

Revista

ACIM

R\$ 5,00
Setembro/2007
Nº 469
Ano 44

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



Em Defesa do Verde

**Ações buscam preservar o patrimônio que consagrou
Maringá como a Cidade Verde**

“Se a vida te der limões,
faça uma limonada!”



Veja oportunidades onde
outros só enxergam **problemas**.

AUTOCONFIANÇA - CONTROLE DE PREOCUPAÇÕES
COMUNICAÇÃO EFICAZ - RELAÇÕES HUMANAS
VENDAS - LIDERANÇA - GERENCIAMENTO

DALE CARNEGIE® TRAINING mostra como assumir novas responsabilidades, trabalhar sob pressão, motivar a si próprio e aos outros, pensar e comunicar claramente, resolver problemas e preocupações, dirigir seu tempo e as pessoas, melhorar seus relacionamentos em todos os níveis e elevar sua autoconfiança.

Os treinamentos são intensos, dinâmicos e esclarecedores. As habilidades que desenvolvemos são importantes para as empresas, vitais para as pessoas e essenciais para o sucesso.

E a grande diferença – IDÉIAS: criá-las, comunicá-las, vendê-las. Influenciar as pessoas a melhorarem seu desempenho. Esta diferença conduz à SEGURANÇA, à AUTO-ESTIMA e ao PROFISSONALISMO.



Dale Carnegie®
Training

Pessoas - Soluções - Resultados

Desde 1912 | 84 países
7.000.000 de pessoas treinadas
ISO 9001



Índice

REVISTA ACIM ANO 44 Nº 469

ENTREVISTA

6

Rodrigo Rocha Loures, reeleito para a presidência da Fiep, fala das metas da entidade e do relacionamento com o governo Requião

REPORTAGEM DE CAPA

12

Diversos projetos vêm sendo implementados para a conservação e a preservação da arborização de Maringá. Ações têm como base o Censo da Árvore, que apontou uma série de problemas

GESTÃO

18

Implantar um plano de cargos e salários não é tarefa fácil, mas o resultado se reflete em melhoria da produtividade da equipe

MARINGÁ LIQUIDA

26

Comércio de Maringá passará a ter duas edições da campanha por ano. A segunda de 2007 começa no próximo dia 27

Uma oportunidade a mais

Este ano, pela primeira vez, teremos duas edições da Maringá Liquida. A primeira, que aconteceu em fevereiro com grande sucesso, deu a ACIM e ao Sivamar o sinal verde para a realização da segunda edição, agora, em setembro.

Lojistas que participaram da edição passada, ouvidos em uma pesquisa realizada pela ACIM, demonstraram interesse na realização de duas edições da campanha por ano. Isso porque, segundo eles, a Maringá Liquida é uma grande oportunidade para desovar estoques e fazer caixa.

E a realização de uma edição no início do ano e de outra na metade do segundo semestre vem ao encontro das necessidades do comércio, que nessas épocas costuma registrar um desaquecimento nas vendas. Com a edição da campanha em setembro, os lojistas ganham fôlego financeiro, inclusive, para investir nos estoques visando às vendas de final de ano.

Por todos esses motivos, a idéia é criar uma tradição, um calendário fixo de promoções no comércio, o que vai possibilitar ao lojista se planejar, negociar com antecedência com seus fornecedores para oferecer descontos realmente atrativos, que são o grande fator de sucesso de Maringá Liquida.

Dentro desta filosofia, a comercialização da segunda edição da Maringá Liquida 2007, da Campanha de Natal 2007 e da primeira edição da Maringá Liquida 2008 foi feita em conjunto, numa espécie de pacote, com descontos especiais para os comerciantes que aderirem às três campanhas. E a aceitação tem sido muito boa, provando que o lojista não

só aprova a realização dessas campanhas promocionais, como também prefere se programar para poder se preparar e oferecer bons preços para o consumidor.

Essas campanhas, ao mesmo tempo em que representam um importante apoio para o comércio, são ações que aquecem a economia da cidade como um todo. Basta analisar o volume de consumidores da região que vêm para Maringá quando o comércio realiza campanhas promocionais.

Há lojistas que afirmaram, na pesquisa, que o fluxo de pessoas da região aumenta em 50% durante a Maringá Liquida. Queremos que este fato se torne uma tradição com o calendário fixo de campanhas.

A Campanha de Natal também vem ganhando corpo a cada ano, com a ampliação da área com iluminação especial. O clima criado pela decoração de Natal atrai moradores da região e também o maringaense, que se sente mais estimulado a sair de casa com as ruas iluminadas. Tudo isso contribui para o clima da festa e, conseqüentemente, com as vendas de final de ano.

As duas edições da Maringá Liquida e as Campanhas de Natal vão consolidar o comércio da cidade como um ponto de referência. Assim, todos ganham. Mas, para que isso se concretize, a participação de cada lojista, oferecendo descontos atrativos, é fundamental.

Vale ressaltar que as vendas da Campanha de Natal e da Maringá Liquida 2008 continuarão nos próximos meses. Quando um consultor procurar sua empresa, lembre-se de que saber aproveitar oportunidades de melhorar as vendas pode fazer a diferença no sucesso dos negócios.

Carlos Tavares Cardoso,
presidente da ACIM



ACENDA UMA CHAMA DE ESPERANÇA NO CORAÇÃO DE UMA CRIANÇA, E A LUZ DE SUA CHAMA ILUMINARÁ O SEU FUTURO



adm@larescola.org.br
www.larescola.org.br
(44) 3227-3030

Maringá é confortável e relativamente segura se comparada com outras cidades do mesmo porte. Grande parte desse conforto se deve ao espírito solidário do maringaense. A melhor e mais efetiva forma de potencializar a solidariedade é aliar-se a entidades já constituídas, participando de seus projetos.

Dentre tantas boas entidades se destaca o Lar Escola da Criança de Maringá, fundado há 48 anos. O trabalho do Lar Escola consiste em complementar as atividades escolares, oferecendo uma boa alimentação, orientação diária de desenvolvimento pessoal e espiritual para crianças e adolescentes de 7 a 18 anos.

O Lar Escola da Criança possui uma boa infra-estrutura para desenvolver suas atividades, mas não possui mantenedora e enfrenta uma situação financeira deficitária para fazer frente aos projetos que atendem 320 crianças e adolescentes, 120 jovens e adultos.

Para que essa entidade continue a cumprir sua missão, a diretoria, composta de voluntários, traçou um plano de viabilização. Dentre as principais ações implementadas, destacam-se: o Projeto ACREDITANDO NO FUTURO; o Churrasco bimestral e o Jantar Mediterrâneo semestral.

A Diretoria lança o apelo a você, empresário e profissional liberal, para que faça uma visita ao Lar Escola, conheça de perto os projetos e, assim, participe da missão de preservar a qualidade de vida desta magnífica cidade de Maringá.



ELES ACREDITAM NO FUTURO

"Quando irmã Cecília me chamou para ser voluntário fiquei imensamente feliz. Com o meu pouco sei que posso ajudar a fazer com que nossas crianças sejam, no futuro, personagens de boas notícias".

Everton Barbosa – Jornalista da rádio CBN –
Assessor de imprensa voluntário no Lar Escola

"O espírito solidário faz parte do Sistema Prever, onde já apoiamos diversas entidades no Paraná. O trabalho com o Lar Escola veio complementar esta nossa iniciativa de forma ampla, possibilitando inclusive o envolvimento dos colaboradores. Somos gratos ao Lar Escola por esta oportunidade e que mais empresas abracem esta causa."

Reginaldo Czezacki –
Diretor/Presidente do Sistema Prever

"Optei por ajudar o Lar Escola da Criança porque acho que a solução dos problemas do país passa pela melhora da cultura de seu povo, então resolvi investir nas crianças, que amanhã cuidarão de nosso país".

Pedro Granado Martines –
Diretor/Presidente da Pedro Granado Imóveis

"É preciso amar nossas crianças..."

A vida tem nos ensinado que a melhor maneira de "agradecer" é ter o espírito de doação. Em nossa caminhada terrena tudo é passageiro, porém a solidariedade e a paixão são bens eternos.

Ser colaboradores do Lar Escola da Criança de Maringá, nos conduz a uma vida de significados. Temos certeza que nossas vidas não estão passando inutilmente. É preciso amar nossas crianças e fazer algo por elas, não podemos ignorar a dor, a fome, a falta de amor. As crianças de hoje serão o futuro de amanhã.

Silvia e Dirlei Venazzi – Diretores da Kofemar

"É preciso educar o coração!"

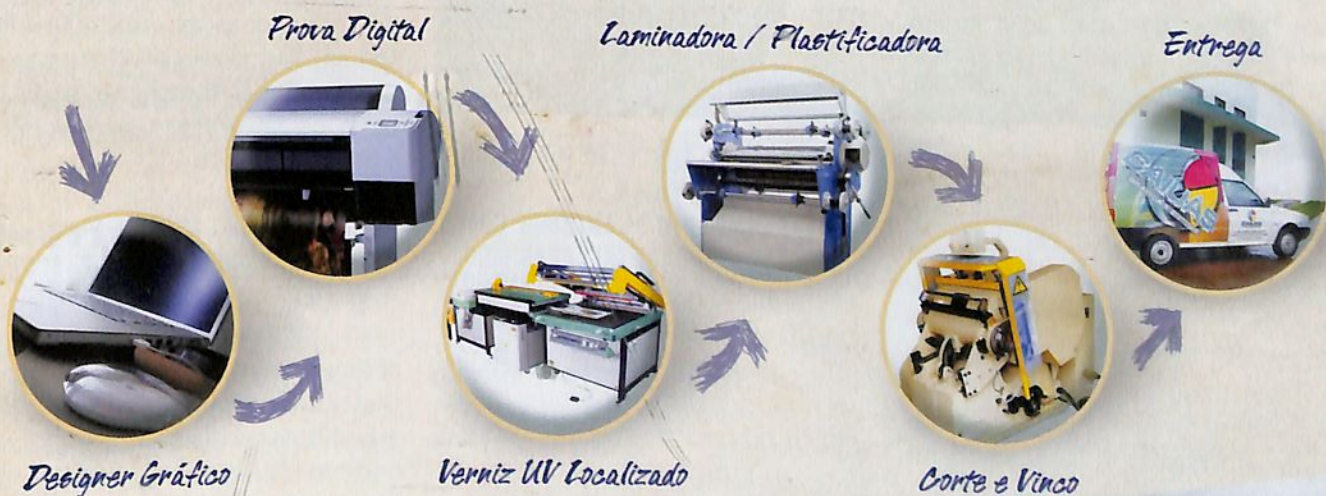
Esta foi a mensagem que me acendeu uma chama de esperança, e a vontade de querer fazer algo pela sociedade menos favorecida.

Vi na missão do Lar Escola da Criança uma oportunidade de poder colaborar e fazer a minha parte, pequena que seja, num projeto completo, que cuida e orienta crianças e adolescentes até a sua formatura para a vida profissional".

Wilson Tomio Yabiku – Design Empreendimentos Ltda

Nosso PAPEL vai além da impressão!

Impressos a Caiuás sempre produz com eficiência e qualidade, mas não pára por aí, temos um parque gráfico diferenciado; você satisfeito desde a pré-impressão até a entrega do serviço.



...uma gráfica
completa

www.graficacaiuas.com.br

Ligue: 44 3028-6323 . 3255-3222

Av. Gastão Vidigal, 2742 - Pq. Lagoa Dourada - Maringá - PR



“O câmbio hipervalorizado



DEPOIS DE UMA TUMULTUADA DISPUTA, QUE INCLUIU UM “BATE-CHAPA” QUE MUITOS CONSIDERARAM ARQUITETADO PELO GOVERNO REQUIÃO – A CHAPA CONCORRENTE INCLUÍA DOIS SECRETÁRIOS ESTADUAIS – RODRIGO ROCHA LOURES FOI REELEITO PARA A PRESIDÊNCIA DA FIEP, A FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO PARANÁ. AS DIFERENÇAS COM O GOVERNO DO ESTADO, SEGUNDO ELE, SERÃO SUPERADAS DAQUI PARA FRENTE “COM UMA RELAÇÃO DE RESPEITO E COOPERAÇÃO”. NESTA ENTREVISTA À REVISTA ACIM, ROCHA LOURES FALA DE TEMAS COMO A INDUSTRIALIZAÇÃO DO PARANÁ, POLÍTICA CAMBIAL E INCENTIVOS À PRODUÇÃO

TERMINADO O PROCESSO SUCESSÓRIO NA FIEP, COMO FICA O RELACIONAMENTO DA ENTIDADE COM O GOVERNO REQUIÃO? SAI ARRANHADO?

Nossa intenção é manter uma relação de respeito e cooperação com o governo estadual. Acredito que isso é possível porque trabalhamos no mesmo sentido, que é o desenvolvimento sustentável do Paraná. Em certos momentos existem conflitos de idéias. Mas o papel da Federação é fazer a defesa dos interesses da indústria, de forma independente e propositiva.

UMA DAS METAS DEFENDIDAS PELO SENHOR É AUMENTAR O INVESTIMENTO EM CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL NO SETOR. COMO A FIEP PRETENDE FAZER ISSO?

Nosso projeto inclui a adoção de um plano de gestão focado nas

demandas da indústria, com a previsão de investimentos de 10% do total do orçamento anual. Com isso, queremos capacitar 100 mil trabalhadores nos próximos anos. Vamos contar com o apoio da Confederação Nacional da Indústria que tem um programa de investimentos que privilegia a educação, seja a tradicional seja a profissionalizante. Dentro de nosso plano de trabalho, vamos atuar de maneira descentralizada, valorizando as lideranças locais e o diálogo permanente com os nossos sindicatos, tendo sempre como referência o desenvolvimento setorial e regional e o apoio ao empreendedorismo. Nosso projeto é criar um sistema de educação à distância, fortalecer os cursos técnicos do Senai e integrar cada vez mais os programas de ensino do Senai e do Sesi.

EM RELAÇÃO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, QUAIS SERÃO AS AÇÕES DA FIEP?

