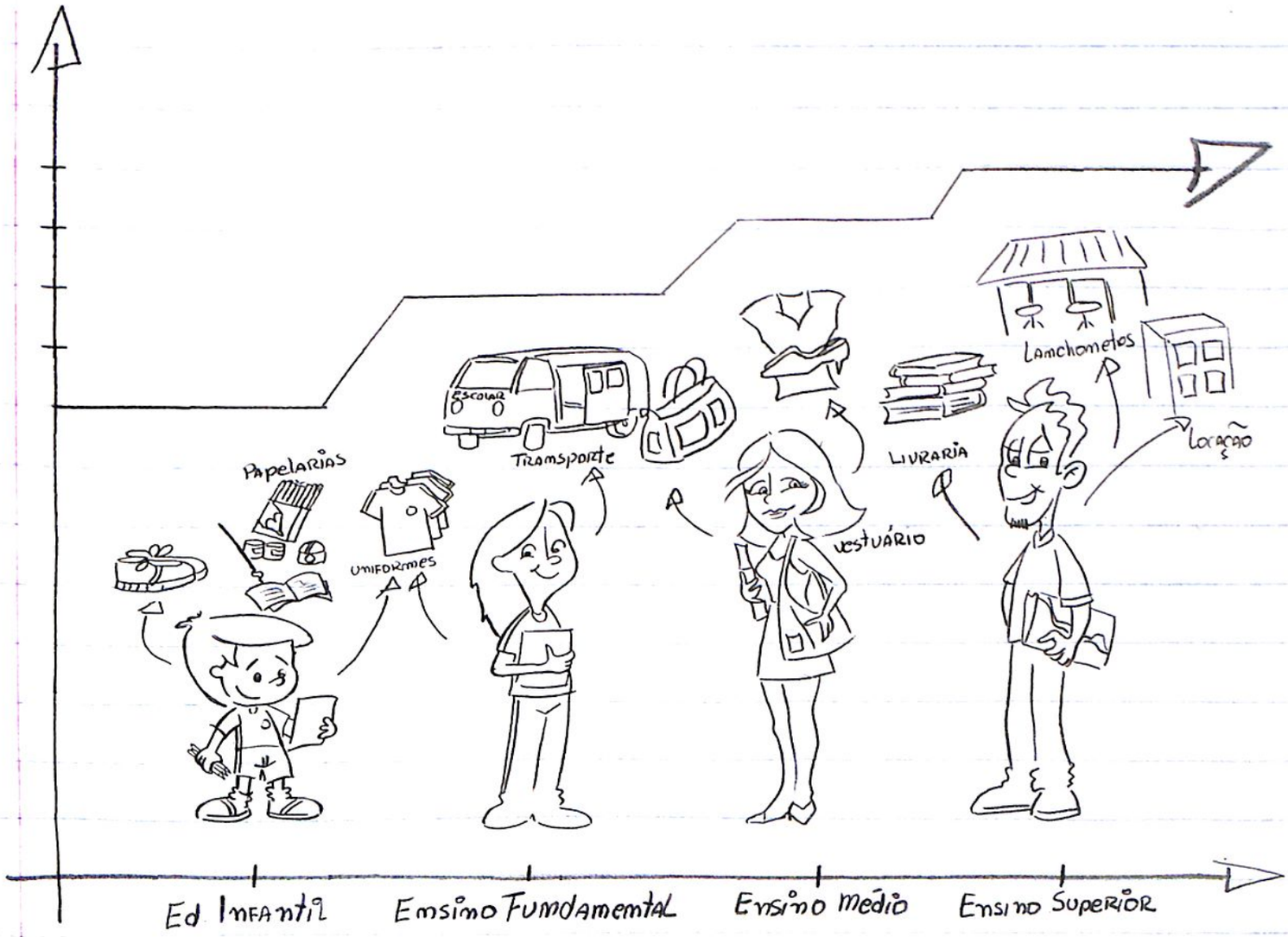
ISSN 1981-1926

Revista ACIM

R$ 5,00
Fevereiro/2008
Nº 473
Ano 44

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



DA EDUCAÇÃO BÁSICA À SUPERIOR

VOLTA ÀS AULAS AQUECE A ECONOMIA

ANS Nº 41541-3

Sua Empresa pode ser Ltda. Você não.

Consultas nas especialidades de clínica médica, cardiologia, ginecologia, oftalmologia, pediatria, 55 tipos de exames laboratoriais e odontologia ambulatorial . Tudo isso sem co-participação!

r$ 70,72 * para toda a família

Cliniprev® Saúde

UM PLANO DE SAÚDE QUE JÁ NASCEU GRANDE.

www.cliniprevsaude.com

Ligue e agende uma visita 3027.6800

*Familiar (preço único para família): R$70,72 - Família: Composta por funcionário(a), esposa(o), filhos solteiros até 24 anos; - Consultas: clínica médica, cardiologia, ginecologia, oftalmologia, pediatria, 55 tipos de exames laboratoriais e odontologia ambulatorial, sem co-participação. Valor sujeito a alteração.

Índice

REVISTA ACIM ANO 44 Nº 473

ENTREVISTA 6
O historiador e professor Reginaldo Dias analisa o cenário político maringaense para as eleições deste ano

CAPA 10
O período que antecede o retorno das aulas é considerado "Natal" para diversos segmentos do comércio, tamanha a expressividade das vendas. Fábricas de uniformes, e papelarias, imobiliárias são alguns dos estabelecimentos que comemoraram o aumento das vendas

MINHA VIAGEM 20
Destinos que fogem do convencional como Tibete e África do Sul foram alguns dos trajetos escolhidos pelos nossos entrevistados

Os telefones de contato dos entrevistados desta edição você encontra no portal da ACIM (www.acim.com.br/guiarevista)

ISO9001:2000 ACIM

Agronegócio não deverá ser prejudicado pela crise americana

A recente crise da economia norte-americana não deverá trazer grandes prejuízos para o agronegócio brasileiro e, conseqüente, para Maringá, cuja economia está diretamente ligada à agricultura.

Os analistas acreditam que a recente redução do preço das commodities agrícolas será passageira e é reflexo da queda nas bolsas internacionais. Mas não há motivo para alarde. Pelo menos, até agora.

Um dos motivos para a perspectiva de que a agricultura não será afetada é o mercado oriental. China e Índia deverão continuar puxando a locomotiva. Com crescimento próximo a dois dígitos há uma década, esses países com população de mais de dois bilhões de habitantes devem continuar movimentando a cadeia agrícola brasileira. Afinal, proteína vegetal ainda é mais barata do que a animal.

Outro motivo para não esperar por uma crise aguda é que a agricultura é fonte para o biocombustível e o Brasil tem se destacado nessa área. Com a alta do preço do petróleo e a instabilidade do humor de Hugo Chavez, presidente da Venezuela, um dos maiores produtores de petróleo do mundo, a tendência é que o biocombustível ganhe ainda mais mercado nos próximos anos.

Uma alta no preço do dólar também traria benefícios para a agricultura brasileira, que em 2007 foi responsável por um superávit de mais de R$ 40 bilhões na balança comercial e é diretamente influenciada pelo preço da moeda americana. Nem todos os setores da economia brasileira comemorariam a alta do dólar, claro, mas para a agricultura essa valorização seria bem-vinda.

A Cocamar está apostando num cenário otimista e espera, no mínimo, repetir o resultado de 2007, quando o faturamento atingiu R$ 1,1 bilhão, o segundo maior da história da cooperativa. E nem as manchetes alarmantes dos noticiários em relação à crise norte-americana foram suficientes para que a Cocamar recuasse em seus investimentos. Tanto que serão investidos R$ 35 milhões num sistema de caldeiras de alta pressão para economizar energia elétrica, entre outros projetos que já estão previstos para este ano.

Apesar de estarmos vivendo um momento de apreensão, com queda nas bolsas internacionais, indicadores negativos da economia americana e investidores reticentes, ainda não há motivos para desespero. Tanto que o presidente do Banco Central brasileiro, Henrique Meirelles, e o ministro da Fazenda, Guido Mantega, fizeram questão de conceder entrevistas recentemente para afirmar que a economia brasileira está "blindada" e não deverá passar por uma grande crise. Esperamos que eles e os analistas tenham razão. Porque uma crise financeira e na agricultura é tudo que o Brasil não precisa.

Carlos Tavares Cardoso,
presidente da ACIM

www.acim.com.br

REGINALDO DIAS POR REGINA DAEFIOL

Eleições 2008

Bruna Moreschi

"A EXPERIÊNCIA DOS POSSÍVEIS CANDIDATOS [À PREFEITURA DE MARINGÁ] TRAZ CONHECIMENTO SOBRE O TERRITÓRIO POLÍTICO, GARANTE INTERAÇÃO COM OS AGENTES DO PODER LOCAL, SALDO ORGANIZATIVO E LASTRO ELEITORAL. UMA ANÁLISE DETALHADA REVELARIA MOMENTÂNEA DESIGUALDADE DE DENSIDADE POLÍTICA ENTRE ELES, MAS NINGUÉM PODE NEGAR QUE TODOS DETÊM O CONHECIMENTO E OS INSTRUMENTOS NECESSÁRIOS PARA INICIAR O BOM COMBATE E SONHAR COM O SUCESSO." A ANÁLISE É DO HISTORIADOR, DOUTOR EM HISTÓRIA E PROFESSOR DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ, REGINALDO DIAS, QUE FAZ, NESTA ENTREVISTA À REVISTA ACIM, UM RETROSPECTO DAS ELEIÇÕES EM MARINGÁ E ANALISA O CENÁRIO POLÍTICO PARA O PLEITO DESTE ANO

MARINGÁ TEVE UM INÍCIO DE HISTÓRIA POLÍTICA TUMULTUADO. UM EXEMPLO É O CONFRONTO ESTABELECIDO ENTRE O PRIMEIRO PREFEITO, INOCENTE VILLANOVA JUNIOR, E A COMPANHIA MELHORAMENTOS, QUE GEROU UMA CRISE. ISSO DEIXOU HERANÇAS PARA A VIDA POLÍTICA DA CIDADE?

Não foi um parto tranqüilo a transferência do mando da Companhia para o nascente poder público municipal. Após perder a eleição que ungiu o primeiro prefeito, a Companhia procurou controlar a Câmara Municipal e influenciou um processo de cassação do prefeito, que foi aprovado pelos vereadores e só foi revertido na Justiça. Conseguiu, também, a aprovação de leis de privilégios fiscais, uma das quais com efeito retroativo, sangrando o erário. A Companhia, em vez de cumprir seu papel de agente civilizador, fragilizava o poder público. Um dano foi o atraso na expansão dos serviços públicos na consolidação da coisa pública.

EM SEUS ARTIGOS E COMENTÁRIOS, O SENHOR COSTUMA CITAR O CAPITAL ELEITORAL DO CANDIDATO COMO UM DOS FATORES DECISIVOS NAS URNAS. COMO ANDA O CAPITAL ELEITORAL DOS "PREFEITURÁVEIS"?

Não vou fazer análise particularizada. Existe um leque amplo de pré-candidatos. São cogitados os nomes do atual prefeito, de um ex-prefeito, de um ex-vice-prefeito, de deputados estaduais, de um secretário de estado, de ex-candidatos a prefeito, de ex-candidatos a deputado, de ex-secretários municipais. Muitos têm experiência administrativa e já foram batizados nas urnas. Alguns detêm ou detiveram mandatos. A experiência desses possíveis candidatos traz conhecimento sobre o território político, garante interação com os agentes do poder local (poder econômico, imprensa, organizações populares, representações institucionais), saldo organizativo e lastro eleitoral. Uma análise detalhada revelaria momentânea desigualdade de densidade política entre eles, mas ninguém pode negar que todos detêm o conhecimento e os instrumentos necessários para iniciar o bom combate e sonhar com o sucesso. É um quadro político qualificado e representativo das forças locais.

COMO O SENHOR AVALIA A ATUAÇÃO DAS FORÇAS POLÍTICAS EM MARINGÁ? EXISTE UMA POLARIZAÇÃO EM TORNO DE DOIS CANDIDATOS AO EXECUTIVO OU A DISPUTA SERÁ PULVERIZADA ENTRE DIVERSOS CANDIDATOS?

Considere-se, primeiro, que temos um quadro diversificado e qualificado de candidatos. Nas duas últimas eleições, três candidatos chegaram à reta final do primeiro turno com pequena diferença de votos: em 2000, José Cláudio, com 25,5%; Dr. Batista, com 24,7%; e Jairo Gianoto, com

www.acim.com.br

o que está por vir?

> **Infelizmente, parlamentares, em qualquer nível, são vistos e agem,** ressalvadas as exceções, como despachantes de favores políticos entre o Executivo e o eleitor

22,8%; em 2004, João Ivo Caleffi, com 28,4%; Silvio Barros, com 24,6%; e Dr. Batista, com 21,4%. Em 1996, quando a eleição era decidida em um só turno, Gianoto decolou na reta final, mas três candidatos despontaram e superaram a marca de 20%: Gianoto, 36,6%; Silvio Barros, 23%; e Joel Coimbra, 21%. Essa tendência, somada à qualificação dos pré-candidatos, trabalha contra a idéia de uma polarização precoce. Além disso, em algumas eleições em que se anunciava a polarização, emergiu o fenômeno da terceira via.

O SENHOR ACREDITA QUE UMA CAMPANHA QUE PROPONHA A CHAMADA "TERCEIRA VIA" PODE TER FORÇA NUM PLEITO COM SEGUNDO TURNO?

As incidências têm particularidades. Em 1988, saindo da ditadura e insatisfeito com os rumos da transição, o país estava ávido por renovação. As urnas confirmaram isso, embora o sinal ideológico nem sempre fosse homogêneo. Além da conjuntura ser favorável à renovação, Ricardo Barros contou com o atrito entre os supostos favoritos e soube aquilatar o peso dos recursos da mídia eletrônica e do moderno marketing político. Em 1996, quando Gianoto venceu, os atritos não eram tão intensos na propaganda, pois todos estavam vacinados, mas sabia-se que o povo estava saturado com a polarização entre os dois últimos prefeitos. Foi com essa percepção que ele propôs a chamada "paz política". A terceira via assumiu, então, a forma de conciliação. Para definir a hipótese de ocorrer agora, é preciso analisar qual será a motivação. A conjuntura favorece? As forças tradicionais estão desgastadas? Também é preciso analisar quais seriam os agentes da polarização e os candidatos da terceira via. Um pólo seria representado pelo atual prefeito. O segundo pólo, presumivelmente, seria representado pela administração anterior. Entretanto, quando o ex-prefeito Caleffi filiou-se ao PMDB, o quadro ficou mais complexo. O outro termo da polarização seria o ex-prefeito, agora candidato pelo PMDB, ou o candidato do PT?

Ambos teriam esse perfil? O candidato do PT pode vestir o figurino da terceira via? A terceira via seria representada apenas por candidatos que não tiveram vínculos com a administração anterior e com a atual?

TRADICIONALMENTE, OS PREFEITOS DE MARINGÁ NÃO CONSEGUEM "FAZER" SEU SUCESSOR. HOUVE APENAS UM CASO: EM 1964, A ELEIÇÃO DE LUIZ DE CARVALHO, APOIADO POR JOÃO PAULINO...

Sabe-se que houve eleições em que o prefeito não se empenhou para fazer sucessor, preocupado em preservar seu território. Houve eleições em que o prefeito anunciou apoio a um candidato, mas apoiou mesmo outro. Houve eleições em que apoiou mais de um candidato, um explicitamente e outro veladamente. De qualquer forma, houve eleições em que o prefeito jogou suas fichas e perdeu. Recentemente, com a introdução da reeleição, tivemos prefeitos malogrando com sua própria candidatura. Em 2000, o prefeito nem foi ao segundo turno. Quaisquer que fossem as motivações dos prefeitos, parece que o povo tomou gosto pela renovação. Devemos considerar, contudo, que a reeleição introduziu uma situação distinta. Antes, a derrota de seu candidato não implicava prejuízo certo para a carreira do prefeito. Com a reeleição, é o prefeito que perde. Disputar a reeleição no cargo não garante a vitória, mas é um trunfo nada desprezível. Se a oposição quiser manter a "escrita", deve calcular que uma coisa é enfrentar um candidato apoiado por quem sai, outra é disputar com um candidato à reeleição.

O ELEITORADO MARINGAENSE TEM DEMONSTRADO QUE APRECIA A RENOVAÇÃO POLÍTICA. NAS PRÓXIMAS ELEIÇÕES, UM CANDIDATO QUE REPRESENTE ESTA RENOVAÇÃO, INDEPENDENTE DE SUA ORIGEM POLÍTICA, PODE AMEAÇAR OS QUE HÁ MUITO DESPONTAM COMO "PREFEITURÁVEIS"?

