

Revista

ACIM

R\$ 5,00
Agosto/ 2007
Nº 468
Ano 44

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

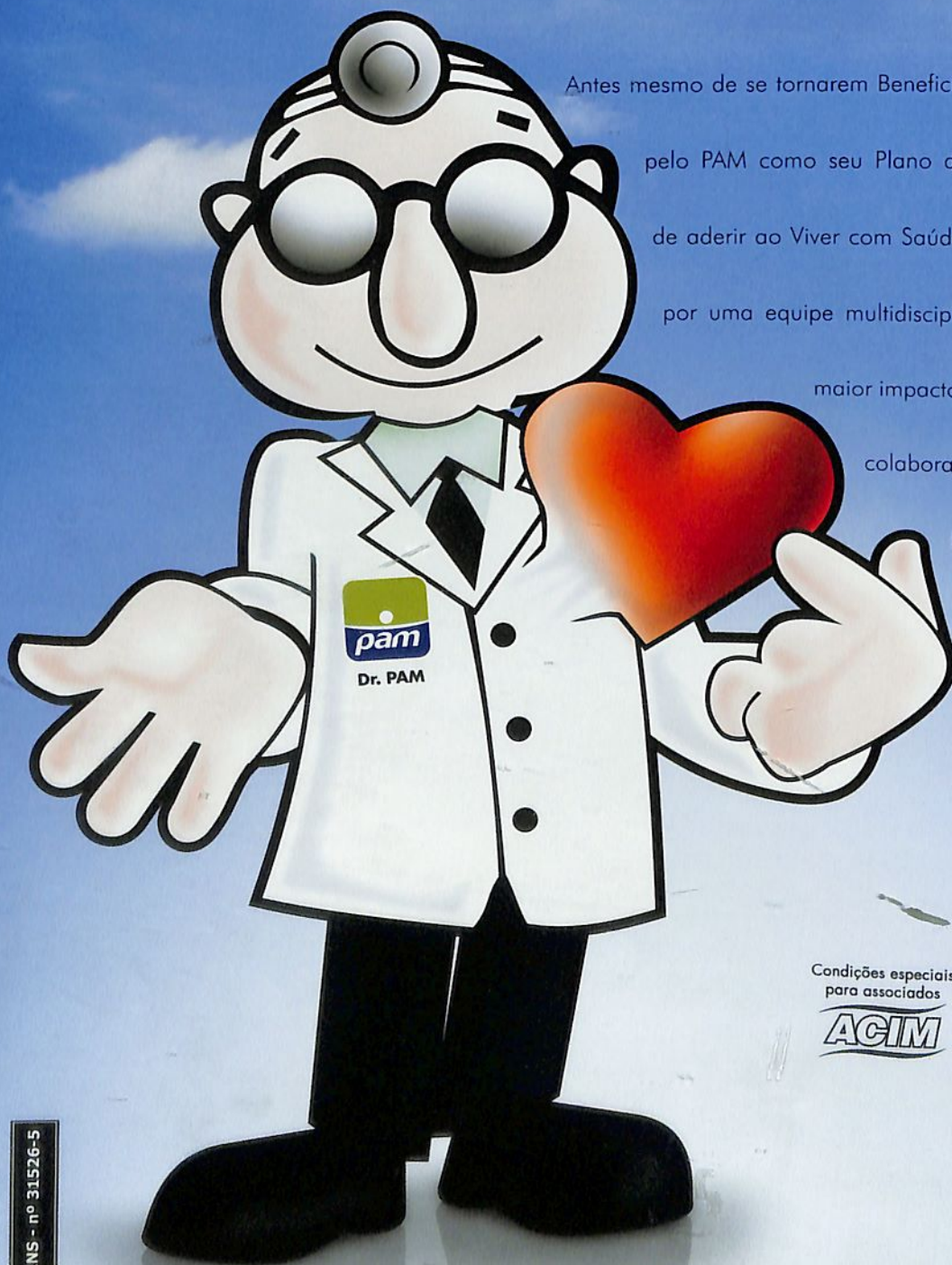


Energia

**Uso racional favorece a empresa
e o meio ambiente**

“Viver com Saúde”

O Programa de Medicina Preventiva nas Empresas é mais uma maneira que o PAM tem de demonstrar o que faz de melhor: Atender com o Coração.



Antes mesmo de se tornarem Beneficiárias, as empresas que optam pelo PAM como seu Plano de Saúde têm a oportunidade de aderir ao Viver com Saúde. Um programa desenvolvido por uma equipe multidisciplinar que atua nos fatores de maior impacto para a qualidade de vida dos colaboradores e seus familiares.

Ligue para o PAM e saiba como o Programa Viver com Saúde pode tornar a sua empresa mais saudável.

Condições especiais para associados

ACIM



Nosso Atendimento é de Coração

www.pam.med.br

LIGUE: **3218-1515**



Índice

REVISTA ACIM ANO 44 Nº 468

ENTREVISTA

6

O palestrante e consultor Waldez Ludwig fala sobre a inovação e a liderança como regras básicas da competitividade

REPORTAGEM DE CAPA

12

O uso racional da energia elétrica traz redução de custos, favorece o meio ambiente e é uma atitude que ajuda o país a manter afastado o risco de "apagão"

EMPRESÁRIO DO ANO

18

O médico Durval dos Santos Filho, presidente da Unimed, recebe a premiação, conferida pela ACIM, Sivamar, Apras e Fiep

COMÉRCIO ELETRÔNICO

26

Essa modalidade de vendas vem crescendo no país e muitas empresas de Maringá começam a disponibilizar produtos e serviços via internet



Licitações podem ser um bom negócio

Estamos vivendo um momento ímpar na cidade. A partir do trabalho da ONG Observatório Social, o município conseguiu economizar, no período de nove meses, mais de R\$ 9 milhões nas compras feitas por meio de licitações. Este trabalho também levou o prefeito Silvio Barros a abrir sindicância sobre três licitações da Secretaria de Saúde, por suspeita de superfaturamento.

O acompanhamento da sociedade é fundamental para evitar esse tipo de irregularidade, que se tornou comum no Brasil, em todos os níveis de governo. Ao longo dos anos, criou-se uma cultura de superfaturar preços nas vendas para órgãos públicos como forma de compensar os atrasos de pagamento e também de prevenção contra as perdas monetárias na época em que havia inflação alta.

A realidade da economia mudou, mas as práticas em licitações continuaram as mesmas. Essa cultura precisa acabar. E só será possível mudar quando mais empresas participarem das licitações. A ACIM, em parceria com o Observatório Social, quer incentivar os empresários da cidade a participar dos processos licitatórios da Prefeitura.

Para isso, está estudando algumas ações, como prestar assessoria, em parceria com o Sebrae, para empresas interessadas em participar e dar garantia de recebimento para os vencedores de licitações. Além disso, a ACIM está disponibilizando um link em seu portal com as licitações a serem realizadas pela Prefeitura de Maringá.

Com mais empresas participando das concorrências, o município terá chances de aumentar o número de

fornecedores e de comprar a preços menores, o que representa uma economia para os cofres públicos.

Do ponto de vista das empresas a vantagem é que conquistarão um grande cliente. A Prefeitura de Maringá realiza, em média, cem licitações por mês. Isso representa um valor em torno de R\$ 100 milhões anuais destinados para a compra de mercadorias e serviços. Esses números mostram a existência de um nicho de mercado que não pode ser desprezado pelas empresas de Maringá. Muitos empresários de fora já descobriram isso.

Vale ressaltar que neste trabalho de acompanhamento e de ampliação da participação das empresas locais nos processos licitatórios todos saem ganhando. As empresas, que aumentam seu mercado. A Prefeitura, que terá mais chances de comprar o que necessita a preços menores. E a sociedade, que verá o dinheiro de seus impostos sendo bem empregado. Sem contar que se o município economiza, sobram recursos para investir em serviços de qualidade para a população.

Nossa cidade vive um momento histórico e o empresariado tem tudo para fazer parte dele. A ACIM está à disposição de todos que tenham interesse em participar e quer, com esta iniciativa, contribuir neste processo de mudança de postura da sociedade em relação ao dinheiro público.

Parabéns ao Observatório Social pelo belo trabalho que vem realizando e parabéns à administração municipal que abriu as portas da Prefeitura para que esse processo pudesse ter início.

Carlos Tavares Cardoso,
presidente da ACIM

VIOLA CAIPIRA EM MARINGÁ

Altair Galvão



Maringá foi palco de apresentações do show "Viola no Picadeiro", que conta com o apoio da Lei Rouanet, que incentiva ações culturais no país. No último dia 19 de julho, no Cine Teatro Plaza completamente lotado, Pena Branca, Tarcísio Manuvéi e Orquestra Viola do Cerrado, fizeram um show que encantou a todos. A turnê "Viola no Picadeiro" conta com a presença de nomes da música caipira como Pena Branca (da dupla Pena Branca e Xavantinho) e Inezita Barroso - cantora e apresentadora do Programa Viola Minha Viola, que não pôde estar em Maringá por problemas de saúde. Junto com Pena Branca, se apresentou em Maringá o músico e produtor Tarcísio Manuvéi (que acompanha Pena Branca desde o falecimento de seu irmão), acompanhado do "Grupo Viola de Nós" e da "Orquestra de Violeiros de Uberlândia Viola do Cerrado" (formado por dez músicos, sendo 6 violas caipiras, 1 violão de nylon, 2 percussões, 1 baixão).

ROOM TAX

Criado no Canadá em 1970, o room-tax (ou taxa de ocupação do quarto) é uma prática internacionalmente conhecida. A contribuição é voluntária e é solicitada pelos hotéis aos hóspedes. A cobrança é feita por diária. Os convention & visitors bureaux do mundo todo são mantidos pelos recursos conseguidos por meio do room-tax e por empresas dos mais diversos setores da cadeia produtiva do turismo. Em Maringá, o valor arrecadado pelos hotéis é repassado ao Maringá e Região Convention & Visitors Bureau para investimentos na promoção e divulgação da cidade como destino turístico, na captação e apoio a eventos ou ainda no treinamento de profissionais do trade turístico. O Maringá e Região CVB já produziu um gibi para explicar aos hóspedes de hotéis da cidade o propósito do órgão e como é empregado o dinheiro arrecadado com o room-tax.

FA COMUNIDADE AJUDA CRIANÇAS

Resultado de uma parceria entre a Prefeitura, através da Secretaria da Assistência Social e Cidadania - Sasc e a fábrica de acolchoados FA Maringá, o FA Comunidade oferece atividades educativas, esportivas e recreativas para crianças e adolescentes, entre 6 e 14 anos, no período em que não estão na escola. Por ocasião da estréia do filme "Ratatouille", no último dia 13 de julho, cerca de 100 crianças e adolescentes que participam do projeto foram ao cinema, a maioria pela primeira vez. De acordo com a diretora da instituição, Cleusa Batista Pimentel, esta é uma oportunidade para muitas crianças que não têm condições de pagar a atividade de lazer", destaca. As crianças e adolescentes assistiram ao filme em uma sala do cinema do Shopping Cidade, reservada apenas para os alunos. O projeto atende 150 crianças do Conjunto Porto



Seguro, bairros vizinhos e ainda dos Conjuntos Guaiapó e Requião. Com o auxílio de educadores e profissionais de educação física, as crianças participam de oficinas de artesanato, passeios, jogos, recebem orientação pedagógica e ainda aprendem a cuidar de uma horta comunitária, cultivada na sede do projeto.

TOME NOTA

A Cocamar recebeu três dos seis prêmios destinados às cooperativas do Paraná no Prêmio OCB/Revista Globo Rural, entregues no último dia 8 desse mês, em Brasília. A Cocamar foi representada pelo seu presidente, Luiz Lourenço, e pelo assessor ambiental, Osvaldo Danhoni. Um dos prêmios recebidos pela Cocamar foi na área de Meio Ambiente, pelo projeto denominado "Cultivar". O projeto consiste em uma parceria com a Secretaria de Estado do Meio Ambiente para a produção de mudas de espécies nativas, destinadas para a recuperação de matas ciliares. Nos últimos 12 meses, mais de 800 mil mudas foram distribuídas pela cooperativa para municípios de sua região, sendo parte delas produzida por alunos da APAE e por detentos da Penitenciária. Na APAE, 20 alunos foram contratados como funcionários da Cocamar, com carteira assinada e todos os direitos trabalhistas. Na Penitenciária, o trabalho é realizado por internos, com redução da pena.

A Receita Estadual do Paraná, através da Norma de Procedimento 50/2007, restringiu a autorização para impressão de documentos fiscais (AIDF) para notas fiscais modelo 1 e 1-A (utilizadas somente para operações entre contribuintes, um bom exemplo é a devolução de mercadorias), a empresas optantes pelo regime do SIMPLES NACIONAL. Essas empresas, quando necessitarem a emissão desses documentos deverão fazê-lo no site da Secretaria da Fazenda.

A 17ª. edição do MaxiMídia, que vai de 3 de setembro a 4 de outubro, trará nomes consagrados do cenário do marketing e publicidade mundiais, como Pat Fallon, Bárbara Kennington, Tim Love e Scott Donaton. Entre os moderadores estão confirmados Marcelo Tas, Pedro Parente, Giancarlo Civita, entre outros. Em Maringá, o MaxiMídia será transmitido pela RICPro, braço de eventos da Rede Independência de Comunicação, retransmissora da Rede Record.

A Lettera Propaganda, de Maringá, conquistou mais um cliente em julho. Trata-se do Hoyts General Cinema, empresa internacional de entretenimento, resultado da fusão da norte-americana General Cinema Companies e a australiana Hoyts Cinemas Limited. Localizada em Guarulhos/SP, a Hoyts é um gigantesco complexo de exibição de filmes multiplex com 15 salas Stadium.



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



Quer mudar para ter até 50% de economia na sua conta telefônica?

Mude para o Economix Flex da GVT. Mude pra pagar menos nas ligações para celular e ter DDD a preço de ligação local. Mude para ter uma Banda Larga com até 10 Mbps, hospedagem de site, e-mail e um melhor atendimento. Mude para não se preocupar mais com a telefonia e a Internet da sua empresa. **Mude para uma operadora que pensa na sua empresa.**



Ligue 0800 600 2000

www.gvt.com.br

Inovar e ter lider



Bruna Moreschi

SEGUNDO O PALESTRANTE E CONSULTOR WALDEZ LUIZ LUDWIG, ESTA É A REGRA BÁSICA NO MUNDO DOS NEGÓCIOS. NOS ONZE ANOS EM QUE ATUA COMO CONSULTOR EM GESTÃO EMPRESARIAL, LUDWIG JÁ FEZ PALESTRAS PARA MAIS DE 500 MIL PESSOAS. NESSES EVENTOS, O CONSULTOR FALA SOBRE OS CENÁRIOS E AS TENDÊNCIAS NA ÁREA DE GESTÃO ORGANIZACIONAL, COM FOCO NAS ESTRATÉGIAS COMPETITIVAS, CRIATIVIDADE PARA A INOVAÇÃO, MELHORIA DA QUALIDADE E DESENVOLVIMENTO DO CAPITAL INTELECTUAL. LUDWIG ESTEVE RECENTEMENTE EM MARINGÁ E CONCEDEU ENTREVISTA EXCLUSIVA À REVISTA ACIM

AS EMPRESAS BRASILEIRAS ESTÃO PREPARADAS PARA ENFRENTAR UM MERCADO CADA VEZ MAIS GLOBALIZADO E COMPETITIVO?