As micro e pequenas empresas serão prioridade da nossa administração. Hoje, este setor já é atendido em diversos programas, como o de capacitação em gestão, realizado pela Unindus. Com a Rede de Tecnologia (Retec) também disponibilizamos serviços para essas empresas. É preciso fortalecer essas ações e conscientizar os empresários da necessidade de atualização gerencial e tecnológica. Vamos criar uma rede de serviços ambientais, de saúde e de segurança para micro e pequenas empresas e ampliar as clínicas tecnológicas, que trazem para o Estado especialistas nacionais e es-

é o exterminador do nosso futuro”

trangeiros para promover consultorias nas empresas. Outra ação para o fortalecimento destas empresas ocorrerá diretamente nos Arranjos Produtivos Locais (APL). Queremos implantar dez novos APLs no estado.

AS POLÍTICAS DE INCENTIVO AOS APLS TÊM CONTEMPLADO OS OBJETIVOS DESSAS ORGANIZAÇÕES?

A vitalidade da indústria paranaense foi reforçada pelo recente surgimento de mais de 20 APLs, numa demonstração inequívoca da capacidade organizativa dos industriais paranaenses. Eles são integrados por 3.500 pequenas e médias indústrias que movimentam de forma dinâmica as economias das suas localidades, apesar do ambiente macroeconômico hostil ao progresso dos negócios. Devido à importância dos APLs para o desenvolvimento estadual, a Fiep e suas entidades satélites têm dedicado esforços para apoiar essas iniciativas, oferecendo aos empreendedores programas de formação e capacitação técnica e gerencial, além de assessorias tecnológicas. Estamos trabalhando em parceria com o governo e com outros órgãos de fomento para que essas organizações tenham acesso ao crédito. Já estão avançados os entendimentos para que haja um financiamento internacional de cerca de US\$ 16 milhões. Além disso, o BNDES está cada vez mais focado nesses aglomerados.

O SENHOR TEM CRITICADO A POLÍTICA CAMBIAL. EM SUA OPINIÃO, QUAL SERIA A POLÍTICA DE CÂMBIO IDEAL, QUE NÃO PREJUDICASSE AS

EXPORTAÇÕES E NÃO COMPROMETESSE AS METAS ECONÔMICAS DO PAÍS?

Uma mudança na política cambial é inadiável para que possamos reverter as expectativas negativas dos agentes econômicos e suas decisões de investimento. O câmbio hipervalorizado é o exterminador do nosso futuro. É preciso coragem dos governantes para mudar esta política de “câmbio mergulhante”. O futuro do Brasil depende dessa decisão. No governo de FHC também foi demasiadamente prolongada a política de câmbio valorizado como âncora para controlar a inflação. Os resultados sobre o setor produtivo e a economia do país nós todos conhecemos. Posteriormente, esses governantes reconheceram que a dose foi exagerada. Os países emergentes que estão vencendo o jogo global criaram modelos coerentes e articulados de instrumentos para valorizar a sua produção industrial interna e dinamizar o crescimento. O câmbio competitivo como alavanca de uma estratégia exportadora é o elemento crucial desses países vencedores. Para alcançarmos um patamar de câm-

“ É preciso estabelecer um dispositivo legal que limite a carga tributária em 25%.

Temos que reduzir a mesada do governo ”

bio competitivo é preciso reduzir a Selic com muito mais intensidade, uma vez que os riscos de alta inflacionária são pequenos. Também é necessário diminuir os gastos públicos para ajudar a conter a demanda da economia e reduzir as tarifas de impostos de importação. Além disso, é preciso fomentar a diversificação da nossa indústria, para que o Brasil não seja reconhecido apenas com exportador de *commodities*.

A CARGA TRIBUTÁRIA É OUTRO FATOR QUE INFLUI NEGATIVAMENTE NA COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL BRASILEIRA. O SENHOR ACREDITA NUMA REFORMA TRIBUTÁRIA QUE POSSA VIR A DESONERAR O PRODUTO BRASILEIRO?

A Fiep pretende liderar um movimento entre entidades da sociedade civil paranaense para a redução da carga tributária. É preciso estabelecer um dispositivo legal que limite a carga tributária em 25%. Temos que reduzir a mesada do governo. A indústria nacional vai insistir para que o governo federal adote esta proposta e vamos tratar da reforma tributária. O fim da CPMF é o primeiro movimento neste sentido. Se fecharmos a torneirinha, vamos forçar o governo a racionalizar os gastos. Também é fundamental a moralização no poder público. Aqui, na Fiep, com os mesmos recursos da gestão anterior investimos 15 vezes mais. O Estado brasileiro precisa melhorar sua gestão para aumentar a produtividade. Nossas empresas conseguiram elevar sua produtividade em 300% nos

últimos anos e o governo perdeu eficiência. Isso acontece porque o sistema público não tem valores que são fundamentais para obter um bom desempenho, como mérito e responsabilidade técnica. No poder público, não existe compromisso com o resultado. O compromisso é eleitoral.

A INDÚSTRIA PARANAENSE TEM INVESTIDO EM INOVAÇÃO TECNOLÓGICA? O QUE FALTA PARA QUE ESSES INVESTIMENTOS SEJAM AINDA MAIORES?

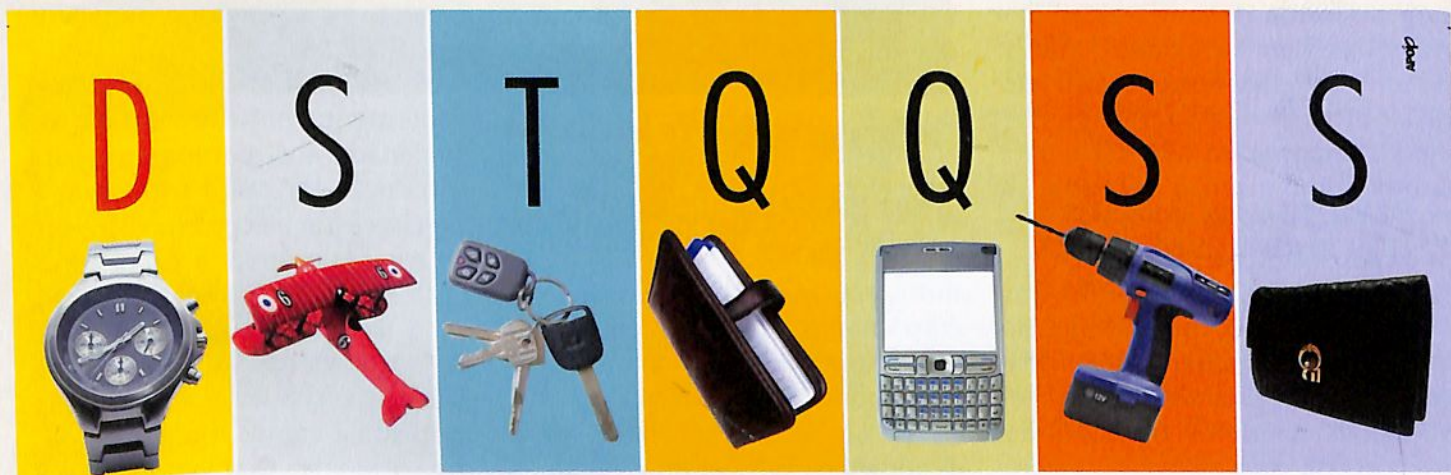
Os investimentos em inovação têm crescido de forma constante no Paraná. No ano passado, mais de R\$ 200 milhões foram investidos por empresas paranaenses neste campo. O certo é que a inovação é pedra angular para quem quiser se manter competitivo no

mercado. O que falta é um instrumento de fomento à inovação e ao desenvolvimento tecnológico. Isso poderia ser suprido com a implantação de uma política industrial para o Paraná, conforme pregamos em nossa proposta. O Paraná precisa de uma estratégia para desenvolver sua economia e aproveitar melhor os recursos, as competências e as vocações regionais. Precisa de uma política que envolva questões fundamentais como investimentos em infraestrutura, melhorias na educação e capacitação, que facilite a incorporação de novas tecnologias aos processos produtivos e estimule o empreendedorismo e a inovação.

COMO DEVERIA SER A POLÍTICA INDUSTRIAL DO GOVERNO, DE FORMA A PROMOVER O CRESCIMENTO DO SETOR,

ASSIM COMO A MANUTENÇÃO DAS BASES DA INDÚSTRIA DE TRANSFORMAÇÃO BRASILEIRA?

É preciso incentivar uma produção industrial diversificada. Precisamos de uma política macroeconômica alinhada aos objetivos de crescimento acelerado, harmônico e sustentável. Precisamos definir o perfil de atividade produtiva mais apropriado para o Brasil. Apostar de fato numa estrutura industrial diversificada, com crescente valor agregado, na qual a geração de empregos seja um vetor obrigatório para garantir a prosperidade da sociedade como um todo. A nosso juízo, o fortalecimento da indústria como indutora do crescimento passa necessariamente por uma estratégia de diversificação da produção. Este é o processo virtuoso de reindustrialização. ■



TODO DIA É DIA DE GARCIA EXPRESS.

Com o **GARCIA EXPRESS** você envia sua encomenda de até 20 kg, para as cidades atendidas pela Viação Garcia, em qualquer dia da semana, inclusive sábados, domingos e feriados. Para utilizar é só chegar no guichê rodoviário credenciado e pronto. Sua encomenda será enviada de ônibus ao destino escolhido com hora marcada para chegar.

Saiu,  **chegou!**

Consulte sobre as cidades atendidas no site www.viacaogarcia.com

GARCIA
EXPRESS
ENCOMENDAS RÁPIDAS

**Sua Encomenda com Hora Marcada,
de Rodoviária para Rodoviária.**

Atender com o coração é cuidar da saúde dos seus funcionários antes mesmo deles precisarem.



Gislaine Lanzoni
Enfermeira do Ambulatório
Próprio do PAM - IMI.



Jonatas Justus Júnior
Diretor da Purific - Empresa
beneficiária PAM.

O PAM realiza uma verdadeira "gestão de saúde" na sua empresa. Com o programa Viver com Saúde, seus funcionários e dependentes recebem atenção integral. Centenas de empresas já descobriram por que o PAM é melhor. Ligue e descubra o que podemos fazer pela saúde da sua empresa.

44 3218-1515



Nosso Atendimento é de Coração

ENTRE AS MELHORES

A concessionária de rodovias Viapar, sediada em Maringá, ficou entre as 220 melhores empresas para se trabalhar no Brasil. O levantamento é da Revista Exame/Você S.A, que anualmente divulga o ranking. "Estar entre as 220 empresas é uma conquista muito grande, fruto de um trabalho de gestão de pessoas que vem sendo realizado há dez anos. Poucas empresas do Paraná conseguiram essa distinção", avalia o gerente de Recursos Humanos, José Nascimento.

Segundo ele, a Viapar enxergou a necessidade de mudar a política de relacionamento de seus colaboradores e integrá-los. Hoje, projetos como a rádio interna (foto), o jornal impresso, os murais e os boletins enviados por e-mail tornaram a integração da equipe uma realidade.

A preocupação da empresa com a qualidade de vida de seus colaboradores também foi fundamental para o enquadramento da Viapar no ranking. "Recentemente restauramos o refeitório, criamos um es-



paço de descanso para os colaboradores em cada uma das praças de pedágio e na sede. Na área de treinamentos são realizadas cerca de 90 ações voltadas para a qualificação de nosso time", informa Nascimento.

POUPANÇA VERDE

Ajudar na preservação do meio ambiente e, de quebra, fazer um investimento rentável e de futuro. Esta é a proposta do Guanandi Wood Condomínio Florestal, administrado pela empresa maringaense Pothencia Tecnologia Ambiental. O condomínio fica em uma fazenda na cidade de Camapuã, Mato Grosso do Sul.

O investimento pode ser feito por pessoas físicas e jurídicas que queiram ter uma área reflorestada sem se preocupar com o plantio e manutenção das árvores. A espécie cultivada pelo condomínio é a guanandi, nativa do Brasil e que tem inúmeras vantagens em relação às que são normalmente utilizadas em reflorestamento, como o pinus e o eucalipto.

O guanandi fornece madeira-de-lei, tão resistente e valorizada quanto o mogno. A espécie foi considerada a primeira madeira-de-lei do Brasil através de decreto imperial datado de 1835.

O investimento para uma área de um hectare, que corresponde a 1.500 árvores, gira em torno de R\$ 7.900, parcelados em quatro vezes. O custo de manutenção desta área é de R\$ 115 mensais. O retorno do investimento acontece não só com a comercialização da madeira e das sementes, mas também com a venda de créditos de carbono.

Mais informações podem ser obtidas na Pothencia Tecnologia Ambiental, que fica na avenida Pedro Taques, 680, sala 10, ou pelo telefone 3031-0902.

MELHORES DO AGRONEGÓCIO

A Cocamar - Cooperativa Agroindustrial foi incluída pela revista Globo Rural na lista das dez melhores empresas brasileiras do segmento de indústria de soja e óleos no País. A cooperativa também faturou, este ano, o Prêmio OCB/Revista Globo Rural em três categorias.

Segundo o diretor de Mercado da publicação, Gilberto Corazza, será lançada em setembro a terceira edição do anuário "Melhores do Agronegócio", uma iniciativa da Editora Globo que reúne as 500 maiores empresas do agronegócio brasileiro e as dez melhores de cada um de 30 setores analisados.

O lançamento oficial do anuário acontecerá no evento de premiação das melhores empresas de cada setor, que será realizado no dia 25 de setembro, em São Paulo.

AVALIAÇÃO POSITIVA

A empresa Toni Segurança foi uma das parceiras da ACIM e do Sivamar na realização da Feira Ponta de Estoque 2007, organizada pelo ACIM Mulher. A parceria foi firmada após criteriosa seleção, para garantir total segurança aos lojistas participantes e aos consumidores que visitaram a feira.

A segurança é uma das constantes preocupações da organização da Ponta de Estoque, principalmente pelo público presente. Mais de 255 mil pessoas que compareceram ao Pavilhão Internacional do Parque de Exposições nos quatro dias do evento. Por conta disso, todos os serviços têm que ter um alto padrão de qualidade. E a Toni Segurança correspondeu às expectativas dos organizadores. Tanto que o quesito “segurança” foi avaliado positivamente por 94% dos expositores em pesquisa realizada pelo Depea (Departamento de Pesquisas e Estatísticas da ACIM).