> **"Se a oposição quiser manter a 'escrita', deve calcular que uma coisa é enfrentar um** candidato apoiado por quem sai, outra é disputar com um candidato à reeleição**"**

Há números impressionantes, mas é preciso analisar o significado da renovação e a forma como é construída. Nas últimas seis eleições, ocorridas de 1982 a 2004, cinco foram vencidas por candidatos que nunca tinham exercido mandato público. Três deles, porém, tinham disputado o cargo em ocasião anterior. Nas treze eleições realizadas, constata-se que duas reconduziram ex-prefeitos e que outras sete consagraram candidatos que tinham algum lastro eleitoral, tendo concorrido antes como vereador, deputado ou prefeito. Excluindo a eleição do primeiro prefeito, somente três candidatos ganharam ao estrearem nas urnas: João Paulino, Ricardo Barros e Jairo Gianoto. Em 1960, como os dois primeiros prefeitos não consolidaram liderança, a cidade forjava seus líderes. O promotor público João Paulino, por já ser reconhecido como líder, foi convocado para a disputa. As eleições de 1988 e 1996, aquelas da terceira via, alimentam a esperança do surgimento da grande novidade. Em 1988, Ricardo Barros vestiu-se com o manto da tradição política construída por sua família e pelos sobrenomes dos membros de seu grupo político de renovação. Gianoto era conhecido líder comunitário e, sem julgar seus métodos, promoveu pesado processo de articulação política, a começar pela cooptação de um vice bom de voto, que era, não custa lembrar, deputado estadual. Mesmo as novidades devem contar com algum tipo de lastro político, seja pessoal, seja do partido ou grupo político. Não há "novidade inédita".

EM MARINGÁ, HISTORICAMENTE, O ELEITOR TEM SEGUIDO A TENDÊNCIA DE DAR MAIOR IMPORTÂNCIA ÀS ELEIÇÕES PARA OS CARGOS DO EXECUTIVO DO QUE PARA OS DO LEGISLATIVO?

Infelizmente, parlamentares, em qualquer nível, são vistos e agem, ressalvadas as exceções, como despachantes de favores políticos entre o Executivo e o eleitor. Trata-se de uma distorção, pois a função do parlamentar, legislar e fiscalizar, é usurpada pelo jogo clientelista. Por que não muda? Ora, existe uma funcionalidade nisso tudo, realimentada por todos os elos da corrente, ou seja, pelos agentes do Executivo e do Legislativo e, claro, pelos eleitores. Vereadores e deputados especializados em troca de favores têm eleitores que esperam que eles ajam assim mesmo. Não sei se o eleitor valoriza mais uma eleição ou outra. Talvez ele atribua o peso relativo que o próprio jogo político demarca para seus territórios. Daí a necessidade de uma reforma política para colocar as coisas no lugar.

www.acim.com.br

abramge

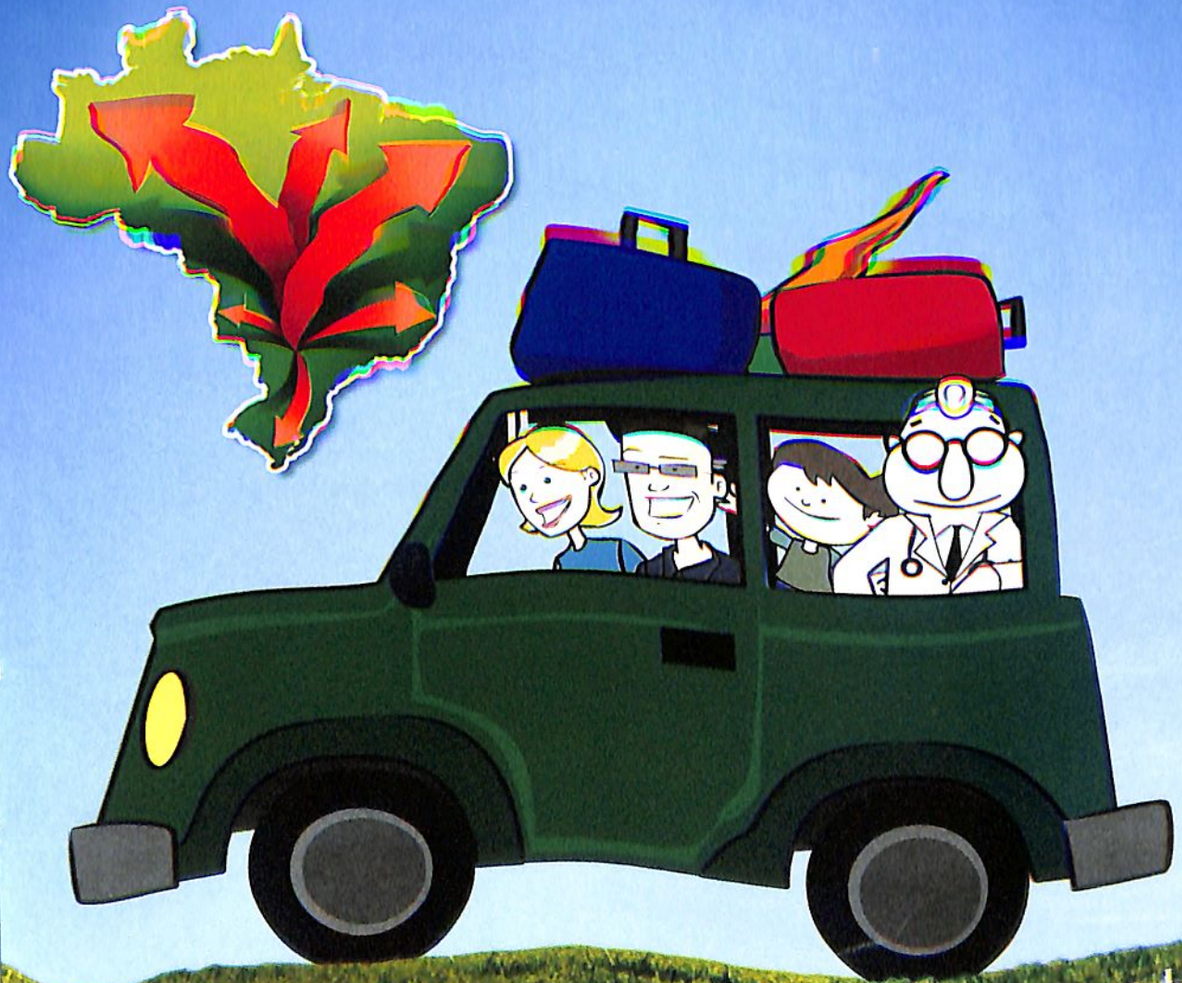
FÉRIAS COM TRANQUILIDADE

Antes de viajar faça o plano Pró-Saúde PAM
Com ele você tem cobertura para urgências
e emergências em todo o Brasil sem complicação.

E você protege sua família

a partir de R$33,23* mensais.

*Plano Pró-Saúde Individual/familiar, titular mais 3 pessoas, 00 a 18 anos, sem obstetrícia.



Sarandi - PR
F. 44 3035-1500

Maringá - PR
F. 44 3218-1515

pam

www.droam.com.br Nosso Atendimento é de Coração

ANS 31526-5

ÓLEO DE COZINHA VIRA DETERGENTE

A Bothânica Soluções Ambientais encontrou uma alternativa ecológica para o óleo utilizado nas frituras de restaurantes e empresas: depois de recolher o produto, a empresa extrai o ácido oléico para fazer uma pasta biodegradável, que dará origem a um detergente. Ao contrário dos sabões feitos com óleo de cozinha, que são tão poluentes quanto os comuns, já que não há quebra de moléculas, essa pasta biodegradável não contamina o meio ambiente. A empresa se instalou em Maringá no ano passado e teve o apoio da ACIM. Segundo a diretora a empresa, Denise Fátima Gomes, a ACIM foi essencial para a aceitação da Bothânica na cidade, pelo peso e credibilidade da entidade.

Bruna Moreschi

85 DIAS PERDIDOS POR ANO

Uma pesquisa realizada pela Proudfood Consulting revelou que 85 dias úteis, dos 250 em 2006, foram improdutivos no Brasil devido à falta de profissionais qualificados e de gerência pró-ativa, entre outros fatores. O estudo foi feito com 462 executivos, de 10 países. Enquanto que em terras brasileiras a falta de qualificação profissional foi responsável por 23% da falta de produtividade, esse índice em outros paises foi de 12%. A mesma pesquisa revelou que 74% dos executivos brasileiros entrevistados consideraram a produtividade da empresa em que trabalham como muito boa ou boa, enquanto em outros paises os executivos não foram tão otimistas. Na Alemanha, por exemplo, esse percentual foi de 53%.

NOVOS CURSOS E CONSULTORIA

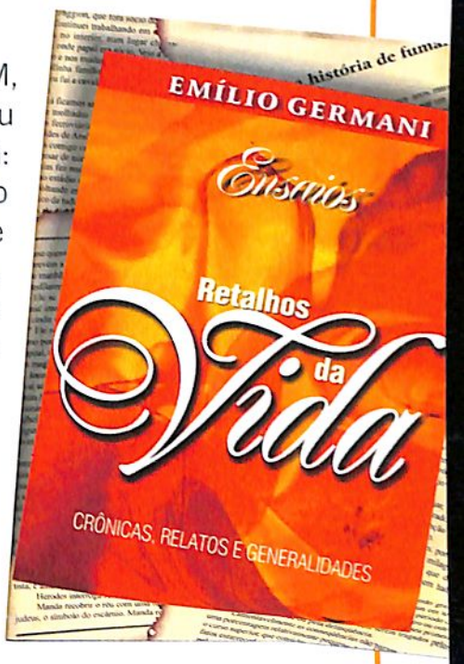
A Unifamma oferecerá dois novos cursos de graduação: Letras e Serviço Social. Já os cursos de Administração e Ciências Contábeis também serão ofertados no período da manhã. Outra novidade é que a faculdade passará a contar com uma Consultoria Júnior ainda no primeiro semestre. Assim, as empresas que tiverem interesse em contar com uma consultoria nas áreas de Ciência Contábeis, Comunicação Social, Direito, Marketing e Secretariado Executivo poderão procurar a faculdade. Todo o trabalho será acompanhado por professores.

MODA JOVEM

A Rezzum lançou duas novas marcas focadas no mercado norte e nordeste brasileiro: Nighteen e NGT, voltadas para o público jovem feminino e masculino, respectivamente. Além de apostar na moda irreverente, as empresárias Vivian e Anna Paula Bortoluzzi adotaram como estratégia de marketing associar a imagem da marca a jovens atores que estão despontando no cenário nacional, como Gustavo Leão e Thaila Ayala. A empresa tem outras duas marcas Rezzum e Rezzum Teen, que também adotam a mesma estratégia.

Divulgação

ENSAIOS



O empresário e ex-presidente da ACIM, gestão 1962-1963, Emílio Germani lançou no ano passado o livro "Retalhos da Vida: crônicas, relatos e generalidades". Nele, o autor narra passagens de sua vida desde criança até os dias de hoje, em crônicas, numa quase conversa sobre o passado e presente. Uma história que se confunde com a da própria cidade, já que Germani chegou em Maringá em 1950.

"Retalhos da Vida" reúne crenças, as obras, homenagens a amigos e até questionamentos sobre a "nova" velhice, onde demonstra a sabedoria adquirida durante 90 anos. "O velho não deve renunciar a nada que possa fazer, desenvolver suas atividades físicas normais, sair, caminhar bastante, cuidar de seus 'hobbies' e aproveitar a vida", diz.

Em meio a poemas e relatos, um capítulo chama a atenção: "Mensagem para o centenário da Associação Comercial e Empresarial de Maringá", em que ele descreve o amor pela cidade em versos.

Emílio Germani é membro da Academia de Letras de Maringá e integra o Rotary Club. À frente da ACIM, Germani implantou o Serviço de Proteção ao Crédito, o quarto do país.

ÚLTIMAS UNIDADES

A arte de viver bem começa agora.

CONDOMÍNIO A PREÇO DE CUSTO.

Área útil: 56,69 m².
Área total: 111,01m².

EDIFÍCIO TARSILA DO AMARAL

Local: Rua Floriano Peixoto.
Próximo ao Estádio Willie Davis

ÚLTIMA UNIDADE!

SAN PIETRO RESIDENCE

PERFEITO PARA VIVER. IDEAL PARA INVESTIR.

EXCELENTE LOCALIZAÇÃO: bem pertinho de tudo que você precisa. O San Pietro Residence está localizado na rua Rui Barbosa, Zona 7, a poucos metros da Av. Paraná, próximo ao Supermercado Condor

- 124,40 m² de área total.
- 72 m² de área útil.
- 2 dormitórios, sendo 1 suíte, mais BWC social.
- Sala para 2 ambientes.
- Cozinha.
- Área de serviço.
- Garagem.

Este material é um instrumento meramente ilustrativo que servirá para formação do grupo de investidores que irá compor o condomínio. CREA 32969-PR - CRECI 3632-J

VENHA PARTICIPAR DE MAIS UM GRUPO DE SUCESSO. EM BREVE, EDÍFICIO TOM JOBIM, NA AV. HORÁCIO RACCANELLO.

PEDRO GRANADO IMÓVEIS

MATRIZ: Av. Paraná, 470 - Térreo - Fone: (44) 3222-8866
FILIAL: Av. Prudente de Moraes, 998 - Zona 7 - Fone: (44) 3225-4155

imobiliaria@pedrogranado.com.br
www.pedrogranado.com.br

MURILO GATTI

Volta às aulas aquece

INÍCIO DO PERÍODO ESCOLAR AUMENTA A DEMANDA EM LIVRARIAS, FÁBRICAS DE UNIFORME, LOJAS DE CALÇADOS, EMPRESAS DE TRANSPORTE DE ESTUDANTES E ATÉ EM IMOBILIÁRIAS. MOVIMENTAÇÃO É GARANTIDA POR CERCA DE 100 MIL ALUNOS QUE ESTÃO MATRICULADOS NA CIDADE, DO ENSINO PRÉ-ESCOLAR AO SUPERIOR

Bruna Moreschi

MARINGÁ TEM 100 MIL ESTUDANTES MATRICULADOS, RESPONSÁVEIS POR UMA DEMANDA QUE, NO INÍCIO DO PERÍODO LETIVO, AQUECE VÁRIOS SETORES DA ECONOMIA

Maringá transformou-se, nos últimos dez anos, num importante pólo de educação. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a cidade tem cerca de 100 mil alunos matriculados nas redes pública e privada de ensino. Só nas instituições de ensino superior são cerca de 30 mil. Nas escolas e colégios que oferecem o ensino fundamental, o número ultrapassa os 40 mil. Na volta às aulas, esses estudantes, somados aos alunos dos ensinos pré-escolar e médio, trazem um aquecimento significativo para vários setores da economia.

Para livrarias e fábricas de uniformes escolares, o início do período letivo chega a ser comparado com o Natal, temporada de maiores vendas para o comércio em geral. "Tenho que contratar várias pessoas nesta época do ano. Só hoje, contratei quatro e preciso de mais vendedores e auxiliares para dar conta", afirmou a proprietária da Demorgan Uniformes, Rose Morgenstern, em entrevista concedida em meados de janeiro, cerca de 20 dias antes do início das aulas.

Rose relatou que, apesar da empresa se preparar desde setembro para atender os clientes, a maior parte das vendas de uniformes fica concentrada em apenas três semanas. "Os brasileiros deixam tudo para a última hora. A maior procura ocorre apenas uma semana antes e duas semanas depois do início das aulas. Geralmente, só compram antes aqueles pais cujos filhos mudaram de colégio", apontou.

Segundo o diretor da Livraria e Papelaria Cerro Azul, Mauro Carvalho, a venda de materiais escolares segue ritmo semelhante, mas o trabalho de atendimento ao público direcionado à volta às aulas começa mais cedo. "Nos preparamos o ano inteiro, para atender o público de dezembro a fevereiro. Quem chega antes tem a vantagem de comprar com mais tranqüilidade, pois temos mais tempo para atender de forma personalizada", explica.

E para atrair os clientes no mês de dezembro, conta a diretora da Papelaria Cerro Azul, Elisa Carvalho, a empresa dá algumas vanta-

www.acim.com.br

diversos segmentos

gens. "Oferecemos parcelamento e desconto maiores nas compras. Em novembro já começamos a ligar para avisar os clientes cadastrados. Temos diversos clientes que vêm todos os anos para comprar nessa época", conta.