As empresas estão evoluindo, mas a grande maioria tem dificuldades ainda. Há um processo de evolução, mas ainda muito lento. Nós deveríamos estar acompanhando o ritmo de evolução das organizações de países em desenvolvimento, mas não estamos. A Coreia e o Chile passaram à nossa frente, a China está vindo com tudo.

POR QUE ISSO ACONTECE?

Até bem pouco tempo atrás, não se competia pela inovação, se competia por preço. Especialmente no Brasil, um país que vende *commodities*, matéria-prima. Quando a competição era por preço, tudo ficava mais fácil, até porque o Brasil tinha uma vantagem, a mão-de-

obra barata. Esta é também uma vantagem da China, que, porém, entrou para a corrida da inovação, porque o país descobriu que não sobreviverá no mercado oferecendo apenas preço baixo. A briga mundial, neste momento, é pela capacidade de colocar idéias, produtos e processos novos no mercado, aceleradamente. O preço não sobrevive porque deixou de ser fator de decisão de compra há muito tempo. Na nova ordem do mercado mundial, a diferenciação de qualidade vem em primeiro lugar e depois o preço. Isso só não acontece com as *commodities*, que não têm diferenciação de qualidade.

ESSAS DIFICULDADES DE ADAPTAÇÃO ÀS MUDANÇAS DO MERCADO SÃO MAIORES OU MENORES NAS EMPRESAS FAMILIARES?

As empresas familiares que so-

breviveram são as que se profissionalizaram. Os membros competentes continuam, os que não têm competência administrativa devem fazer outra coisa. E, obviamente, por serem herdeiros, continuam recebendo dividendos. Se a pessoa da família não tem talento, deve ser afastada e no lugar dela deve ser contratado um profissional. Isso tem ocorrido em muitas empresas e tem dado muito certo. Essas empresas familiares vão muito bem.

ALÉM DA GLOBALIZAÇÃO, AS EMPRESAS TAMBÉM ESTÃO TENDO QUE SE ADAPTAR À ERA DA DETENÇÃO DA INFORMAÇÃO E DO CONHECIMENTO. ESTE PROCESSO TAMBÉM NÃO É FÁCIL...

Essa era começou com a revolução tecnológica, que trouxe uma invenção atrás da outra - satélite, computador - que promoveram a

nça para conseguir competitividade

integração e a velocidade da comunicação. Quer dizer, quando existia o computador separado do satélite, não havia diferença na competitividade. E o satélite sozinho, por sua vez, também não influenciava muito nesta área. Quando o homem juntou as duas coisas, aí nasceu esse ambiente global em que vivemos. E o cenário mudou completamente. Hoje não existe mais interior, nenhum país do mundo hoje tem interior. (Osama) Bin Laden provavelmente está escondido em uma caverna, mas está conectado no mundo, via banda larga, da mesma forma que (George W.) Bush.

Quando nasci, na minha cidade era difícil fazer uma ligação telefônica. Hoje, de qualquer lugar do mundo é possível falar via celular. Essa era da integração da informação e da globalização é fabulosa para uma cidade como Maringá, pois tira aquele estigma das cidades menores, de cidade do interior. E com a vantagem de que as cidades menores hoje são as preferidas, pois não têm os problemas dos grandes centros, como a violência desenfreada, a superpopulação urbana, a miséria na periferia. Com as empresas concorrendo num mercado globalizado e os consumidores tendo acesso à

informação, a exigência por qualidade aumentou. A grande virada começou com a necessidade constante da busca pela melhoria da qualidade. Ultrapassada essa fase, as empresas passaram a competir pela inovação. O que vemos é que a base de toda a mudança do mercado é o cidadão, ou seja, o consumidor com um novo perfil.

E COMO AS EMPRESAS PODEM MUDAR PARA SE TORNAREM COMPETITIVAS DENTRO DESTES CONTEXTO?

Qualquer transformação é muito complexa. Neste caso, a

O seu expediente pode acabar às 18h.
O nosso continua!

De tempos em tempos a vida nos conduz à mudanças. E foi considerando as suas necessidades e falta de tempo que a Day Clinic resolveu inovar. A partir de agosto a clínica passa a atender também em horário especial, das 18h às 23h com especialidades odontológicas. É o Day Night Clinic, um serviço que tem como principal objetivo oferecer a você o melhor atendimento em um horário mais tranquilo da sua agenda.

DAY NIGHT CLINIC DAS 18H ÀS 23H.



Av. Rio Branco 917 - Zona 5
Estacionamento Exclusivo
(44) 3031-5598 - Maringá - PR
www.dayclinic.odo.br
dayclinic@dayclinic.odo.br



Lumen

liderança tem um papel fundamental nas mudanças que devem acontecer nas empresas que querem se manter competitivas. O ser humano necessita de liderança, é uma necessidade animal. O papel do líder é motivar para as mudanças. Por isso, as empresas precisam de líderes fortes, contemporâneos. No mundo competitivo de hoje as empresas não precisam mais de gerentes, de chefes, precisam de grandes líderes. Aí sim tem início a transformação.

O SENHOR ACREDITA QUE AS EMPRESAS PASSARAM A VALORIZAR MAIS O CAPITAL HUMANO?

O empresário, muitas vezes, considera mais importantes as instalações da empresa, os equipamentos. Pelo alto valor deste tipo de capital, há uma tendência natural



Bruna Moreschi

“Na nova ordem do mercado mundial, a diferenciação de qualidade vem em primeiro lugar e depois o preço”

de achar esses bens mais importantes. Porém, em termos de competitividade, isso não tem importância alguma. Porque, se uma empresa tem uma máquina fabulosa, a concorrente também pode comprar. O que vai fazer a diferença é quem opera a máquina. O empresário precisa ter consciência de que a competitividade é baseada em pessoas. E o ser humano precisa de estímulos. A única característica que nos distingue dos animais é a capacidade inovadora. Se a pessoa trabalha num lugar onde tem apenas que obedecer ordens e cumprir uma rotina, sem oportunidade de criar, não sentirá prazer em trabalhar. As empresas precisam dar oportunidade para seus colaboradores terem idéias. Aí sim as pessoas começam a gostar de trabalhar. ■

Viajou e esqueceu as chaves?



O **GARCIA EXPRESS** atende a todos os clientes que necessitam enviar ou receber encomendas de até 20 kg com rapidez, associando preço baixo e segurança. Este serviço cobre as cidades onde os ônibus da Viação Garcia tem ligação direta e os pontos de recepção e entrega são os próprios guichês das rodoviárias credenciadas.



Saiu, GARCIA EXPRESS chegou!
ENCOMENDAS RÁPIDAS

Serviços de Encomendas Rápidas de Rodoviária para Rodoviária.

www.viacaogarcia.com



Crédito Sicoob

Sicoob Resolve

Com o CDC – Sicoob Resolve⁽¹⁾, você tem recursos para gastar como quiser.

- ✓ Pagar o IPTU, IPVA e outros impostos;
- ✓ Consertar o carro ou equipá-lo;
- ✓ Matrícula e material escolar;
- ✓ Cobrir as despesas do dia-a-dia que te tiram o sossego;
- ✓ Quitar o Cartão de Crédito;
- ✓ Caprichar nas férias programadas;
- ✓ Comprar agora aquele equipamento tão esperado.

Quem é Cooperado do Sicoob Metropolitano tem crédito rápido e fácil⁽¹⁾ para pagar contas inesperadas, agendadas, adquirir bens ou serviços e o que é melhor: pagando à vista ainda obtém aquele desconto, podendo parcelar em até 24 meses⁽²⁾, em mensalidades que cabem direitinho em seu orçamento.



⁽¹⁾ Sujeito a aprovação cadastral.
⁽²⁾ Sujeito a alteração sem aviso prévio.

CDC - Sicoob Resolve você fica assim:
Com dinheiro bem perto e preocupação bem longe.

 **SICOOB**
Metropolitano
Bom para você, bom para a comunidade.

SACOLAS OXIBIODEGRADÁVEIS



A Rede Grand de Supermercados, integrante do Programa Empreender da ACIM, adotou as sacolas oxibiodegradáveis nas treze lojas. O uso dessas embalagens pelos estabelecimentos comerciais da cidade vem sendo estimulado pela Associação Paranaense de Supermercados (Apras), ACIM e pela ONG Funverde.

Para isso, foram firmadas parcerias com indústrias que produzem as sacolas oxibiodegradáveis. No ano passado, ACIM firmou parceria com as fábricas Yop Tecpack Ltda e Ladal Plásticos e Embalagens, e com a consultoria B&L. Na ocasião, várias entidades assinaram um protocolo para estimular o uso dessas sacolas.

Os supermercados do Paraná utilizam 80 milhões de sacolas plásticas por mês. Em Maringá, o setor utiliza 15 milhões de unidades mensalmente. No país são produzidas 210 mil toneladas de plásticos para sacolas convencionais, material que representa 10% do lixo recolhido.

A diferença entre a sacola normal e biodegradável é que ela contém aditivos que fragilizam as ligações entre as moléculas do material, acelerando a decomposição. Uma sacola ecológica se decompõe, em média, no prazo de 18 meses, enquanto a convencional demora 400 anos.

ATÉ 20% A MENOS NA CONTA DE LUZ

A luz vermelha que indica que o eletrodoméstico está ligado na tomada significa conta de luz mais cara. Isso porque aparelhos em modo *stand by* consomem energia e são responsáveis por um valor entre 15% e 20% da conta de luz, segundo pesquisa do Inmetro.

Esses equipamentos ficam conectados à tomada e consomem energia. Prova disso é o aparelho da TV a cabo e o carregador de bateria do celular, por exemplo, que ficam até quentes. Sinal que estão puxando energia.

Desligar o aparelho mexe com o conforto do consumidor, que tem que ir até a tomada. Por esse motivo é difícil mudar o hábito. Mas, para economizar, o certo é desligar os aparelhos tanto quanto for possível.

Para se ter uma noção de quanto gastam os eletrodomésticos em modo *stand by*, basta conferir a simulação feita pela Associação Brasileira de Defesa do Consumidor (Pro Teste) com os aparelhos ligados 24 horas durante 30 dias, pelo site www.proteste.org.br.

Credicabal
Paraná

SICOOB
Banco de Crédito e Poupança



INSTITUTO SICOOB PR LANÇA CARTÃO

Lançado há cerca de dois meses, o cartão de crédito do Instituto Sicoob Paraná, que tem a bandeira CredCabal, está sendo comercializado em todas as agências e PACs do Sicoob Metropolitano.

O diferencial deste cartão é que não é necessário ter conta-corrente em banco para adquiri-lo. “Desde que não haja restrição de crédito, qualquer pessoa pode ter o cartão”, informa Anderly Godinho Silva, consultora de cartão do Sicoob Central Paraná.

Todas as receitas advindas do cartão serão destinadas ao Instituto Sicoob Paraná, que mantém projetos de diversas entidades sociais de Maringá, como Lar Escola da Criança e Creche Menino Jesus, além da Biblioteca Digital e do Programa Bom Aluno Maringá.

As empresas podem adotar o cartão para todos seus funcionários, na modalidade consignado. Os colaboradores poderão utilizar até 30% do salário e os débitos serão descontados em folha de pagamento.

“Para o empresário, a vantagem do cartão de crédito consignado é que ele não precisa mexer no fluxo de caixa para adiantamentos de salários. Já o funcionário poderá comprar em toda a rede credenciada, sem precisar abrir conta”, avalia Anderly.

EMBALAGEM PARA EXPORTAÇÃO

As empresas brasileiras perdem de 10 a 15% do valor da exportação devido a embalagens deficientes. A informação é da Associação Brasileira de Embalagens (ABRE). Isso ocorre porque muitas vezes o empresário esquece que a embalagem utilizada para produtos que serão vendidos no mercado interno dificilmente será a mesma empregada para a venda da mercadoria a outros países.

Embalagens inadequadas podem acarretar diversos prejuízos, como oxidação, extravio e danificação da mercadoria e até mesmo roubo de produtos.

Em média, a embalagem de transporte representa até 5% do valor do produto. Este custo deve estar embutido no preço da exportação, já que uma embalagem adequada evita transtornos e prejuízos.

Antes de encomendar embalagens, o empresário deve verificar que tipo de transporte será utilizado na exportação, qual a resistência do produto embalado, quais as condições de clima e temperatura a que a mercadoria será exposta.

O tema foi abordado durante curso de Certificado de Origem, promovido no mês passado pela Faciap (Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná).

PRODUTOS PRONTOS DA GOLDEN CHIPS

A Golden Chips, empresa que atua há dez anos em Maringá na produção de salgadinhos - como batatas fritas - está lançando uma nova linha no mercado. Trata-se da Daily Foods, cujo objetivo é oferecer produtos que facilitem o dia-a-dia dos consumidores, segundo a gerente de marketing da empresa, Cristiane Koyama.

O primeiro produto da linha, o Mix Cake, já está sendo distribuído para todo o Paraná. É uma mistura de bolo para crianças disponível nos sabores baunilha, chocolate e morango, na qual é necessário apenas acrescentar água e levar ao microondas por um minuto. Já o segundo produto é uma mistura pronta para tempera, que será lançado durante o Festival Nipo-Brasileiro.