OXIBIODEGRADÁVEIS

Em busca de oferecer produtos com menor impacto ao meio ambiente, mais empresas estão se firmando no mercado de produtos oxibiodegradáveis. A Skintech Tecnologia, de Maringá, passou a importar os aditivos oxibiodegradáveis produzidos pela empresa norte-americana Willow Ridge Plastics Inc e a disponibilizá-los para as indústrias.

E uma segunda empresa da cidade passou a fabricar embalagens oxibiodegradáveis. Trata-se da Lastro Embalagens e Descartáveis. São sacos de lixo e sacolas personalizadas e sob encomenda, de acordo com a preferência daqueles que desejam associar sua empresa a uma imagem ambientalmente correta.

O uso dos plásticos biodegradáveis traz inúmeros benefícios à vida no planeta, promovendo a conservação dos recursos naturais. Enquanto uma sacola convencional demora 100 anos para se decompor, a biodegradável desaparece no prazo médio de 18 meses depois do descarte.

GRANDE PÚBLICO

O Maringá Shopping de Calçados promoveu, de 17 a 19 de agosto, a Feira da Noiva 2007. Quarenta e seis empresas, entre joalherias, floriculturas, bufês, ateliês, fotógrafos e, claro, lojas de calçados, expuseram seus produtos.

A feira teve um público de mais de cinco mil visitantes. Segundo José Navasconi, relações públicas do shopping, além da beleza, o evento foi uma ótima oportunidade para as empresas divulgarem para revendedores e consumidores seus produtos e serviços voltados a festas. “Muitas empresas que não eram conhecidas agora conseguiram seu espaço.”



Bruna Moreschi

Patrimônio da cidade passa a rece

CRESCER O NÚMERO DE AÇÕES DA SOCIEDADE VOLTADAS À MANUTENÇÃO E À PRESERVAÇÃO DA ARBORIZAÇÃO DE MARINGÁ. COM BASE NO CENSO DA ÁRVORE, REALIZADO ENTRE 2004 E 2006, PROJETOS TÊM COMO OBJETIVO COMUM MANTER A QUALIDADE DE VIDA NA “CIDADE VERDE”

O patrimônio que fez Maringá ser conhecida como a “cidade verde” passou a receber um tratamento diferenciado nos últimos anos e, aos poucos, mais pessoas e empresas têm se envolvido num grande trabalho em defesa da arborização. O desafio da preservação é grandioso, pois, das cerca de 130 mil árvores espalhadas pelas ruas e avenidas da cidade, mais de 40% estão comprometidas, à espera de substituição.

O alerta veio com o Censo da Árvore, executado na Universidade Estadual de Maringá (UEM) pelo engenheiro florestal André Furlanetto Sampaio, entre 2004 e 2006, em parceria com o Cesumar e com as empresas Gelita do Brasil, TCCC e Copel. O estudo, que analisou 93.261 árvores, algo próximo de 90% da arborização viária da cidade, também mostrou que 85% das árvores plantadas são de apenas dez espécies.

A predominante é a sibipiruna, com quase 40% do total, seguida pelo ipê roxo, com pouco mais de 10%, e pela tipuana, com quase 7%. Do restante das espécies, nenhuma atinge 3% do total. Mas, além de mostrar que o verde das ruas de



Bruna Moreschi

Maringá precisa de manutenção e planejamento, a mais importante colaboração do Censo da Árvore foi ter motivado a sociedade organizada a criar o Instituto da Árvore.

Fundado há pouco mais de um ano, atualmente com 100 associados, o Instituto trabalha em três frentes principais. A primeira e, talvez mais importante para o futuro de Maringá, é a confecção do Plano Diretor da Árvore, que vai definir como será realizado o trabalho de manejo e as formas de substituição, com a definição de quais espécies serão plantadas em cada rua e avenida.

“Temos como diretriz o projeto pioneiro do paisagista Luiz Teixeira Mendes, que foi implantado

pelo engenheiro agrônomo Aníbal Bianchini da Rocha, conhecido como o jardineiro de Maringá, ressalta o presidente do Instituto da Árvore, Marcos Capellazzi. Um primeiro resultado do desenvolvimento do Plano Diretor da Árvore é o plantio de 208 mudas no centro da cidade, o que foi viabilizado através de uma parceria com a ACIM (leia box).

NOVA LEI

Outro projeto desenvolvido pelo Instituto da Árvore é o “Associado Patrocinador”, em que empresas se comprometem com uma quota de colaboração para a manutenção da arborização e da jardinagem de determinados espaços.

ber tratamento especial

Parceria fechará clareiras no centro



A ARBORIZAÇÃO DE MARINGÁ É CONHECIDA NACIONALMENTE. MAS ESSE PATRIMÔNIO PRECISA DE SOCORRO E A COMUNIDADE ESTÁ SE MOBILIZANDO COM AÇÕES DE PRESERVAÇÃO

“Iniciamos o projeto pela avenida Tiradentes e pretendemos dar seqüência ao trabalho nas avenidas Duque de Caxias, Herval e São Paulo, continuando pela Morangueira”, explica Capellazzi.

O projeto conta com apoio institucional do Mc Donalds, Viapar, Alisul Alimentos S/A, Unimed, Supermercado São Francisco, G10 Transportes, Cocamar e Cesumar. A terceira frente trabalhada pelo Instituto da Árvore é direcionada à educação ambiental, com foco no espaço urbano. “E o primeiro projeto específico de educação e será voltado à conscientização para o uso de calçadas ecológicas, frisando a necessidade e a importância delas”, afirma.

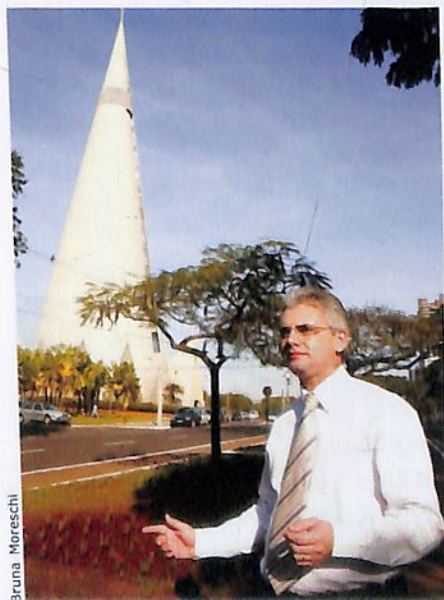
Em paralelo, por intercessão do Instituto da Árvore, foi alterada a lei municipal que determina a área mínima de espaço ao redor de uma árvore plantada em uma avenida comercial. Antes da mudança, o espaço mínimo exigido era de 1,20 metro por 1,20 metro. Agora, a legislação municipal determina que o espaço reservado seja de pelo menos de 1,20 metro por 2,40 metros e que as bordas tenham declive para facilitar o

Uma parceria da ACIM e do Instituto da Árvore de Maringá vai possibilitar o plantio de 208 mudas, de 15 espécies diferentes, na zona 1, centro de Maringá. O trabalho foi iniciado em agosto e deverá ser concluído até o final de setembro. “A distribuição das árvores levou em consideração determinações do que será o Plano Diretor da Árvore. A próxima etapa poderá contemplar a zona 2”, afirma o presidente do Instituto da Árvore, Marcos Capellazzi.

No final do ano passado, a ACIM havia se comprometido a doar as árvores e o Instituto se ofereceu para colaborar. “Constatamos a existência de várias ‘clareiras’ no centro. A Prefeitura é obrigada a retirar árvores condenadas, mas, muitas vezes, não tem condições de repor. Por isso, resolvemos contribuir, pois a iniciativa vai trazer benefícios para a comunidade a até mesmo para o comércio”, relata o superintendente da ACIM, Dirceu Herrero Gomes.

Além das árvores, a entidade tem buscado outras ações ambientalmente corretas. Internamente, de acordo com o superintendente, a ACIM implantou a coleta seletiva do lixo e passou a utilizar papéis recicláveis. “Estamos adquirindo canecas e copos personalizados para cada funcionário. O objetivo é deixar de utilizar copos descartáveis internamente, visando produzir um volume menor de lixo. Temos que “fazer a lição de casa” para depois levar a idéia aos associados.”

No final do ano, dentro da campanha “Um shopping a céu aberto”, a ACIM vai, novamente, seguir todo o rigor técnico para não causar prejuízo ambiental com a iluminação das árvores. “A arborização é um sinônimo de qualidade de vida e a ACIM tem todo o interesse na preservação e na utilização correta das árvores, como um equipamento que possa trazer mais satisfação ao dia-a-dia das pessoas, como ocorre com as árvores iluminadas na época de Natal.”



Bruna Moreschi

CAPELLAZZI, PRESIDENTE DO INSTITUTO DA ÁRVORE: AÇÕES E PROJETOS PARA PRESERVAR E CONSCIENTIZAR

Bruna Moreschi



O PROFESSOR BRUNO DOMINGUES DE ANGELIS CONSIDERA MARINGÁ “UM LABORATÓRIO A CÉU ABERTO”

escoamento da água.

“Temos que conscientizar as pessoas. O Instituto, sozinho, não é solução. O que podemos fazer é direcionar e incentivar as pessoas a cumprirem a lei. Com isso, todos passarão, por exemplo, a construir calçadas ecológicas de acordo com o estabelecido e adotarão outras atitudes voltadas à melhoria do meio ambiente,” pondera Capellazzi.

O Instituto da Árvore também firmou uma parceria com a Aero Business, responsável pela organização da Brazil Air Fair, feira aeronáutica realizada em Maringá no final de agosto. A empresa se comprometeu a compensar o carbono emitido em todos os vôos feitos na cidade durante evento, com o plantio de árvores no Parque do Japão.

A CÉU ABERTO

“Quando morava em São Paulo, eu abria a porta de casa e não via uma árvore sequer. Aqui em Maringá, quando saímos de casa, andamos dentro de um túnel verde. O benefício da arborização é tremendo: vai do bem-estar psicológico a um microclima diferenciado”, considera o professor doutor do Centro de Ciências Agrárias da Universida-

Sábado é dia de plantar árvores

Desde 2004, quando foi iniciado pela Funverde (Fundação Verde) um trabalho de preservação da mata ciliar em córregos urbanos que cortam Maringá, para os participantes, estagiários e voluntários da ONG e para apenas encaminhados pela Justiça para colaborar com trabalhos na comunidade, sábado é dia de plantar árvores. Até hoje, já foram plantadas mais de 30 mil mudas, de diversas espécies, nos córregos Diamante, Mandacaru e Nazaré.

“Em setembro começamos no córrego Maringá”, relata o presidente da Funverde, Cláudio José Jorge. A instituidora da ONG, Ana Domingues, explica que o plantio é realizado apenas em áreas de fundo de vale pertencentes ao poder público. “São cerca de 500 árvores plantadas por final de semana. Em média, cerca de 60 pessoas participam do trabalho, que toma um pequeno período do dia, das 14 horas às 16 horas, permitindo a colaboração de todos”, conta.

Ana ressalta que são plantadas apenas árvores da floresta nativa e espécies frutíferas também nativas. “Só utilizamos mudas com mais de 1,5 metro de altura, o que evita a concorrência com o mato.”

O trabalho é desenvolvido em parceria com a Prefeitura, que faz a limpeza do terreno e deixa as covas



Bruna Moreschi

CLÁUDIO DOMINGUES, DA FUNVERDE: FOCO NA RECUPERAÇÃO DAS MATAS CILIARES

prontas para o plantio no sábado. Depois, a Viapar, que também firmou parceria com o projeto, realiza a roçada de manutenção. Outras empresas, como a Unimed, a Nortevisual e a rede de Supermercados Cidade Canção, também apoiam a iniciativa.

“É um exemplo concreto, unindo primeiro, segundo e terceiro setores da sociedade, que trabalham juntos. É uma parceria que deveria acontecer sempre”, avalia Cláudio Domingues. Outro parceiro incentivador é o Ministério Público, que reverte valores de penas alternativas e multas em mudas para a Funverde. Para Cláudio Jorge, o que falta às pessoas é iniciativa para começar um trabalho. “Todos sabem que é preciso preservar, reciclar, mas sempre deixam para depois.”

de Estadual de Maringá (UEM), Bruno Domingos De Angelis.

O professor, que orientou o estudo que resultou no Censo da Árvore, agora orienta um trabalho mais específico, sobre a arborização da zona 7. “Temos um laboratório a céu aberto e a zona 7 foi escolhida porque possui um grande adensamento populacional e edifícios que confrontam com a vegetação arbórea.”

Entre outros aspectos, o trabalho

vai avaliar como as árvores sobrevivem em uma região com predominância de asfalto, calçadas, construções e poucas áreas para infiltração da água. De maneira geral, De Angelis avalia que ainda há tempo de preservar as mais de 130 mil árvores das ruas e avenidas de Maringá - número que não inclui 60 quilômetros de fundos de vale, 17 bosques e 102 praças.

Ele explica que a arborização enfrenta problemas com cupins, can-

ros (feridas) e as conseqüências de podas aéreas e escavações mal-feitas. "Não é à toa que caem, em média, 30 árvores a cada temporal", pondera. O professor ressalta que é preciso salvar os 40% da arborização que estão comprometidos. "Precisamos preservar este patrimônio."

Em relação aos fundos de vale, ele lamenta que a cidade não tenha preservado os 30 metros de área verde em cada margem. "Imagine todos os córregos com vegetação. Teríamos 60 km multiplicados por 30 metros de cada lado de área natural. Imagine a quantidade de verde. Mas, hoje, vemos construções praticamente dentro de córregos."