LIQUIDAÇÃO ESPECIAL

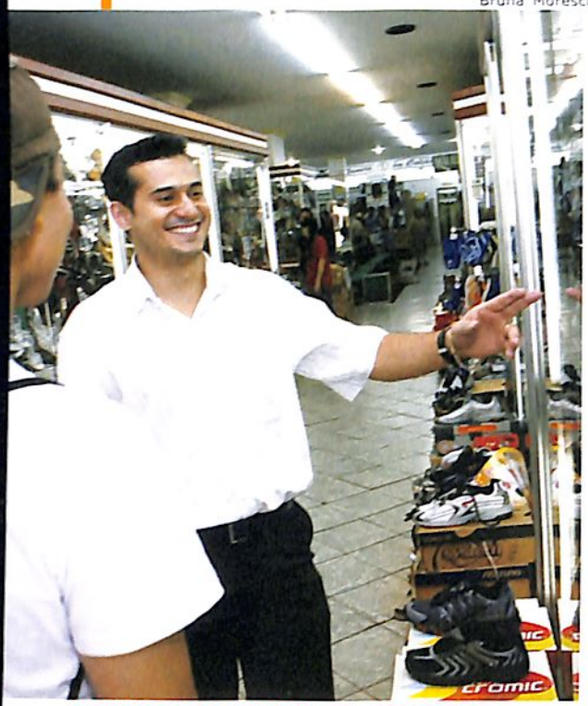
Para as empresas que oferecem transporte escolar, a procura ocorre mesmo nos primeiros dias de aulas. E, neste momento, fica garantido praticamente mais um ano inteiro de trabalho. "A movimentação começa depois do início das aulas, quando fechamos contratos de prestação de serviço para o ano todo", afirma o proprietário da Vantur Transporte, Selmo Paulo Arcasa, que há dez anos atua neste segmento em Maringá.

Já nas imobiliárias, quando ocorre o início efetivo das aulas, o período de maior movimentação de estudantes universitários e do ensino médio à procura de imó-

Bruna Moreschi

ROSE MORGENSTERN, DA DEMORGAN UNIFORMES: CONTRATAÇÕES PARA DAR CONTA DOS PEDIDOS

Bruna Moreschi



VENDAS CRESCEM 15% EM FUNÇÃO DO INÍCIO DAS AULAS, APONTA LEANDRO DOS REIS, DA JORROVI CALÇADOS

veis já passou. "Chega a triplicar o número de imóveis já locados nesta época. O pico da demanda vai do final de dezembro até o início das aulas. Começa mesmo após a divulgação do resultado dos vestibulares", relata o diretor comercial da Pedro Granado Imóveis, Téo Granado.

Outro setor beneficiado com o período de volta às aulas é o de calçados. De acordo com o gerente da Jorrovi, Leandro Pereira dos Reis, as vendas motivadas pelo início do ano escolar chegam a ser 15% maiores em comparação com outros meses do ano. Parte do resultado, segundo Reis, deve-se ao fato da empresa ter criado uma liquidação especial voltada ao público estudantil.

"Criamos a promoção 'Bicho da Goiaba' para o mês de fevereiro. O objetivo é atrair o público que busca tênis, sapato ou mochila nova neste período de volta às aulas", explica. Para 2008, a expec-

Pólo universitário movimenta imobiliárias

Com cerca de 30 mil alunos matriculados em instituições de ensino superior, Maringá recebe a cada ano um número grande de estudantes de outras cidades. "É uma movimentação nítida. Sai o resultado do vestibular e nos dias seguintes começamos a ver casais com o filho à procura de um imóvel de imobiliária em imobiliária", relata o delegado em Maringá do Sindicato da Habitação e Condomínios do Paraná (Secovi) e sócio-proprietário da Proposta Imóveis, Junzi Shimauti.

O delegado do Secovi avalia que no prazo de uma semana quase todos os imóveis disponíveis são alugados e quem chega tarde pode ter dificuldade em alugar. Neste movimento, segundo Shimauti, também ocorre uma migração de famílias para Maringá. "Temos percebido muitos casos assim. O filho começa a estudar aqui e a família, dependendo da atividade que exerce, passa a morar em Maringá", conta.

Para Shimauti, essa movimentação se tornou mais significativa nos últimos anos. "Passamos a perceber o aumento na procura por imóveis do ano 2000 para cá. E vemos que isto acompanha o número de pessoas de outras cidades que vem estudar aqui. Antigamente, tínhamos 80% a 90% de pessoas de Maringá. Hoje, está praticamente dividido, com 50% de pessoas de outras cidades", diz.

Shimauti considera que a quantidade de imóveis disponíveis tem aumentado. "O entorno da Universidade Estadual de Maringá (UEM) está quase saturado e vemos muitos imóveis que começam a ser

Bruna Moreschi

QUASE TODOS OS IMÓVEIS DISPONÍVEIS PRÓXIMOS A UEM SÃO LOCADOS EM UMA SEMANA, DIZ O DELEGADO DO SECOVI EM MARINGÁ, JUNZI SHIMAUTI

construídos na região próxima ao Centro Universitário de Maringá (Cesumar). Também acredito que a Faculdades Nobel, com a administração da PUC, vai criar um novo núcleo estudantil naquela região da cidade", avalia.

O diretor comercial da Pedro Granado Imóveis, Téo Granado, que há quatro anos abriu uma filial na Zona 7, avalia que o bairro, além de estar próximo a UEM, se desenvolveu muito porque está próximo de outros colégios e da região central. "As pessoas querem morar num lugar que ofereça estrutura, com mercado próximo, perto da Avenida Brasil. Por isto, a Zona 7 é uma região disputada", considera.

Granado, que vê o número de imóveis locados triplicar neste período de chegada dos estudantes, aponta que tem ficado cada vez mais complicado atender o fluxo. "Os imóveis não têm sido desocupados da mesma maneira. As pessoas têm vindo para a faculdade e não têm ido embora. Com isso, temos sentido falta de uma quantidade maior de imóveis novos para locar para estas pessoas", diz.

www.acim.com.br

tativa de Reis também é positiva. "Com o carnaval acontecendo mais cedo e a volta às aulas também, procuramos reinventar o mês de janeiro e fazer promoções. As vendas nas duas primeiras semanas do ano superaram as expectativas", revela.

A gerente da Genko da avenida Brasil, Kasuko da Silva, aponta que a venda de calçados aumenta mesmo nas semanas mais próximas ao retorno do período escolar. Segundo ela, os vendedores mais antigos da loja, que já conhecem o movimento durante todo o ano, evitam tirar férias em fevereiro. "Eles não querem tirar férias porque sabem que neste período se vende bem".

Kasuko aponta que, normalmente, depois de março o movimento tende a se manter aquecido. "Após março e abril, o movimento é bom porque começam a chegar os modelos da nova coleção."

Bruna Moreschi

NA GENKO, VENDEDORES NÃO QUEREM FÉRIAS EM FEVEREIRO, PORQUE SABEM QUE A VOLTA ÀS AULAS AQUECE AS VENDAS

Bruna Moreschi

NA BOM LIVRO, FORAM CONTRATADOS 50 FUNCIONÁRIOS TEMPORÁRIOS PARA O PERÍODO. "NOSSO 'NATAL' É AGORA", AFIRMA A GERENTE DA LOJA DA HERVAL, CLARICE GASQUES

Volta às aulas é o 'Natal' das papelarias

Com quatro lojas em Maringá, a Bom Livro contratou 50 funcionários temporários para atender o público na volta às aulas. O número de vendedores dobrou e outros profissionais foram contratados para dar conta do atendimento. "Nesta loja contratamos gente para cuidar do estacionamento, empacotadores e segurança. Nos preparamos para estes dois meses de vendas", diz a gerente da Bom Livro da Avenida Herval, Clarice Rosa Gasques.

De acordo com ela, o maior movimento ocorre 20 dias antes do início das aulas. "É quando a loja lota e fica difícil até para andar. Não sei se a maioria deixa para a última hora para ganhar um prazo maior para pagar ou porque sai de férias e só depois compra o material escolar", diz. Em março, relata Clarice, o que aumenta é a venda de livros para o público universitário. "Mas o nosso 'Natal' é agora", diz.

O gerente da Livraria Depel, Pedro Martinhago, relata que também ampliou o quadro de funcionários para atender a demanda. "Aumentamos em cerca de 30%, mas é complicado encontrar profissionais qualificados", diz. Em relação a um mês normal de vendas, Martinhago aponta que o faturamento no período de volta às aulas aumenta em torno de 40%.

Para o gerente, que começa a preparar a loja para o início do ano letivo em meados do ano anterior, o segmento é uma atividade de risco. "Temos que adivinhar como estará a economia no início do ano seguinte, por isso é preciso arriscar muito na hora de comprar. Além disso, costumamos dizer que somos o único segmento que faz tudo o que o consumidor quer: preço, prazo e adequação de produtos", aponta.

Na Livraria e Papelaria Cerro Azul, onde segundo a diretora Elisa Carvalho as vendas chegam a dobrar neste período em comparação a outros meses do ano, algumas estratégias foram adotadas para agilizar o atendimento. "O cliente vem fazer suas compras e encontra um kit praticamente pronto da lista pedida pela escola. Tanto que alguns encomendam a lista de materiais do filho por telefone", conta.

A Livraria também encapa os cadernos para os clientes gratuitamente, como forma de facilitar a vida dos pais e motivar as vendas. "É um serviço personalizado, pois cada turma de cada escola tem uma regra específica para encapar", relata o diretor da empresa, Mauro Carvalho.

www.acim.com.br

Moda chega aos uniformes escolares

O proprietário da Casa dos Uniformes, Valdeci Gonçalves da Silva, relata que tem trabalhado atualmente com um conceito de moda escolar. "É uma evolução dos uniformes, que passaram a ficar mais sofisticados. Temos camisetas exclusivas para meninas, camiseta para meninos. Também fazemos meias personalizadas para cada colégio, blusas de lã, entre outros. É um conceito de moda escolar que tem dado certo", conta.

Silva relata que a empresa procura acompanhar as tendências da moda esportiva e se adequar às necessidades dos clientes. "Passamos a colocar zíper na barra das calças, pois percebemos que os estudantes passam a tesoura para deixar a boca da calça mais larga. Também passamos a produzir calças com a cintura mais baixa e, para as meninas, um modelo mais justo. Temos que acompanhar as tendências e as novidades no que diz respeito aos tecidos."

Para Silva, o retorno às aulas, dentro do segmento em que atua, é até mais significativo do que o Natal é para o comércio em geral. "Chegamos a triplicar a equipe de vendedores para atender. Outra mudança é que durante o ano atendemos até o meio dia e, neste período de volta às aulas, atendemos o dia inteiro de segunda a segunda", relata. Depois, de acordo com Silva, o movimento só aumenta se esfriar, pois os pais compram mais agasalhos.

Além de produzir uniformes para praticamente toda a rede privada de ensino e boa parte da estadual de Maringá, a Casa dos Uniformes, que tem 15 anos de mercado, atende outras regiões brasileiras. "Vendemos diretamente para escolas de São Paulo, Pernambuco, Mato Grosso. Percebemos que Maringá tem se consolidado como referência em confecções, pois a cidade oferece um produto de qualidade, com bom acabamento", diz.

Bruna Moreschi

UNIFORME ESCOLAR TAMBÉM TEM UM CONCEITO DE MODA E FICOU MAIS SOFISTICADO. É O QUE DIZ O PROPRIETÁRIO DA CASA DOS UNIFORMES, VALDECI DA SILVA

À espera da volta

O comércio estabelecido próximo à Universidade Estadual de Maringá (UEM) aguarda ansioso pelo retorno das aulas e dos mais de dez mil estudantes que movimentam o campus da instituição. "Estamos na nossa entresafra. Nestas férias, o movimento caiu 70% em comparação aos meses de aula", aponta o proprietário da Padoka, Adão Vital de Oliveira.

De acordo com Oliveira, o movimento só não foi mais baixo nas férias porque a maioria das lanchonetes que funciona na Rua Professor Lauro Verneck fechou as portas durante as férias. "Se tiver mais uma aberta, o movimento que tenho registrado seria dividido. Mas a situação é pior quando também fecha a parte administrativa da UEM".

Há 23 anos no local, Oliveira diz que nunca fechou as portas no período de férias dos estudantes. "Mas para o final de 2008 estou planejando fazer como os demais e aproveitar para descansar. Também devo fechar porque nunca fiquei mais do que quatro dias com as portas fechadas", conta.

O proprietário da Uniformes e Cia, Saulo Roberto Braga, que viu as vendas de varejo caírem cerca de 80% nas férias, afirma que não dá para fechar as portas porque o serviço não pára. "Diminui as vendas de camisetas personalizadas da UEM e o atendimento às turmas, mas como trabalhamos com empresas e escolas não temos como parar", relata.

Segundo Braga, quem tem negócios próximos à Universidade precisa trabalhar com a previsão de queda no movimento durante as férias. "Temos que fazer uma projeção da queda", diz. O mesmo é feito na Casa das Cópias, onde segundo a funcionária Rafaela

www.acim.com.br

às aulas na UEM

chega a cair 96%.

"Temos que economizar no começo e no final do período letivo para se preparar para as férias. E não podemos fechar, porque temos 4% de clientes que são empresas e que precisamos atender", aponta Rafaela.

O proprietário do Estação Bar, João Paulo Medeiros Soares, que abriu as portas no início de janeiro, estava consciente que teria um movimento baixo no primeiro mês da empresa. "Quem vem, por enquanto, é o pessoal que trabalha nas lojas aqui ao lado e algum estudante que faz estágio. Acredito que com as aulas o movimento vai crescer bastante", projeta ele.

Bruna Moreschi

MOVIMENTO DA PADOKA CAIU 70% EM RELAÇÃO AOS MESES DE AULA, RELATA O PROPRIETÁRIO, ADÃO VITAL DE OLIVEIRA

VESTIBULAR DE ENGENHARIAS

CIVIL - ELÉTRICA - AMBIENTAL - COMPUTAÇÃO E PRODUÇÃO

É NO CEIT MARINGÁ

OTIMIZE SEU TEMPO
VALORIZE SEU FUTURO

Provas
17 de
Fevereiro

Módulo II

CREDENCIADA PELO MEC Portaria nº 1871

EAD EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

Certificação 60 UNIUBE 1947 - 2007 · Investindo em Educação

CEIT Centro de Engenharia e Inovação Tecnológica

INSCRIÇÕES
www.ceit.com.br
44 3029-4500

mdpropaganda.com.br

MURILO GATTI

O fantasma do mercado

ALÉM DE AFETAR A VIDA DO TRABALHADOR, A DEMISSÃO ALTERA TAMBÉM A ROTINA DA EMPRESA. PSICÓLOGOS AVALIAM O QUE PODE SER FEITO PARA NÃO ERRAR NAS CONTRATAÇÕES E DECIDIR O MOMENTO CERTO DE DISPENSAR UM FUNCIONÁRIO

Bruna Moreschi

A INCOMPATIBILIDADE COM O CARGO É UMA DAS MAIORES CAUSAS DE DEMISSÕES, QUE AFETAM A VIDA DOS PROFISSIONAIS E TAMBÉM ALTERAM A ROTINA DA EMPRESA

O giro de pessoas no mercado de trabalho de Maringá é grande. Em 2007, por exemplo, mais de 58 mil foram contratadas e outras 52 mil, aproximadamente, foram dispensadas. Parte do fluxo deve-se à sazonalidade da economia regional, tanto da agricultura, como do comércio, e a conquista de um melhor emprego por profissionais.

Mas boa parte das trocas ocorre em razão das regras do mundo corporativo. E, neste contexto, três pontos principais levam à demissão: a ausência de resultados, a incapacidade técnica para o cargo e os problemas de relacionamento.

Isto é o que mostrou a pesquisa "A contratação, a demissão e a carreira dos profissionais brasileiros – Edição 2007" do Grupo Catho - especializado em intermediações de empregos e estágios - que ouviu 12.122 profissionais de empresas privadas de todo o país.

Mas, se para quem sai a demissão traz uma situação complicada, para a empresa também é difícil saber se a decisão tomada foi a melhor, pois encontrar o profissional certo para cada função não é tarefa fácil.

"Fazer a avaliação e a indicação do profissional para determinado cargo envolve uma responsabilidade grande, pois podemos mudar a vida de uma pessoa", relata Edith Bartmann, sócia-proprietária da Exclusiva Recursos Humanos, de Maringá.