UNINGÁ
FACULDADE MARINGÁ
PROFISSÕES DA SAÚDE
www.uninga.br

Pós-Graduação

Atenção Farmacêutica • Bariatria • Centro Cirúrgico • Ciências Biológicas Aplicada a Saúde
Citologia Clínica • Dança na Educação • Enfermagem Pediátrica e Neonatal
Estratégia em Saúde da Família - PSF • Expressividade Comunicativa: Voz, Linguagem e Fala
Farmacologia • Formação Pedagógica do Ensino Superior para os Profissionais da Área da Saúde
Fisioterapia Preventiva e Reabilitação Física • Microbiologia Clínica • Motricidade Orofacial com Enfoque na Ortodontia e na Estética Facial • Nutrição Clínica • Psicologia Clínica Junguiana • Reabilitação Motora
Saúde do Trabalhador • Urgência e Emergência

Informações pelo Fone: 44 3225-5009
ou na secretaria de Pós-Graduação da UNINGÁ
Av. Colombo, 9727 - Km 130 - Maringá - Paraná

www.acim.com.br

A conta da energia elétrica sob

O USO RACIONAL DA ENERGIA TRAZ NÃO SÓ REDUÇÃO DE CUSTOS PARA A EMPRESA, COMO TAMBÉM FAVORECE O MEIO AMBIENTE E É UMA AÇÃO INDISPENSÁVEL PARA O PAÍS MANTER UMA BOA TAXA DE CRESCIMENTO SEM RISCO DE "APAGÃO"

O maior exemplo brasileiro de uso racional da energia elétrica é o horário de verão. Com os relógios adiantados em uma hora durante quatro meses do ano, a luz natural tem um melhor aproveitamento e, segundo o Operador Nacional do Sistema Elétrico (ONS), ocorre uma redução média de 4% a 5% no consumo. O mais importante é que esta economia acontece no chamado horário de pico, que vai das 18 horas às 21 horas.

A medida deixa os troncos das linhas de transmissão menos sobrecarregados. Nas hidrelétricas, consegue-se conservar mais água



Bruna Moreschi

nos reservatórios e menos óleo diesel e carvão são usados nas termelétricas. Mas isso não basta para o Brasil garantir o atendimento à demanda crescente. É necessário também investimento governamental. O Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), do governo federal, prevê um aumento de 12.386 megawatts na geração de energia elétrica até 2010.

Segundo dados da Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), a capacidade atual de geração do Brasil é de 98.141 mil megawatts, sendo que o consumo recorde, registrado em março de 2007, foi de 62.975 mil megawatts. Mesmo com as sobras e o aumento da ge-

ração, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) apontou que o volume poderá ser insuficiente se o país tiver um crescimento de 5% ao ano no Produto Interno Bruto (PIB).

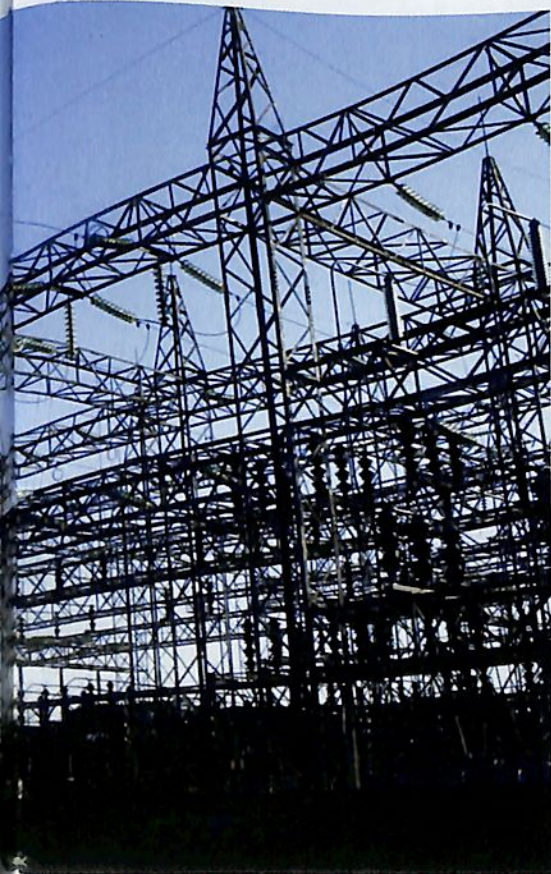
A constatação do Ipea tem como base um estudo feito em 2005, quando se verificou que, entre 1980 e 2005, o consumo de energia cresceu 30% a mais que a economia. Ao mesmo tempo, instituições como a Empresa de Pesquisa Energética (Epe) descartam a possibilidade de desabastecimento, pois a sobreoferta existente hoje e a possibilidade de remanejamento de energia poderão garantir o atendimento à demanda crescente.

Bruna Moreschi



KAWAKAMI, DA COPEL, AFIRMA QUE A ENERGIA REPRESENTA DE 5 A 10% DO CUSTO DE PRODUÇÃO

controle



A CRESCENTE DEMANDA POR ENERGIA ELÉTRICA NO BRASIL PODE LEVAR AO TÃO TEMIDO "APAGÃO".

INVESTIMENTOS GOVERNAMENTAIS E O USO RACIONAL PODEM EVITAR O PIOR

FATURA MENOR

Com ou sem risco de "apagão", a preocupação com a redução do desperdício de energia elétrica nas empresas aumentou nos últimos anos. E, além de se constituir numa ação de responsabilidade sócio-ambiental, o uso racional de energia reduz os custos de produção e significa economia para a empresa.

Segundo o gerente de Área da Copel, em Maringá, Hamilton Ka-

Shopping investe em consumo sustentável

O uso racional de energia elétrica traz resultados. Há dois anos e meio foi iniciada, no Shopping Cidade, em Maringá, uma série de ações que culminaram com uma economia significativa nos gastos com energia elétrica. Uma das medidas foi a instalação do software ACC, da Copel, para gerenciar a demanda de energia.

"Ganhamos uma eficiência de 15% a 20%", afirma o diretor administrativo do shopping, Alicio Malavazi. "Buscamos lâmpadas com luminosidade mais eficiente e com menor consumo. E, ao mesmo tempo, começamos a distribuir a luminosidade no shopping de forma mais igualitária", conta.

O circuito de controle das lâmpadas foi outra alteração. "Individualizamos o circuito, que antes acendia toda uma parte específica do shopping que não precisava de tanta luminosidade".

Para ganhar mais eficiência com

o ar-condicionado, o shopping instalou equipamentos de exaustão eólica. "Este sistema joga o ar quente para fora e o condicionador trabalha menos para deixar o ambiente agradável", explica o diretor.

Malavazi revela, ainda, um novo projeto para o consumo sustentável de energia. "Para o futuro, estamos estudando a importação de uma máquina que converte óleo de cozinha em biodiesel." A iniciativa, além de reaproveitar e dar destinação ecológica a todo o óleo utilizado na praça de alimentação do shopping, vai garantir combustível para o gerador de energia.

"Já temos um gerador movido a diesel. Ampliaríamos a geração de energia própria para utilização em determinados horários do dia. Acredito que isso represente entre 4% e 5% de economia. E resolveria o problema ambiental do óleo, que precisa ser reciclado".



ALICIO MALAVAZI DIZ QUE SHOPPING CIDADE GANHOU MAIS EFICIÊNCIA NO USO DA ENERGIA COM MEDIAS SIMPLES

Bruna Moreschi

www.acim.com.br

wakami, a energia representa entre 5% e 10% do custo de produção de uma indústria. Kawakami conta que para auxiliar as indústrias na tarefa de reduzir os gastos com energia, a Copel desenvolveu um software chamado Análise de Comportamento de Carga (ACC), que faz o registro de consumo da unidade e possibilita a visualização desses dados pela internet. “O empresário tem como verificar o consumo de energia a cada intervalo de 15 minutos. Assim, pode visualizar quais equipamentos provocaram os picos de consumo durante o dia”.

Com os dados em mãos, as empresas passam a ter condições de fazer alterações no horário de uso de alguns equipamentos e, assim, buscar uma maior utilização da energia quando o pico de consumo está mais baixo. “O resultado é uma fatura menor”.

Na indústria de alimentos Palmali, o software ACC é utilizado há três anos. “Evita surpresas no recebimento da conta”, relata o encarregado do setor de custos da empresa, Márcio Tonial. No último ano, em virtude do crescimento da produção, a Palmali aumentou três vezes o contrato de demanda de energia com a Copel. “Sem o software, só iríamos perceber esta necessidade muito depois”.

O ACC também permitiu à empresa adotar uma outra estratégia de utilização mais racional de energia. “Até o mês de abril, tínhamos um contrato de energia extra para o horário de pico, que nos permitia trabalhar normalmente. Mas a Copel cortou a venda de energia extra. Então, como dispomos de um gerador, optamos por colocá-lo para funcionar entre 18 e 21 horas e, assim, trabalhamos normalmente”. ■



TONIAL, DA PALMALI, DIZ QUE SOFTWARE DA COPEL AJUDOU A RACIONALIZAR O USO DE ENERGIA

Estado divulga aquecedor solar de plástico

A idéia foi do aposentado catarinense José Alano, que ganhou o prêmio Ecologia da revista Superinteressante, em 2004. Ele desenvolveu um aquecedor solar fabricado com 200 garrafas PET e 200 embalagens tetra pak, que tem capacidade para garantir o banho quente de até cinco pessoas.

Há cerca de um ano, a Secretaria de Meio Ambiente e Recursos Hídricos do Paraná decidiu disseminar a idéia do catarinense, por meio do projeto “Água quente para todos”. O projeto, além de baixo custo, é bom para o meio ambiente e garante economia de energia elétrica.

Segundo o Governo do Paraná, até junho 1,2 milhão de garrafas PET e embalagens tetra pak foram reaproveitadas para a montagem de aquecedores solares dentro



O AQUECEDOR ALTERNATIVO PODE TRAZER ECONOMIA DE ATÉ 120 QUILOWATTS POR MÊS

deste projeto. A confecção ocorreu durante oficinas realizadas em 254 municípios. Cerca de três mil aquecedores solares foram montados.

O governo calcula que considerando o aquecimento de água de dois banheiros, é possível economizar até 120 quilowatts de energia elétrica por mês. Por conta desta economia, existem planos para implantar os aquecedores solares também em projetos habitacionais de moradia popular da Companhia de Habitação do Paraná (Cohapar).

Tudo programado no projeto arquitetônico

A preocupação com a racionalização do uso da energia deve começar no projeto arquitetônico, para que sejam estudadas todas as possibilidades, inclusive em relação ao terreno onde será feita a construção. "Analisando a posição do terreno, a partir do direcionamento do nascer e do pôr-do-sol, é possível utilizar elementos vazados ou aberturas com vidros fixos para aproveitar melhor a iluminação", explica André Valêncio, estudante do último ano de arquitetura, no Cesumar.

Mesmo com a construção já pronta, também é possível fazer adaptações para aproveitar os recursos naturais na economia de energia elétrica. A engenheira civil Donária Regina Nogueira Rizzo cita a abertura de um elemento vazado num local estratégico como exemplo de



Bruna Moreschi

VALÊNCIO RESSALTA QUE ANÁLISE DO TERRENO ABRE MAIS POSSIBILIDADES DE APROVEITAMENTO DA LUZ

uma adaptação que pode ser feita. "E dá até mesmo para aproveitar algum material alternativo, como um vidro de carro. Deixa claro e tem um custo baixo".

Para ambientes que demandam uma aparência mais sofisticada, Valêncio relata que é possível utilizar o *brise*



Bruna Moreschi

A ENGENHEIRA DONÁRIA RIZZO AFIRMA SER POSSÍVEL FAZER ADAPTAÇÕES PARA MELHORAR ILUMINAÇÃO

soleil. "O equipamento aproveita a iluminação natural, mas não permite a passagem dos raios solares". Outra técnica, mais voltada a barracões industriais, é a utilização de telhas translúcidas, que permitem um bom aproveitamento da luz natural.

Estudo luminotécnico pode fazer a diferença

A engenheira eletricista Vânia Canova Silveira explica que um projeto luminotécnico pode reduzir a conta de energia elétrica. Este tipo de projeto prevê um estudo completo de todo o ambiente para detectar onde está havendo desperdício de energia com a iluminação.

"É preciso trabalhar somente com a quantidade necessária de luz para cada ambiente. Não é preciso colocar um índice muito alto de iluminação num corredor, por exemplo". A engenheira indica também a utilização de sensores de presença em ambientes com pouco fluxo de pessoas, para evitar que as luzes fiquem constantemente acesas. Vânia explica que a utilização de lâmpadas corretas também proporciona maior eficiência. "As lâmpadas econômicas

são as ideais. Antes, havia as fluorescentes de 40 watts, agora existem as de 28 watts, mais econômicas e com rendimento tão bom quanto as de 40." Além de lâmpadas mais eficientes e econômicas, Vânia indica luminárias com refletores de alumínio, que potencializam a eficiência da iluminação.

Para indústrias, a engenheira aconselha os empresários a verificar a categoria na qual se encaixa o contrato de consumo com a Copel. "Se o gasto é alto, o ideal é ter transformador próprio para obter uma tarifa diferenciada", explica, ressaltando que fica mais barato instalar um gerador a diesel para abastecer a indústria no horário de pico e ajustar o contrato com a Copel para utilizar energia comprada fora deste período.



Bruna Moreschi

A ENGENHEIRA ELETRICISTA VÂNIA SILVEIRA INDICA SUBSTITUIÇÃO DE LÂMPADAS E LUMINÁRIAS

Atitudes simples trazem economia

Maringá consumiu, no mês de junho, 60 mil megawatts de energia elétrica. A cidade tem o quarto maior consumo de energia do Paraná, que utilizou durante o mês de junho 1,5 milhão de megawatts. No Estado, o maior consumo é de Curitiba, depois estão Londrina e São José dos Pinhais. De acordo com o gerente de Área da Copel, em Maringá, Hamilton Kawakami o fornecimento este ano está tranquilo.

"Na região Sul do Brasil, as hidrelétricas estão com 75% da energia armazenada. Em 2006, nesta mesma época, estavam com 30%. No Sudoeste, este ano o nível está em 80%. Houve muita chuva e a energia armazenada no Brasil está num patamar bom. Mas precisamos da instalação de novas hidrelétricas, para fazer frente ao crescimento do consumo no País".

O momento é de sobra de energia, mas o uso racional traz economia. "Se for possível, desligue o que não está sendo usado", simplifica Kawakami. Ele considera a educação como o primeiro passo para um trabalho que vise à economia.

Depois, é preciso voltar o foco para a utilização de máquinas, equipamentos e lâmpadas mais eficientes. "Um motor de alto rendimento, frente a um motor comum, pode representar economia de 900 quilowatts de energia elétrica por ano".

Outro exemplo citado por Kawakami é a diferença de consumo entre um monitor de computador convencional e um LCD. "Um monitor convencional, de 15 polegadas, tem 95 watts de consumo. O de LCD consome 13 watts. Isso representa uma economia significativa".



A CASA ECOLÓGICA VAI ABRIGAR A INCUBADORA TECNOLÓGICA DA REGIÃO DE ENTRE RIOS

Casa ecológica dispensa ar-condicionado

"Tem um conforto ambiental excelente e dispensa o ar-condicionado". É desta forma que o professor de física e diretor do campus de Umuarama da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Osvaldo Joaquim dos Santos, define a casa ecológica, cujo projeto de construção foi coordenado por ele.