Em 1988, De Angelis iniciou um projeto para fazer da UEM o Parque Ecológico da Zona Norte. Neste longo período, várias árvores foram plantadas e o resultado da recuperação da arborização é percebido na fauna. "Quando começamos, tínhamos apenas duas espécies de pássaros no campus: o pardal e a rolinha. Hoje, são 13 espécies. Algumas fazem ninhos e outras estão de passagem. Vemos, por exemplo, corujas, pica-paus e bem-te-vis." ■

Zerar a emissão de carbono

A empresa maringaense Produtec, que há 21 anos atua no desenvolvimento de softwares, pretende zerar, com o plantio de árvores, a emissão de carbono gerada em toda a história da empresa. "É um trabalho de médio e longo prazos, para neutralizar o CO² emitido pela empresa como um todo, que estamos começando com a troca de nossos monitores por outros mais econômicos em termos de consumo de energia", conta o proprietário da Produtec, Artur Alberto Calefe.

Outro passo importante dado pela empresa foi produzir o primeiro software neutro em CO² do Brasil. O programa de computador, que recebeu no mês passado o certificado de "Produto Amigo do Planeta", da Funverde, é voltado para a administração da produção em micro e pequenas empresas do ramo de confecção.

Para saber qual foi a emissão de carbono durante o processo de desenvolvimento do software e qual a quantidade necessária de árvores para zerar o CO², a empresa analisou, por exemplo, a

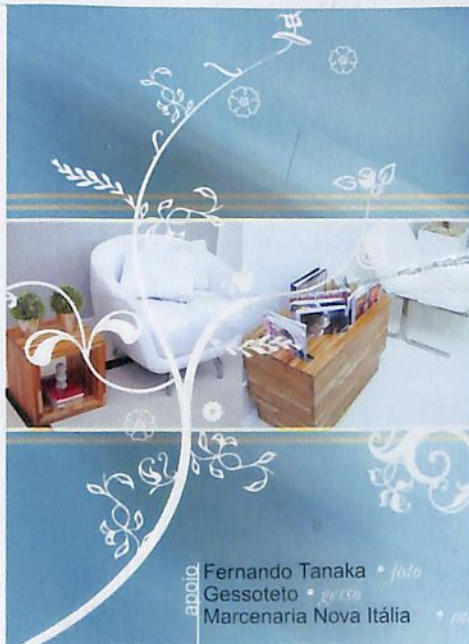


Bruna Moreschi

A PRODUTEC RECEBEU O CERTIFICADO "AMIGO DO PLANETA" POR INICIATIVA DE ZERAR EMISSÕES DE CO²

energia elétrica utilizada e o deslocamento dos programadores até a empresa. "O projeto consumiu o equivalente a apenas dez árvores, mas a empresa decidiu ajudar com mais. Foram doadas cem árvores", relata a instituidora da Funverde, Ana Domingues.

Além disso, a Produtec se comprometeu a plantar mais uma árvore para cada unidade do software vendida. "Temos que dar a contrapartida e nada melhor do que deixar um planeta saudável para os nossos filhos. Se cada um fizer a sua parte, vamos melhorar o mundo como um todo", acredita Calefe.



apolo Fernando Tanaka • foto
Gessoteto • projeto
Marcenaria Nova Itália • marcenaria



Adriana Valente

Av. São Paulo, 172 • sl. 617
Aspen Park Trade Center
44 3025.5082 • 8802.2951
arquiteturavalente@yahoo.com.br

Rotary vai implantar bosque em área degradada

A pedra fundamental do trabalho já foi lançada e o projeto final está quase concluído. Numa área de cinco alqueires, localizada próxima ao aterro municipal, na zona sul de Maringá, o Instituto Rotary de Meio Ambiente, do Distrito 4630, vai implantar o "Bosque Rotary da Amizade". A área foi cedida pela Prefeitura.

"Talvez, no Dia da Árvore, consigamos fazer o primeiro plantio. O projeto está 90% pronto, mas ainda é preciso limpar a área, que está totalmente degradada. Vamos recuperá-la", ressalta o presidente do Instituto, Shiguemasa Iamasaki. O bosque, explica, será executado com as técnicas mais atuais de reflorestamento. "Vamos utilizar o

que há de mais completo do ponto de vista da preservação."

O objetivo do Instituto é que o bosque venha a abrigar, no futuro, um centro de visitação e de educação ambiental, com estrutura composta por auditórios e salas de aula. Em paralelo, o Instituto desenvolveu um vídeo de educação ambiental que, segundo Iamasaki, está rodando o mundo.

Para 2008 será criado o Prêmio Rotary de Meio Ambiente, que terá quatro categorias. "A finalidade é premiar os projetos que visam à preservação do meio ambiente, aliando idéias economicamente viáveis, socialmente responsáveis e ambientalmente corretas."



Bruna Moreschi

IAMASAKI, DO INSTITUTO ROTARY DE MEIO AMBIENTE: ÁREA DEGRADADA VAI VIRAR BOSQUE

Centenas de flores nas árvores

Um convênio da Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Agricultura (Sema) com a Universidade Estadual de Maringá (UEM), com coordenação da professora do departamento de Biologia, Maria Auxiliadora Milaneze Gutierrez, resultou no plantio de 550 orquídeas da espécie *dendróbio* em árvores de ruas e praças da cidade.

"O plantio foi feito na praça da Catedral, ao redor do Parque do Ingá, na praça Napoleão Moreira da Silva e próximo ao Estádio Willie Davids. Por enquanto, no primeiro ano, elas não apresentam um aspecto muito vistoso, pois precisam se desenvolver." No futuro, novas mudas serão plantadas em outros pontos da cidade.

A preparação das mudas será feita numa estufa que está sendo



Bruna Moreschi

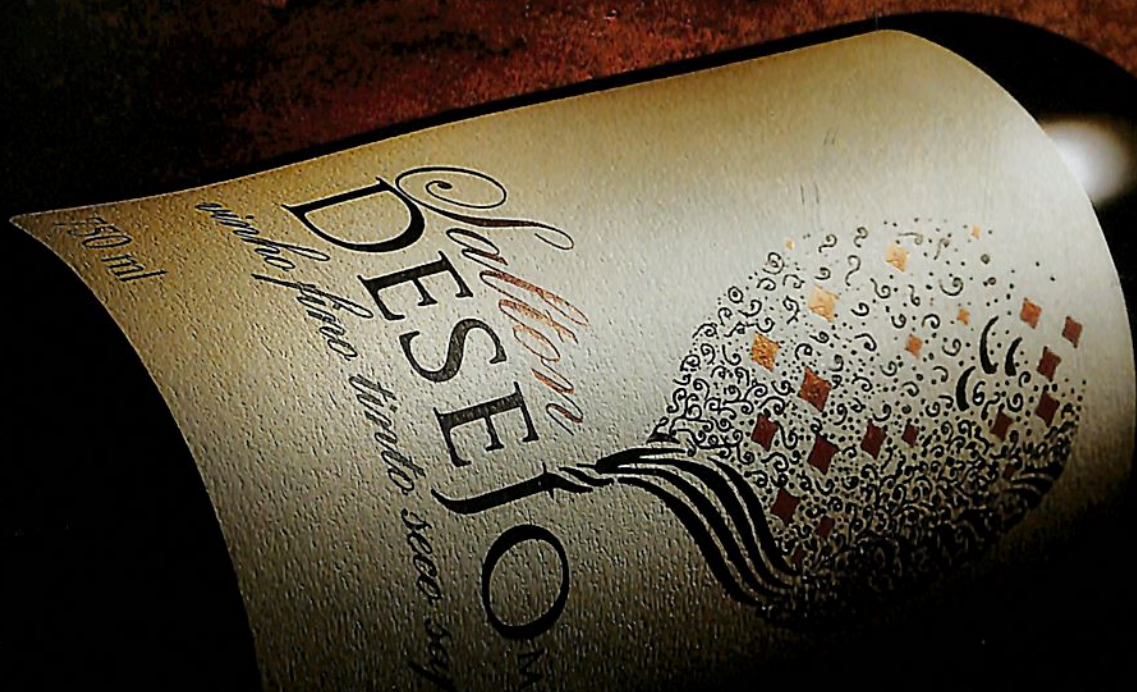
MARIA AUXILIADORA GUTIERREZ COORDENA PROJETO DE PLANTIO DE ORQUÍDEAS NAS ÁRVORES DA CIDADE

construída, em parceria com a Sema, ao lado do Museu Dinâmico Interdisciplinar (Mudi) na UEM, onde já existe uma pequena amostra do projeto denominado "As orquídeas, bromélias e as plantas medicinais como ferramentas para a educação ambiental e a cidadania na cidade de Maringá".

Maria Auxiliadora relata que, em

breve, assim que a estufa estiver concluída, serão oferecidos cursos à comunidade sobre o cultivo de orquídeas, bromélias e plantas medicinais. "As pessoas precisam conhecer as plantas para preservar", considera. O projeto se mantém com a venda de mudas e está aberto a novas parcerias e à visitação.


*Se você pudesse realizar três desejos,
quais seriam os outros dois?*



Aprecie com moderação.

Vinicola Salton - Fones: RS 54-2105.1000 - SP 11-6959.3144

Você precisa
descobrir
Salton Desejo.


VINICOLA
SALTON
UMA GRANDE
DESCOBERTA.

ADEGA BRASIL®

Vinhos e Destilados

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

WWW.ADEGABRASIL.COM.BR

Transparência na política de carr

IMPLANTAR UM PLANO DE CARGOS E SALÁRIOS EXIGE UM TRABALHO LONGO E MINUCIOSO. MAS O RESULTADO COMPENSA, JÁ QUE A MEDIDA PERMITE QUE OS COLABORADORES TENHAM COMO META O CRESCIMENTO PROFISSIONAL, O QUE PODE, INCLUSIVE, MELHORAR A PRODUTIVIDADE DA EQUIPE

Segundo especialistas, um dos caminhos para a profissionalização de uma empresa é a implantação do plano de cargos e salários. Por meio dele, é possível adotar uma política clara de promoção de carreira, com descrição das funções, exigências para ocupar cada cargo e salários compatíveis com o mercado. Mas implantar este plano requer tempo e muito estudo.

Segundo o consultor Vinícius Estorillio, que ministra cursos na área, a implantação de um plano de cargos e salários pode levar de um ano e meio a dois. "Para implantar o plano, é necessário que a empresa faça uma pesquisa salarial no mercado, com, no mínimo, cinco empresas de mesmo porte ou perfil", explica o consultor, acrescentando que não é incomum a empresa que realiza este tipo de pesquisa descobrir que está pagando salários maiores do que os concorrentes.

"Quando a pesquisa demonstra que os salários pagos estão abaixo do mercado, a empresa pode encontrar como empecilho a falta de capacidade de pagamento. A opção, neste caso, é promover um



Bruna Moreschi

aumento gradativo dos valores ao longo do tempo", sugere Estorillio.

Após a pesquisa, o primeiro passo, segundo o consultor, é descrever os cargos existentes, por meio de entrevistas com os colaboradores. Nessa fase é comum que se detecte pessoas que exercem funções diferentes realizando as mesmas tarefas. Um bom plano de cargos e salários pode corrigir essas distorções.

De posse desses dados, além dos pré-requisitos necessários para exercer cada função, surge um manual de cargos e salários, que deverá ser revisto periodicamente. Depois é necessário fazer um comparativo com os salários pagos por outras empresas, para descobrir se a faixa salarial está de acordo com o mercado.

No final, a empresa terá o descritivo de cada função, exigências mínimas para exercê-la, salários,

entre outros dados, e poderá adotar uma série de benefícios extras.

Vinícius Estorillio explica que muitas empresas, ao concluírem a implantação do plano de cargos e salários, optam por estipular metas para cada setor, seja de produtividade e/ou redução de custos, ou participação nos lucros ou resultados. "Com o plano fica mais fácil visualizar como funciona cada departamento. E com a implantação de metas para serem cumpridas pela equipe, os funcionários trabalham mais motivados e as faltas são reduzidas", diz.

O consultor explica que qualquer empresa pode implantar um programa de cargos, mas, devido aos custos, é mais indicado para aquelas com mais de 30 funcionários e que tenham níveis de hierarquia.

Entre as vantagens da implantação o consultor cita a redução no *turnover*, ou seja, na rotativi-

eira da empresa



O PLANO DE CARGOS E SALÁRIOS TRAZ MAIS EFICIÊNCIA NA GESTÃO DOS RECURSOS HUMANOS

dade de funcionários, maior profissionalização dos recursos humanos, uma política clara de carreira, que permite ao funcionário saber até onde pode ascender profissionalmente, e motivação da equipe. Ele lembra que o plano de cargos e salários deve ser revisto, pelo menos, a cada quatro anos.

PACOTE DE BENEFÍCIOS

A Martinucci do Brasil deve finalizar, nos próximos quatro meses, a implantação do seu programa de cargos e salários. Com 200 funcionários, a empresa mapeou 20 cargos diferentes.

O resultado, até o momento, tem sido positivo. A monitora de RH da empresa, Marcela Pimentel Fayad, explica que, graças aos estudos do plano, várias distorções vem sendo corrigidas, como tarefas que eram realizadas por pessoas que ocupam cargos diferentes e outras que não eram realizadas por ninguém, além de



Bruna Moreschi

VINÍCIUS ESTORILLO: REDUÇÃO DA ROTATIVIDADE E CAMINHO PARA A ADOÇÃO DE UMA POLÍTICA DE CARREIRA

casos de gerentes que delegavam as atribuições que deveriam ser deles próprios.

O trabalho, iniciado há um ano, vem sendo desenvolvido pela própria equipe da Martinucci. Para avaliar o nível dos salários pagos pela empresa, foi realizado um estudo comparativo com outras duas empresas do setor, uma de Maringá e outra de uma

FACULDADE UNINGÁ
uningá
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



**MARCELA
FAYAD, DA
MARTINUCCI,
DIZ QUE
FUNÇÕES E
CARGOS
FORAM
ADEQUADOS**

cidade vizinha.

A constatação foi que os salários estavam dentro da média do mercado. “Mas descobrimos que as empresas concorrentes não concedem vale-alimentação, como acontece com a Martinucci”, conta Marcela, explicando que está em estudo a concessão de outros benefícios aos trabalhadores.