Pesquisa do Grupo Catho

As cinco razões mais mencionadas para demissão de profissionais:

- Não obteve os resultados desejados: 9,24%
- Era tecnicamente incompetente: 13,60%
- Não se relacionava bem com as pessoas do grupo: 13,34%
- Não tinha o dinamismo suficiente: 10,49%
- Era fraco na supervisão de pessoas: 9,64%

Edith explica que é difícil encontrar as pessoas certas porque não dá para focar apenas numa idéia fechada de localizar um profissional com determinado perfil que venha a atender os desejos da empresa. "Temos que considerar que o candidato também vai analisar o que a empresa vai oferecer."

AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

"O desafio é encaixar a pessoa certa no lugar certo. É uma grande satisfação colocar uma pessoa no mercado de trabalho", comple-

www.acim.com.br

de trabalho

menta a psicóloga Fátima Accorsi, que atua na Exclusiva Recursos Humanos diretamente com a seleção de candidatos. Fátima considera que mesmo com testes psicológicos, análise de atitude, entre outras avaliações feitas com os candidatos, é preciso não perder de vista que se está lidando com pessoas. "Os conhecimentos, as habilidades e atitudes da pessoa são avaliados antes dela ser selecionada para algum cargo. Mesmo assim, ainda há o risco do selecionado não ser o melhor, porque se extrai só uma amostra de como a pessoa é", aponta.

Edith Bartmann lembra seu exemplo particular, de quando entrou no mercado de trabalho. Ela conta que atuava com recrutamento e, aos poucos, percebeu que pendia demais para o lado dos candidatos. "Era mais paternalista", diz.

Um dia, conta, descobriu que estava no caminho errado e que a empresa não estava satisfeita com o seu trabalho. "Saí do setor de recrutamento e passei a atuar como gerente. O meu perfil e as minhas habilidades não eram para aquele cargo, que estava sob risco. Se não tivesse tomado uma atitude, poderia ter sido demitida", lembra.

O exemplo, de acordo com a empresária, é comum entre os clientes que procuram a agência de recursos humanos para se recolocar no mercado de trabalho. "Muitas vezes o próprio empregado

Bruna Moreschi

EDITH BARTMANN: AVALIAÇÃO E INDICAÇÃO DE UM PROFISSIONAL ENVOLVE RESPONSABILIDADE GRANDE

Beleza e Conforto para a sua viagem.

Viaje para São Paulo, Rio de Janeiro e Campinas com todo conforto dos ônibus da Viação Garcia.
Com saídas de Maringá, você viaja de Leito-Cama(poltronas de inclinação 180°) ou Double Class
(ônibus com poltronas leito-cama e executivo).

Maringá - Rio de Janeiro: Double Class: 22h30h - **Maringá - Campinas** • Double Class:22h15
Maringá - São Paulo • Leito-Cama: 21h45

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

GARCIA
Diminuindo Distâncias, Aproximando Pessoas

Bruna Moreschi

FÁTIMA ACCORSI ALERTA: AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO NÃO PODE TOMAR UM ASPECTO DE PERSEGUIÇÃO

chega à conclusão de que não dá mais para continuar na função, entra num consenso e pede para sair", diz.

Mas como a empresa saberá se as pessoas certas estão nas funções corretas e quando é hora de demitir? "As empresas que trabalham com avaliação de desempenho conseguem ajustar os profissionais em muitas situações por causa do *feedback*", diz Fátima.

No entanto, a psicóloga faz uma ressalva em relação à aplicação das avaliações de desempenho profissional. "Uma avaliação como esta só é positiva se for feita de forma adequada. A avaliação tem que ficar muito clara para os colaboradores. O empresário tem que mostrar quais os aspectos que vão ser avaliados, os parâmetros para as notas e os reais objetivos. O instrumento deve ser aproveitado para encontrar medidas para melhorias e para definir investimentos em treinamento de funcionários. Não se pode deixar que a avaliação tome um aspecto de perseguição", considera.

Encaminhamento personalizado é opção

Bruna Moreschi

ARTUR COSTA FILHO: "O *COACHING* É VOLTADO TANTO PARA CHEFES COMO PARA CHEFIADOS, POIS O SEGREDO ESTÁ NA LIDERANÇA"

O psicólogo e consultor Artur da Costa Fernandes Filho realiza um trabalho personalizado chamado *coaching*. "A nomenclatura veio da Inglaterra como designação de um professor especial. No Brasil, diria que o termo mestre, usado para professores, seria equivalente". Fernandes explica que, dentro deste contexto, faz um trabalho individualizado de acompanhamento profissional dos clientes e colabora com a resolução dos problemas que surgem no dia-a-dia.

"Atualmente, acompanho dois executivos. Trabalhamos as dificuldades de liderança, os conflitos de concordância e discordância relacionados ao trabalho. O *coaching* é voltado tanto para chefes como para chefiados, pois o segredo está na liderança", conta.

A vantagem deste acompanhamento, diz Fernandes, é que ele revela as dificuldades profissionais, dando condições de orientar os clientes para que eles mesmos descubram os pontos a ser melhorados e possam dar os passos necessários para resolver os desafios.

Não há uma regra padrão. Cada caso, explica o consultor, tem que ser analisado individualmente para ver se será melhor se concentrar em livros, palestras, treinamentos, especializações ou outras formas de aprimoramento.

Para os empresários avaliarem se os funcionários estão em situação adequada, o psicólogo aponta que é preciso acompanhar de perto cada situação e, com olho clínico. "Às vezes um profissional tem condições e não sabemos dar a oportunidade adequada. Definir isto é uma receita complexa."

Mas se percebe que não é adequado, tem que chamar para conversar e dar um *feedback* verdadeiro. Analisar do ponto de vista das principais tarefas, da atitude, da postura, do comportamento.

A tarefa não é simples, aponta Fernandes. "Fácil é mexer com material. O ser humano é complexo, mal preparado para lidar com frustração e para saber encarar, e reconhecer, que não está adequado. No geral, os dois lados (patrão e empregado) estão mal preparados para ouvir a verdade. Será que um chefe está preparado para um *feedback* mais verdadeiro por parte do chefiado?", questiona.

Fernandes também considera que uma boa seleção de candidatos ajuda, e muito, a evitar os erros nas contratações e na delegação de funções. "Tem que selecionar bem para saber o que terá em mãos. Assim, nos primeiros momentos, se o empresário perceber que errou na seleção, vai ter a certeza de que é melhor substituir o mais rápido e que não é preciso continuar tentando e tentando".

www.acim.com.br

NÃO IMPORTA AONDE
NÃO IMPORTA O CLIMA
O IMPORTANTE É SER VOCÊ.

ITALIA
MILANO
Produtos Promocionais & Moda

AVENIDA SOUZA NAVES, Nº 193 - CEP 86800-570
FONE: (43) 3420-1000
www.italiamilano.com.br
italiamilano@italiamilano.com.br
APUCARANA - PR

Pelos cantos mais inusitados do mundo

ÁFRICA DO SUL, TIBETE E MACHU PICCHU ESTÃO ENTRE AS ROTAS PROCURADAS POR TURISTAS QUE PROCURAM VIAGENS RECHEADAS DE AVENTURAS, EMOÇÃO E MUITA CULTURA. EM MARINGÁ, CRESCE A DEMANDA POR ROTEIROS TURÍSTICOS QUE FOGEM DO CONVENCIONAL

Arquivo pessoal

EXPERIÊNCIAS INESQUECÍVEIS, PROPORCIONADAS PELO CONTATO COM NOVAS CULTURAS, ATRAEM OS TURISTAS QUE FOGEM DOS ROTEIROS CONVENCIONAIS

Praias, campo, geleiras ou desertos. Não importa a preferência de cada turista, viajar sempre foi um dos melhores remédios para esquecer o estresse e fugir da opressora rotina do dia-a-dia. E quem opta por destinos turísticos que fogem do convencional garante: a viagem se torna um marco inesquecível.

O médico maringaense Gilberto Giampá Scheibel teve esta experiência. Em 2004, ele, a esposa - Letícia - e os três filhos embarcaram para uma aventura na África do Sul. A família permaneceu "13 dias em um grande parque de diversão natural", como dizem ao se referir ao passeio. "Foi uma viagem inesquecível. Sempre gostei de animais, natureza e de fazer passeios exóticos. E foi muito interessante conseguir unir a família numa viagem assim", conta Scheibel.

A África do Sul, segundo ele, é um lugar completo, pois o turista pode desfrutar de passeios a montanhas, praias, vinícolas e conhecer a selva africana. O país tem um clima muito parecido com o do Brasil, porém costuma esfriar mais de manhã e à noite. "A gente imagina, que por ser um país tropical, faz muito calor na África do Sul, mas o clima é muito agradável", explica Scheibel.

Durante os dias em que ficaram naquele país, os Scheibel se encantaram com a Cidade do Cabo. A combinação de uma extraordinária beleza natural, vida cultural pulsante, lugares históricos, ambientes para esportes radicais e riquíssimas flora e fauna, faz da Cidade do Cabo um dos mais belos pontos turísticos do mundo, segundo eles.

A família pôde visitar a Table Mountain (Montanha da Mesa), a mais famosa marca histórica da cidade. Um bondinho leva os turistas até o pico, de 1.086 metros de altura. "A vista da cidade é maravilhosa. A geografia é privilegiada, com um mar azulado contornando as montanhas", relembra Letícia.

HOSPITALIDADE

Durante o passeio pela cidade do Cabo, eles visitaram também a famosa Robben Island, conhecida como a Alcatraz da África do Sul. Nessa ilha, ficaram presos diversos sul-africanos que participaram da luta contra o *apartheid*. O mais célebre foi Nelson Mandela.

Scheibel e a família conheceram também a Victoria and Alfred Waterfront - considerada um dos empreendimentos imobiliários

www.acim.com.br

mais bem-sucedidos do mundo e que reúne uma variedade de bistrôs, cafés, restaurantes, lojas, além de hotéis e um grande shopping center, num espaço restaurado que um dia foi armazém do porto. "É um dos locais mais bonitos e divertidos da cidade", acrescenta Letícia.

Gilberto Scheibel ressalta que os sul-africanos são hospitaleiros e que os hotéis são uma atração à parte. Há um no meio da savana, outro dentro do Parque Kruger, que é maior do que o estado do Rio de Janeiro. "Tem veterinários que monitoram a vida dos animais selvagens que vivem no parque. Mas o instinto de preservação das espécies, a cadeia alimentar, tudo é intocável. Ninguém medica ou atende com tratamento veterinário. Não há interferência no ecossistema", explica.

Arquivo pessoal

A FAMÍLIA SCHEIBEL NA ÁFRICA DO SUL: "13 DIAS EM UM GRANDE PARQUE DE DIVERSÃO NATURAL"

Ele ressalta que a grande atração da viagem é acordar bem cedo, para fazer um safári, de jipe. O passeio é conduzido por um guia, chamado *ranger*, que é treinado durante três anos para coordenar os passeios com os turistas.

De acordo com Letícia, graças aos elevados investimentos estrangeiros, à abundância de mão-

Veja o cliente Sistemar saltando longe dos problemas da Informática

Terceirizou com a Sistemar, ficou tranquilo.

MÁRCIO MATSUKUMA ESTÁ VOANDO ALTO EM SEUS NEGÓCIOS.

foto: arquivo pessoal

Redes | VoIP | Servidores | Outsourcing
Manutenção | Suporte à Distância

Se você já está cansado de correr atrás de manutenção em software e hardware para a sua empresa, faça como o Márcio Matsukuma: entregue esse "abacaxi" para a Sistemar. Uma equipe especializada à sua disposição, para você se preocupar menos e produzir mais. Principalmente no que gosta.

Informe-se.

sistemar Tecnologias

44 3026-7597

de-obra e à grande presença de riquezas minerais, a África do Sul se transformou em uma potência econômica regional, sendo um das maiores produtores mundiais de ouro, platina, diamante e minério de ferro.

"Porém, ainda são visíveis as cicatrizes da segregação racial. Após o *apartheid* muita coisa mudou, mas o preconceito e a discriminação racial continuam presentes no dia-a-dia dos sul-africanos."

Arquivo pessoal

SABAS E MARIA LUCIA FERNANDES SE ENCANTARAM COM AS BELEZAS E A ENERGIA DE MACHU PICHU

DESTINO: CHILE

Quem também decidiu se aventurar em uma viagem nada convencional foi o jornalista Marcelo Bulgarelli e sua esposa, Ana Lucia Neves. Eles resolveram conhecer o Chile, de ônibus. "É muito legal pegar o ônibus em Maringá e desembarcar em Santiago, no Chile. Há a sensação de aventura e é a melhor forma de se encantar com a beleza da Cordilheira dos Andes", explica Bulgarelli.

Para ele, a viagem não teria sido tão interessante se não tivesse sido de ônibus. "Conheci gente de várias partes, tive a oportunidade de conversar com motoristas, passageiros, praticar o espanhol e descobrir hábitos culturais diferentes, longe dos típicos pacotes turísticos", ressalta.

O casal saiu de Maringá e seguiu para Possadas. De lá, partiram direto para Córdoba, na Argentina, seguindo depois para Santiago. Mas a Cordilheira estava fechada devido a uma nevasca e os dois passaram uma noite em Uspallata (cidade onde foram rodadas as cenas do filme Sete Dias no Tibete, com Brad Pitt). Marcelo e Ana Lucia desembarcaram em Santiago e nos dias seguintes fizeram um *tour* pelas cidades vizinhas, no litoral. "Deu até para curtir uma praia com as águas geladas do Pacífico."

Os dois tiveram a oportunidade de se hospedar na casa de chilenos, em Santiago, onde conheceram os hábitos, a cultura e a gastronomia típica do país. "Foi uma aventura e tanto", acrescenta o jornalista.

Bulgarelli destaca a visita a Islã Negra, onde fica a casa em que viveu Pablo Neruda. "Foi maravilhoso conhecer a casa do poeta. Foi o museu mais original que já conheci. Uma verdadeira viagem à alma de Neruda, que parecia respirar poesia o tempo inteiro."

Arquivo pessoal

ANA LUCIA NEVES E MARCELO BULGARELLI RESOLVERAM CONHECER O CHILE NUMA VIAGEM DE ÔNIBUS, LONGE DOS PACOTES TURÍSTICOS

IMPÉRIO DO SOL

Sabas Martins Fernandes, empresário maringaense que atua no setor imobiliário, realizou uma viagem com a esposa, Maria Lucia Fernandes, e um casal de amigos ao Peru. A viagem foi descrita como emocionante e cheia de agradáveis surpresas. "Lima é uma cidade muito bonita, com arquitetura da antiga colonização espanhola. Possui vários museus, com destaque para o Museu do Ouro", conta.

A capital fica às margens do Oceano Pacífico e a grande peculiaridade da região é que nunca chove por lá. "Porém, se você pensa em encontrar uma cidade muito seca, engana-se. Como as chuvas caem somente nas montanhas, as águas acabam descendo até a cidade, fazendo o verde predominar", explica Fernandes.

De Lima, depois de uma viagem de avião de 45 minutos, o casal

www.acim.com.br

chegou à exuberante cidade de Cuzco, antiga capital do Império Inca, também conhecido como Império do Sol. Depois seguiu até à cidade de Águas Calientes, onde fica Machu Picchu.

A viagem, que dura quatro horas, é um espetáculo à parte. Através das janelas e do teto de vidro do trem é possível admirar as belezas do Vale Sagrado, com suas plantações, altas montanhas, picos nevados e o rio Urubamba, famoso por suas corredeiras.

Em Águas Calientes, segundo o casal, microônibus levam os turistas às montanhas de Machu Picchu, onde ficam as ruínas do Império Inca. Maria Lucia ressalta que o nascer do sol em Machu Picchu é inesquecível. "Há uma energia emocionante, o momento é mágico."

Durante dez dias, o casal pôde desfrutar de um lugar cheio de riquezas e contrastes. "Alguns moradores costumam dizer que 'o Peru é um mendigo sentado em um banco de ouro', em função da grande riqueza do país e da enorme pobreza em que vive a maioria da população", conta Sabas Fernandes.

Os mistérios do Tibete

Filha do casal Sabas e Maria Lucia Fernandes, a fisioterapeuta Simone Fernandes seguiu o exemplo dos pais e fez uma viagem diferente. Em junho de 2006 embarcou para o Tibete.

Ela conta que a visita ao país foi parte da viagem que fez à China, onde fez um curso de aperfeiçoamento em acupuntura e outras técnicas da medicina tradicional chinesa, na Universidade de Pequim.

No Tibete conheceu e se encantou com o Palácio de Potala (residência de inverno do Dalai Lama), o Mercado de Bankor, os Monastérios de Jokhang, Sera, Gandan, Drepung e a Escola de Medicina Tibetana. "É praticamente impossível citar apenas um aspecto do Tibete que me impressionou. A paisagem chama muito a atenção. Já de dentro do avião dá para observar as montanhas, com os cumes cobertos de neve, e os lagos."

