

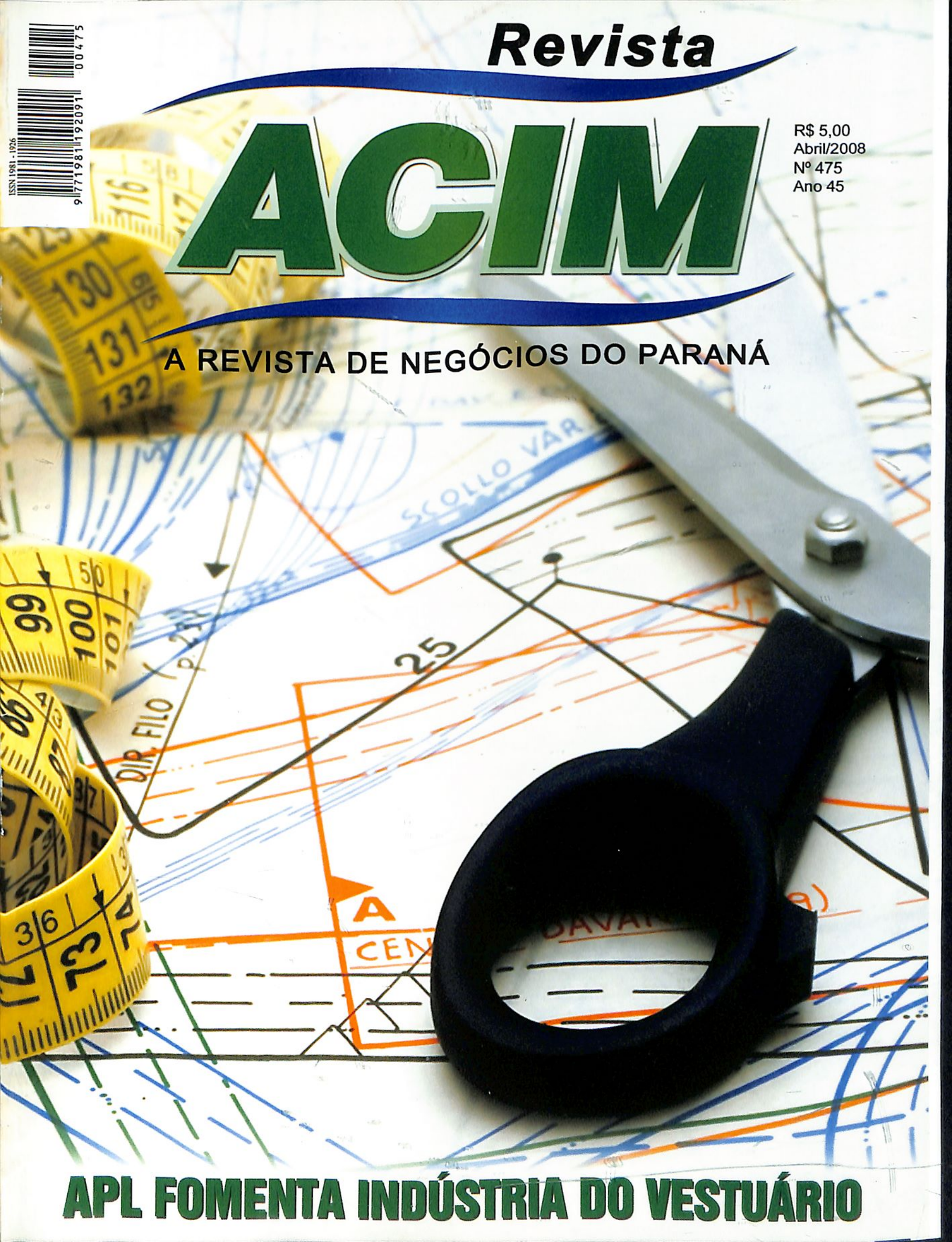
**Revista**

# ACIM

R\$ 5,00  
Abril/2008  
Nº 475  
Ano 45

**A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ**

**APL FOMENTA INDÚSTRIA DO VESTUÁRIO**



ISSN 1981-1926  
9 177198 1192091 00475

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\$ **99,00** \* para toda a família



**Cliniprev**<sup>®</sup>  
Saúde

[www.cliniprevsaude.com](http://www.cliniprevsaude.com)

Ligue e agende uma visita **3027.6800**



## UM MOMENTO DE COMEMORAÇÕES

As despedidas não são tristes quando se encerra uma fase em que o sentimento é de dever cumprido. É assim que nos sentimos ao entregar a direção da ACIM aos novos companheiros que assumem.