“Nossa expectativa com a implantação do plano de cargos é que haverá maior transparência para os funcionários, que saberão exatamente até onde poderão crescer na empresa, o salário que poderão receber. Além disso, todos terão que assumir a responsabilidade do cargo que ocupam, já que o descritivo das funções consta no plano”, explica a monitora.

ASCENSÃO PROFISSIONAL

Outra empresa que está apostando nos benefícios do plano de cargos e salários é o PAM (Paraná Assistência Médica), de Maringá, que implantou seu programa há quatro anos, depois de dois anos de estudos. O trabalho foi viabilizado por uma consultoria externa e hoje é acompanhado por um comitê interno.

Foram mapeadas 26 funções, cada uma com pré-requisitos, atribuições e salários. Segundo o analista de RH, José Rodolfo Grou, durante o estudo foram identificadas

várias atividades idênticas que eram realizadas por pessoas que exerciam funções diferentes. “Com o plano, corrigimos isso e otimizamos o trabalho dos funcionários”, diz Grou.

De acordo com ele, entre os benefícios obtidos está a possibilidade de crescimento profissional, ele mesmo um exemplo de funcionário que ascendeu na carreira: o analista entrou na empresa exercendo o cargo de *office boy*. “Outra vantagem é que os pedidos de demissão por insatisfação salarial tiveram queda de 60%”.

Como o nível salarial é similar ao pago pelo mercado, a empresa passou a oferecer uma gama maior de benefícios para reter os funcionários. Hoje o PAM oferece vale-alimentação de R\$ 170, sem percentual de desconto em folha de pagamento, custeio de metade das mensalidades de cursos de pós-graduação, além de vale-transporte ou vale-combustível.

O plano de saúde do colaborador e dos dependentes até 18 anos também não tem custo. Já os planos para cônjuges e ascendentes têm preço diferenciado para os funcionários. “Hoje todos os benefícios que a empresa concede constam na convenção coletiva da categoria”, explica Grou. ■

Pesquisa mapeia salários pagos em Maringá

O Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM (Depea) e o consultor Vinicius Estorillio realizaram uma pesquisa exclusiva para mapear os salários e a política de carreira das empresas maringaenses. Foram entrevistadas 45 empresas, sendo duas indústrias, 11 prestadoras de serviços, uma atacadista e o restante – 31 – de variados ramos comerciais.

Segundo as empresas entrevistadas, o aumento de salário é concedido de acordo com mérito (44%), vencimento do contrato de experiência (9%), premiação (5%), comissão (5%), produtividade (5%).

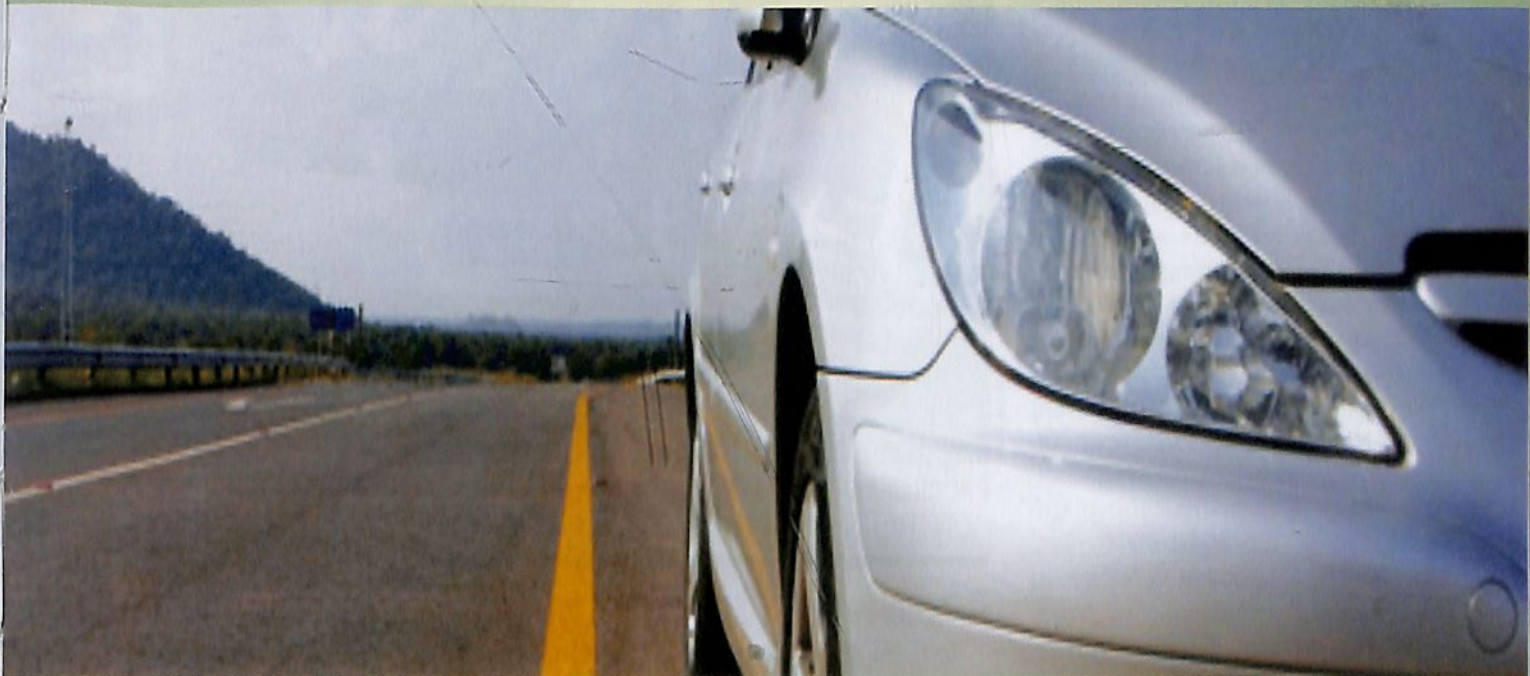
Um quarto dos entrevistados afirmou não conceder aumento. “Apenas 7% das empresas afirmaram conceder aumento motivadas por indicadores de produtividade e qualidade. Isso demonstra que poucas adotam medidas administrativas que proporcionam a otimização de produtos e serviços”, avalia o consultor.

Oitenta por cento das empresas entrevistadas não possuem plano de cargos e salários e 76% não têm programa de participação nos resultados.

Ainda de acordo com o estudo, os cargos operacionais e administrativos apresentam faixa salarial de R\$ 650 a R\$ 820. Já os auxiliares do ramo alimentício têm salário entre R\$ 450 e R\$ 550 e cozinheiros recebem de R\$ 550 a R\$ 650.

Entre as empresas pesquisadas, os vendedores ganham entre R\$ 550 e R\$ 800 mensais mais comissões, que variam de 1 a 10%, dependendo do ramo. Os gerentes comerciais têm vencimentos no valor de R\$ 3 mil a R\$ 3,5 mil.

CARRO FÁCIL É COM O SICOOB!



CRÉDITO SICOOB

**Fale com seu gerente e financie o
veículo de seus sonhos!**



SICOOB
Metropolitano

www.sicoobpr.com.br

CADA VEZ MAIS EMPRESAS ADOTAM A DISTRIBUIÇÃO DE PRÊMIOS COMO ESTRATÉGIA DE FIDELIZAÇÃO. MAS NEM SEMPRE O SORTEIO DE CARROS OU CASAS FAZ AS PESSOAS COMPRAREM MAIS. O IDEAL É ALIAR ESSAS AÇÕES A UMA POLÍTICA DE PROXIMIDADE COM O CLIENTE

Conquistar a fidelidade do cliente é uma tarefa que exige empenho e criatividade por parte do empresário. Oferecer bom atendimento e preço convidativo é pouco para enfrentar a concorrência, cada dia mais acirrada, e para atender as necessidades de um consumidor cada vez mais exigente. O fundamental é ser criativo.

Neste jogo, ganha quem busca novidades. Segundo o consultor empresarial e diretor de Mídia e Planejamento da Jump Comunicação, Lúcio Olivo Rosas, hoje há uma tendência entre as empresas de oferecer premiações que contemplem um número maior de pessoas, ao invés de sorteios únicos, como forma de atrair mais clientes.

As premiações com bens mais caros, como casas e carros, já não têm tanto apelo junto ao consumidor porque apenas um cliente ganha. Quando há possibilidade de mais pessoas serem premiadas, segundo ele, é possível reter por mais tempo um maior número de consumidores. Sem contar que, nem sempre, o sorteio de um prêmio valioso leva as pessoas a comprarem mais.

Premiações reconhece



PROGRAMA DE VANTAGENS PARA O CLIENTE, COMO O DAS CASAS AJITA, CONTRIBUI PARA O AUMENTO DAS VENDAS

MERECIMENTO

Isso foi constatado em uma pesquisa realizada pela Jump Comunicação no Shopping Avenida Center. Tradicionalmente, o shopping sorteava carros em datas especiais - como Natal, Dia das Mães, dos Namorados e dos Pais - buscando chamar a atenção dos consumidores. Mas a administração do shopping queria inovar e ousar, indo além de uma simples relação de compra e venda. "Esta mudança deveria proporcionar um sentimento de merecimento e agradecimento entre shopping e consumidor", explica Rosas.

Para chegar à estratégia ideal,

era necessário saber mais sobre o comportamento de compra e o desejo da população de um modo geral. A pesquisa realizada constatou que, de fato, o sorteio de um carro chamava a atenção de mais de 73,7% dos entrevistados. Mas quando a pergunta era se o sorteio faria a pessoa comprar mais, apenas 24,5% disseram sim.

"Pensamos em uma nova estratégia promocional, mas sem a intenção de abolir totalmente o sorteio de carros. Foi assim que surgiu o Avenida Clube, um programa permanente de fidelidade do shopping", completa.

Segundo o presidente da Asso-

m fidelidade do cliente



ciação dos Lojistas do Avenida Center (Alac), Eduardo Silva, um cartão-fidelidade, que é entregue aos clientes que passam a integrar o Avenida Clube, foi criado para dar a chance de todas as pessoas concorrerem a prêmios.

O cliente recebe cupons nas compras a partir de R\$ 30, que equivalem a 30 pontos. "Está havendo bastante receptividade dos clientes que já estão contabilizando os pontos", afirma o presidente, animado. Desde que o programa foi implanta-

do, o shopping já distribuiu centenas de prêmios, entre televisores

de plasma, notebooks, iPods, geladeiras, computadores, além de vale-compras e estacionamento grátis.

FIDELIDADE

Outras empresas também estão constatando que distribuir prêmios pode ser uma boa maneira de conquistar a fidelidade dos antigos e de atrair novos clientes. A Asa Viagens e Turismo desenvolveu um cartão virtual em que o usuário ganha pontos a partir das tarifas de serviço cobradas nas passagens e pacotes turísticos. A partir de 300 pontos, ele já passa a concorrer a prêmios, como passagens aéreas, hospedagens em hotéis, entre outros.

"Fizemos uma pesquisa para saber o que nossos clientes gostariam de ganhar e foi aí que surgiu a idéia do nosso cartão virtual. E estamos percebendo uma boa aceitação", afirma Flávia Oliveira, encarregada financeira da



EDUARDO SILVA COM O CARTÃO-FIDELIDADE DO AVENIDA CLUBE: MAIS CHANCES DE GANHAR

empresa.

A Casas Ajita também tem um programa de benefícios para os clientes, idéia que foi implantada há alguns anos. Em compras a partir de R\$ 25, o cliente ganha um selo e quando junta dez deles na cartela, pode trocá-los por brindes ou descontos nos produtos da loja. Além disso, o acúmulo de

Brasil de imponente grandeza,
de miscigenação de raças,
culturas variadas com uma
marca registrada:
Liberdade!

Parabéns, brasileiros!

**7 de setembro
Independência do Brasil**

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

0800 6431626

cartelas preenchidas aumenta o percentual de descontos.

“Quando os clientes chegam ao caixa e percebem que não têm o número de selos suficientes para desfrutar dos benefícios, acabam comprando mais. Isso ajuda bastante”, afirma a gerente de crediário da loja, Mônica Müller

A Jóia Escapamentos é outra empresa que adotou os selos em sua política de fidelidade. A publicitária Jane Galinari, da agência Essencial - que cuida da divulgação da empresa - explica que, nas compras acima de R\$ 100, o cliente ganha um selo. Juntando 10 selos recebe desconto de R\$ 50 em compras.

Porém, ela ressalta que a promoção favorece apenas quem tem o cartão da loja. “Temos muitos clientes fieis. O cartão veio para beneficiá-los e para sentirem que têm diferencial. Ele tem ajudado a atrair novos clientes também”, explica a publicitária. ■

Bruna Moreschi



JANE GALINARI EXPLICA QUE A POLÍTICA DA JÓIA ESCAPAMENTOS FOI CRIAR UM DIFERENCIAL



Bruna Moreschi

LÚCIO ROSAS DESTACA A COMUNICAÇÃO CONSTANTE COMO A MELHOR FORMA DE ATRAIR E FIDELIZAR CLIENTES

Uma nova máxima no mercado

O consultor Lúcio Olivo Rosas ressalta que a relação com o cliente se torna duradoura na medida em que imperem a verdade e a sinceridade nas ações da empresa. Segundo ele, gerar essa percepção no público-alvo é a essência do marketing de relacionamento e é a nova máxima do mercado atual.

“Estamos presenciando uma mudança do marketing direto para algo mais inovador e criativo, algo que coloca o relacionamento entre as pessoas em uma esfera competitiva no mercado atual.”

Hoje, as empresas têm se preocupado mais com os clientes e buscam oferecer diferenciais, como os prêmios, que além de passarem para o consumidor uma visão positiva, são um meio de alavancar as vendas. Porém, ressalta Lúcio Rosas, isso pode acontecer apenas durante o tempo da promoção.

O consultor destaca que

benefícios sempre chamam a atenção do cliente, mas é necessário, acima de tudo, se comunicar com ele, para que o atendimento gere uma relação contínua e fiel.

Desenvolver uma estratégia que gere um estímulo contínuo no consumidor é algo mais complexo e que deve ser bem planejado. “Para reter o cliente é necessário manter um contato permanente”, afirma.