A fisioterapeuta diz que, ao chegar em Lhasa, é possível compreender por que o Tibete é conhecido como "Shangri-la", um lugar cheio de alegria, paz e felicidade. "A espiritualidade fica evidente a todo momento, seja nos peregrinos que visitam Lhasa, nas rodas de oração, seja nas bandeiras coloridas que enfeitam as montanhas e os caminhos de acesso aos monastérios", lembra.

SIMONE FERNANDES SE IMPRESSIONOU COM A CULTURA PACIFISTA DO POVO TIBETANO

"O que mais me atraiu foi a magia que envolve o Tibete e também o fato de poder vivenciar a cultura de um povo pacífico, voltado ao autoconhecimento para o desenvolvimento do ser humano, por meio da espiritualidade, da fraternidade e da paz."

INGALIMP COMEMORA SEUS 16 ANOS COM UMA CENTRAL DE DISTRIBUIÇÃO

A Ingalimp inova a cada dia a fim de garantir, através da alta qualidade de seus produtos, a higiene das empresas e a preservação do meio ambiente. Mas a novidade que ela acaba de trazer não é nenhum lançamento em produto, e sim a sua nova central de distribuição. Um espaço moderno que garante estocagem maior, melhor atendimento e um local para treinamento dos colaboradores de seus clientes.

Quem já é cliente da Ingalimp aprovou a novidade. Aqueles que ainda não são, podem aproveitar e conhecer o mundo de soluções em higiene que a empresa oferece. Além de sua central de distribuição, o grupo Ingalimp conta com 4 lojas: uma em Maringá, na Praça dos Expedicionários zona 05, e as demais em Umuarama, Apucarana e Paranavaí.

www.acim.com.br

Cuide de sua saúde oral, seu corpo agradece.

Dor ou desconforto, não importa onde, o corpo sofre por inteiro. Esta é uma regra da qual a cavidade oral não escapa. Patologias relacionadas a dentes, gengivas e estruturas faciais causam desconforto e não há como ignorá-las. Geralmente, a saúde das gengivas e dentes é deixada de lado, ficando em segundo plano, porque a maioria das pessoas não conhece ou não pensa a respeito dos efeitos que as alterações da cavidade oral podem causar.

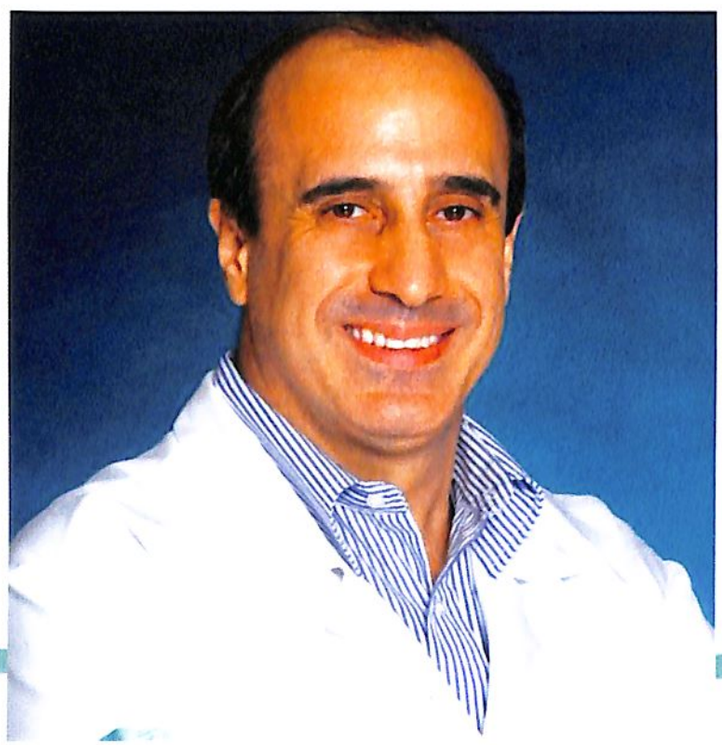
Inicialmente, uma simples cárie pode vir a ser responsável por noites em claro ou acabar com o prazer de uma refeição.

Doenças periodontais ou gengivais, como são comumente conhecidas, podem causar desconforto com sintomatologia pronunciada, mau-hálito e levar a perda dentária.

A perda de dentes, que resulta em espaços vazios, pode dar origem a mal-posicionamento dentário, dores musculares e da articulação chamada têmporo-mandibular e alterações da mastigação, que podem levar a alterações digestivas. Se isto acontece, não há como dizer que a sintomatologia não afeta o corpo todo.

Doenças gengivais.

Especificamente no caso de doenças gengivais, sabe-se que podem dificultar o controle de diabetes. Por outro lado, a diabetes pode facilitar o surgimento da doença gengival. É importante, portanto, que estes pacientes façam prevenção e controle adequados da doença gengival.



Alexis Molim Junior - CRO 5678
CIRURGIA BUCOMAXILOFACIAL, PERIODONTIA E IMPLANTES

Mulheres grávidas também podem ter maior tendência a desenvolver doença periodontal e, nos casos mais avançados, estudos mostram que pode haver relação com partos prematuros, ficando clara a necessidade de avaliação e acompanhamento odontológico nesta fase.

Além dos problemas de inflamação, existem os relacionados à retração gengival que podem deixar as raízes dentárias expostas, gerando sensibilidade nestes locais, o que dificulta a higiene adequada e causa desconforto ao comer ou beber alimentos frios ou doces. Ao contrário do que muitas pessoas pensam, a escovação inadequada, geralmente, não é o fator principal para o aparecimento e evolução das retrações gengivais. O diagnóstico correto depende da avaliação de um profissional habilitado.

Mudanças das posições dos dentes podem ser conseqüência de doença gengival avançada. Se uma pessoa notar que seus dentes estão ficando com espaços maiores entre si, ficando moles ou se movimentando para frente, é importante consultar um especialista.

Os dentes do siso.

Dentes do siso, ou terceiros molares, podem causar sintomatologia local como dor e inflamação e, segundo a literatura, também sintomas à distância. Complicações relacionadas a dentes inclusos podem ser bastante sérias e também podem levar a perda de dentes vizinhos.

Procure um especialista de confiança e boa saúde.

Alterações da saúde oral afetam a parte física e emocional, pois ninguém pode dizer que está bem se sente dor, se não consegue se alimentar de forma adequada ou mesmo se está descontente com alterações estéticas, sejam dentárias ou gengivais.

O tratamento da doença periodontal, a reabilitação dos espaços protéticos, com implantes e próteses sobre implantes, a remoção de dentes inclusos, com sintomatologia ou que possam trazer problemas futuros, a obtenção de uma mordida adequada por intermédio de tratamentos especializados como ortodontia e cirurgias corretivas, bem como outros tipos de tratamentos associados a cuidados em casa, podem proporcionar uma boa saúde oral e, como conseqüência, uma boa saúde geral.

Vá a um cirurgião dentista com regularidade para avaliação da sua saúde oral. Seu corpo e sua mente agradecem.

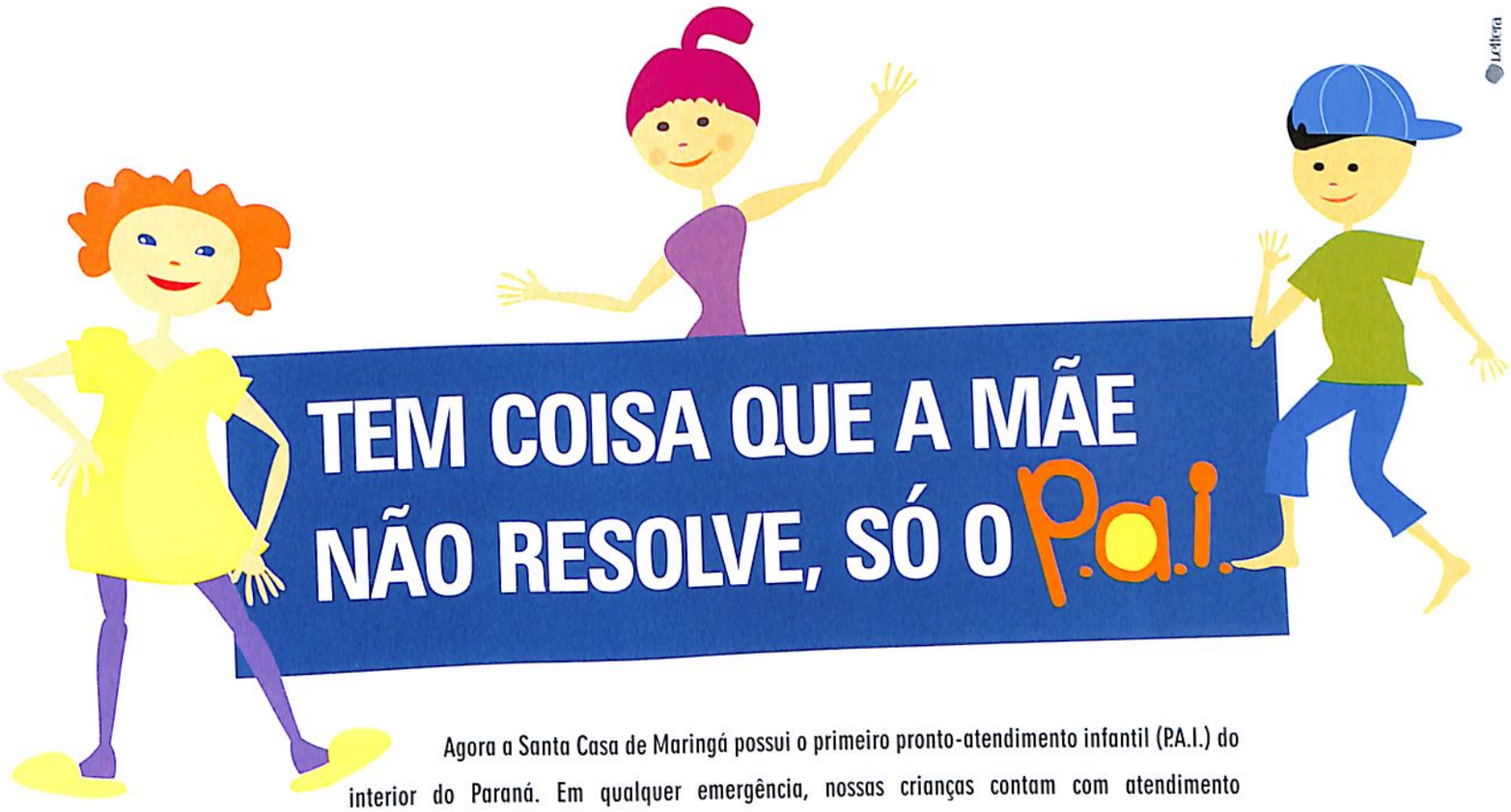
SERVIÇOS:

Ferrari e Molim
Odontologia e Fonaudiologia

Rua Luiz Gama, 359 - Sala 2
Zona 4 - Fone (44) 3025-2032
Maringá - PR

WWW.SANTACASAMARINGA.COM.BR

Atendimento diário
7 às 0h



TEM COISA QUE A MÃE NÃO RESOLVE, SÓ O P.a.i.

Agora a Santa Casa de Maringá possui o primeiro pronto-atendimento infantil (P.A.I.) do interior do Paraná. Em qualquer emergência, nossas crianças contam com atendimento especializado, equipamentos de alta tecnologia adaptados às suas necessidades e um local agradável, sem contato com pacientes adultos e o clima hospitalar convencional. Isso contribui para diminuir o stress e para o pronto restabelecimento da saúde de nossos pequenos pacientes.

Em caso de acidente, mantenha a calma e traga seu filho para o P.A.I. da Santa Casa. Aqui ele estará em um local tranqüilo e receberá o devido cuidado. Afinal, tem coisas que a mãe não resolve, só o P.A.I.h

P.a.i. PRONTO ATENDIMENTO INFANTIL

Santa Casa
de Maringá

44.3027-5875

Crescendo além das fronteiras

EMPRESAS MARINGAENSES EXPANDIRAM SUAS ATIVIDADES E HOJE ESTÃO PRESENTES EM OUTRAS CIDADES E ESTADOS BRASILEIROS. O EXEMPLO DELAS MOSTRA QUE ATUAR EM OUTROS MERCADOS É UM PROCESSO QUE EXIGE PLANEJAMENTO E FÔLEGO FINANCEIRO PARA ENFRENTAR DIFICULDADES DE CAIXA DO INÍCIO

Bruna Moreschi

PARA MARCELO NAKA, ENCONTRAR O PONTO IDEAL É UM DOS GRANDES DESAFIOS

É comum encontrar em cidades da região algumas referências que nos remetem diretamente a Maringá. São empresas que nasceram na cidade, superaram desafios e se expandiram para além das fronteiras. É o caso das redes de supermercados Cidade Canção e São Francisco, presentes em diversas cidades do norte do Paraná.

Mas, para crescer a esse ponto é preciso, além do espírito empreendedor dos proprietários, muito planejamento para garantir a segurança dos investimentos. É um processo longo, que inclui itens como pesquisas de mercado, investimento em qualificação de mão-de-obra e em logística, além de um rigoroso controle financeiro.

Crescer além das fronteiras é um desafio do ponto de vista do empreendedorismo, desafio este que muitas empresas de Maringá venceram. A Bonny, rede de lojas especializada em confecções, calçados e acessórios femininos, é um exemplo.

A empresa nasceu em Maringá há 36 anos e começou a se expandir para cidades vizinhas depois de apenas seis anos de funcionamento. "Hoje, temos 55 lojas em todo o Paraná e duas em Presidente Prudente, no interior de São Paulo", afirma o empresário Marcelo Naka.

E as filiais continuam a se multiplicar, tanto em Maringá quanto lá fora. Naka revela que, para acompanhar o ritmo de crescimento, a rede conta hoje com uma equipe treinada especificamente para trabalhar na montagem de lojas em outras cidades. Este processo facilita a padronização do visual das filiais.

"A equipe existe há cerca de 15 anos e os profissionais já conhecem o sistema com o qual trabalhamos. São mestres-de-obras e arquitetos que conhecem o padrão da Bonny e nós sabemos que são confiáveis. Deixamos apenas alguns serviços para serem feitos por empresas da cidade em que vamos instalar a filial."

ANTES DE ABRIR UMA FILIAL É PRECISO:

- Analisar se a situação interna da empresa é favorável
- Mapear a economia da cidade escolhida para saber se há condições para o crescimento da filial
- Disposição para enfrentar novas dificuldades
- Ter caixa para investir na empresa
- Ter consciência de que o lucro vem em longo prazo

DESAFIO DA CONCORRÊNCIA

Segundo Marcelo Naka, a maior dificuldade da rede quando vai ins-

www.acim.com.br

talar uma loja fora de Maringá é encontrar o ponto adequado. "Em Maringá é fácil definir. Em outras cidades, precisamos realizar pesquisas para saber onde está o nosso público-alvo." Para ele, esse é um dos pontos que devem ser tratados com muito cuidado, pois é fundamental para o sucesso da nova loja. "O resto é trabalhar."

E trabalhar muito, já que em outras cidades os concorrentes podem tentar dificultar a expansão da empresa. Em muitos casos, revela Naka, os concorrentes não vêem uma loja nova como uma empresa que vai gerar mais empregos e fortalecer a economia da cidade. "Muitos tentam dificultar as coisas, bloquear fornecedores."

O empresário ressalta também que destacar a empresa no novo mercado é um desafio, mas não uma missão impossível quando o produto tem qualidade e a empresa é sólida na cidade natal.

O grupo Bonny também leva a sério o investimento em publicidade. Outdoor, propagandas em televisão e divulgação em colunas sociais são os meios utilizados, segundo Naka, para consolidar o grupo em mercados fora de Maringá. "Não vivemos somente dos clientes que já temos. Estamos sempre à procura de novos."

Bruna Moreschi

"OS FUNCIONÁRIOS DAQUI JÁ CONHECEM A POLÍTICA DA EMPRESA", PONDERA VALTER DOS SANTOS, DA DUDONY

LOGÍSTICA

A publicidade também é o forte das redes de lojas de eletrodomésticos, como a Dudony e a BJ Santos, ambas de Maringá. É por meio de pesquisas de alcance publicitário que a Dudony calcula onde pode ser vantajoso abrir uma filial. Ao abrir uma loja em um centro comercial de uma grande cidade, por exemplo, a rede investe em publicidade e faz um mapa de cobertura de mídia com base nos municípios que serão atingidos.