A casa foi construída para abrigar a Incubadora Tecnológica da Região de Entre Rios. Além de proporcionar economia de energia elétrica, a casa foi construída levando em conta a preservação do meio ambiente e evitando o desperdício normalmente verificado na construção civil.

Também foram usados novos materiais. "As telhas são de cimento e areia. Não são queimadas, como as

telhas normais", exemplifica. Ao invés de tijolos comuns, foram usados os que já vêm com furos para a passagem da fiação elétrica, eliminando a necessidade de quebrar a parede depois da construção. O piso foi feito com resíduos de marmorarias. "Pegamos retalhos de mármore e montamos o piso. Ficou muito bonito", garante o professor.

Para ele, a sociedade precisa caminhar mais na busca do desenvolvimento sustentável. "Por aqui, as pessoas têm medo de sair do concreto e da lajota e usar um processo como o que utilizamos. Mas isso é uma questão cultural. Mais para o Sul do Brasil, a aceitação das casas pré-fabricadas é melhor".

Programa de eficiência contempla Maringá

Todo mês de dezembro a Copel faz uma chamada pública para a inscrição de projetos visando à eficiência do uso de energia, que é aberta a qualquer cliente. Se o projeto é selecionado, a Copel faz o investimento a fundo perdido para a execução.

Esta iniciativa, que utiliza 0,5% da receita operacional líquida da Copel e é chamada de Programa de Eficiência Energética, contemplou, no ano passado, a Prefeitura de Maringá. A Copel e a Prefeitura firmaram um termo de cooperação técnica para

reduzir em 361 megawatts por ano o consumo de energia elétrica nos sistemas de iluminação dos prédios públicos.

Entre junho e julho, em dez prédios públicos municipais, foram trocadas lâmpadas em 6.382 pontos de iluminação. As lâmpadas fluorescentes de 40 watts foram substituídas por lâmpadas de 32 watts. E os reatores de 20 watts, por reatores de 16 watts.

Foram investidos R\$ 103,7 mil. Os prédios onde houve ações para

redução do consumo de energia foram o Paço Municipal e as escolas municipais Jesuína de Freitas, Renato Bernardi, Ulysses Guimarães, Mariana Viana Dias, Olga Ayub Ferreira, Lídia Dutra da Silva, Midufo Vada, Odete Rosa e Caic Nadir Alegretti.

Em Maringá, outras instituições já foram escolhidas pela Copel em anos anteriores para o Programa de Eficiência Energética, entre elas a Universidade Estadual de Maringá (UEM), a Santa Casa e os colégios Gastão Vidigal e Instituto de Educação.

Sua pequena empresa vai ser cuidada como gente grande

Se sua empresa tem um número mínimo de 5 colaboradores, ela já pode contar com a dedicação do Santa Casa Saúde.

Além de um hospital com a infra-estrutura dos grandes centros você tem à disposição mais de 300 médicos e uma equipe de apoio com mais de 600 profissionais atendendo em mais de 50 especialidades.

Com Santa Casa Saúde, sua empresa pode contar com uma dose a mais de dedicação.



Santa Casa
Saúde

O FILHO DE PIONEIROS DURVAL DOS SANTOS FILHO, PRESIDENTE DA UNIMED MARINGÁ, RECEBEU O PRÊMIO EMPRESÁRIO DO ANO 2007 NO ÚLTIMO DIA 3. EM SEU DISCURSO, ELE LEMBROU O CRESCIMENTO DA COOPERATIVA, QUE ESTÁ ENTRE AS EMPRESAS DO SEGMENTO MAIS RENTÁVEIS DO SUL DO BRASIL



Bruna Moreschi

DURVAL DOS SANTOS FILHO É O PRIMEIRO MÉDICO A RECEBER O TÍTULO

Um médico reconhecido como empreendedor

Na década de 1940, quando Maringá ainda nascia, a família de Durval Francisco dos Santos chegou, com a intenção de iniciar uma nova vida. Ele e dona Elvira, como muitos pioneiros, vieram contribuir para a construção de uma cidade em meio à mata e à terra vermelha.

Com o passar dos anos, o pioneiro passou a ter uma vida ativa na comunidade, sendo proprietário da primeira máquina de

benefício de arroz e de duas serrarias. Foi também vereador e vice-presidente da Associação Comercial de Maringá.

Em 1953, nasceu seu filho, que herdou não só seu nome, como também seu espírito empreendedor. Durval Francisco dos Santos Filho estudou, formou-se em medicina em Itajubá, Minas Gerais, e retornou à cidade natal para construir sua carreira profissional. Ao voltar, na década de

1980, fez jus ao espírito herdado do pai.

Em 1983 foi um dos fundadores da Unimed Maringá, integrando a diretoria por muitos anos. Em 2003 foi eleito presidente da cooperativa e reeleito para o mandato 2007/2011. Também foi diretor administrativo do Hospital Maringá, presidente da Sociedade Médica de Maringá e vice-presidente da Associação Médica do Paraná.

Sua trajetória à frente da Unimed Maringá é uma história à parte. Num trabalho em parceria com a diretoria e o grupo de colaboradores, Durval dos Santos Filho imprimiu um surpreendente ritmo de crescimento à cooperativa.

Quando assumiu a vice-presidência, em 1999, a Unimed possuía 63.049 usuários. Em maio de 2007, o médico pôde comemorar, juntamente com sua diretoria, a marca de 115 mil usuários, um crescimento de 80%, e de 700 médicos cooperados.

No ranking das 500 melhores e maiores empresas do Sul do Brasil, a Unimed Maringá despontou, no ano passado, como a quarta empresa mais rentável do setor nos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Agora, a cooperativa se prepara para inaugurar a primeira etapa do Complexo Unimed, uma ampla e moderna estrutura que, nos próximos anos, abrigará todos os serviços da cooperativa, além de um hospital.

Essa história de sucesso levou Durval dos Santos Filho a ser eleito Empresário do Ano 2007. Seu nome foi um dos nove indicados à premiação por representantes de 23 entidades. A comissão organizadora escolheu os três mais votados, com base na trajetória de sucesso empresarial e na participação ativa na vida comunitária.

A eleição, secreta, ocorreu em maio, na sede do Sivamar, que é um dos promotores da premiação, em parceria com a ACIM, a Associação Paranaense de Supermercados/Regional Noroeste (Apras) e a Coordenadoria Regional da Federação das Indústrias do Paraná (Fiep).

A SOLENIIDADE

A cerimônia de entrega do Prê-



Bruna Moreschi

UM PÚBLICO DE 600 PESSOAS COMPARECEU À SOLENIIDADE

mio, realizada no dia 3 de agosto, no Moinho Vermelho Eventos, reuniu um público de 600 pessoas, entre empresários, médicos, lideranças empresariais e políticas, autoridades, diretores da Unimed Maringá, representantes de unidades da Unimed da região e familiares do premiado. O maratonista Vanderlei Cordeiro de Lima, medalha de bronze nas Olimpíadas de Atenas e que é patrocinado pela Unimed, também esteve presente.

O evento teve patrocínio da GVT, Sicoob Metropolitano, Hospital Paraná, Laboratório São Camilo, Shopping Mandacarú Boulevard, Sicredi, Hospital Maringá, Hoftalmar e Claro Empresas.

O presidente da ACIM, Carlos Tavares Cardoso, deu as boas-vindas aos convidados. Em seu discurso, ressaltou que “o doutor Durval, a diretoria e funcionários da Unimed vêm realizando um trabalho que entrará para a história da cidade”.

“Nós temos orgulho de tantas personalidades que vieram de outras regiões e escolheram Maringá para viver. Mas, temos que con-



Bruna Moreschi

O PRESIDENTE DA ACIM, CARLOS CARDOSO, FALOU COMO REPRESENTANTE DAS ENTIDADES PROMOTORAS

fessar: ficamos mais orgulhosos ainda quando vemos um maringense de nascimento se destacar em nossa comunidade”, afirmou o presidente da ACIM.

O vice-prefeito Roberto Pupim, falou da importância do trabalho dos pioneiros, como o pai do homenageado. Ele ressaltou que, em nome do prefeito, estava “orgulhoso de parabenizar esse médico, por seu trabalho na Unimed, por sua liderança que levou a cooperativa a registrar um crescimento tão importante”. O vice-

prefeito também lembrou a parceria da Unimed no projeto das Academias da Terceira Idade (ATIs) instaladas pela prefeitura em vários pontos da cidade.

Após os discursos, Durval dos Santos Filho recebeu dos representantes das entidades promotoras o Certificado de Empresário do Ano 2007. De Marcos Falleiro, Empresário do Ano 2006, o médico recebeu a estatueta que caracteriza o prêmio, obra do artista plástico Zanzal Mattar. Os diretores do Sicoob Metropolitano entregaram ao Empresário do Ano uma placa de homenagem.

Em seu discurso, Durval dos Santos Filho afirmou estar muito orgulhoso em receber o título no ano em que Maringá completou 60 anos, uma história que seu pai ajudou a escrever. Ele falou da trajetória da família e do fato de Ma-

ringá ser “fruto do mais elevado espírito empreendedor”.

Segundo Durval, foi nesse cenário que nasceu seu sonho de ser médico e a força para deixar temporariamente a cidade para cursar medicina. Ele lembrou que, quando retornou a Maringá, já formado, na década de 1980, a cidade tinha apenas 100 mil habitantes. Foi neste contexto, segundo ele, que nasceu a Unimed Maringá.

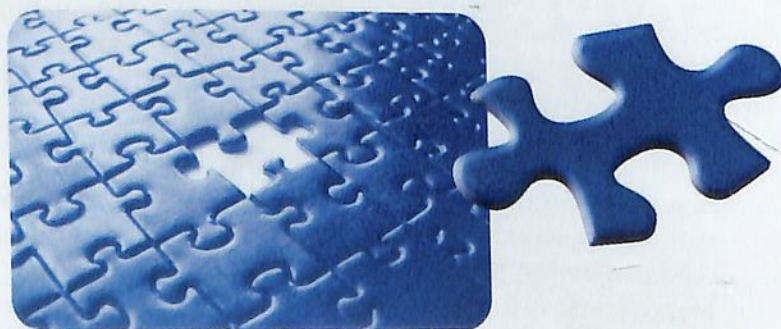
Durval dos Santos Filho falou da importância do trabalho dos diretores para o crescimento da cooperativa, citando o nome de vários deles. Agradeceu o apoio da família, dos amigos, diretores e colaboradores da Unimed. “Agradeço a todos e convido cada maringaense a amar nossa cidade e a fazer sua parte. Com união e solidariedade, construiremos um futuro melhor para todos”. ■



Bruna Moreschi

O MARATONISTA VANDERLEI CORDEIRO DE LIMA, PATROCINADO PELA UNIMED, ESTEVE PRESENTE NO EVENTO

A peça que faltava para o seu conhecimento



Avalie o que está faltando para sua empresa vender mais e melhor. Dê um atendimento diferenciado aos seus clientes. Propicie aos seus colaboradores o treinamento e a capacitação necessária para atender a um mercado cada vez mais exigente. Busque soluções. Inove. Fale com a gente!

Fone: (44) 3025-1788 / potenciall@wnet.com.br

Treinamentos em:
Vendas
Telemarketing
R.H.

Cursos in company
Soluções corporativas

potenciALL
treinamento&capacitação

Nossa qualidade fica aqui em cima.



Nosso preço fica lá embaixo.

ANS - n.º 371254

A PARTIR DE
R\$ 40,99 *
REDUÇÃO DE
CARÊNCIA*

**PLANO
PRÓ-FAMÍLIA.
VANTAGENS QUE
SÓ A UNIMED
OFERECE.**

Unimed 
Maringá



www.unimedmaringa.com.br • (44) 2101 7600

*Plano Pró-Família com co-participação: valor com 4 ou mais clientes, na faixa de 0 a 18 anos, com enfermaria. Redução de carência conforme acordo contratual. Promoção válida de 01/08/2007 a 30/09/2007.

As embalagens sempre desempenharam um importante papel nas relações comerciais, armazenando adequadamente os produtos e, assim, facilitando o transporte. Mais do que isso, uma embalagem com boa apresentação é uma forma eficiente de chamar a atenção do consumidor e motivá-lo a comprar.

Esta linha de pensamento evoluiu a tal ponto, que hoje diversos produtos têm na embalagem a identidade de sua marca e, muitas vezes, o único meio de comunicação. E os estudos sobre item tão importante nas relações comerciais adquiriram uma complexidade impressionante.

O processo para desenvolver a embalagem ideal envolve um trabalho intenso de coleta de informações, pesquisas em pontos de venda e testes. Funcionalidade, facilidade de manuseio, atratividade e material mais adequado são alguns dos atributos fundamentais de uma embalagem eficiente.

Esta complexidade, gerada pelas exigências do mercado, criou um terreno fértil para a atuação de empresas especializadas em criação, cujo trabalho tem contribuído para colocar o Brasil em posição de destaque na área de design de embalagens.

VINAGRE CASTELO

A Projeto Integrado/Lúmen, especializada em design e comunicação estratégica, trabalha o desenho das

Quando a embalagem

JÁ SE FOI A ÉPOCA EM QUE ESTE ITEM TINHA COMO ÚNICA FUNÇÃO ARMAZENAR E PROTEGER A MERCADORIA. HOJE, A EMBALAGEM É UM ATRATIVO FUNDAMENTAL QUE PESA NO MOMENTO DO CONSUMIDOR ESCOLHER QUAL PRODUTO IRÁ LEVAR



Bruna Moreschi

ROSÂNGELA MACEDO: MUDANÇA DE EMBALAGEM LEVOU CLIENTE A CONQUISTAR NOVA FATIA DO MERCADO

embalagens e a comunicação do produto de forma integrada. “Nosso trabalho de criação começa pela análise do mercado, da concorrência. Com esses dados em mãos, iniciamos o desenvolvimento da embalagem e a criação da comunicação com o consumidor final”, conta Rosângela Macedo, sócia-propr-

etária da Projeto Integrado/Lúmen, Escritório Sul, que fica em Maringá. A empresa também possui escritório em São Paulo.

Segundo Rosângela, hoje a competitividade no ponto de venda é alta e, nesta situação, a embalagem pode ser o diferencial que



LATAS COLECIONÁVEIS DO CAFÉ COCAMAR E NOVA EMBALAGEM DO VINAGRE CASTELO: DESIGN CONQUISTA O CONSUMIDOR

faz toda a diferença

conquista o consumidor na hora da escolha.

A empresária cita um trabalho desenvolvido pela Projeto Integra do que gerou ótimos resultados. “A embalagem do tradicional vinagre Castelo foi totalmente reestruturada. Modificamos o esguicho, a tampa, demos um formato anatômico que facilita o manuseio, ficou mais confortável utilizar o produto”, conta. Com as mudanças, segundo ela, a empresa conseguiu “atingir um público mais exigente, que preza a qualidade”.

