontecerá em setembro, e a realização do projeto "Ampliar e Capacitar", cujo objetivo é formar lideranças empresariais femininas.

No final do dia, o presidente da Faciap, Ardisson Akel, fez a entrega oficial do computador que a ACIM ganhou em novembro do ano passado por ter conquistado o primeiro lugar no Prêmio Faciap Rumo à Excelência em Gestão. A premiação foi na categoria máster - associações com mais de mil associados.



CRÔNICA DE UM PEDESTRE

DE REPENTE ME LEMBRO DO VERDE,
A COR VERDE A MAIS VERDE QUE
EXISTE (PAULO LEMINSKI)

Uma das razões que me faz pedestre é o gosto de andar por andar. A outra é não saber dirigir. Esperar pelo transporte coletivo, portanto, se tornou um hábito e uma necessidade para mim. Por essa razão, ao chegar por aqui, em 1985, chamou minha atenção um costume do lugar. Quando decidia esperar pelo ônibus, para ir à universidade, achava estranho alguém, ao indagar se *ela* já tinha passado, receber como resposta que *ela* ainda não passara ou que *ela* tinha acabado de passar!

Depois, aprendi que em Maringá ninguém espera por ônibus ou coletivo, mas pela *circular*. Daí o tratamento soar estranho, e com o qual nunca cheguei a me acostumar. Mesmo agora, quando escuto a mesma coisa, não consigo olhar e pensar que se trata d' *ela*!

A cidade de um pedestre, ainda que seja a mesma do motorizado é, de alguma maneira, outra cidade. Ser pedestre implica pertencer a um tempo diferente dos que cruzam a cidade sobre rodas, sem muita atenção! Claro que também se pode caminhar alheio e não perceber coisa alguma, já que se conhece tudo que não se atenta para mais nada, porque tudo se tornou familiar!

Mas a relação com uma cidade é sempre peculiar para quem nutre por ela um carinho especial: seu movimento, seus problemas, seus detalhes e surpresas. Para quem se interessa por suas formas e cores, seus contrastes, seu ruído, sua publicidade, sua gente, seu andar...

Maringá. Cidade bonita que se orgulha do seu verde, hoje tão adoentado. Planejada como uma cidade-jardim, nos moldes ingleses, traiu esse modelo, entre outras coisas, se o termo serve de metáfora, porque não somos britânicos e estamos no Brasil!

Sei que atravessar as ruas e avenidas de Maringá é um risco que nem seus faróis escalonados diminuam. O desrespeito, mesmo depois desse esforço educativo de faixas para pedestres, algumas tão pouco adequadas, é a regra de quem arranca e não pára, para não perder o sinal. E no meio da urgência dos motorizados, tem a pressa dos pedestres que se arriscam entre as rodas dos carros, motos e bicicletas. Tudo muito natural. Tudo um risco só, sem atenção, sem educação!

Maringá. Cidade estranha para quem olha, vê, sente e pensa: latinhas, garrafinhas, copinhos, saquinhos plásticos, papéis, papel picado, poluição sonora, visual, catadores, pedintes, vendedores, "piratas", malabaristas, crianças, velhos, cães... Árvores calçadas, calçadas arrebentadas, descalçadas, desniveladas, esburacadas, como as ruas e os terrenos baldios, abandonadas... O lixo atirado, esquecido. O mato que se deixa crescer, o bueiro que se deixa entupir e o público que se deixa privatizar. O carro, a loja, o matagal, o buraco, a construção, o churrasco, o peixe, a mesa, o bar... Sobra a rua para caminhar!

Maringá 60 anos. A menina e a moça ficaram para trás. Em nome delas, uma rica senhora pede agora a nossa atenção e cuidados especiais: com seus deficientes, cães, velhos e crianças. Com suas avenidas, árvores, praças, bichos e bosques. Com sua gente. Com seu lugar.

EDUARDO MONTAGNARI É SOCIOLOGO E EX-SECRETÁRIO DE CULTURA DE MARINGÁ

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE
NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO XLIV Nº 464 MAIO/2007
PUBLICAÇÃO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ -
ACIM / FONE: 44 3025-9595

DIRETORA RESPONSÁVEL
Tininha Rodrigues
Vice-presidente de Marketing

CONSELHO EDITORIAL
Tininha Rodrigues, Dirceu Herrero Gomes, Sérgio Gini, João Paulo Silva Júnior, Altair Aparecido Galvão, Miriam de Moraes Parmezani, Regina Daefiol, Giovana Campanha.

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Regina Daefiol MTB 2538/10/89 Pr

COLABORADORES
Giovana Campanha, Vanessa Bellei, Sérgio Gini, Viviane Farias

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Regina Daefiol
Giovana Campanha
Sérgio Gini

CAPA
Vanessa Baraldi

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

FOTOS
Bruna Moreschi
Valdir Carniel

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: revista@acim.com.br

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE: Carlos Tavares Cardoso
CONSELHO SUPERIOR -
Presidente: Ariovaldo Costa Paulo
COPEJEM - Presidente: Osler Colombari Filho
ACIM MULHER - Presidente: Helenice Ferri
CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS -
Presidente: Ariovaldo Costa Paulo

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

ITALIA MILANO

Produtos Promocionais & Moda



Linha Ecológica



Camisetas produzidas de material reciclável. (garrafas pet = 1 camiseta)



Selos de Qualidade



A Empresa

Av. Souza Naves, 193 - Barra Funda - CEP 86800-570

Apucarana-Paraná (A capital nacional do boné)

Fone: (43) 3420-1000 Fax: (43) 3422-6229



O meio ambiente pode ser o negócio de sua empresa!
Participe do Congresso, visite a Feira e entre
nas Rodadas de Negócios.



NEGÓCIOS *sustentáveis* AMBIENTAIS 2007

Equipamentos, Projetos e Serviços

CONGRESSO

Políticas Públicas para Meio Ambiente
Preservação das Águas
Biocombustíveis
Aquecimento Global e o Clima
Manejo Sustentável de Florestas
Mercado de Carbono

CURSOS E OFICINAS

Legislação e Licenciamento Ambiental
Gestão de Resíduos Urbanos
Turismo Sustentável
Engenharia Ambiental e seus Desafios
Soluções em Energias Alternativas
Tecnologias Sociais e Sustentabilidade

ENCONTROS PARALELOS

Secretários Municipais de Meio Ambiente
Parlamentares Ambientalistas
Órgãos Ambientalistas de Governos
Jornalistas Ambientalistas
Educadores e Estudantes
Seminário Empresarial

FEIRA DE EQUIPAMENTOS, PRODUTOS E SERVIÇOS

29/08 – das 14 às 22 hs
30 e 31/08 e 01/09 – das 09 às 20 hs

RODADAS DE NEGÓCIOS

BR e Alemanha / BR e França / BR e Mercosul
01/09 – das 09 às 12 hs

29 de agosto a 1 de setembro de 2007
EXPOTRADE Convention & Exhibition Center
Curitiba – PR

www.negociosambientais.org.br

EXPOTRADE
CONVENTION & EXHIBITION CENTER

REALIZAÇÃO:



Fone: (44) 3031.3071
E-mail: adm@ciabrasil.org.br

APOIO



ORGANIZAÇÃO:



Fone: (44) 3025-6767
E-mail: contato@tasaeventos.com.br



IDEALIZA
eventos