A comunicação, segundo ele, é a mais potente ferramenta para humanizar a relação mercadológica. “Hoje observamos um resgate da tentativa de ouvir mais o consumidor e obter informações de mercado. Ter conhecimento e domínio sobre a ação que estará sendo realizada e saber analisar os dados de acordo com o perfil da empresa são atitudes essenciais para o empresário fazer a melhor escolha de estratégia promocional”, resume Rosas.



É de pequeno que começamos a fazer as melhores escolhas

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.

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



Santa Casa
Saúde

Devido à satisfação dos lojistas com as vendas e dos consumidores com os descontos durante a 10ª Maringá Líquida, realizada em fevereiro deste ano, ACIM e Sivamar decidiram promover a segunda edição da campanha este ano, que será realizada de 27 a 30 de setembro. A ideia é realizar duas edições todos os anos.

De quinta a sábado o comércio irá funcionar das 8 às 18 horas. No domingo, dia 30, as lojas abrirão das 13 às 19 horas e os supermercados, das 9 às 16 horas. Cerca de 1.500 lojistas participarão do evento. O fechamento de parte da avenida Brasil – como ocorreu em fevereiro – não está prevista para a edição de setembro. Mas, para a primeira edição de 2008, as atrações ao longo da avenida já estão garantidas.

Em pesquisa realizada pelo Depea (Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM), logo após a décima edição da Maringá Líquida, 65% dos lojistas ouvidos aprovaram a realização de mais de uma edição da campanha por ano. “O sucesso e a satisfação dos lojistas nos mostraram que a cidade está preparada e comporta mais uma edição da campanha, que já é tradição em Maringá”, explica o presidente da ACIM, Carlos Tavares Cardoso.

Entre os que defendem a realização de duas edições por ano está o lojista Said Elgharb, da Sara Confeções. “A Maringá Líquida é boa porque tenho liberdade de fazer uma campanha à parte dentro da minha loja, com música e outras atrações. Além, é claro, de poder oferecer bons descontos”, conta.

Participante da campanha há muitos anos, a loja chega a oferecer descontos de até 60% nos dias da liquidação. “A divulgação que os organizadores fazem é ótima e

A grande liquidação ter

COM BASE NA OPINIÃO DE GRANDE PARTE DOS COMERCIANTES QUE PARTICIPARAM DA ÚLTIMA CAMPANHA, OS ORGANIZADORES DECIDIRAM PROMOVER MAIS UMA EDIÇÃO DA MARINGÁ LIQUIDA EM 2007, EXPERIÊNCIA QUE SERÁ REPETIDA NOS PRÓXIMOS ANOS



Bruna Moreschi

realmente atrai os consumidores. Mas o lojista que quer se diferenciar, precisa fazer mais. Sempre contratamos um locutor ou fazemos uma divulgação particular em carros de som”, explica Said.

Em época de Maringá Líquida o empresário diz ter um aumento de cerca de 30% nas vendas. “O pessoal da região vem aproveitar os preços baixos. As lojas que investem em descontos realmente bons conseguem ter um bom retorno”.

O Ponto Frio é outra empresa que sempre participa da campanha e apóia a realização de mais de uma edição por ano. “Até três edições seria interessante. Quanto mais promoções, melhor para o comércio”, avalia o gerente José Roberto Vicentini. Segundo ele, durante a Maringá Líquida o fluxo de consumidores da região au-

menta em 50%.

Na última edição, a loja obteve bons resultados. “Foram três dias de ótimas vendas”, diz José Roberto. O Ponto Frio ofereceu descontos de até 70%, nos mais diversos produtos.



Bruna Moreschi

O LOJISTA SAID ELGHARB DIZ QUE AS VENDAS CRESCEM EM 30% DURANTE A CAMPANHA

á duas edições por ano



EM FEVEREIRO, A MARINGÁ LIQUIDA ATRAIU MILHARES DE CONSUMIDORES, MUITOS VINDOS DE CIDADES DA REGIÃO

ESSENCIAL

“Essas duas épocas - início e perto do final do ano - devem obrigatoriamente constar no calendário de liquidações da cidade”, avalia o gerente da Austrália Action Board, João Alex Gularte. Segundo ele, a Maringá Liquida no início do ano ajuda a desovar o estoque de verão e a edição do segundo semestre vai contribuir para a liquidação da coleção de inverno.

“É mais uma ação que todo o comércio deve participar, como forma de atrair os consumidores. Sendo no final do mês, será ainda melhor, já que é um período em que nosso movimento costuma cair”. A última edição, segundo ele, foi excelente para a loja. “Normalmente, as vendas durante a Maringá Liquida aumentam cerca de 20% em relação aos outros meses. Na última edição, em fevereiro, o

percentual de crescimento foi ainda maior. Tivemos um resultado muito bom”. A loja costuma oferecer descontos de 50%.

A pesquisa realizada pelo Depea no final da edição passada confirma o que os entrevistados dizem. Mais de 90% dos lojistas ouvidos ficaram satisfeitos com

os resultados das vendas durante a Maringá Liquida. A organização da campanha também foi elogiada, por 88% dos entrevistados, e a divulgação do evento atendeu às expectativas de 85% dos lojistas participantes.

Em relação às compras, confecções foram o produto mais procurado, seguido por calçados e eletrodomésticos. Cerca de metade dos consumidores ouvidos pela pesquisa afirmou ter gasto até R\$ 100 durante a liquidação; 29% gastaram entre R\$ 100 e R\$ 200; e o restante afirmou ter gasto mais de R\$ 200.

Os comerciantes afirmaram que o valor médio gasto pelos consumidores em suas lojas ficou acima de R\$ 50. A maior parte das vendas foi feita à vista - 71% do volume total - sendo que 52% delas foram pagas com cartão de crédito. Já as compras a prazo corresponderam a 23% do movimento. As consultas realizadas ao Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC) durante a Maringá Liquida aumentaram em 22,47% em comparação à edição 2006. ■

Novidade

A forma de comercialização foi o destaque. A segunda edição da Maringá Liquida 2007, a Campanha de Natal 2007 e a primeira edição da Maringá Liquida 2008 foram vendidas num único pacote.

“Demos descontos para os empresários que aderiram às três campanhas. A ideia é ter um calendário fixo de eventos para que os comerciantes possam se programar e negociar com seus fornecedores com antecedência”, explica o superintendente da ACIM, Dirceu Herrero Gomes.

Assim como nas edições anteriores, os lojistas participantes receberam um kit com bandeirola, adesivos, cartazes e balões para decorar a loja. A mídia da campanha será realizada em Maringá e nas cidades da região.

Vale ressaltar: as vendas da campanha de Natal e da Maringá Liquida 2008 continuam.



Bruna Moreschi

JOÃO ALEX GULARTE, GERENTE DA AUSTRÁLIA, APROVA A REALIZAÇÃO DE DUAS EDIÇÕES POR ANO

Programas apóiam micro e pequ

Graças aos recursos do programa Juro Zero, da Finep (Financiadora de Estudos e Projetos), ligada ao Ministério da Ciência e Tecnologia, a Publisoft Informática, de Maringá, conseguiu lançar no mercado um novo produto, o Speedcase, criado para que outras empresas possam desenvolver novos softwares.

O produto, lançado em maio deste ano, está sendo comercializado pela internet. Cerca de 200 mil cópias já foram baixadas, um número muito expressivo. “Normalmente, antes de o cliente comprar, ele baixa o software para usar durante 30, 60 ou 90 dias. Se aprovar, compra”, afirma Osvaldo Frare, proprietário da Publisoft. A meta da empresa é vender 200 cópias no primeiro ano de mercado.

“O Speedcase só se tornou realidade graças aos recursos do Juro Zero”, conta. A empresa financiou R\$ 150 mil, para serem pagos em cem parcelas. Se todos os pagamentos forem efetuados em dia, não haverá cobrança de juros.

O Juro Zero é um programa de financiamento voltado a projetos de inovação tecnológica para estimular micro e pequenas empresas inovadoras. É destinado para empresas com receita bruta anual de R\$ 333.333 a R\$ 10,5 milhões. O financiamento pode ser de R\$ 100 mil a R\$ 900 mil, limitado a 30% da receita bruta da empresa no ano fiscal anterior. O pagamento pode ser dividido em até cem parcelas.

COMO PROCEDER

Para ter acesso ao programa,

O JURO ZERO E O PROGEX ABREM OPORTUNIDADES DE FINANCIAMENTO PARA EMPRESAS QUE DESEJAM INVESTIR EM INOVAÇÃO, FACILITANDO TAMBÉM O ACESSO A NOVOS MERCADOS. PARA SE BENEFICIAR, O EMPRESÁRIO PRECISA ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS



OSVALDO FRARE, DA PUBLISOFT: O SOFTWARE SPEEDCASE TORNOU-SE REALIDADE GRAÇAS AO PROGRAMA JURO ZERO

é necessário apresentar um projeto ou plano de negócios que represente uma inovação tecnológica no setor de atuação, seja em relação a produtos, processos ou serviços. O programa estabelece que, para se enquadrar no quesito inovação, o produto ou serviço deve resultar em maior

competitividade no mercado.

O Tecpar (Instituto de Tecnologia do Paraná), juntamente com Fiep (Federação das Indústrias do Estado do Paraná), Sebrae, Lactec (Instituto de Tecnologia para o Desenvolvimento) e IBQP (Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade), é

enas empresas

um dos avaliadores dos projetos. “Este programa atende a todos os setores. O produto ou serviço só deve preencher o quesito inovação”, explica Luiz Fernando Mello, consultor tecnológico do Tecpar.

Para ter acesso ao programa, o primeiro passo é elaborar o projeto, acessando o formulário online (www.jurozero.finep.gov.br). Logo depois, a documentação é encaminhada para a Fiep para análise. Ao Tecpar caberá atestar se o produto é realmente inovador. “Aprovado, o projeto segue para os outros parceiros. O Sebrae faz a análise financeira e a Finep, a análise final, para a liberação do dinheiro”, explica Mello. Segundo ele, o prazo para o repasse dos recursos é de um a dois meses.

Mello salienta que o programa Juro Zero não tem juros reais – apenas a correção do IPCA, que no ano passado foi de 4,4%. ■



Bruna Moreschi

LUIZ FERNANDO MELLO, DO TECPAR, EXPLICA QUE O JURO ZERO ATENDE EMPRESAS DE TODOS OS SETORES

Apoio à exportação

O Progex (Programa Nacional de Apoio Tecnológico à Exportação) também é outro exemplo de programa de suporte às micro, pequenas e médias empresas. Só que seu objetivo é estimular a exportação.

“O Progex não é um financiamento, mas um aporte não-reembolsável do governo. Estes recursos são repassados para as empresas que querem adequar seus produtos para a exportação”, explica Luis Fernando Mello, do Tecpar, órgão que coordena o programa no Paraná. Tanto empresas que pretendem exportar quanto aquelas que já exportam podem se beneficiar.

Para participar, a empresa deve ter faturamento menor que R\$ 60 milhões anuais, ter definido um mercado para exportar e o produto a ser comercializado. Os recursos repassados pelo Progex podem chegar a até R\$ 12 mil, mas a empresa precisa dar uma contrapartida, de R\$ 3.500, paga em duas parcelas.

O principal foco do Progex é incentivar a adequação técnica do produto às exigências do mercado externo.

**AGORA VOCÊ
VAI PODER
ESCOLHER A
QUE CLASSE
PERTENCER.**



VAI COMEÇAR UM NOVO ESPETÁCULO NA CIDADE. CLASSIC PAN, UMA RÁDIO COM PROGRAMAÇÃO ÚNICA, EXCLUSIVA PARA PESSOAS DE REQUINTE, ESTILO E BOM GOSTO. INFORMAÇÃO, DICAS CULTURAIS E MÚSICAS SELECIONADAS COMO VOCÊ NÃO OUVI EM OUTRAS RÁDIOS. QUER DESFRUTAR DO LADO PRIME DA MÚSICA? SINTONIZE NA 104.3, A NOVA CLASSIC PAN.

Classic Pan
MARINGÁ 104.3

PRIMEIRA CLASSE EM MÚSICA

UMA EMISSORA **RICRADIO**



Bruna Moreschi

Criação de frangos atrai investimentos

PARANÁ REGISTROU NOS SETE PRIMEIROS MESES DO ANO DESEMPENHO DE VENDAS 9,8% SUPERIOR AO ANO PASSADO. DE OLHO NESTE MERCADO,

ABATEDOUROS DA REGIÃO INVESTEM EM NOVAS PARCERIAS, OBTENDO LINHAS DE CRÉDITO ESPECIAIS PARA CRIADORES INTERESSADOS EM INICIAR OU AMPLIAR ATIVIDADES

A criação de frangos é uma atividade em franca expansão no Paraná. Nos primeiros sete meses do ano, de janeiro a julho, o volume de vendas neste mercado foi 9,81% maior do que no ano anterior. Segundo o Sindicato das In-

dústrias dos Produtos Avícolas do Paraná (Sindiavipar), a produção no período foi de 1,27 milhão de toneladas, contra 1,15 milhão em 2006. Apenas em julho, foram produzidos no estado quase 186 mil toneladas de frango, 5% a mais

do que em junho.

O Paraná é, desde 2000, o líder nacional do setor. E de acordo com o presidente do Sindiavipar, Domingos Martins, a estimativa é que a produção deste ano seja 12% superior à de 2006.

Novos mercados na Ásia e no Oriente Médio têm contribuído para o aumento das exportações. No primeiro semestre, as vendas para o mercado externo bateram recordes e superaram a marca anterior, de 2005, em 13,11%. Mais de um terço da produção paranaense foi destinada ao mercado internacional. Com um cenário tão favorável, vários abatedouros têm visto os negócios crescerem.

EXPANSÃO

Quando iniciou suas atividades, em 1992, a Frangos Canção, de Maringá, tinha capacidade de abate de mil aves por dia. Hoje o abatedouro, que tem 1,3 mil funcionários, abate de 85 a 90 mil animais diariamente. A empresa está realizando novos investimentos e parcerias com criadores para aumentar a capacidade de abate diária para 150 mil até setembro.