Outro trabalho realizado por empresa maringense que merece destaque foi o desenvolvimento da embalagem do Café Gourmet, da Cocamar, que ganhou latas colecionáveis. A Jump Comunicação foi responsável pela criação.

Uma dificuldade inicial enfrentada pela agência acabou se transformando em um diferencial do

produto. “Quando fomos pesquisar a produção, descobrimos que a quantidade mínima de latas que poderia ser encomendada era doze mil. Só que o cliente precisava de apenas 2.500. Então, criamos as embalagens colecionáveis como forma de estimular a venda”, informa Harrison Brait, da área de atendimento da Jump.

Hoje, a agência de comunicação possui um departamento que atua exclusivamente no desenvolvimento de embalagens. O designer de embalagens da Jump, Elder Cruz, que trabalhou na criação do novo visual do Café Gourmet, da Cocamar, ressalta que é fundamental conhecer bem o produto, suas características, seu público-alvo, para atingir o resultado esperado. “Quanto mais informações sobre o produto, melhor será o processo de desenvolvimento da embalagem e melhores serão os resultados”. ■

Mercado internacional

A empresa Crispin, Porter and Bogusky (CPB Group), de Miami, Estados Unidos, se autodefine uma “fábrica de idéias” e não uma empresa de design e propaganda.

“Nossa trabalho é desenvolver uma marca e fazer com que as pessoas a conheçam. Tem muito a ver com o posicionamento da marca na cabeça do cliente”, explica o maringense Fernando Barreto, profissional da CPB Group, formado em Design Gráfico pela Universidade de Quincy, Illinois. Grandes nomes como Volkswagen, Sprite, Burger King são clientes desta empresa.

“Enxergamos tudo como uma possibilidade de se comunicar com o consumidor, desde o copo de refrigerante, ao *container* em que se colocam as batatas fritas”, exemplifica.

O processo criativo, segundo ele, começa com uma pesquisa de mercado sobre o que os consumidores esperam de um produto. Colhidas as informações, diversas idéias são criadas e reproduzidas em pequena escala. Depois, o grupo passa por um novo processo criativo, tentando melhorar as embalagens recém-criadas.

“Procuramos não nos limitar ao que vem sendo feito pela concorrência. Tentamos fazer algo completamente diferente, mesmo que no início isso exija do consumidor um período de adaptação”, explica Fernando Barreto.



ERBERTH FABRIS: PRÊMIO NACIONAL CONQUISTADO GRAÇAS À INOVAÇÃO

Inovação tecnológica

Além do cuidadoso processo de criação, uma nova embalagem exige também um trabalho impecável de produção e acabamento para alcançar bons resultados. Em Maringá, uma empresa se especializou nesta área.

“Tudo o que as empresas de acabamentos gráficos das grandes cidades têm, nós também temos”. A afirmação é do empresário Erberth Alessandro Fabris, proprietário da Fabris Acabamentos Gráficos. “A inovação tecnológica torna o processo de acabamento complexo e valoriza ainda mais o trabalho da empresa”, acrescenta.

A Fabris ganhou um prêmio nacional da indústria gráfica, justamente na categoria inovação tecnológica. “Na embalagem que ganhou o prêmio, aplicamos oito processos de acabamentos gráficos”.

“Nós temos um conceito muito grande de qualidade, procurando oferecer o que há de melhor e mais avançado no mercado. Quando a laminação fosca foi lançada, nós fomos os primeiros do Paraná a começar a utilizar este processo”, exemplifica o empresário.

Uma aposta no prazer

ANIMADOS COM A PROCURA POR PRODUTOS DE DECORAÇÃO DIFERENCIADOS E QUE FUJAM DO TRADICIONAL, MUITOS EMPRESÁRIOS MARINGAENSES INVESTIRAM NESSE SEGMENTO. A EXPERIÊNCIA DE ALGUNS DELES MOSTRA QUE A ESCOLHA FOI ACERTADA E QUE A CIDADE TEM UM PÚBLICO ÁVIDO POR NOVIDADES

Proporcionar um ambiente aconchegante para a casa, com produtos diferenciados. Com esta proposta, o número de lojas que vendem artigos de decoração com essa característica multiplicou-se em Maringá. O avanço desse segmento demonstra que muitos empresários viram nesse tipo de produto um bom filão de mercado.

Eles apostaram numa tendência: como a rotina é cada vez mais corrida e estressante para a maioria das pessoas, a casa acabou se tornando um verdadeiro refúgio. Com isso, muita gente não vacila em investir em artigos que possam tornar o local o mais agradável possível. E o mercado tem demonstrado que em Maringá há um grande público que gosta de ter uma casa bem arrumada, sim, mas com objetos e móveis que fujam do convencional.

Maria José Costa Silva, proprietária da Emporium da Casa, era decoradora em Maringá quando resolveu se mudar para Florianópolis. Cursou Design de Interiores e abriu uma loja. Foi então que resolveu voltar para Maringá e fazer algo diferente. Montou uma loja que mistura produtos para casa de estilo provençal, rústico, com artigos de uma linha mais contemporânea.

Segundo ela, os clientes estão exigindo algo diferenciado, seja no projeto arquitetônico, seja nos objetos que irão decorar os ambientes internos. E engana-se quem pensa que apenas as mulheres são o público consumidor deste segmento. Os homens têm se interessado cada vez mais por produtos destinados à casa.

Para Maria José Silva, essa mudança se deve, principalmente, à gastronomia. “Os homens começaram a ir mais para a cozinha.



Bruna Moreschi

MARIA JOSÉ SILVA AFIRMA QUE O HOMEM TAMBÉM TEM SE INTERESSADO POR COISAS DA CASA

Desta forma, passamos a oferecer uma gama de artigos especialmente para eles, como copos com logomarca de cerveja alemã, tábuas de frios, faqueiros especiais e muitos outros.”

Mas, para alcançar sucesso nesse competitivo mercado é preciso aliar bons produtos a preços acessíveis, avisa a empresária.

BRASILIDADE

A Bem Brasil, como o próprio nome já diz, entrou no mercado com a proposta de trazer aquilo que faltava na cidade – produtos com a cara e o jeito brasileiros, confeccionadas a partir de materiais nativos ou reciclados. A idéia

de abrir a loja surgiu nas viagens que a filha da empresária Evanilde Buzzo Romano, Alessandra Romano, fazia ao exterior. Ela gostava de levar presentes tipicamente brasileiros e sempre tinha dificuldade na hora de comprar

A loja procura oferecer produtos que permitam integrar o rústico e o artesanal à decoração moderna. “Queremos despertar nas pessoas o gosto por produtos genuinamente brasileiros, uma vez que os nossos artesãos possuem uma criatividade sem fim”, afirma Alessandra Romano.

Ali é possível encontrar produtos de várias regiões, que vão de móveis feitos com madeira de de-

de ficar em casa

molição, a cerâmicas, telas e até enxovais de mesa e mantas produzidas no Ceará.

“Percebemos que os produtos de designers brasileiros estavam em alta e, até mesmo, sendo premiados fora do país.” A tendência atual, de acordo com a empresária, é a mistura do “quente”, representado pela natureza, pelas raízes e pelos costumes, para quebrar o frio das peças modernas e sintéticas. “As pessoas estão fugindo dos produtos industrializados, feitos em série, e apreciando a exclusividade da arte e do artesanato”, ressalta a empresária.

Os estrangeiros, segundo ela, preferem peças que tenham a bandeira ou animais que são símbolos do Brasil. Já os clientes locais gostam mais de peças e cachaças artesanais e de móveis rústicos. “Queremos, a cada dia, trazer para a cidade peças decorativas que mostrem o trabalho de artesãos e de artistas de todo o país”, destacam.

Bruna Moreschi



ALESSANDRA ROMANO, DA BEM BRASIL: DECORAÇÃO RESGATANDO O CONCEITO DE BRASILIDADE

CHEIRINHO BOM

Há cinco anos atuando no mercado de decoração, a empresária Carla Granado, da Adorei!, explica que “a loja surgiu para transformar ambientes sem graça e sem vida em algo mais aconchegante e cheiroso”. Por isso, explica, o foco da loja é a aromatização de ambientes. “O objetivo, quando comecei meu negócio, era trazer para Maringá uma loja única, que mexesse com as sensações, fazendo as pessoas se sentirem bem.”

Tendências, formatos, cores e fragrâncias diferentes são as principais características dos produtos à venda na Adorei!. Ali é possível encontrar difusores de essências, velas perfumadas, aromatizadores de ambiente e de roupas, além de uma infinidade de móveis e uma série de objetos de decoração com ares orientais. “Quem não gosta de tudo bonito e arrumado? Além disso, um ambiente precisa ter um aroma agradável e gostoso para transmitir sensações.”

A empresária aposta na tendência atual de uma determinada faixa de consumidores, de dar preferência ao que é artesanal, feito a mão, “que resgata o carinho, o amor, representados pelo tempo que o artista gasta em cada peça.”

Carla Granado ressalta que procura saber exatamente o que o cliente procura, em termos de preço, “porque nem sempre as pessoas estão dispostas a gastar muito. Procuramos atender a necessidade do cliente, apresentando opções de acordo com o que ele está disposto a investir.” ■



O FOCO DOS PRODUTOS DA ADOREI!, SEGUNDO CARLA GRANADO, É DESPERTAR SENSACIONES

Maria do Ingá

Dona da loja Fuxico, Etelvina Barreto Rodrigues Cochia, ou Vina como gosta de ser chamada, era professora universitária, formada em Matemática. Sempre gostou de decoração e artesanato.

Quando se aposentou, fez alguns cursos e realizou pesquisas sobre o que poderia trazer de novidade em termos de produtos de decoração.

Há três anos Vina abriu a loja, que oferece diversos tipos de objetos de decoração artesanais. Mas uma linha de produtos acabou ganhando destaque.

A empresária, que começou a participar do projeto Maria do Ingá, desenvolvido pelo Sebrae, e passou a vender, praticamente com exclusividade, a boneca que representa a personagem da música de Joubert de Carvalho. “A Maria do Ingá faz um sucesso enorme entre os turistas, por representar a história de Maringá”, ressalta Vina.



VINA COCHIA: APOSTA NA HISTÓRIA DA MARIA DO INGÁ

Bruna Moreschi

www.acim.com.br

As vendas *online* vêm registrando um crescimento impressionante. Segundo dados da e-bit, companhia que faz monitoramento do comércio eletrônico no Brasil, só no período de Natal do ano passado as vendas pela internet chegaram a R\$ 458 milhões. Em 2005, no mesmo período, as vendas na web foram 61% superiores ao ano anterior e 125% superiores ao volume verificado em 2003.

Hoje em dia, tudo pode ser encontrado e quase tudo já pode ser comprado no mundo virtual. CDs, livros, celulares e eletrodomésticos são alguns dos produtos que figuram na lista dos mais vendidos via internet.

Até bem pouco tempo atrás vender pela internet era algo acessível somente para grandes empresas. Gradativamente esta realidade vem mudando e cada vez mais empresas de menor porte estão aderindo às vendas virtuais.

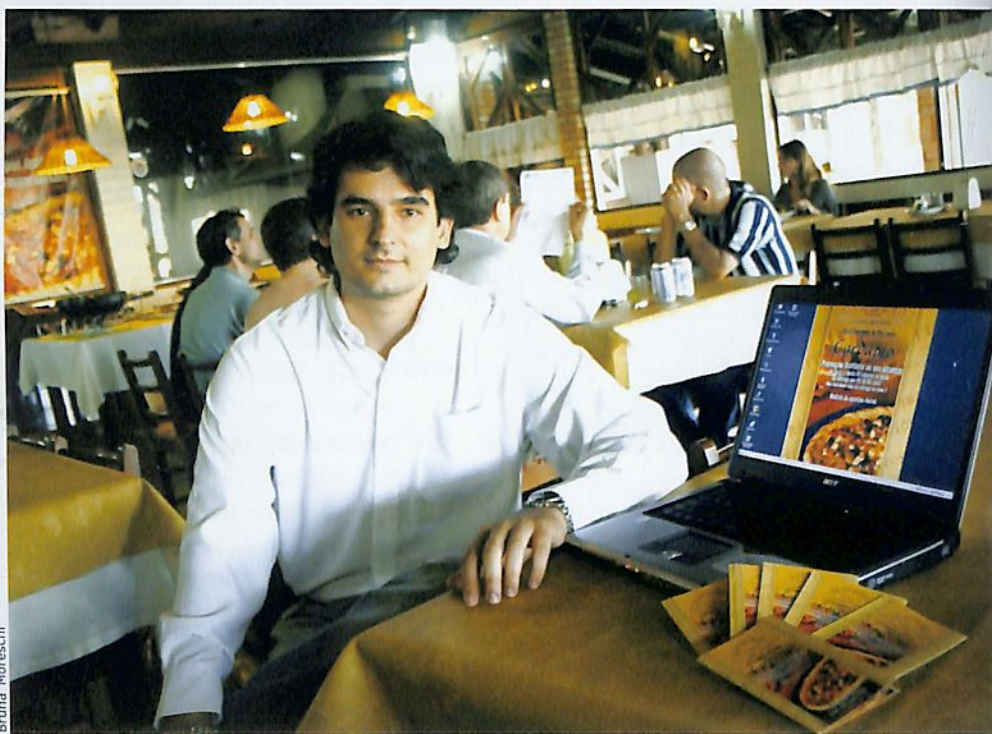
Na esteira desta tendência, empresários maringenses estão investindo nesta forma de comercialização como uma aposta na importância de mais este meio para alavancar as vendas, já que o consumidor, cada dia mais exigente, busca não só preço e qualidade, mas também comodidade.

Há pouco mais de três meses, a pizzeria Trattoria percebeu que o comércio eletrônico era um segmento interessante e investiu na idéia. No site da empresa o cliente encontra o cardápio com todos os pratos oferecidos, faz seu cadastro, solicita o que deseja e em minutos tem seu pedido entregue em casa.

“Funciona como um disk-entrega, só que ao invés do pedido ser feito por telefone, é via internet”, explica o sócio-proprietário da Trattoria, Alexandre Farid Perei-

Um espaço a mais para crescer

DISPONIBILIZAR PRODUTOS ATRAVÉS DE UM SITE E OFERECER A POSSIBILIDADE DE COMERCIALIZAÇÃO VIRTUAL SÃO AÇÕES QUE PODEM INCREMENTAR AS VENDAS E ATRAIR NOVOS CLIENTES. EMPRESAS MARINGAENSES JÁ DESCOBRIRAM AS VANTAGENS DESTES NICHOS DE MERCADO



SEGUNDO ALEXANDRE PEREIRA, SITE AGILIZOU O ATENDIMENTO NA TRATTORIA

ra. Os pedidos online podem ser feitos no horário de funcionamento da pizzeria, das 18h30 às 23h30.