Dessa forma, é possível analisar também a economia das outras cidades e abrir mais lojas na região onde há mais estabilidade econômica. "É uma boa estratégia", diz o diretor comercial da Dudony, Valter Luiz dos Santos, que foi gerente da primeira loja instalada além das fronteiras maringaenses, em Londrina. A Dudony tem, hoje, 97 filiais no

CONTROLSUL
CONSULTORIA EMPRESARIAL
EXPERIÊNCIA GERA RESULTADOS

Consultoria Tributária e Contábil | Consultoria Societária e Patrimonial | Consultoria Comercial | Planejamento Tributário | Direito Penal Empresarial
Direito Administrativo | Comércio Exterior | Consultoria Trabalhista Patronal | Recuperação de Ativos
www.controlsul.com
SEGURANÇA NA TOMADA DE DECISÕES
MARINGÁ | PR | FONE/FAX (44) 3262.1595 | AV. PARANÁ, 313 | CENTRO | CEP 87013-070
CASCAVEL | PR | FONE/FAX (45) 3222.7860 | RUA ANTONINA, 1838 | CENTRO | CEP 85812-040

Paraná e 12 no interior de São Paulo.

A rede BJ Santos, com 45 lojas pelo Brasil, usa estratégia semelhante. Antes de abrir uma filial, segundo o diretor executivo da empresa, Edmar Aparecido de Souza, uma equipe faz o mapeamento econômico de cidades com potencial de expansão, analisando a população e a renda per capita.

A equipe trabalha com projeções baseadas em possíveis mudanças na economia local. "É preciso que tudo seja muito bem planejado financeiramente", pondera Edmar de Souza.

Um desafio comum a essas grandes empresas é a área de logística. As redes de eletrodomésticos costumam ter depósitos de mercadorias centralizados e, para que a distribuição seja organizada, é preciso ter estratégias bem traçadas. A BJ Santos, por exemplo, tem apenas um depósito, em Maringá, e utiliza uma rota pré-estabelecida, para não ter de desviar a entrega e acabar atrasando o prazo.

E se a entrega já é difícil, contratar funcionários também não é tarefa fácil. Uma das dificuldades apontadas pelo diretor executivo da BJ Santos é encontrar pessoas qualificadas para o trabalho. Por isso, a empresa treina os 500 funcionários de todas as lojas pelo menos duas vezes por semana. Isso garante, segundo ele, que os funcionários "se apeguem" à política da empresa.

Já a Dudony prefere levar para as filiais os funcionários que já estão na empresa, que, depois de passar por treinamentos, são promovidos a cargos de gerência. "Temos preferência pelos funcionários daqui. Até porque eles já conhecem a cultura da empresa", explica Valter dos Santos.

Bruna Morceschi

EDMAR DE SOUZA: "É PRECISO QUE TUDO SEJA MUITO BEM PLANEJADO"

Pequena empresa, grande negócio

A empresa Lejon Embalagens, há 16 anos em Maringá, também seguiu os passos de outras maringaenses e abriu uma filial em Londrina, há seis anos. A nova loja foi aberta em sociedade entre os primos José Ferreira Lacerda e Jonas Garcia Ferreira. No ano passado, a sociedade foi desfeita e, assim, matriz e filial passaram a ter administração própria, mas continuaram funcionando como o mesmo nome e mix de produtos.

Segundo o empresário José Ferreira de Lacerda, hoje responsável pela Lejon de Londrina, abrir uma filial era projeto dos sócios e a escolha da cidade foi fundamentada em diversos fatores. "Uma loja de embalagens do porte da Lejon não sobrevive em cidades pequenas, só em cidade grande. E o maior centro comercial próximo a Maringá era Londrina."

As dificuldades iniciais de mercado em uma nova cidade não foram pequenas, diz o empresário. "Pesquisa, ponto, montagem da empresa, contratação, treinamento da equipe nova, interação com pessoal da matriz e divulgação foram alguns dos obstáculos". Foram mais de dois anos no vermelho, só recompensados após conquista da fatia do mercado londrinense e da região. "Ser novato exige esforço em dobro. Em Londrina, tivemos desafios diferentes do que enfrentamos no início em Maringá."

O empresário ressalta que, para abrir uma filial em outra cidade, a empresa precisa, principalmente, de estrutura. "É mais fácil trabalhar junto ao negócio, acompanhando e resolvendo quase que instantaneamente os problemas diários, bem diferente de fazer isto a distância. A abertura de uma filial também pede mudanças na matriz".

Lacerda diz que, para abrir uma filial, é necessário fazer sondagem estatística no local onde se pretende abrir a empresa, analisar as condições financeiras e administrativas para a abertura do novo negócio sem "sacrificar" a matriz. "É preciso determinação, conhecimento e 'gás'."

PARA QUEM AMA TELEVISÃO, INTERNET E TELEFONE, MAS ODEIA PAGAR CARO, ESTE É O MELHOR ANÚNCIO DO ANO.

NET COMBO COMPLETA VOCÊ.

São três super serviços através de um único cabo.

Alta qualidade de som e imagem na sua TV: Mais de 55 canais + canais à la carte + canais pay per view.

Excelente desempenho na sua internet com 2, 4 ou 8 mega: + velocidade para quem não tem nem tempo nem dinheiro a perder.

Transparência e economia em sua conta telefônica: + qualidade com tarifas menores, franquia flexível, custo zero de NET Fone para NET Fone via Embratel na mesma cidade.

Assine já:

4009-2222

www.net.tv.br

NET combo

O MUNDO É DOS NET

A MARCA COMO DIFERENCIAL NOS NEGÓCIOS

1. POR QUE SE COMPRAM MARCAS?

Não seria mais fácil e menos dispendioso adquirir ativos tangíveis (máquinas, terrenos, edificações, etc...) e depois criar-se nomes para produtos ou serviços, e desenvolver e conquistar mercados? Aparentemente sim, mas não é a lógica que tem prevalecido no mundo dos negócios. Daí pode afirmar que realmente a marca é o diferencial no mundo dos negócios, seja ela de nomes pessoais, nomes toponímicos ou nomes de marketing.

Por isso, via de regra, sempre que há uma transação empresarial está em jogo uma ou mais marcas importantes, independentemente do porte do negócio. A título de exemplos, podemos citar casos concretos de transações em que o valor do negócio, pelo efeito marca, superou o patrimônio tangível das empresas:

- Em 1992, a Bacardi pagou US$ 1,4 bilhão por 51% das ações da Martini & Rossi;
- A Gilette pagou quase US$ 500 milhões pela Parker Britânica;
- A Unilever pagou US$ 23 Bilhões pela Best Foods, com imenso pacote de marcas;
- Em 1995, no Brasil, a Colgate - Palmolive pagou 3,5 vezes o valor do faturamento anual, para adquirir a Kolynos; e, ainda, o Cade não permitiu a comercialização do creme dental por mais de 5 anos;
- Em 1997, no Brasil, a Unilever pagou US$ 930 milhões pela Kibon e por um belo pacote de marcas, quando, na realidade, com US$ 300 milhões faria uma modernissima fábrica de sorvetes;
- O Banco Espanhol Santander, ao adquirir o Banespa, por quase 5 vezes o valor mínimo, estipulado para o leilão de privatização, o fez exatamente pelo diferencial marca. Segundo o seu diretor presidente, Gabriel Jamarillo: "Compramos uma Grife".

Em todos esses exemplos o valor pago foi sempre superior ao patrimônio tangível das empresas.
Pode-se até argumentar que, com exceção do Banespa, as empresas mencionadas como exemplos eram extremamente rentáveis; mas, o que se diria de outras transações de empresas, que só voltaram a ser rentáveis depois de vendidas e que estavam em estado pré-falimentar, como a Perdigão e a Chapecó? E a própria Renner que havia saído de uma concordata?
Com certeza, o único motivo das transações foram as excelentes marcas dessas empresas, que vinham sendo pessimamente administradas.

Atente-se que no caso da Renner a sua compradora foi nada menos que a J. C. Penny, uma das maiores cadeias de magazines dos Estados Unidos, que podia confortavelmente instalar-se no Brasil com sua marca própria, mas não o fez. Pergunta-se: "Por que comprou a marca? Por que outras empresas importantes, com excelentes participações mercadológicas, através de marcas próprias, adquirem empresas até dos mesmos setores e segmentos de atuação que os seus? A resposta será sempre óbvia, em sua grande maioria:

Bruna Moreschi

PAULO COLÓSIO, DIRETOR COMERCIAL DA MULTMARCAS

Pela atratividade das marcas das empresas adquiridas. Quando não conseguem adquirir tornam-se sócias; às vezes até em condições minoritárias. Basta que se leia os periódicos de negócios Gazeta Mercantil e Revista Exame, entre outros mais, para se certificar dessas realidades. Os exemplos não param naqueles mencionados, é só acompanhar os passos de gigantes como: Pillsbury - General Meals - Parmalat - Danone - Saint Gobain - Nestlé - Macri - etc. Conclusão óbvia para todos esses processos negociais, a marca foi o atrativo e o diferencial nos negócios. Marcas são Marcas!

O que se dizer então do universo das franquias que, na realidade, não passam de marcas formatadas? Por que se tem optado, via de regra, por franquias, quando se decide ter um negócio próprio? A resposta é óbvia: pela certeza do sucesso propiciado pela marca. Haja vista, que o Brasil iniciou o Franchising como importador de marcas e operações.

Hoje, já é um grande exportador de franquias nacionais. Por isso, pode-se afirmar que o valor de marca é um dos assuntos que mais tem despertado interesse no mundo dos negócios, não só para efeito de transações, mas, principalmente, para ser gerenciada como um ativo intangível que, cada vez mais passa a integrar o conceito de patrimônio do conhecimento (conjunto de intangíveis) muito bem abordado por uma das maiores autoridades mundiais sobre o assunto, o professor Karl Erik Sveiby em "A Nova Riqueza das Organizações".

Tanto é verdade que, galpões e prédios podem ser alugados, máquinas podem ser compradas, sendo que algumas tornam-se obsoletas rapidamente, e nem sempre proporcionam o retorno desejado, na forma de lucros. As marcas são eternas e criam laços de identidades, sejam elas de produtos, comércio ou serviços, cada qual com as suas características, e em qualquer amplitude de mercado, sejam internacionais, nacionais, regionais ou locais.

SERVIÇO: Multmarcas Marcas e Patentes
Avenida Paissandu, 853, Zona 3, fone 44 3226-3254.

Olha que coincidência: você está pensando em mudar, a gente está pensando em você.

Só na GVT você tem o melhor da telefonia e da Internet com uma oferta imperdível: **1 Mega de Banda Larga por apenas R$ 49.90 por mês.** Cliente GVT ainda **fala de graça com os 3 números GVT que mais liga e os minutos da franquia que você não usa em um mês, pode usar no outro.** Só a GVT pode oferecer vantagens como essas para você. **Mude agora para a GVT.**

Ligue

44 3031-7178

Consulte condições no www.gvt.com.br

GIRARDI
Soluções em Telefonia
Instalação, Manutenção - PABX, Centrais Digitais

25 GVT
A gente pensa em você.

Oferta de Banda Larga válida para adesões ao UNIQUE até 31/03/2008. Serviço sujeito à disponibilidade técnica.

A segunda do estado

INVESTIMENTOS CRESCENTES DAS EMPRESAS EM INFORMATIZAÇÃO TÊM COLOCADO MARINGÁ EM SINTONIA COM OS AVANÇOS TECNOLÓGICOS E O MERCADO GLOBALIZADO. A CIDADE DESPONTA NO NÚMERO DE COMPUTADORES, MAS AINDA TEM MUITO A CAMINHAR QUANDO O ASSUNTO É O GERENCIAMENTO DE INFORMAÇÕES POR MEIO DA INFORMÁTICA

O investimento em informatização tornou-se fundamental para quem deseja conquistar e manter seu espaço num mercado competitivo. Em Maringá esta regra vem sendo seguida à risca não só pelas empresas, mas também por instituições de ensino, ONGs, entidades de classe. Tanto que o município se destaca pelo número de computadores por habitante.

Só para se ter uma idéia deste quadro, segundo dados do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), Maringá é a segunda cidade do estado em número de computadores, com 21,2 máquinas por grupo de cem habitantes – ficando atrás apenas de Curitiba, com 27,78 computadores por grupo de cem moradores.

Programas como o ACIM Digital (leia box) contribuíram para a informatização das empresas da cidade, especialmente as de pequeno porte. Segundo o coordenador do Arranjo Produtivo de Software de Maringá, Sérgio Yamada, o ACIM Digital cumpriu um importante papel de catalisador do processo de desenvolvimento regional, levando à maturidade das empresas para a realidade do comércio globalizado.

"Essa participação, incentivando o empresário a investir em informatização, foi importante, não só pela ação propriamente dita, mas pela motivação e reflexão que provocou." Yamada explica que informatizar subentende dois processos: o físico, que implica em aquisição de equipamentos e de infra-estrutura; e o estratégico, que busca a otimização dos processos de gerenciamento de informações (com o uso de ferramentas de *business inteligence*), para facilitar a tomada de decisões.

Bruna Moreschi

O ALTO NÚMERO DE COMPUTADORES POR HABITANTE EM MARINGÁ SE DEVE A INVESTIMENTOS PRIVADOS E A PROGRAMAS DE ESTÍMULO À INFORMATIZAÇÃO

www.acim.com.br

em número de computadores

"Em relação ao primeiro item, Maringá está bem servida. Em relação ao segundo, a cidade encontra-se em fase inicial. Temos um longo trecho a percorrer, mas estamos no caminho certo", avalia.

Sérgio Yamada explica que quando as empresas investem em informatização passam a ter mais qualidade na tomada de decisões e maior agilidade - porque o processo de busca de informações é automatizado, o que leva à economia de tempo para se alcançar os resultados.

Segundo ele, a informatização traz ganhos logísticos e a gestão financeira torna-se mais eficiente. "Com mais informações, há mais previsibilidade e com isso é possível fazer um planejamento muito mais eficiente dos recursos, especialmente dos estoques físicos."

Yamada destaca que saber quem são os concorrentes é pré-requisito para a sobrevivência das empresas atualmente e a informatização é uma ferramenta essencial nesse processo. "Mercados e processos mudam da noite para o dia. A influência de fatores globais nos mercados locais é sentida de forma cada vez mais rápida. Conhecer os fatores que influenciam o mercado é fundamental para o empresário."

INVESTIMENTOS

Em Maringá, diversas empresas já passam por um segundo momento do processo de informatização. É o caso da rede de supermercados São Francisco, que, há quatro meses, iniciou um processo de renovação dos equipamentos de informática. Foram feitos investimentos em aquisição de balanças para os caixas, impressoras fiscais térmicas, monitores LCD, novas CPUs, além da troca de quase todos os periféricos que compõem o sistema de caixas.

Bruna Moreschi

SEGUNDO MARCIO GUIOTI, A RENOVAÇÃO TECNOLÓGICA IMPLANTADA PELO SÃO FRANCISCO AGILIZARÁ O ATENDIMENTO

Segundo o gerente de informática, Marcio Guioti, a renovação tecnológica que vem sendo implantada é fundamental, pois aumenta a agilidade no atendimento aos clientes, além de diminuir a possibilidade de paradas no sistema.

"Os sistemas para supermercados são de missão crítica, qualquer falha de equipamento se reflete no atendimento ao cliente. Por isso, a rede se preocupa em renovar os equipamentos para atender bem."

Para este ano estão previstos, ainda, investimentos em servidores, infra-estrutura de informáti-

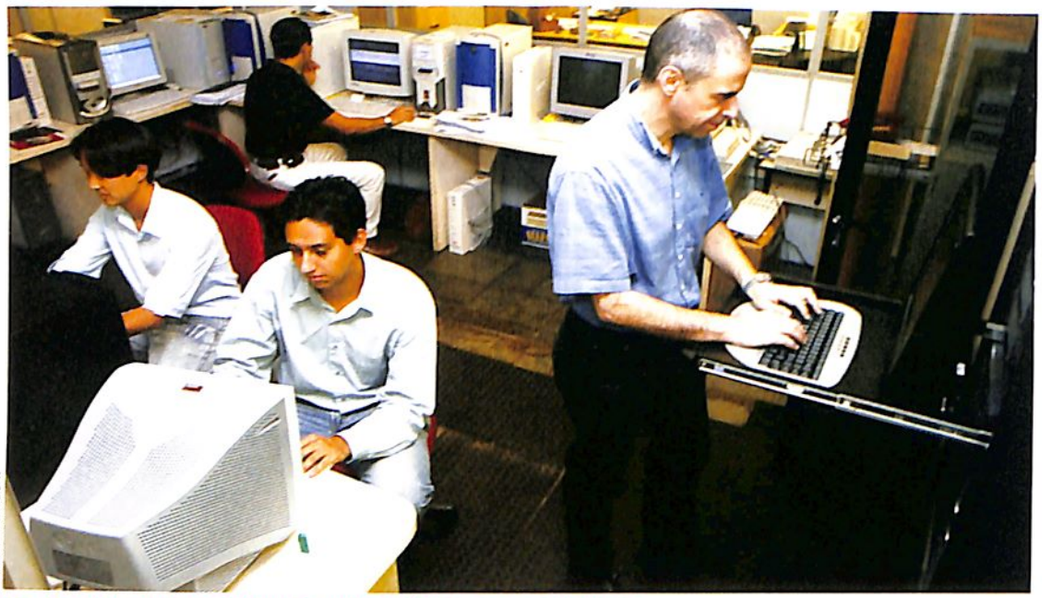
ACIM Digital

Lançado em julho de 2003, o programa ACIM Digital foi criado pela Associação Comercial para facilitar o acesso à informatização, disponibilizando aos empresários uma linha de crédito especial para a aquisição de computadores e equipamentos de informática.