O abatedouro firmou um convênio com o Banco do Brasil para o repasse de R\$ 16 milhões aos criadores interessados em construir aviários na região Noroeste. A linha de crédito deverá ser utilizada para a construção de 80 novas unidades, com capacidade de 33 mil a 35 mil aves cada, que deverão gerar por volta de mil empregos diretos e indiretos.

Os criadores interessados terão até oito anos para pagar o financiamento, com juros fixos de 6,75% ao ano e carência de dois anos. Mais da metade dos recursos da linha de crédito já está comprometida com projetos aprovados ou em aprovação pelo Banco



Bruna Moreschi

SEGUNDO CILIOMAR TORTOLA, A FRANGOS CANÇÃO AUMENTARÁ CAPACIDADE DIÁRIA DE ABATE PARA 150 MIL AVES

do Brasil, dada à viabilidade do negócio, segundo o diretor industrial da empresa, Ciliomar Tortola.

“Para conseguir uma renda equivalente à produção de mil aves é necessária a plantação de apenas três alqueires de soja ou milho, segundo estudos. Por isso, a produção de frangos é altamente rentável”, defende Tortola. Ele cita outro dado: “Num aviário com capacidade para 35 mil aves, a renda média mensal bruta é de cerca de R\$ 4.500”.

Aproximadamente 20% do faturamento da Frangos Canção vem do mercado externo. Haiti, China, Japão, Catar e países africanos são alguns dos destinos dos miúdos de frangos abatidos pela empresa, que já chegou a exportar 800 toneladas por mês e hoje exporta 500. “O câmbio é o maior empecilho para que as exportações sejam ainda maiores”, explica o diretor.

Tortola frisa que a atividade tem riscos, como qualquer outra. Mas, segundo ele, são mínimos. “Uma epidemia de gripe aviária no Brasil está quase que descartada. Temos programas sanitários eficientes e nossa avicultura é profissional”, defende.

INVESTIMENTO ANTECIPADO

O bom momento pelo qual passa o setor fez com que a Unifrango - que tem 19 empresas filiadas e que são responsáveis pelo abate

diário de 1,6 milhão de aves - antecipasse a construção de uma nova unidade industrial, em Apucarana. Orçado em R\$ 40 milhões, o complexo abrigará câmara de estocagem e terminal de contêineres. As obras devem ser concluídas no início de 2008 e gerar 200 postos de trabalho.

Segundo Domingos Martins, que preside a Unifrango, os investimentos foram antecipados por causa das boas perspectivas de mercado. “O setor é altamente competitivo e organizado. Anos atrás estipulamos metas e as ações que seriam adotadas para atingi-las e hoje estamos colhendo os frutos”, diz.

Martins é dono de um dos 19 abatedouros que integram a Unifrango. Há menos de 20 anos, quando foi fundada, em Arapongas a Frango a Gosto tinha capacidade de abate de 8 a 12 mil frangos por dia. Hoje este número chega a 60 mil.

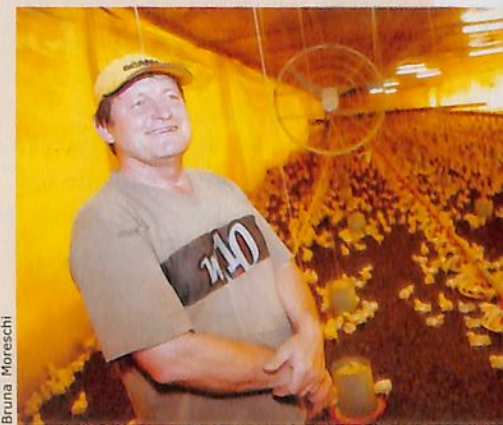
Um terço da produção é destinada ao mercado internacional, cujos principais destinos são países asiáticos e africanos, do Oriente Médio e do leste europeu. De olho na expansão dos negócios, a empresa, assim como diversas outras do setor, está procurando novos produtores em sistema integrado. “O frango já faz parte da dieta do brasileiro e temos também um amplo mercado externo”. ■

Dinheiro a cada 60 dias

Há dez anos, Bertolino Meurer decidiu abandonar o ramo de transporte de frangos para se dedicar à atividade de criador. Começou com um barracão com capacidade para 25 mil frangos. Em 2000, construiu outro barracão e, um ano depois, o terceiro. Hoje a propriedade dele, localizada em Iguaraçu, tem capacidade para 75 mil aves.

Segundo Meurer, o negócio é rentável. “Não dá para ficar rico, mas dá para viver”, brinca. A maior vantagem é, segundo ele, a garantia: “Faça chuva ou sol, a cada 60 dias fazemos dinheiro”, em menção ao fato de que os frangos são abatidos a cada dois meses.

O produtor explica que é de responsabilidade do abatedouro fornecer pintinhos, ração, medicamentos e atendimento veterinário, quando necessário. Cabe a ele o fornecimento dos barracões, da cama de palha de arroz, além do custo da energia elétrica e da mão-de-obra. “Como somos produtores integrados, toda semana pesamos os frangos e repassamos as informações para o abatedouro. Os nossos sempre pesam de 10 a 20% a mais do que o estipulado pela empresa”, diz, animado, Meurer.



Bruna Moreschi

BERTOLINO MEURER APOSTOU NA ATIVIDADE E HOJE TEM TRÊS BARRACÕES, COM CAPACIDADE PARA 75 MIL AVES



Excelência no atendimento e qualidade nos serviços prestados: o segredo dos 10 anos do Grupo Preserve.

Uma das maiores empresas de Maringá, o Grupo Preserve, completa 10 anos oferecendo soluções em segurança eletrônica e monitoramento. Sua expressiva carteira de clientes satisfeitos se distribui entre cooperativas, agências bancárias, indústria, comércio, condomínios e residências.

O Grupo Preserve, atento ao que há de mais moderno em termos de segurança eletrônica monitorada, participa de feiras e congressos do segmento, adquirindo equipamentos de última geração e atualizando constantemente sua equipe de profissionais através de treinamentos e palestras.

Mediante qualquer ocorrência ou anormalidade no local (ponto monitorado), o Sistema Preserve de Monitoramento, operado através de uma central, aciona imediatamente a equipe mais próxima. Essa equipe verifica o sistema e, em poucos instantes, toma as providências necessárias.

Além de Monitoramento de alarme através de comunicação fixa ou móvel, interface digital sem fio, via internet ou General Packet Radio Service (GPRS), Monitoramento de Sistema de Imagens (CFTV), o Grupo Preserve oferece limpeza e conservação e serviços especiais. **Grupo Preserve, 24 horas de segurança, todos os dias.**



ALARMES MONITORADOS
MONITORAMENTO DE IMAGENS (CFTV)
SERVIÇOS ESPECIAIS
LIMPEZA E CONSERVAÇÃO

Grupo Preserve
3026 8919



PROTEÇÃO, SEGURANÇA
E TRANQUILIDADE

PROMOÇÃO
10 anos com segurança

Kit Completo
Alarme Monitorado
Preserve (Instalado)

A PARTIR DE
3 X
R\$ 98,00

30 Setembro

Tá aí uma data
que a gente não precisa
da ajuda delas para lembrar:

30 de Setembro
Dia da Secretária

Esse mês, não poderíamos esquecer
de quem sempre lembra da gente.

Parabéns a todas as secretárias!

E aproveitamos para lembrá-las que
o número do nosso telefone mudou.



GRÁFICA REGENTE

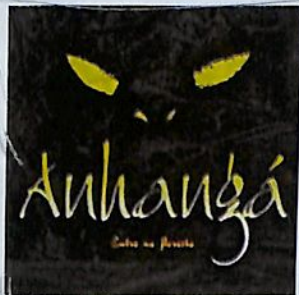
Av. Paranaíba, 1146 - CEP 87070-130 - Maringá - PR

Fone: (44) 3366-7000

comercial@graficaregente.com.br

www.graficaregente.com.br

Vale a pena
OUVIR



ANDRÉ FILIPE DE ABREU LOURENÇO –
WEB DESIGNER

ANHANGÁ – ANHANGÁ

Com influências que vão de “Ira” a “HIM”, a banda cuiabana surgiu em outubro de 2005 já marcando presença no Festival Calango no ano seguinte. Abriam shows do Shaman, Detonautas e diversos outros eventos do estado do Mato Grosso. Anhangá, em tupi, significa literalmente “senhor do pesadelo”, mas, na verdade é um espírito da floresta que protege de caçadores impiedosos filhotes e animais que amamentam.

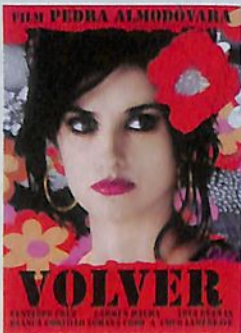
RENEGADES – RAGE AGAINST THE MACHINE

A banda, nascida em Los Angeles, na Califórnia, não demorou a ganhar atenção, principalmente pelo seu primeiro single, “Killing in The Name”.

Lançada em 1992, dentro do primeiro álbum “Rage Against The Machine”, a faixa revoltada e desbocada causou polêmica com seu refrão.

Vale a pena
ASSISTIR

ADRIANA FRANCO – JORNALISTA



VOLVER – Pedro Almodóvar (2006)

Trabalho espelhado na vida de Almodóvar, foi um grande sucesso no mundo inteiro. Trazendo uma mistura de comédia e drama, o filme consegue retratar a volta ao passado. Ao morrer, uma mãe (Carmen Maura) retorna, buscando resolver as

situações que deixou pendentes ainda viva. O espírito que poderia assustar as suas filhas e neta, acaba sendo um conforto. Essa sensível história recebeu uma indicação ao Oscar de melhor atriz para Penélope Cruz e duas indicações ao Globo de Ouro, além de diversos outros prêmios.

OS INFILTRADOS – Martin Scorsese (2006)

Tensão e violência não faltam nesse filme, que traz atores como Matt Damon, Jack Nicholson e Leonardo DiCaprio. Scorsese marca a sua volta à direção de histórias cheias de crimes e caos, ambiente em que ele consegue se sair muito bem. De uma guerra entre policiais e criminosos de Hong Kong, surge o combate entre máfia irlandesa e a polícia de Boston. O único problema é saber quem são os infiltrados, tanto na gangue, quanto no departamento de polícia, em uma rede que envolve traições e mentiras, contra a honra e a ética.

Vale a pena
NAVEGAR

www.gastarpouco.com

Para saber onde é o melhor lugar para se comprar, não deixe de consultar esse site e conheça os melhores preços.

www.verbix.com

Endereço que não pode faltar para aqueles que têm dificuldades na hora de conjugar os verbos. Saiba um pouco mais em 102 idiomas.

www.earthcam.com

Neste site você poderá ter acesso a câmeras virtuais que funcionam 24 horas por dia ao redor do mundo todo.

www.brasil.gov.br

Que tal saber um pouquinho mais sobre o país que você vive? Visite este endereço destinado aos brasileiros.

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

O que estou
LENDO

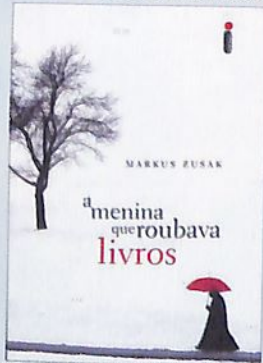
ALGACIR SCOQUI, GERENTE DA REVEST ACABAMENTOS



CASAIS INTELIGENTES ENRIQUECEM JUNTOS
GUSTAVO CERBASI
EDITORA GENTE
172 PÁGINAS

Um dos grandes problemas que a maioria dos casais enfrenta é o financeiro. Saber como administrá-los da melhor forma possível é outra dificuldade. A falta de dinheiro gera conflitos e os casais acabam deixando para falar sobre o assunto apenas quando as dificuldades batem à porta. A culpa sempre acaba recaindo sobre o outro, que não soube tornar o dinheiro suficiente. O autor Gustavo Cerbasi ensina como lidar com as questões financeiras no lar e formar uma boa parceria na construção da riqueza dos dois.

HELMER ROMERO, DIRETOR EXECUTIVO DO MARINGÁ & REGIÃO CONVENTION & VISITORS BUREAU



A MENINA QUE ROUBAVA LIVROS
MARKUS ZUSAK
EDITORA INTRINSECA
500 PÁGINAS

Liesel Meminger encontrou a morte por três vezes e conseguiu sair ilesa de todas elas. A menina não sabia ao certo o sentido de sua existência, abandonada pela mãe para não morrer nas mãos dos nazistas. Após ver seu irmão morrer no colo da mãe, foi entregue aos cuidados de um casal de alemães. Durante quatro anos, Liesel fez de sua principal distração roubar livros, que orientaram a sua vida enquanto a Alemanha era tomada pela guerra. O autor soube misturar a morte, o medo, o amor pelos livros e o sentido da vida, em uma história emocionante.

Dias perfumados, na medida

UM PERFUME COM BOM AROMA É CAPAZ DE INSPIRAR. MAS, CUIDADO PARA NÃO EXAGERAR NA DOSE, SOB O RISCO DE TORNAR SUA PRESENÇA INDESEJÁVEL NO AMBIENTE DE TRABALHO OU ATÉ MESMO NA RODA DE AMIGOS

Usar a fragrância adequada e, ainda, na medida certa é uma verdadeira arte. Ter sensibilidade e bom senso já é um bom começo para usar o perfume a seu favor. Do lado oposto está o exagero, que pode tornar a presença de uma pessoa até indesejável no ambiente de trabalho ou na roda de amigos.

Quem trabalha em ambientes fechados deve ter ainda mais cuidado para não “contaminar” o local. Imagine se todos os que trabalham na mesma sala resolverem abusar do perfume no mesmo dia? Difícil, não é? O resultado seria, no mínimo, uma dor de cabeça coletiva.

Com a chegada da primavera, perfumar-se parece ser ainda mais gostoso. Para entrar no clima, escolher um perfume mais suave comparado ao que você usou no inverno é uma boa pedida, uma vez que a evaporação é diferente, dependendo da temperatura.

A regra, na hora de comprar, é experimentar o produto diretamente na pele. Sinta o aroma no momento em que você passou e também alguns minutos depois, para saber exatamente como a fragrância reage.