Alexandre conta que muitas pessoas ainda preferem entrar no site para olhar as opções, mas fazer o pedido por telefone. “Mesmo assim a internet nos ajuda, porque meu funcionário não perde tempo explicando os pratos

para o cliente, tornando o atendimento mais rápido e eficiente”, explica.

O empresário avalia que o site tem funcionado também como uma ótima ferramenta de marketing. Para o Dia dos Namorados a Trattoria divulgou, somente pelo site, uma promoção especial que repercutiu positivamente. “Foi o



Bruna Moreschi

DONO DE DUAS VIDEOLOCADORAS, MÁRCIO FRANCISCO VAI AMPLIAR SERVIÇOS NA INTERNET

Dia dos Namorados com maior movimento dos últimos anos”.

DEMANDA

As videolocadoras Art Vídeo e Master Vídeo também entraram no mercado *online*. No site, que reúne as duas empresas, o internauta pode acessar o acervo das duas lojas, assim como as sinopses dos filmes. O pedido pode ser feito por telefone ou e-mail.

“A internet é uma tendência de mercado, além de ser uma opção a mais para o cliente, que traz comodidade. Ainda não estamos oferecendo as locações (pagamento) *online*, só porque não há demanda”, avalia o proprietário das duas videolocadoras, Márcio Francisco.

Segundo ele, a partir do momento em que seus clientes demonstrarem que a locações *online* são uma necessidade, irá incrementar o site. “Este mercado ainda está um pouco tímido, mas acredito que, com a adaptação e melhor aceitação dos usuários, será um meio de comercialização muito forte.” ■

Uma praça de alimentação *online*

É assim que pode ser definido o portal www.aigfome.com. Desenvolvido pela empresa maringáense ID Design – Comunicação Integrada, o site oferece um serviço inédito. O usuário se cadastra gratuitamente, adquire um login e uma senha e acessa todos os restaurantes, pizzarias e lanchonetes cadastrados no site. Desta forma, a pessoa tem acesso a todos os cardápios e pode fazer o pedido *online*.

Por enquanto, o site só está disponível para os usuários se cadastrarem. O objetivo é que entre em operação total em setembro. “Quando atingirmos o número de dez empresas cadastradas, já iniciaremos as vendas *online*”, explica Igor Remigio, da ID Design.

Para fazer parte do site, a empresa paga uma taxa mensal. “O empresário pode escolher entre diversos planos, seja para página só com foto e cardápio da empresa, ou com todo o processo de compra eletrônica”.

SUA SAÚDE BUCAL
MERECE ATENÇÃO
DOBRADA.



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

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

TUDO PARA MELHORAR
SUA QUALIDADE DE VIDA
E SEU BEM-ESTAR.



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

Uma rede de negócios

Também com o objetivo de reduzir custos para as empresas, a Incubadora Tecnológica de Maringá criou, há pouco mais de três meses, a empresa Produto Online.

O empreendimento surgiu de uma necessidade do mercado. "Tivemos a idéia de criar um site em que qualquer empresa pudesse comercializar seus produtos, o que reduziria muito os custos para o empresário", explica o coordenador do grupo de apoio estratégico da Incubadora, Marcelo Farid Pereira. A pizzaria Trattoria foi a primeira a utilizar o serviço.

O site da Produto Online abriga o endereço de todas as empresas participantes. Cada uma tem um site próprio, também desenvolvido

pela Produto Online. "Os sites são focados na venda", explica Diógenes Reis, um dos proprietários da empresa incubada.

O custo anual para quem queira usufruir deste serviço é de R\$ 100. "Este valor é cobrado para fazermos o registro do site", explica Eduardo Bonna, o outro sócio da Produto Online. Além das vendas virtuais, as empresas participantes têm outros benefícios, como publicidades na web.

"Quando o internauta acessa o site de uma das empresas hospedadas, verá a publicidade das outras



MARCELO PEREIRA EXPLICA QUE A PRODUTO ONLINE CRIA SITES FOCADOS EM COMÉRCIO ELETRÔNICO

pertencentes ao grupo. Conforme for aumentando o número de empresas, poderemos direcionar melhor as publicidades, por segmento", explicam os sócios.

Site por menos de R\$ 20

Menos da metade das empresas brasileiras possui sites, segundo pesquisa do Centro de Estudos sobre a Tecnologia da Informação e da Comunicação (CETIC). E entre as empresas que possuem de 10 a 19 funcionários, menos de 40% têm site próprio. O principal motivo é o preço para criação e a manutenção de uma página eletrônica.

Pensando na inclusão digital das empresas associadas, a ACIM firmou parceria com o Maringá Site (www.maringasite.com.br), portal que oferece baixo custo para criação e manutenção de páginas na internet.

A empresa interessada em se hospedar terá um site, criado gratuitamente. Também não terá custo algum para manter a página. O único investimento do empresário será com a taxa de hospedagem, que é de R\$ 19,90

ou de R\$ 29,90 mensais, dependendo do modelo escolhido (microsite ou site institucional).

"A página desenvolvida para as empresas hospedadas é padronizada. Só assim conseguimos diminuir custos e possibilitar que em sete dias o site esteja no ar", explica Ricardo Guirado, gestor comercial do portal. No momento, 70 empresas estão hospedadas e a estimativa é que esse número suba para mil até o final do ano.

A grande função do portal Maringá Site é servir como uma lista telefônica mais completa. O internauta digita o nome da empresa que está procurando e, caso faça parte do portal, junto com o telefone e o endereço será mostrado o link

para o site da empresa.

Se a empresa não estiver hospedada no portal, será divulgado apenas o telefone e endereço. Vale lembrar que o serviço não exclui as empresas que já possuem site próprio.

Para saber mais sobre o serviço é só enviar e-mail para contato@maringasite.com.br e solicitar a visita de um dos consultores.



Dentes em 48, 24 ou até em 2 horas?

Nos últimos anos, a odontologia tem sido bombardeada por uma grande quantidade de propostas de tratamento na área da implantodontia.

Os implantes dentários vêm sendo modificados, tanto macroscopicamente, ou seja, no seu formato, bem como microscopicamente, através da modificação da superfície de titânio, com o intuito de melhorar o grau de estabilidade mecânica e a integração ao tecido ósseo, chamados de estabilidade primária e estabilidade secundária, respectivamente.

O surgimento de recursos de imagens computadorizadas, ou seja, as tomografias aplicadas à implantodontia, bem como a confecção de modelos em resina das estruturas ósseas a partir destas imagens, têm aumentado muito as possibilidades de diagnóstico e planejamento.

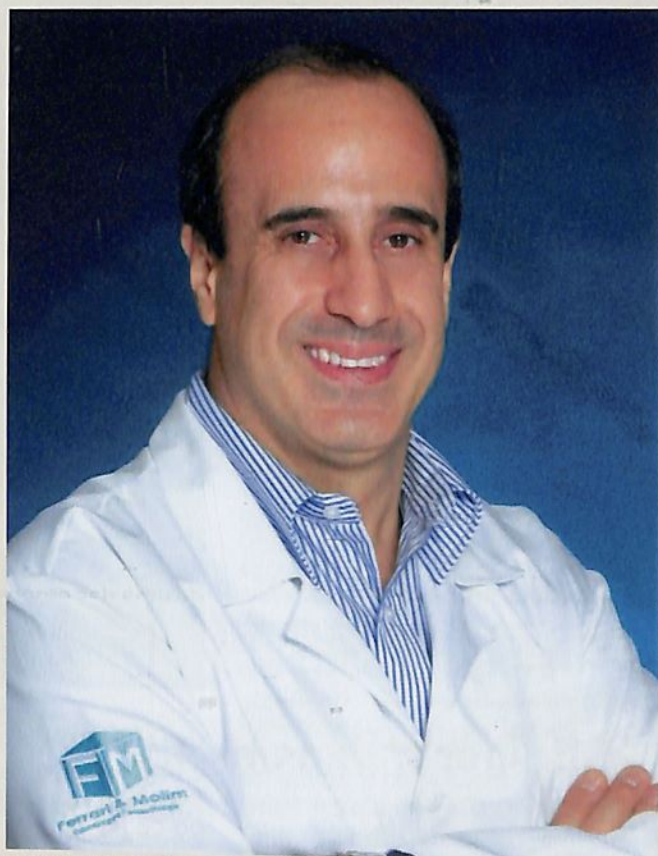
A associação entre forma e estrutura superficial dos implantes, técnica cirúrgica e recursos tecnológicos permitiram a criação de novos conceitos de tratamento, com possibilidades de reabilitação protética em tempo muito curto.

Exemplos da aplicação destes novos conceitos são os chamados implantes zigomáticos, protocolos de carga imediata e técnicas de cirurgia minimamente invasiva.

Os implantes zigomáticos, que apesar de estarem sendo mais divulgados atualmente, já existem há alguns anos. São empregados em casos de reabilitações totais e quando já houve muita perda óssea no maxilar superior. Nesta técnica, utiliza-se o recurso de implantes mais longos com o intuito de se obter a estabilidade primária ou mecânica. A vantagem deste tipo de tratamento está no fato de não necessitar de enxertos ósseos para a instalação destes implantes.

Os protocolos de carga imediata, no qual implantes convencionais recebem uma prótese provisória ou definitiva poucas horas depois da cirurgia, já são realizados há certo tempo e já é uma técnica bastante empregada. Esta técnica pode ser utilizada em reabilitações parciais ou de um maxilar inteiro.

A última novidade na área da implantodontia é a cirurgia virtual. Neste protocolo de tratamento todo o planejamento de implantes é realizado em computador, por intermédio de imagens de tomografia. Com base neste planejamento é confeccionada uma guia cirúrgica que é utilizada para guiar a instalação dos implantes no momento da cirurgia. A grande vantagem é que isto pode ser feito sem incisões e não há necessidade de pontos ao final da cirurgia. Os únicos acessos são as perfurações por onde os implantes irão passar. Este recurso permite a realização do que chamamos de cirurgia minimamente invasiva. Outra vantagem desta técnica é a possibilidade da confecção prévia da prótese que



ALEXIS MOLIM JÚNIOR, CIRURGIÃO BUCOMAXILO

irá sobre os implantes que pode ser instalada logo após a instalação dos implantes, no momento da cirurgia.

Com base nestas informações e de acordo com as propostas da mídia em geral, poderia-se crer que havíamos atingido o auge da reabilitação dos nossos pacientes, abolindo os enxertos ósseos, tempos longos de espera para a cicatrização ou integração dos implantes e fazendo próteses em tempo recorde.

É claro que o sonho de todo paciente e de todo profissional que se dedica à implantodontia é ter o caso resolvido em menor tempo possível e com o mínimo de desconforto.

No entanto, cada caso necessita de uma avaliação individual. O que é adequado para um paciente pode não ser para outro. Além disto, existe a necessidade de se avaliar fatores como grau de exigência e idade do(a) paciente.

Não devemos esquecer também que as técnicas, já bem estabelecidas, de enxertos e implantes convencionais, têm um histórico já bem longo e são de comprovada eficácia.

Para saber das possibilidades de tratamento o melhor é buscar informações com um profissional qualificado e não ficar somente atento ao que é informado através da mídia.

A FEIRA PONTA DE ESTOQUE 2007 REGISTROU EM PÚBLICO DE 255 MIL PESSOAS. TRÊS TONELADAS DE MATERIAIS RECICLÁVEIS GERADAS DURANTE O EVENTO FORAM DOADAS PARA A COOPERCICLA. LOJISTAS E CONSUMIDORES APROVARAM O EVENTO, SEGUNDO PESQUISA DO DEPEA

Imagine se todos os moradores de Astorga, Campo Mourão, Jandaia do Sul, Mandaguari, Mandaguçu, Marialva e Paiçandu resolvessem fazer compras em Maringá, num período de quatro dias. Eles somariam cerca de 250 mil pessoas, cinco mil a menos do que o número de visitantes registrado este ano na Feira Ponta de Estoque. Realizada de 18 a 21 de julho, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, a Feira teve um público de cinco mil pessoas a mais do que na edição passada.

Os descontos e a variedade de produtos foram os maiores atrativos apontados pelos consumidores. Participaram do evento mais

Preços baixos atraem u



Bruna Moreschi

de 160 lojistas, divididos em 323 estandes, incluindo a Praça de Alimentação. E para aproveitar os descontos, os consumidores não se importaram de ir uma, duas, três vezes à feira, dividindo espaço com uma verdadeira multidão.

80 quilômetros, de Quinta do Sol a Maringá, para comprar 50 peças entre jeans e blusinhas para revender em sua loja. “Venho todos os anos à feira para aproveitar os preços baixos”.

REPOSIÇÃO E CRIATIVIDADE

Para dar conta de tanta procura, a rede de eletrodomésticos Dudony, que participou pela primeira vez, teve que repor o estoque diariamente, já que cerca de mil peças foram vendidas por dia. Mesmo com 16 estandes, os consumidores tiveram que se apertar para comprar fogão, geladeira, móveis e outros produtos. Um modelo de refrigerador teve o preço reduzido de R\$ 3 mil para R\$ 1,2 mil. O aparelho de telefone sem fio baixou de R\$ 149 para R\$ 69 e o ferro a vapor custava R\$ 19, contra os R\$ 49 da loja. “As vendas ficaram acima do esperado”, relata



Bruna Moreschi

A DONA-DE-CASA IVONE DELGADO COMPROU ROUPAS PARA TODA A FAMÍLIA

A dona-de-casa Ivone Delgado, por exemplo, foi duas vezes ao Parque de Exposições. Ela gastou R\$ 300 na compra de roupas de inverno, calçados e peças íntimas para ela, o marido e as três filhas. “Os preços estavam muito bons”, comentou.

E houve aqueles que vieram de longe só para aproveitar os preços baixos. O empresário Carlos Antônio dos Anjos viajou

ma multidão



NO PRIMEIRO DIA, QUASE DUAS MIL PESSOAS AGUARDAVAM A ABERTURA DA FEIRA

o gerente, Diogo Zambom.

Teve lojista que investiu na criatividade para aumentar as vendas. Participando pelo décimo-segundo ano, o empresário Marcos Obici, da sorveteria Espucreme, apostou também na venda de lanches e crepes, já que, com a temperatura baixa, a venda de sorvetes poderia não ser tão lucrativa. Entre os pratos oferecidos estava o Cheese Ponta de Estoque, desenvolvido especialmente para o evento. "Diversificamos os produtos para poder atender a todos", explica Obici.