O Censo Econômico de 2001, realizado pelo Codem, havia revelado que 45% das empresas de Maringá não eram informatizadas. Por meio de uma parceria com a Microsoft, Intel Processadores, Aldo Componentes Eletrônicos e Banco do Brasil, as pequenas empresas associadas a ACIM tiveram a possibilidade de adquirir computadores com financiamento via Proger, com juros de 5,33% ao ano + TJLP.

Além disso, as empresas ganharam três meses de carência e tiveram 48 meses para pagar os financiamentos. O Sebrae e o Centro de Capacitação da ACIM coordenaram treinamentos para o uso das ferramentas de informática nas empresas.

Em 21 de novembro de 2003, o ACIM Digital foi estendido ao estado, por meio da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap), que na época agregava 282 associações comerciais do estado, representando mais de 30 mil empresas.



Bruna Moreschi

CENTRO DE TECNOLOGIA DA INFORMÁTICA DA PREFEITURA: TROCA DE EQUIPAMENTOS E NOVO SISTEMA DE GESTÃO DA SAÚDE

ca e em terminais de consulta para auto-atendimento, possibilitando ao cliente do novo cartão de crédito da rede consultar saldo, imprimir extratos, faturas, entre outros serviços.

A Prefeitura de Maringá também está passando por um processo de atualização digital. Desde janeiro, um novo sistema de gestão da saúde vem sendo implantado no município.

Com as mudanças ocorridas nos processos de licitação – que trouxeram maior concorrência e economia para os cofres do município - a Prefeitura também está tendo a oportunidade de ampliar o processo de informatização em outros setores, adquirindo equipamentos com melhores preços.

A necessidade de atualização digital era urgente. Em alguns setores há dificuldade de uso da internet por causa do tempo de uso dos computadores, cujo sistema não aceita a instalação de placas de modem para conexão com a rede.

Biblioteca Digital

Diminuir distâncias, disponibilizar acesso à informação e às novas tecnologias são os objetivos da Biblioteca Digital Comunitária, que integra a Agência de Desenvolvimento Ambiental, Social, Cultural e Econômico Liberdade (Adascel), do Jardim Liberdade, em Maringá.

A biblioteca foi inaugurada em 2003 e para que ela fosse viabilizada foi assinado um termo de compromisso entre a ACIM, o Sicoob Metropolitano e a Associação dos Moradores do Jardim Liberdade.

Cerca de cem pessoas utilizam diariamente a Biblioteca Digital, que tem mais de três mil associados, e disponibiliza 27 computadores, com acesso gratuito à internet, além de oferecer cursos de inclusão digital para todas as faixas etárias. Alguns são gratuitos e outros são cobrados, mas o valor é acessível e os recursos ajudam na manutenção dos projetos sociais desenvolvidos pela Adascel.

"Os cursos proporcionam acesso ao mercado de trabalho, melhoram a auto-estima e o desempenho na escola", explica Eligiani Sanches Ernandes, coordenadora dos projetos da agência.

Com a Biblioteca Digital, os estudantes do bairro não precisam mais se deslocar até o centro da cidade para ter acesso à informática. Além disso, as empresas podem utilizar os equipamentos para fazer cotações de preços e consultas aos sistemas de proteção ao crédito.

Este ano a biblioteca recebeu a visita do presidente da Microsoft-Brasil, Michel Levy, que formalizou a entrega de pacotes do software Office, doados por intermédio da empresa Aldo Componentes Eletrônicos.

Divulgação

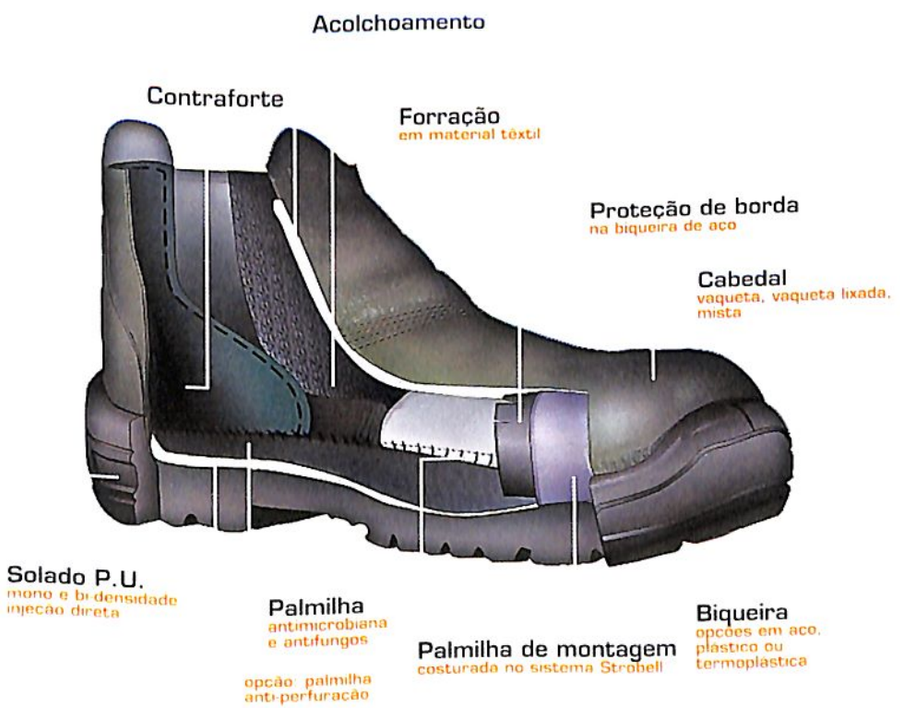
A BIBLIOTECA DIGITAL TROUXE A INFORMATIZAÇÃO PARA PERTO DOS MORADORES DO JARDIM LIBERDADE

CONHEÇA OS LANÇAMENTOS EM BOTINAS DE SEGURANÇA COLONASEG

Botina Elástico Reto

Botina Canavieira

Modelos versáteis, indicados para trabalhos pesados em todo tipo de ambiente. Resistentes e muito confortáveis. Solado anti-derrapante com layout moderno, arrojado e sistema "shock-absorving".



Qualidade, resistência e tecnologia em calçados de segurança.

Cabedal: Couro.
Palmilha: Não tecido.
Solado: Injetado diretamente no cabedal em P.U. mono-densidade ou bi-densidade oil resistant.
Forro: Poliester.
Numeração/Tamanho: 36 ao 46.

Acessórios Técnicos disponíveis:
Biqueira de aço.
Biqueira plástica.
Biqueira termoplástica.
Palmilha de aço.
Protetor de Metatarso.

COLONASEG
Equipamentos de Segurança

Vendas Diretas no Endereço:
Rua Curitiba, 591 - Jd. Bela Vista - Paiçandu - PR | 44 3244-1703 | Fax: 44 3244-1750 | **www.colonaseg.com.br**

O Vale a pena OUVIR

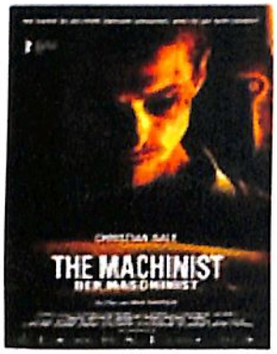
GUTEMBERGUE LIMA – PRODUTOR DA RÁDIO UNIVERSITÁRIA CESUMAR FM

DOIS QUARTOS (DUPLO) – ANA CAROLINA
Mais famosa por sua voz do que por suas atitudes, a cantora mineira Ana Carolina revela todo o seu poder em um álbum duplo. Lançado em 2006, "Dois Quartos" é recheado de personalidade, como a cantora: riqueza de arranjos, voz poderosa e letras mais ousadas, tendo de receber um selo de não-recomendação para menores de 18 anos. Mero detalhe em um álbum com 24 músicas e diversidade de ritmos, que contempla samba, eletrônico, baladas, hip hop e até tango. Um álbum que merece palmas.

BLACKOUT – BRITNEY SPEARS
Depois de passar por momentos de crise pessoal, a carreira de Britney Spears foi atingida pela desordem. Mas em Blackout, ela mostra que está pronta para renascer e dar um blackout na negatividade. O CD vendeu mais de 290 mil cópias na semana do lançamento, perdendo apenas para o grupo The Eagles. O primeiro single, "Gimme More", ficou entre os primeiros nas paradas digitais norte-americanas. Uma boa pedida para quem acompanha o progresso musical da americana Britney Spears.

A Vale a pena ASSISTIR

HELOISA BERALDO, MISS MARINGÁ 2004



MEMÓRIAS DE UMA GUEIXA – ROB MARSHALL (2005)
Em 1929, duas meninas da zona pesqueira do Japão são vendidas pelos pais a okiya, casa de gueixas. Com a perda dos pais, a separação da irmã e a conquista da antipatia de uma das principais gueixas da região, Chiyo (Zhang Ziyi) encontra, ainda pequena, o amor na figura de um presidente. Então, decide tornar-se uma gueixa, fazendo o possível para encontrá-lo novamente. O Japão de 1930 a 1950 é retratado em bela fotografia, com direito a chuviscos de flores de cerejeira, em uma das cenas. O filme também conta com a estrela chinesa Gong Li, que fez um belo trabalho no papel da vilã Matsumomo.

O OPERÁRIO – BRAD ANDERSON (2004)
Trevor Reznik é um trabalhador típico de uma indústria, a não ser por um detalhe: não dorme há quase um ano. Enquanto os colegas pensam que ele usa drogas, seu corpo definha em magreza e cansaço. Até que um acidente de trabalho passa a mexer com a cabeça já neurótica de Trevor. Thriller psicológico, vale a pena pela atuação magérrima de Christian Bale, que perdeu 1/3 de seu peso corporal para encarnar o personagem.

N Vale a pena NAVEGAR

www.boasideias.com.br
Portal com matérias especiais sobre marketing, terceiro setor e temas relacionados. Tudo o que se precisa saber no mundo do empreendedorismo

www.gramaticaonline.com.br
Site ideal para tirar dúvidas de gramática que aparecem no dia-a-dia

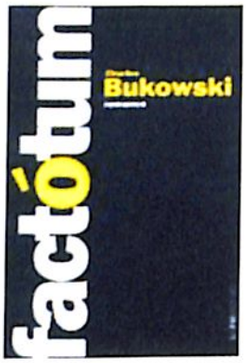
www.releituras.com.br
Portal com biografias e textos dos maiores escritores brasileiros, além de espaço especial para charges e novos escritores

http://www.apbp.com.br
Site oficial da Associação dos Pintores com a Boca e os Pés. Para conhecer o trabalho de pintores brasileiros que superaram as dificuldades e demonstram talento em obras de arte

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

O que estou LENDO

EDUARDO ALVES SIQUEIRA, AUXILIAR ADMINISTRATIVO DA SECRETARIA DE ASSISTÊNCIA SOCIAL E CIDADANIA



FACTOTUM
CHARLES BUKOWSKI
EDITORA L&PM EDITORES
176 PÁGINAS
Durante a Segunda Guerra Mundial, Henry Chinaski é considerado "inapto para o serviço militar" e não consegue entrar para o exército. Sem emprego e sem perspectiva, ele cruza o país realizando trabalhos temporários, fazendo de tudo um pouco, sem, contudo, deixar de fazer o que mais lhe dá prazer: escrever. E nesse caminho de escritor em formação, Chinaski passa por sua segunda aventura nas mãos de Bukowski, que desmistifica o milagre americano e a imagem do artista romântico.

ELISE YOSHIDA, ESTUDANTE DE JORNALISMO

O CAÇADOR DE PIPAS
KHALED HOSSEINI
EDITORA NOVA FRONTEIRA
368 PÁGINAS
Amir é um afegão exilado nos Estados Unidos, casado e feliz. Mas se vê obrigado a enfrentar o passado, que abalou sua amizade com o melhor amigo, Hassan, caçador de pipas de Cabul. Quando volta a um país arrasado pelo Talibã, Amir é cobrado pelo destino para ser perdoado, salvando a vida de um menino, única pessoa que pode dar sentido outra vez às pipas que Amir e o amigo Hassan soltavam quando crianças. Uma história emocionante que muda o olhar sobre o país e sobre os sensíveis laços que constroem a amizade.

www.acim.com.br

Unimed Maringá tem o melhor desempenho geral no Paraná

Unimed Paraná premiou os melhores do estado

A Unimed Regional Maringá foi escolhida pela Unimed Paraná como a cooperativa do sistema com "Melhor performance geral no estado". A premiação foi realizada em Curitiba, em dezembro de 2007.

O presidente da Unimed Regional Maringá, o médico Durval Francisco dos Santos Filho, explica que a premiação foi o resultado de uma análise comparativa entre 20 singulares do estado, na qual são utilizados critérios relativos ao desempenho das cooperativas.

"A premiação teve como objetivo promover uma concorrência saudável entre as singulares, para que todas busquem um nível melhor em seus indicadores", conta o médico Paulo Faria, Diretor Superintendente da Unimed Paraná.

O presidente da Unimed Maringá explica que são avaliados quatro pontos para esta premiação: a melhoria de gestão, a melhor remuneração do cooperado, comprometimento com a comunidade e o crescimento da cooperativa.

MAIS DOIS PRÊMIOS

A Unimed Regional Maringá também recebeu outros dois prêmios: o "Melhor índice de desenvolvimento" e a "Melhor em gestão de custos com responsabilidade social", sem dúvida um reconhecimento ao conjunto do trabalho desenvolvido durante o ano de 2007, nesta área.

CRESCIMENTO

O crescimento da Unimed Regional Maringá vem ocorrendo há vários anos, de forma bastante acentuada de 2003 em diante. O presidente, Durval Francisco dos Santos Filho, cita o exemplo do ranking "Grandes & Líderes", que lista as 500 maiores empresas da região Sul do Brasil. A Unimed passou a integrar esse ranking em 2002, na posição 467.

Em 2003 subiu para a posição 425, em 2004 para a 409, em 2005 para a 358 e em 2006 (ranking publicado em 2007), passou a ocupar a posição 343.

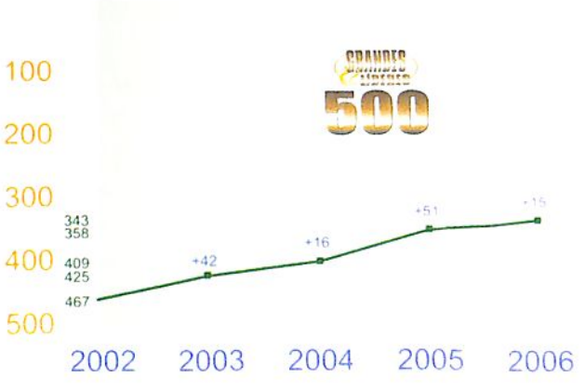
Em cinco anos a Unimed Maringá subiu 124 posições no ranking das 500 maiores empresas do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Além deste crescimento sucessivo e sólido, a Unimed Maringá ocupa, há três anos, a lista das mais rentáveis, no cálculo da rentabilidade em relação à receita. No ano passado, ficou em 5º lugar, no setor de saúde, ao lado de grandes empresas do Sul.

A Unimed Regional Maringá manteve o seu crescimento e os seus índices positivos durante o período em que está realizando um grande investimento, que é a construção do seu Pronto-atendimento, que será inaugurado em breve.