Nunca se esqueça que o mesmo perfume pode reagir de forma diferente de uma pele para outra. Evitar um festival de aromas é recomendável. Então, desodorantes e hidratantes devem ser neutros quando se usa perfume.

Quem é elegante sabe que a medida certa do perfume é que ele



Bruna Moreschi

seja sentido apenas por quem está cumprimentando a pessoa. O colega da mesa ao lado não é obrigado a sentir.

Pense na hora do elevador. De manhã, subir para trabalhar e ter a infelicidade de estar do lado de alguém que “tomou banho” de perfume pode ser um verdadeiro castigo. E cometer essa gafe não é privilégio só de mulheres. Alguns homens mais vaidosos também pecam na hora de ser perfumar.

Para quem gosta de abusar nas doses, a dica é usar águas de colônia, que são menos concentradas, portanto, mais suaves. As colônias são as melhores opções para o dia. Deixe os perfumes para usar à noite, principalmente os importados da Europa, ideais para o clima mais frio e perigosos para se-

rem usados em um clima tropical como nosso.

É interessante observar a concentração da fragrância de um perfume, que pode ser classificada de acordo com a quantidade de óleos aromáticos diluídos em solvente. Aprenda a escolher entre o *parfum* (extrato de perfume), que é a forma mais concentrada, contendo entre 20 e 40% de compostos aromáticos; o *eau de parfum*, que varia de 10 a 30% de compostos; o *eau de toilette*, que é a forma mais vendida, com uma média de 5 a 20% de compostos; e, por fim, a *eau de cologne*, a famosa água de colônia, com baixa concentração de essências.

Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda

CURSOS

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

■ ADMINISTRE BEM O SEU TEMPO

Instrutora: Elizabete Willemann
Data: 17 a 19 de setembro de 2007
Horário: 19 horas às 23 horas

■ DE VENDEDOR A NEGOCIADOR

Instrutora: Patrícia Carla de Souza
Data: 17 a 21 de setembro de 2007
Horário: 19 às 23 horas

■ GESTÃO FINANCEIRA E ADMINISTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Instrutor: Jovi Barbosa
Data: 17 a 21 de setembro de 2007
Horário: 19 às 23 horas

■ COMO IMPLANTAR RH NAS EMPRESAS

Instrutor: Rosana Magri
Data: 24 a 29 de setembro de 2007
Horário: 19 às 23 horas, sábado das 8 às 18 horas

■ VENDA MAIS UTILIZANDO SUA VITRINE

Instrutor: Luciano Sabino
Data: 24 a 28 de setembro de 2007
Horário: 19 às 22 horas

■ PORQUE OS GERENTES FALHAM E COMO RESOLVER ISTO

Instrutor: Agmar Vieira Jr.
Data: 25 a 27 de setembro de 2007
Horário: 19 às 23 horas

■ PREVENÇÃO DE AÇÕES TRABALHISTAS POR DOENÇA E ACIDENTE DO TRABALHO

Instrutor: José Ronaldo Veronesi Jr
Data: 29 de setembro
Horário: 8 às 17 horas

METAS PARA UMA BOA GESTÃO

A diretoria e colaboradores da ACIM concluíram o planejamento estratégico, ancorado em metas e indicadores, para ser executado até o final da atual gestão, em abril do ano que vem, e metas gerais para os próximos dez anos. De acordo com o superintendente da entidade, Dirceu Herrero, o planejamento contribui para o comprometimento dos diretores e funcionários. "Há prazos estabelecidos e metas com os nomes dos responsáveis por cumpri-las. O planejamento possibilita que tanto associados quanto colaboradores estejam em primeiro plano, além da otimização dos produtos e serviços", diz. Uma das metas refere-se a Feira Ponta de Estoque, onde está previsto o aumento de satisfação dos expositores de 92% para 95% e dos consumidores de 90% para 92%. Já em relação à Maringá Líquida, o nível de satisfação deve ser de 95%. O capital humano também foi priorizado no planejamento. Estão previstas, entre outras metas, a redução da rotatividade de colaboradores e índice de 90% de satisfação dos funcionários.



Bruna Moreschi

ESTÁGIO

O Núcleo Setorial de Academias e Escolas de Natação (Nusa), do Programa Empreender firmou parceria com a Universidade Estadual de Maringá (UEM) para abrir espaço para estágio, voltado a alunos do curso de Educação Física.

Antes os acadêmicos só podiam realizar o estágio obrigatório na academia da UEM. Com o acordo, os futuros profissionais poderão realizar estágio em qualquer uma das 15 academias integrantes do Nusa. "O curso de bacharelado exige o estágio obrigatório, esses acadêmicos serão encaminhados para o Nusa, onde farão um trabalho de 20 horas, sendo acompanhados e avaliados por profissionais das academias e por professores", explica o empresário Alexandre Miyaki da Silveira, da academia CEMS, uma das integrantes do Núcleo.

"Esse trabalho também irá beneficiar os donos de academias do Nusa, já que conheceremos futuros profissionais que irão suprir a falta de mão-de-obra especializada", frisa.

CONSULTAS GRATUITAS

Lançado pela ACIM em outubro de 2005, o Check Free, que permite consultas gratuitas de cheques devolvidos pelas alíneas 12, 13 e 14, foi adotado pela Rede Nacional de Informações Comerciais (Renic), no Paraná.

Todas as associações comerciais do estado interligadas a Renic podem disponibilizar o serviço aos filiados. Desde que foi lançado, há quase dois anos, o Check Free já foi utilizado por 1.440 empresas filiadas a ACIM.

Só neste ano foram mais de 60 mil consultas gratuitas e no total, desde outubro de 2005, foram quase 200 mil consultas. As alíneas 12, 13 e 14 referem-se a contas encerradas por insuficiência de fundos nos bancos, em nível nacional.



Bruna Moreschi

“UM SHOPPING A CÉU ABERTO”

Os preparativos para a Campanha de Natal 2007 - “Um shopping a céu aberto” - promovida pela ACIM e pelo Sivamar, já começaram. Muitos empresários já aderiram. Este ano cerca de 1.500 árvores receberão iluminação, ampliando, assim, em 10% a área iluminada em relação ao ano passado. Ruas centrais da cidade e as avenidas Pedro Taques e Cerro Azul serão contempladas.

A previsão é que as luzes natalinas sejam acesas na segunda quinzena de novembro. Os empresários que ainda não aderiram à campanha e pretendem participar devem entrar em contato com o departamento comercial da ACIM, para agendar a visita de um consultor.

Para participar é necessário adquirir as mangueiras de iluminação para decorar as árvores defronte a empresa. Associados da ACIM e do Sivamar têm desconto especial na adesão à campanha.

FEIRA DE CANTÃO E EXPOBUSINESS

O Instituto Mercosul está organizando uma missão empresarial para a Feira de Cantão, na China, que acontece de 11 a 23 de outubro.

Considerada a maior feira multisetorial do mundo, o evento vai reunir compradores de 200 países, que encontrarão 30 mil estandes e 10 mil expositores vendendo 150 mil produtos.

“Vamos visitar a feira, promover a cidade e realizar alguns negócios. Alguns dos empresários que já confirmaram presença estarão em busca de importadores e outros, de exportadores de matéria-prima”, completa Ligia.

O Instituto Mercosul também está assessorando os empresários em participar da Expobusiness 2008 (Feira Internacional de Negócios e Serviços no Japão), que será realizada de 23 a 25 de novembro do ano que vem, em Nagoya.

O principal objetivo da Expobusiness 2008 é abrir, para empresários brasileiros, um nicho de mercado promissor no Japão: o de produtos e serviços voltados à comunidade de kassegui.

O Instituto Mercosul vai preparar a participação das empresas interessadas. O órgão dará assessoria na formação de preço dos produtos – adaptados à realidade do mercado japonês – na preparação do material que será utilizado nos estandes e nas rodadas de negócios e fará a pré-pesquisa para identificar o que é necessário ser levado para a Expobusiness 2008, no caso específico de cada produto.

Mais informações sobre a Expobusiness 2008 e sobre a missão para a Feira de Cantão podem ser obtidas no Instituto Mercosul, que fica na sede da ACIM, ou pelos telefones 3025-9613 ou 3025-9616.



PARTICIPE DA CULTURA DE MARINGÁ

“HOJE, EMPRESAS E MAIS EMPRESAS DA CIDADE DESMISTIFICARAM A LEGISLAÇÃO, DESCOBRINDO QUE É POSSÍVEL UTILIZAR ESTE BENEFÍCIO FISCAL SEM GRANDES COMPLICAÇÕES”

A Lei Rouanet, o mais popular instrumento de incentivo entre iniciativa privada e produtores culturais, vem obtendo êxito na esfera pública e privada em diversos nichos sociais de nosso país. Respondem pelo panorama de incentivadores culturais no país, através da Lei Rouanet e da Lei do Audiovisual, empresas estatais, institutos, fundações e empresas dos setores da indústria, varejo, serviços, atacado, financeiro e cooperativo.

Vale lembrar que os setores da iniciativa privada, conforme citados, são compreendidos pelo conjunto de empresas que atuam nas mais diversas atividades. Nos últimos três anos, a Lei Rouanet tornou-se mais presente na realidade cultural e empresarial da cidade de Maringá. Hoje, empresas e mais empresas da cidade desmistificaram a legislação, descobrindo que é possível utilizar este benefício fiscal sem grandes complicações, alinhando-se ao uso da lei continuamente, dado ao êxito de seu resultado junto aos projetos por elas patrocinados.

Os projetos culturais candidatos a patrocínio são apreciados pelo Ministério da Cultura, órgão federal que homologa e habilita os proponentes e seus respectivos projetos ao mercado de captação pela Lei Rouanet, onde as empresas podem ser incentivadoras (patrocinadoras) utilizando até 4% do valor devido do imposto de renda, desde que trabalhe com regime tributário de lucro real. Ou seja, a empresa reverte esse percentual do tributo para patrocinar projetos aprovados pela Lei Rouanet.

Um projeto pode ter patrocínio individual ou patrocínios coletivos – o que é definido pela capacidade de patrocínio da empresa ou de acordo com o valor do orçamento do projeto. As empresas são parte integrante do desenvolvimento da cultura de sua cidade, visto que os projetos geram divisas, empregos, inclusão sócio-cultural, acesso ao conhecimento - pelo teor dos projetos - socialização do saber, intercâmbios culturais.

Além disso, a empresa patrocinadora pode se beneficiar do marketing cultural na mídia, sem custos adicionais, uma vez que sua marca estará associada ao projeto, visibilizada, agregada estrategicamente, e, com isso, o incentivador poderá, ainda, compartilhar ações de seu negócio junto ao projeto e ao seu público-alvo.

Hoje mais de duas mil empresas, entre públicas e privadas, incentivam a cultura no país. Juntas foram responsáveis por mais de R\$ 650 milhões em patrocínio por meio da Lei Rouanet em 2006. São os mais variados perfis e segmentos de empresas que utilizam a Lei, desde a menos visível até a mais conhecida no mercado nacional. A Lei Rouanet é para todas as empresas, independente do porte. A cultura é de todos. Por isso, participe!

Pery de Canti, é consultor cultural, diretor da Perfil Consultoria e coordenador do Festival de Cinema de Maringá

ACIM

A REVISTA DE
NÉGOCIOS DO PARANÁ

ANO XLIV Nº 469 SETEMBRO/2007
PUBLICAÇÃO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ -
ACIM / FONE: 44 3025-9595

DIRETORA RESPONSÁVEL
Tininha Rodrigues
Vice-presidente de Marketing

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

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Regina Daefiol MTB 2538/10/89 Pr

COLABORADORES
Giovana Campanha, Murilo Gatti, Vanessa Bellei, Viviane Farias

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA
Andréa Tragueta
andreatra@btrturbo.com.br

REVISÃO
Regina Daefiol
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

CACBOS **FACIAPIS**
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS DO BRASIL FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ

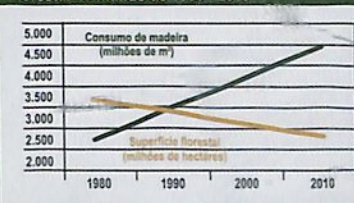
GUANANDI WOOD

CONDOMÍNIO FLORESTAL

Tenha sua própria floresta de madeira de lei com mercado garantido e valorização crescente

www.megaperes.com.br

Estimativa de consumo de madeira e superfícies florestal no mundo de 1980 - 2010



Fonte: BOT - Chicago Board of Trade

Aumento médio do preço da madeira 1948 - 2001



Fonte: BOT - Chicago Board of Trade

AS VANTAGENS DE INVESTIR NO GUANANDI WOOD

Investimento Seguro

Segundo a Bolsa de Chicago nos últimos 180 anos a valorização da madeira de lei superou em 2% as demais matérias primas e atingiu um incremento anual de 8% nos últimos 30 anos.

Guanandi

É a primeira madeira de lei do Brasil e está classificada entre as 15 madeiras de lei mais valorizadas no mercado internacional, segundo o departamento de agricultura da Costa Rica. E o mais importante, é uma espécie nativa do Brasil.

Visão de Futuro

As pessoas inteligentes e com visão já sabem a muito tempo que investir em madeira de lei é um grande negócio. Agora você pode ter sua própria floresta crescendo 24 horas por dia e 365 dias por ano com toda a tranquilidade.

Tecnologia

Nossas pesquisas com o plantio de Guanandi ultrapassam 10 anos. Somos a única empresa brasileira que pode oferecer todo apoio técnico e conhecimento aprofundado sobre a espécie Guanandi para reflorestamento comercial.

Reflorestamento comercial em conformidade com a legislação ambiental - IBAMA.

Execução:

pothencia
TECNOLOGIA AMBIENTAL

Negócios Sustentáveis
Maringá - PR

Parceria Técnica:

VASCONCELOS
FLORESTAL

Reflorestamento com Guanandi
Monte Alto - SP

Av. Pedro Taques, 680 - Fones: 44. 3031-0902 - 8828-0598
Zona 07 - Sala 10 - CEP.: 87030-000 - Maringá - PR



A gente pensa em você.



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