No último dia da feira, os consumidores encontraram preços ainda melhores. A empresária Vanessa Lozano Lima, da Vanessa Lima Fashion, ofereceu produtos com 50% de desconto em relação ao valor de atacado. Com preços que variaram de R\$ 5 a R\$ 25, os vestidos e blusinhas fizeram sucesso. "Fiquei muito contente com as vendas", diz. ■

Um trabalho de equipe

Para garantir o sucesso da Feira Ponta de Estoque, mais de cem funcionários e diretores da ACIM e do Sivamar trabalharam antes, durante e depois do evento. Mais uma vez as conselheiras do ACIM Mulher foram as responsáveis pela organização da feira. Na preparação do evento, as 23 integrantes do conselho se reuniram periodicamente para discutir a comercialização de estandes, contratação de fornecedores, divulgação, entre outros temas.

Comissões foram formadas entre elas para cuidar de cada setor da feira, entre praça de alimentação, limpeza e conservação, infra-estrutura, serviço de apoio, prospecção, documentação, divulgação, coordenação e contato com expositores. "Fizemos escalas de

trabalho de quatro horas e cada comissão deveria ter, no mínimo, uma conselheira por turno", explica a coordenadora geral da feira, Flávia Vermelho.

As conselheiras também pensaram no lado social do evento. Todo o material reciclável gerado foi doado para uma cooperativa de catadores, a Coopercida. Foram recolhidos mais de três mil quilos de recicláveis, entre alumínio, plástico, papel, garrafas pet e papelão.

Os lojistas participantes encerraram o evento com a doação das mercadorias não comercializadas, como acontece tradicionalmente. Este ano, as doações serão encaminhadas para a Agência Adventista de Desenvolvimento e Recursos Assistenciais.

Pesquisa mostra satisfação de lojistas

O Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM (Depea) realizou pesquisa com 105 expositores e 579 visitantes da Feira Ponta de Estoque 2007.

O local onde foi realizado o evento teve 98% de aprovação dos empresários entrevistados. Os serviços de segurança e limpeza obtiveram, respectivamente, 94% e 90% de aprovação. A organização geral foi avaliada por 98% dos expositores como ótima ou boa. A divulgação do evento também recebeu avaliação positiva de cerca de dois terços dos entrevistados.

Em relação à pesquisa com os

consumidores, mais da metade afirmou ter ficado sabendo da Feira por anúncios publicitários veiculados em emissoras de televisão, por meio de amigos (16,1%), rádio (8,5%) e o restante por outros meios, como jornal, outdoor e carros de som.

Dos entrevistados, 86% afirmaram que fizeram compras na Ponta de Estoque, sendo que 70% adquiriram confecções. Em relação ao valor das compras, 8% gastaram até R\$ 30; 13%, de R\$ 30 a R\$ 50; 31%, de R\$ 50 a R\$ 100; um quarto afirmou ter gasto de R\$ 100 a R\$ 200; e o restante - 23% - mais de R\$ 200.



Bruna Moreschi

MARCOS OBICI, DA ESPUCREME, CRIOU LANCHE EXCLUSIVO PARA ATENDER PÚBLICO DA FEIRA

ASSIM PODE SER DEFINIDA A FEIRA FESTAS & NOIVAS, REALIZADA NO FINAL DE JULHO EM MARINGÁ. O EVENTO, QUE RECEBEU MILHARES DE VISITANTES, AGRADOU PÚBLICO, EXPOSITORES E ORGANIZADORES, QUE JÁ CONFIRMARAM A REALIZAÇÃO DA SEGUNDA EDIÇÃO

Pela primeira vez Maringá teve um evento que reuniu, em um mesmo local, empresas de diversos segmentos ligados ao mercado de produtos e serviços para festas e eventos. Com duração de três dias – de 24 a 26 de julho – o Festas & Noivas 2007 superou as expectativas dos organizadores e expositores e surpreendeu os cerca de três mil visitantes que passaram pelo Centro de Convenções Araucária. A próxima edição do evento já foi confirmada para o ano que vem.

Promovida pela ACIM e pelo Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, com organização do Conselho Permanente do Jovem Empresário (Copejem) e do Núcleo Setorial de Floriculturas (NS Flor), do Programa Empreender, a feira reuniu 70 empresas especializadas em casamentos e festas, como ateliês de alta costura, fotos e filmagem, buffets, bandas, lojas de presentes, animadores de festas, salões de beleza, floriculturas e decoradores.

Além dos estandes, o evento teve programação especial durante as três noites do evento. Um desfile com trajes de noivas, de festas e de lingerie marcou a noite de abertura com descontração e muito glamour, encantando a todos os presentes.

Um marco no calendário



Bruna Moreschi



Bruna Moreschi

APRESENTAÇÕES DE EXPOSITORES, COMO O GRUPO CAFÉ PICADDILLY, FIZERAM PARTE DA PROGRAMAÇÃO

A produção de maquiagem e cabelo das modelos que desfilaram foi assinada pelos salões de beleza participantes da feira. Acessórios e arranjos também foram cedidos por empresas expositoras. Nas outras noites, houve apresentações artísticas com grupos musicais. O mágico Karillos Berbert conquistou a simpatia do público, em especial as crianças, já que muitas visitaram a feira.

APROVAÇÃO

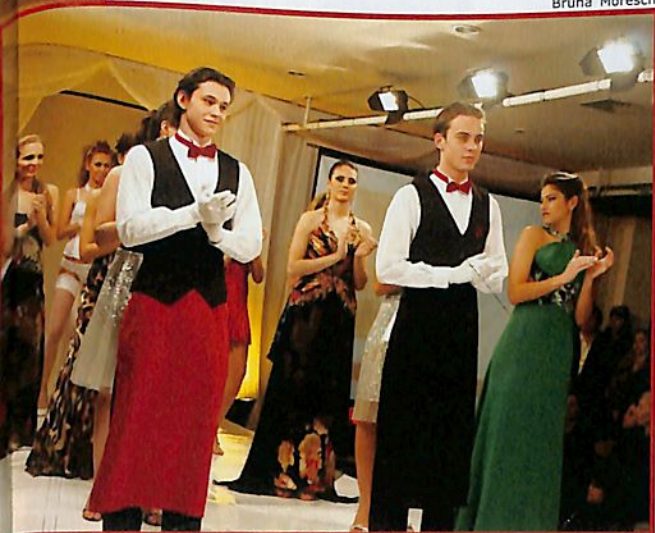
Os visitantes gostaram do que viram e elogiaram a iniciativa. Pesquisa realizada pelo Departamento de Estatística da ACIM (Depea) mostrou que 97% dos visitantes entrevistados aprovaram a organização do evento.

“Os estandes estavam muito boni-

tos. Diversos conhecidos meus que moram em outras cidades vieram para Maringá especialmente para visitar o evento”, conta o cinegrafista Beto Frost, que pretende participar da próxima edição como expositor.

Já Ivone Gonçalves, que foi à feira acompanhar a filha Aline Gonçalves, que está organizando a formatura da sua turma de faculdade, ficou surpresa com o que

io de eventos da região



UM GRANDE PÚBLICO, APESAR DA CHUVA, E UM DESFILE MARCARAM A NOITE DE ABERTURA

viu. “Não sabia que Maringá tinha toda esta estrutura para festas”. Aline fez uma pesquisa dos produtos e serviços que serão necessários para a formatura. “Consegui ter uma idéia de como pode ser a festa da minha turma e peguei alguns contatos de empresas”.

Os expositores também se mostraram satisfeitos. Todos os empresários entrevistados pela pesquisa do Depea aprovaram o local escolhido para o evento. Em relação à segurança, a satisfação também foi total: 67% avaliaram como sendo ótima e 33% como boa.

A organização geral foi aprovada por 98% dos expositores entrevistados e 86% ficaram satisfeitos com a quantidade de contatos feitos ao longo dos três dias: 29% deles disseram ter feito mais de 50 contatos ou agendamentos; 24% fizeram entre 20 e 50 contatos; 25%, de 10 a 20; e outros 14% fizeram menos de 10

contatos ou agendamentos. Foram entrevistados 51 expositores.

O fotógrafo Lúcio Flaubert avalia que a feira Festas & Noivas 2007 superou as expectativas. “Apareceram muitos interessados, principalmente pessoas que ainda não conheciam meu trabalho. Valeu muito a pena”. A proprietária da Binho Importados, Milene Pegini, também se surpreendeu. “Foi muito além das minhas expectativas, não esperava tantos visitantes”.

A Binho Importados lançou durante o evento um novo serviço que chamou a atenção dos visitantes – a lista de casamento *online*. “Tanto este, quanto o serviço de bebidas em consignação para eventos, atraíram o público”.

Karllos Berbert, que fez as apresentações de mágica e é proprietário da Dellaré Eventos, diz que a feira foi uma ótima oportunidade para divulgar o nome da empresa. “Podemos mostrar nosso trabalho e nossos diferenciais para os visitantes”. ■



IVONE E ALINE GONÇALVES: PESQUISA PARA A ORGANIZAÇÃO DA FESTA DE FORMATURA



A EXPOSITORA MILENE PEGINI SURPREendeu-SE COM O RESULTADO DA FEIRA



KARLLOS BERBERT CONSIDEROU O EVENTO ÓTIMA OPORTUNIDADE PARA DIVULGAR SUA EMPRESA

Perfil dos visitantes

Dos 150 visitantes entrevistados, 75% eram mulheres, 28% tinham entre 25 e 29 anos, 21% entre 30 e 39 anos, outros 18% tinham entre 40 e 49 anos e 14% entre 20 e 24 anos.

Em relação à escolaridade, quase metade dos entrevistados – 48% – tinha grau superior completo. Boa parte dos entrevistados – 43% – informou ganhar entre cinco e nove salários mínimos.

Entre os 150 visitantes ouvidos 74 declararam que planejavam realizar algum tipo de evento: 65% citaram festa de casamento; 15% pretendiam realizar festa de aniversário e 11%, evento empresarial. 44% dessas pessoas pretendiam investir até R\$ 15 mil no evento, 39% pretendiam investir de R\$ 15 mil a R\$ 30 mil.

Vale a pena
OUVIR



THIAGO RAMARI, ESTUDANTE DE JORNALISMO, COLUNISTA E CRÍTICO DE ARTE

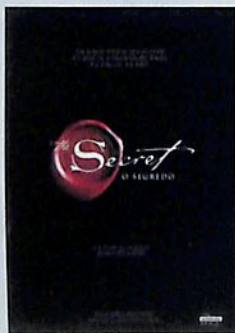
VERDE, ANIL, AMARELO, COR-DE-ROSA E CARVÃO – MARISA MONTE
O álbum, lançado há 13 anos, é um dos mais expressivos na carreira da cantora. Com esse trabalho, substancialmente mais elaborado que os dois anteriores – “MM” (1989) e “Mais” (1991) –, Marisa Monte se torna mais autoral, delimitando um estilo singular. Várias músicas do disco, como “Maria de Verdade”, “Na Estrada” e “Segue o Seco”, conquistaram ouvintes em todo o país, consolidando a relevância da cantora no cenário da música popular brasileira.

CALL ME IRRESPONSIBLE – MICHAEL BUBLÉ

O terceiro disco do cantor e compositor canadense é um presente para os ouvidos habituados à música erudita. O álbum traz a impecável voz do cantor, considerado o novo Frank Sinatra, em composições assinadas por ele próprio, além de regravações de sucessos de Billy Paul, Eric Clapton e Leonard Cohen. Entre os destaques estão “Call Me Irresponsible”, “It Had Better Be Tonight” e “Wonderful Tonight”, esta última canção em dueto com o brasileiro Ivan Lins.

Vale a pena
ASSISTIR

ANTÔNIA CORTEZ DOS SANTOS – PROPRIETÁRIA DA MUNDO ANIMAL



que ele nem desconfia é que terá que dividi-lo com sua antiga moradora Elizabeth (Reese Witherspoon). A moça surge e desaparece da casa quando ele menos espera, até que ele percebe que está lidando com um fantasma e tenta ajudá-la. O único problema é que ela acredita estar viva, o que leva a um final surpreendente.

O SEGREDO – Drew Heriot (2006)

Documentário que aborda a natureza do desejo, levando em conta o ponto de vista da física quântica em que tudo no mundo é energia. Profissionais de diversas áreas, como medicina e economia, unem-se para revelar um segredo que foi protegido durante toda a existência da humanidade. Grandes nomes, como Platão, Galileu, Abraham Lincoln, Albert Einstein, entre outros, descobriram esse segredo e por meio de depoimentos de escritores, pesquisadores, filósofos, histórias reais e de pessoas comuns, ele é revelado.

E SE FOSSE VERDADE – Mark Waters (2005)

Baseado no *best-seller* “If Only It Were True”, de Marc Levy, esse filme conta a história de David Abbott (Mark Ruffalo), que resolve alugar um apartamento todo mobiliado em São Francisco, mas o

Vale a pena
NAVEGAR

<http://sistemas.anatel.gov.br>

Nesse endereço é possível encontrar a melhor operadora para utilizar em suas chamadas telefônicas.

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

Encontre a melhor rota dentro da sua cidade ou entre duas cidades, a distância e localize ruas.

www.dominiopublico.gov.br

Neste site é possível pesquisar e baixar diversas obras, entre livros, artigos, músicas e até vídeos, que já são considerados de domínio público

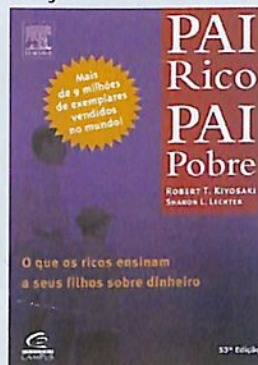
www.gramaticaonline.com.br

Endereço bastante útil para tirar dúvidas sobre a língua portuguesa. Além dos tópicos com as regras gramaticais, há também artigos, reportagens e comentários sobre o assunto

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

O que estou
LENDO

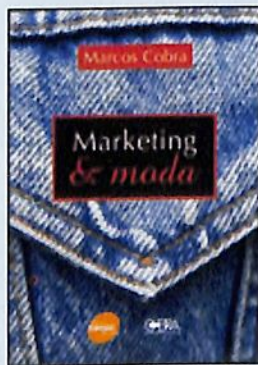
TELMA MARIA DE SOUZA JANUÁRIO, PROPRIETÁRIA DA ESPAÇO CONFORTO



Pai Rico, Pai Pobre
Robert T. Kiyosaki e Sharon L. Lester
Editora Campus
192 Páginas

Por meio da história de um dos autores, Robert Kiyosaki, e seu amigo Mike, o livro traz orientações sobre a importância do bom uso do dinheiro. Robert tem um “pai pobre” (o pai biológico, um professor universitário) e um “pai rico”, que na verdade é o pai de Mike. Enquanto o pobre fala da importância de estudar e conquistar um emprego numa grande corporação, o rico ensina as regras de funcionamento do dinheiro. Para os autores do livro, é necessário ter conhecimento e várias habilidades para, então, saber a melhor forma de administrar os negócios.