DR. MAURÍCIO CHAVES JÚNIOR, DIRETOR DE MERCADO DA UNIMED MARINGÁ, AO LADO DO DR. AIRTO MANZOTTI, DIRETOR ADMINISTRATIVO DA UNIMED MARINGÁ, RECEBE O PRÊMIO DAS MÃOS DO DR. ORESTES BARROZO MEDEIROS PULLIN, DIRETOR PRESIDENTE DA UNIMED PARANÁ

PRESIDENTE DA UNIMED MARINGÁ, DR. DURVAL FRANCISCO DOS SANTOS FILHO: COMEMORANDO O PRÊMIO DE MELHOR UNIMED DO PARANÁ, A SUBIDA NO RANKING DAS MAIORES EMPRESAS DA REGIÃO SUL E O FINAL DA CONSTRUÇÃO DO PRONTO-ATENDIMENTO, EM MARINGÁ



O gráfico demonstra o crescimento da Unimed Regional Maringá no ranking das 500 maiores empresas do Sul Brasil, publicado há quase 20 anos pela revista "Amanhã", de Porto Alegre, em associação com Pricewaterhousecoopers

Volte ao trabalho com muito mais estilo

ENCARE A REALIDADE: AS FÉRIAS DE VERÃO ACABARAM. APROVEITE PARA PENSAR NO GUARDA-ROUPA ADEQUADO PARA UM NOVO ANO DE SUCESSO PROFISSIONAL

Bruna Moreschi

Parece injustiça, mas esqueça aquela tentadora idéia de mostrar a marquinha do biquíni para as amigas em pleno escritório, nem que seja uma rápida esticadela para o lado no decote. Até porque, os bronzeados exagerados estão fora de moda, o que vale é a pele saudável. As férias foram ótimas? Que bom! Volte renovado, cheio de energia e só. Nada de levar para o trabalho o visual que você usou nos dias a beira-mar. Nem aquele vestidinho branco curto, no caso das moçoilas, e nem aquele camisa com estampa floral, no caso deles.

Mas a vontade de levar o figurino despojado das férias para o mundo profissional acomete mais o universo feminino. Sendo assim, o recado principal para as mulheres é ter bom-senso. Cuidado com decotes generosos, saias e vestidos curtos demais. Melhor deixá-los para a noite. Outro cuidado é com tecidos transparentes, na verdade, eles estão vetados em ambientes profissionais. Para não passar calor, a dica é apostar em tecidos naturais, entre eles o algodão que pode surgir em vestidos frescos, porém comportados e também em camisas masculinas.

Uma opção muito bacana e fresquinha para as mulheres é apostar na seda, além de ser muito chique. É possível encontrar peças em seda das mais casuais às mais formais, que combinam com os mais variados estilos. E para não errar na dose, combine seus novos modelitos com sandálias de tiras não tão finas e de saltos não tão altos. Vote no equilíbrio: saltos médios, tiras um pouco mais largas. Deixe a alegria por conta das cores vibrantes, que ainda estão em alta, como detalhes e fuja dos *looks* monocromáticos para não ficar cansativo.

As cores contam muito para um dia-a-dia mais fresco, então deixe o preto para a noite e aposte sem medo no cinza claro, nos beges e no branco, que combinam perfeitamente com acessórios coloridos, que trazem o frescor do verão sem exagero. E as lembranças do verão também podem fazer parte do ano inteiro, como uma foto no porta-retrato na sua mesa – só não vale estar de biquininho ou sunga.

Na volta das férias aproveite o primeiro dia para se inteirar do trabalho e não ficar contando as maravilhas das praias que visitou. Não esqueça que as férias acabaram. Uma boa idéia é chamar os colegas para um jantar, um lanche ou um churrasco na sua casa e, então, mostrar fotos, vídeos e as compras feitas. E ainda contar cada história com riqueza de detalhes sem comprometer seu tempo de trabalho. Mergulhe de cabeça em documentos, textos e planilhas, porque quando você menos esperar, o sol das férias irá brilhar novamente.

Dayse Hess é jornalista,
especialista em design de moda

www.acim.com.br

wbz comunicação | +55 (44) 3028-6500

Solte sua imaginação. Nós garantimos o resultado!

GRÁFICA REGENTE

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

Fone: (44) 3366-7000

comercial@graficaregente.com.br

www.graficaregente.com.br

ACIM NEWS

SEBRAE NACIONAL

O consultor José Roberto Escórcio, que presta serviço para o Sebrae nacional, esteve conhecendo a Associação Comercial e o Sistema ACIM, em 25 de janeiro. Ele veio obter mais detalhes de diversos projetos da entidade e estudar a possibilidade de implantá-los nacionalmente. "Meu objetivo é analisar experiências bem-sucedidas na área de desenvolvimento regional para torná-las centro de referência. No futuro, esses projetos poderão ser recomendados pelo Sebrae para receber investimentos", explicou. No Paraná, o Sebrae nacional indicou apenas os projetos desenvolvidos pela ACIM.

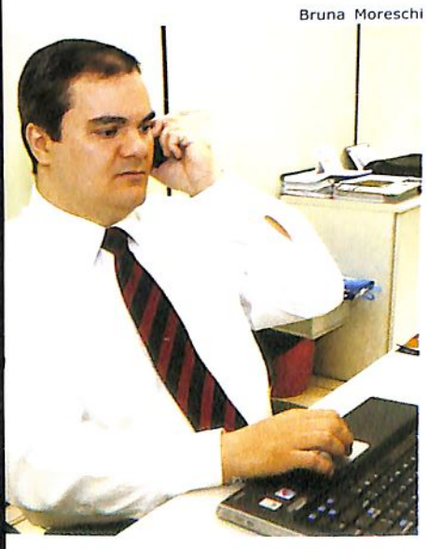
Bruna Moreschi

DECORAÇÃO DE NATAL

A ACIM, o Sivamar e o ACIM Mulher premiaram, no final de dezembro, os vencedores do Concurso de Decoração de Natal 2007. Compareceram à premiação o vice-prefeito de Maringá, Carlos Roberto Pupin, o reitor do Cesumar, Wilson de Matos Silva, o presidente do Sivamar, Amauri Donadon Leal, o presidente da ACIM, Carlos Tavares Cardoso, e a presidente do ACIM Mulher, Helenice Ferri.

O concurso recebeu 36 inscrições, em quatro categorias. O primeiro colocado de cada categoria ganhou como prêmio um notebook e um troféu, criado pelo artista plástico Ademir Kimura. Os segundos e terceiros colocados receberam troféus. No Concurso Rede TV! de Decoração de Prédios Comerciais, a vencedora foi a Granado Imóveis; no Concurso Cesumar de Decoração Externa de Residências, o primeiro colocado foi Heleno Galdino Lucas; no Concurso Jovem Pan de Decoração de Vitrine, a ganhadora foi a Bonny; e o Millenium Tower Residence foi o ganhador do Concurso Cardcell de Decoração Externa de Edifícios Residenciais.

A comissão julgadora foi composta por representantes do Sivamar, Prefeitura, Sincomar, Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, Secretaria de Cultura, Conselho Municipal de Turismo, Conselho da Mulher, Sindhotel, Câmara da Mulher e Secovi.



Bruna Moreschi

GERENCIAMENTO DE PROJETOS

A ACIM tem o primeiro PMP (Project Management Professional) certificado de Maringá: o coordenador de Projetos e Tecnologia, Ayrton Ângelo da Silva Filho. O título de PMP é concedido pelo Project Management Institute (PMI), uma instituição sem fins lucrativos criada nos Estados Unidos em 1969 com a finalidade de promover avanços nas técnicas de gerenciamento de projetos através da qualificação profissional. É uma certificação do conhecimento e da experiência dos profissionais de Gerenciamento de Projetos em todo o mundo.

Hoje, a certificação PMP é a única que possui seu processo reconhecido em todo mundo, inclusive pela International Organization for Standardzation (ISO).

A demanda por Gerenciamento de Projetos em Maringá tem crescido nos últimos três anos, impulsionada, inicialmente, por empresas da área de tecnologia. A ACIM conta com um departamento exclusivo para gerenciar os projetos da entidade desde 2003.

PRÊMIO ACIM MULHER

Está marcada para 8 de março, às 19h30, no Moinho Vermelho Eventos, a entrega do Prêmio ACIM Mulher para Helena Meneguetti Hizo. Os convites são por adesão e podem ser adquiridos na secretaria da ACIM. São esperadas cerca de 400 pessoas.

Helena é graduada em Farmácia Bioquímica pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Trabalhou durante seis anos como farmacêutica bioquímica responsável pelo laboratório de análises clínicas do Sistema Sesi/Fiep Unidade de Maringá. Fez diversas parcerias com universidades importantes, onde desenvolveu pesquisas e medicamentos para tratamento do Mal de Parkinson e tratamento hormonal para mulheres na menopausa.

Na UEM, ela desenvolve uma formulação para tratamento de câncer de próstata utilizando nanotecnologia. Helena também é diretora de pesquisa e desenvolvimento da Steviafarma Industrial S/A, onde é responsável pela linha de alimentos.

Bruna Moreschi

O prêmio ACIM Mulher foi criado em 2004 e já homenageou a médica Edna Almodin; a Irmã Cecília Inês Ferrazza, que dirige o Lar Escola da Criança; a empresária Pity Marchese, proprietária do Haddock Buffet; e, no ano passado, a empresária Fátima Zubioli, do Casulo Feliz.

RUA NÉO ALVES MARTINS, 2.210 - **FONE: (44) 3029-2880** - MARINGÁ - PR
maringacentro@cna.com.br

www.acim.com.br

Bruna Moreschi

EMPRESARIADO DE MARINGÁ MAIS PRÓXIMO DOS ESTADOS UNIDOS

PARA AMPLIAR OS NEGÓCIOS ENTRE EMPRESAS LOCAIS E EUA, SERÁ REATIVADO O NUSA - NEGÓCIOS COM OS ESTADOS UNIDOS

O Instituto Mercosul e o Governo dos EUA, através do seu Serviço Comercial no Brasil, reativarão a parceria comercial NUSA – Negócios com os Estados Unidos. Esta parceria visa a incrementação dos negócios entre o Paraná e os EUA.

Dentre as ações estão previstas a participação dos empresários paranaenses em missões comerciais e nas principais feiras de negócios nos Estados Unidos e reuniões individuais com empresários norte-americanos no Brasil através de missões e pavilhões norte-americanos nas melhores feiras brasileiras.

O Serviço Comercial dos Estados Unidos colocará à disposição do Instituto Mercosul e dos empresários locais, especialistas comerciais responsáveis por mais de 50 setores de atuação, na identificação de potenciais fornecedores, distribuidores, agentes e representantes norte-americanos.

Hoje, no estado do Paraná, a parceria NUSA está presente em Curitiba e Londrina, sendo que é de fundamental importância a parceria Maringá. No passado, Maringá e região foram responsáveis por mais de 65% da participação dos empresários paranaenses nas feiras norte-americanas, principalmente nas feiras dos setores de franquias, têxtil, supermercadistas, alimentos e bebidas.

O evento para a inauguração do NUSA está previsto para maio de 2008, com a participação do Ministro Conselheiro Comercial dos Estados Unidos do Cônsul Comercial americano, de especialistas comerciais e empresários de Maringá e região, além de atividades específicas com o Instituto Mercosul, Prefeitura Municipal de Maringá e representantes de estados norte-americanos no Brasil.

RENATO SABAINE É COORDENADOR DE PROJETOS ESPECIAIS E EVENTOS DO DEPARTAMENTO DE COMÉRCIO DOS ESTADOS UNIDOS NO BRASIL

CURSOS

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

DE VENDEDOR A NEGOCIADOR
Instrutora: Patrícia Carla de Souza
Data: 11 a 15 de fevereiro
Horário: 19 às 23 horas

GESTÃO FINANCEIRA E ADMINISTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA
Instrutor: Jovi Barbosa
Data: 11 a 15 de fevereiro
Horário: 19 às 23 horas

ORATÓRIA – A COMUNICAÇÃO NA PROFISSÃO
Instrutora: Elizabete Willemann
Data: 11 a 15 de fevereiro
Horário: 19 às 23 horas

FORMAÇÃO DE AUDITORES INTERNOS DA QUALIDADE
Instrutor: Osmar da Cruz Martins
Data: 16 e 23 de fevereiro e 1º de março
Horário: 8 às 18 horas

CÁLCULO EM DEPARTAMENTO PESSOAL
Instrutor: Claudinei Oliveira
Data: 18 a 22 de fevereiro
Horário: 19 às 23 horas

PREVENÇÃO DE FRAUDES
Instrutor: Hildebrando Magno Rebello Filho
Data: 21 e 22 de fevereiro
Horário: 19 às 23 horas

COMUNICAÇÃO INTERNA – ALIADA OU ADVERSÁRIA
Instrutora: Jane Eyre Cruz Colombo
Data: 20 e 21 de fevereiro
Horário: 19h15 às 22h30

SECRETÁRIAS E RECEPCIONISTAS EM BUSCA DA EXCELÊNCIA NA PROFISSÃO
Instrutora: Patrícia Carla de Souza
Data: 25 a 28 de fevereiro
Horário: 19 às 23 horas

PROTOCOLO E CERIMONIAL
Instrutor: Sérgio Gini
Data: 25 a 29 de fevereiro
Horário: 19 às 23 horas

POR QUE OS GERENTES FALHAM - E COMO RESOLVER ISTO
Instrutor: Agmar Vieira Jr.
Data: 26 a 29 de fevereiro
Horário: 19 às 23 horas

REVISTA ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO XLIV Nº 473 FEVEREIRO/2008
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, João Paulo Silva Junior, Altair Aparecido Galvão, Miriam de Moraes Parmezani, Regina Daefiol, Giovana Campanha.

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Regina Daefiol MTB 2538/10/89 Pr

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

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Regina Daefiol
Giovana Campanha
Marlene Royer

CAPA
Vanessa Baraldi

Ilustração
Eber Martins Barboza

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

FOTOS
Bruna Moreschi
Rafael Moreschi

FOTOLITOS E IMPRESSÃO
Gráfica Regente

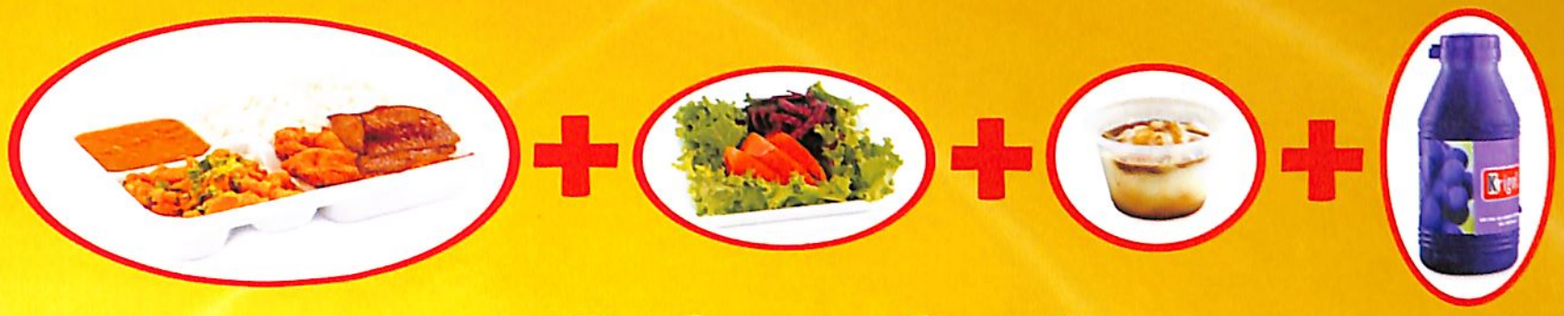
CONTATO COMERCIAL
Altair Aparecido Galvão - 44-9972-8779

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

CACB Confederação das Associações Comerciais do Brasil
FACIAP Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná

Isto existe



Pode acreditar !

REFEIÇÃO EXECUTIVA*

É exatamente o que você queria de uma refeição e não sabia que pudesse haver. Ela é separada por compartimentos em embalagem térmica, acompanhada de refresco, salada e sobremesa.

Além de restaurantes nas empresas, das refeições transportadas, agora a Krigol's comanda esta novidade.

Isto sim é refeição !

Ofereça o melhor custo-benefício aos seus colaboradores.

Ligue

|44| 3222.9300

Av. Gastão Vidigal, 1416 - Zona 08
Maringá- PR - Cep: 87.050-440
Fone/fax: |44|3222.9300
Cels: |44| 9916.9300 / 9124.9300
www.krigols.com.br
krigols@krigols.com.br

Krigol's® Restaurante
Refeições Coletivas

Soluções em refeições empresariais

* somente contrato para empresas

Matriz:
Rua 28 de Junho, 1141
Jardim Tupinambá, Maringá
44 3268-1916 - contato@grupotoni.com.br

Filial:
Avenida Celso Garcia Cid, 1786
Londrina
43 3344-6151

Filial:
Rua Senador Batista de Oliveira, 1
Jardim das Américas, Curitiba
41 3365-1934