EUNICE RODRIGUES, SÓCIA-PROPRIETÁRIA DA PATAZZULO FASHION



Marketing & Moda
Marcos Cobra
Editora Senac
264 Páginas

O livro ajuda a entender como a moda impulsiona o consumo dos produtos. As pessoas vão conhecer um pouquinho mais sobre o universo da produção neste segmento e o processo que vai da criação até o produto final destinado à venda. O autor Marcos Cobra também mostra uma pesquisa feita com jovens com idade entre 15 e 25 anos para entender melhor como a marca influencia no momento da escolha.

Detalhes fundamentais de estilo

BOM SENSO E EQUILÍBRIO SÃO AS REGRAS PARA MONTAR, SEM ERRO, O QUEBRA-CABEÇA FASHION, FORMADO POR MEIA, SAPATO E CINTO. NA HORA DE COMBINAR, A PRIMEIRA REGRA É LEMBRAR QUE A ORDEM É SER DISCRETO

Encarar sapato, meia e cinto como peças de um quebra-cabeça *fashion* é uma maneira divertida de não errar na hora de se vestir. A idéia é que as peças se encaixem perfeitamente e criem um visual harmônico. Prestar atenção nas cores, formas e texturas e buscar um ponto de equilíbrio entre elas é a forma mais fácil de entrar no mundo do bom gosto.

A primeira dica para construir um *look* apropriado para o trabalho é abolir as meias brancas dos seus planos. A não ser que você seja um professor de academia, deixe suas adoradas meias brancas para serem usadas com tênis, no fim de semana. Ah, claro, profissionais da saúde que vestem branco estão liberados, mas, nesse caso, as meias sociais são mais indicadas.

Não fica bem um médico com um bonito sapato em couro branco usando meia esportiva. Aqui é preciso primar pela harmonia: sapato social pede meias sociais; tênis pede meias esportivas. Quem usa sapato preto ou marrom deve estar atento para não cometer deslizos. Escolha as meias que mais estejam em sintonia com a cor do seu sapato ou da sua calça. O detalhe é que a cor da calça deve também combinar com a cor do sapato e a meia serve de ligação entre eles.

Vendo dessa maneira fica mais simples entender. Antes de aprovar a combinação, veja se a meia fica bem discreta quando aparente. Ela deve simplesmente escon-



Bruna Moreschi / Gentileza Loft Concept

der a perna da maneira mais sutil possível. Por isso, nem pense em combinar a meia com a camisa ou com a gravata.

Outro detalhe importantíssimo é que a meia deve ser longa e estar bem colocada. Para saber se está tudo certo, faça um teste bem simples: sente e cruze as pernas. Na perna que está cruzada, a meia ficará aparente. Assim tudo bem, o que não pode aparecer é qualquer sinal da perna. Ela deve ficar escondida pela meia para que o visual seja elegante.

A regra das cores para calças e sapatos também não tem muito mistério. Calças pretas ou cinza (do tom mais claro ou mais escuro) ficam perfeitas com sapato preto. Já no caso das calças que vão

do bege ao marrom, o sapato deve ser marrom e a meia da cor da calça.

Os mais ousados, que optarem por uma calça vinho, por exemplo, podem usar sapato marrom. Terno preto com cinto e sapato caramelo é nota zero no quesito sofisticação. Esqueça!

Quem tem liberdade para trabalhar com calça jeans a dica é simples também: jeans mais claro com sapato marrom e jeans escuro com sapato preto. Já quem optar pelos populares sapatênis pode usar uma meia um pouco mais esportiva, mas sempre da cor do calçado.

Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda

CURSOS

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

ANÁLISE DE CRÉDITO

Instrutor: Braz Vendramini
Data: 20 a 23 de agosto
Horário: 19 às 23 horas

POR QUE OS GERENTES FALHAM

Instrutor: Agmar Vieira Junior
Data: 21 a 23 de agosto
Horário: 19 às 23 horas

REDAÇÃO & COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL PARA SECRETÁRIAS

Instrutor: Sérgio Gini
Data: 27 a 31 de agosto
Horário: 19 às 23 horas

GESTÃO TRIBUTÁRIA

Instrutor: Marcelo Davanço e Wilson Forlan Amaral
Data: 28 e 29 de agosto
Horário: 8h30 às 17h30

MOTIVANDO-SE E FORTELECENDO SUA EQUIPE DE TRABALHO

Instrutora: Maria Alice Pinatti
Data: 29 a 31 de agosto
Horário: 19h30 às 22h30

UM ANO DE NOTÍCIAS

O informativo *online* da ACIM – Notícias ACIM – completou um ano em 12 de julho. Neste período, foram 239 edições, totalizando quase três mil notícias enviadas a empresários e lideranças empresariais.

Para o presidente da ACIM, Carlos Tavares Cardoso, o informativo, junto com o jornal e a revista da entidade, colabora para manter os associados bem informados. “Durante esse período, percebemos que o associado adotou o Notícias ACIM como fonte de informação diária, da mesma forma que os meios de comunicação tradicionais da ACIM”, ressalta. Os interessados em receber o Notícias ACIM podem se cadastrar pelo www.acim.com.br, preenchendo o campo de e-mail localizado no menu Notícias ACIM.

ECONOMIA DE R\$ 9 MILHÕES

Em nove meses de trabalho do Observatório Social dentro da Prefeitura de Maringá, o município economizou R\$ 9,6 milhões de reais em licitações públicas para a aquisição de mercadorias. Esses números foram apresentados a empresários do Conselho do Comércio da ACIM e a diretores do Sivamar, no dia 19 de julho, pelo presidente do Observatório, Ariovaldo Costa Paulo.

Bruna Moreschi



Costa Paulo explicou que os trabalhos começaram pelas secretarias de Saúde e Educação. Os voluntários do Observatório – que receberam treinamento do Tribunal de Contas e da Controladoria Geral da União – descobriram distorções de preços em diversos processos, que acabaram sendo cancelados pela prefeitura. O prefeito Silvio Barros chegou a abrir sindicância sobre três licitações, para apurar se houve compras superfaturadas.

“Na Secretaria de Saúde havia remédio cujo preço na licitação apresentava variação de 1.000% a mais em relação ao valor de mercado”, apontou Costa Paulo.

O Observatório está formando um banco de dados, através de pesquisa de mercado, com preços máximos dos produtos comprados pelo município, para ter parâmetros no acompanhamento das licitações. O órgão vem trabalhando também na análise da qualidade das amostras de produtos fornecidos pelas empresas participantes das licitações e na organização dos estoques das duas secretarias.

Outro foco de atuação do Observatório Social é estimular a participação de mais empresas maringaenses nas licitações públicas. A ACIM é parceira desta iniciativa e está disponibilizando um link em seu portal com todas as concorrências realizadas pela Prefeitura.

NOVO NÚCLEO SETORIAL

O Programa Empreender, da ACIM, lançou, no último dia 2, o Núcleo Setorial de Serralherias e Metalúrgicas. Oitenta empresas foram convidadas a integrar o grupo. Segundo o consultor do programa, Hudson Natal Ferrarin, os empresários estão sendo convidados para a formação do núcleo e para conhecer mais sobre o programa. “Caso eles se interessem, passarão por um treinamento para, então, ajudar a elaborar o planejamento estratégico do núcleo.”

O objetivo do Programa Empreender é reunir empresários de um mesmo segmento para discutir assuntos e problemas comuns, buscando a capacitação e o fortalecimento das empresas.

Atualmente, o programa conta com 14 núcleos setoriais: Academias, Agências de Viagens, Auto-elétricas, Auto-mecânicas, Floriculturas, Funilaria e Pintura, Informática, Lajes, Marmorarias, dois núcleos de Supermercados – Rede Ello e Rede Grand – Pet Shop, grupo temático Empreteco e Vidraçarias.

Para participar do Núcleo Setorial de Serralherias e Metalúrgicas, assim como de outro núcleo mantido pelo programa, a empresa precisa ser associada da ACIM e entrar em contato com os consultores do Programa Empreender, pelo fone 3025-9595.

MARINGÁ SITE

A ACIM firmou parceria com o Maringá Site (www.maringasite.com.br), portal que visa à inclusão digital de micro e pequenas empresas, oferecendo baixo custo para criação e manutenção de página eletrônica. Segundo pesquisa do Centro de Estudos sobre a Tecnologia da Informação e da Comunicação (CETIC), 60% das empresas que possuem de 10 a 19 funcionários não têm site próprio. O estudo aponta que o grande empecilho é o preço para criação e manutenção de uma página eletrônica.

Cada empresa hospedada no portal terá um site, criado pelo Maringá Site gratuitamente. A manutenção também não terá custo. O único gasto do empresário será com a taxa de hospedagem que é de R\$ 19,90 ou de R\$ 29,90 mensais, dependendo do modelo escolhido – microsite ou site institucional. No momento, 70 empresas estão hospedadas no site e a estimativa é que esse número suba para mil até o final do ano.



Bruna Moreschi

QUATRO MESES NO SENADO

O reitor do Cesumar e presidente do Codem, Wilson Matos Silva, apresentou a empresários e lideranças políticas um balanço de seu trabalho durante os quatro meses em que ocupou uma cadeira no Senado, em substituição ao senador Alvaro Dias, que se licenciou por motivos de saúde. O encontro foi promovido pela ACIM, com apoio do Sivamar, do Codem e da Fiep.

Wilson Matos lembrou que no curto período em que esteve no Senado, tumultuado por crises políticas, apresentou onze projetos de lei, “propondo ações simples, mas que ajudarão a mudar muitas coisas na educação do país”.

Entre os projetos apresentados por ele estão os que propõem o aumento da frequência mínima exigida de 75% para 85% das aulas para aprovação dos alunos na educação básica; ano letivo de 200 dias efetivos de aula para o ensino superior; frequência de, no mínimo, 85% em cada disciplina para aprovação do aluno do ensino superior; destinação de recursos do FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador) para as operações do FIES (Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior).

Você não é
único no
mercado...



A marca é o maior
patrimônio de sua
empresa. Proteja-a!

**EVITE A PIRATARIA!
REGISTRE SUA MARCA!**

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

...mas,
sua **marca**
deve ser!

Av. Paissandu, 853 - Zona 3
Fone: (44) 3226 3254
CEP: 87050 -130 - Maringá/PR
0800 6431626

www.acim.com.br

A REVISTA DE
NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO XLIV Nº 468 AGOSTO/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
Alexandre Fumagalli, Giovana Campanha, Murilo
Gatti, Vanessa Bellei, Viviane Farias

EDITORACÃO 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

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

UMA VISÃO CRÍTICA DO SUPERSIMPLES *

“RESTA ESPERAR QUE LEGISLADORES E ENTIDADES EMPRESARIAIS VEJAM OS ERROS COMETIDOS NA APROVAÇÃO E APRESENTEM ALTERAÇÕES EM QUE PREVALEÇAM OS INTERESSES DOS CONTRIBUÍNTES”

A Lei Complementar 123/06, que instituiu o Estatuto Nacional da Micro e Pequena Empresa, está em vigor desde sua publicação. Porém a parte tributária, conhecida como Supersimples, entrou em vigor a partir de 1º de julho.

Apesar de trazer alguns benefícios às micro e pequenas empresas, a nova lei, no fundo, não passa de mais uma “cangalha” para o já sofrido contribuinte brasileiro, tanto em função do aumento da carga tributária, quanto do “modus operandi”.

Assim, resta esperar que legisladores e entidades empresariais vejam os erros cometidos na aprovação e apresentem alterações em que prevaleçam os interesses dos contribuintes.

A Instrução Normativa 755, editada pela Receita Federal em 19 de julho, apresentou algumas benevolências, dando às empresas prazo até 31 de outubro para fazer a regularização dos débitos junto à União, estados e municípios.

O artigo 79 da Lei Complementar 123/06 concede direito de parcelamento em 120 meses de débitos apurados até 31/01/06, não apresentando no seu texto restrições. Porém, a Receita Federal entende que aqueles que perderam os planos do Programa de Recuperação Fiscal (como PAES, PAEX e REFIS), não poderão se enquadrar neste benefício.

Se for mantido este entendimento, será motivo de exclusão de muitos contribuintes do Supersimples Nacional, o que gerará uma grande injustiça fisco-tributária.

Além disso, haverá dificuldades também em relação à apuração mensal das alíquotas dos tributos. A Lei 9.317, que teve sua vigência até 30/06/07, previa uma forma de apuração em que a alíquota dar-se-ia na medida em que a receita bruta fosse alterando de faixa.

A Lei Complementar 123/06 mudou esta forma de apuração. Agora a alíquota tem como base o faturamento dos 12 meses anteriores. Exemplificando: o recolhimento do mês de julho de 2007 terá como base de cálculo o faturamento do período de julho de 2006 a junho de 2007; o de agosto de 2007, será baseado no período de agosto de 2006 a julho de 2007; e assim sucessivamente.

As empresas prestadoras de serviços serão beneficiadas em alguns aspectos. Porém, será necessária uma análise para verificar se haverá vantagem em cada caso, pois poderá haver majoração da carga tributária, principalmente para aquelas que não estão tipificadas na Lei Geral, como as que atuam no transportes de cargas, setor hoteleiro, entre outras.

Para enquadramento, o Supersimples prevê 57 tabelas, sendo que uma única empresa poderá ter que utilizar várias delas para apurar o valor do imposto a recolher, fato este que em muito deixa de ser um processo simples, como aparece na propaganda oficial.

Aos contabilistas resta entender todas as mudanças do Simples Nacional – que a meu ver deveria se chamar “Complicadíssimo” – e apresentar aos seus clientes. Um projeto desta envergadura precisaria de um prazo superior a 12 meses para implantação, para evitar um “apagão” fisco-tributário para as micro e pequenas empresas.

JOSÉ GOMES FERREIRA É EMPRESÁRIO CONTÁBIL, CONTABILISTA, ADVOGADO E CONSELHEIRO DA ACIM

* Tema sugerido pelas empresas Casa dos Acessórios e Aggi Têxtil.



*Solte sua imaginação.
Nós garantimos o resultado!*



GRÁFICA REGENTE

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

Fone: (44) 3220-7010

comercial@graficaregente.com.br

www.graficaregente.com.br



*Não importa aonde
Não importa o clima
O importante é ser você.*

**ITALIA
MILANO**

Produtos Promocionais & Moda

AVENIDA SOUZA NAVES, Nº 193 - CEP 86800-570

FONE: (43) 3420-1000

www.italiamilano.com.br

italiamilano@italiamilano.com.br

APUCARANA - PR