Antes de qualquer consideração, é preciso destacar o trabalho desprendido de todos os homens e mulheres que integraram essa diretoria e que não mediram esforços para contribuir com o fortalecimento e a representatividade da classe empresarial.

Isto posto, é preciso destacar também a competência e o comprometimento da equipe de colaboradores da ACIM, que, com profissionalismo e conhecimento técnico, constituiu-se no grande meio para execução das ações e projetos idealizados durante nossa gestão.

Não podemos nos esquecer também que nesta caminhada contamos com o imprescindível apoio de diversos parceiros, seja no poder público ou em instituições privadas. Essas parcerias nos permitiram consolidar projetos, transformar planos em ações concretas, sempre visando melhor atender o associado.

Penso que nesses dois anos a Associação Comercial cumpriu seu papel de fomentar não só o fortalecimento do setor empresarial, como também o desenvolvimento econômico e social de nossa cidade. Por meio da atuação das mais diversas vice-presidências, conselhos e órgãos que se abrigam na ACIM, a entidade consolidou sua posição de agência de desenvolvimento de Maringá e de referência em organização e participação da vida da comunidade.

É muito gratificante saber que con-

tribuímos para a história desta entidade, que é reconhecida nacionalmente como exemplo dentro do sistema associativista, tanto por suas iniciativas inovadoras, quanto pela profissionalização de sua estrutura, número de associados e relacionamento com a sociedade.

Nossa diretoria procurou atuar com dedicação e eficiência, espelhando-se no exemplo dos que nos antecederam e ajudaram a construir a entidade como ela é hoje, forte, atuante e representativa. Nesta edição deixamos registrado um pequeno balanço das ações desta gestão, como uma forma de prestar contas aos que nos confiaram, através do voto, a responsabilidade de conduzir a ACIM nesses últimos dois anos.

Inúmeras conquistas da entidade neste período são, para nós, a recompensa de um árduo trabalho, que muitas vezes nos exigiu ficar distantes dos negócios, da família e dos amigos. Com certeza, todos os nossos diretores passaram por momentos assim, mas hoje se sentem recompensados quando fazem um balanço do que foi feito.

De minha parte sinto-me gratificado por ter tido a oportunidade de contribuir para uma grande causa, que é a causa da ACIM e também de todos os que vivem em Maringá: o desenvolvimento econômico e social de nossa cidade.

Quero agradecer o apoio e a confiança de todos os associados e desejar muita sorte aos novos companheiros que assumem. Que sejam movidos por esta grande força que sempre inspirou a nossa diretoria: o espírito associativista, que é sustentado pela nobreza do trabalho voluntário.

**Carlos Tavares Cardoso,**  
presidente da ACIM

## Índice

REVISTA ACIM ANO 44 Nº 475

### ENTREVISTA

4

O professor-doutor Frederico Fonseca da Silva fala sobre as perspectivas do agronegócio para 2008

### CAPA

10

APL do Vestuário impulsiona desenvolvimento do setor, apoiado pelas universidades, que qualificam profissionais e desenvolvem novas tecnologias

### VENDAS A PRAZO

22

A ACIM, por meio do SAIC, tem exclusividade em Maringá no acesso ao banco de dados da Renic

### ERRAMOS

Na edição de março, na reportagem de capa "Comércio em alta no mundo do computador" houve um erro de identificação na legenda. A empresa de Pedro Granado é a Pedro Granado Imóveis.

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



# “O momento do agronegócio”



**A** AVALIAÇÃO É DO PROFESSOR-DOUTOR FREDERICO FONSECA DA SILVA, COORDENADOR DO CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GESTÃO DO AGRONEGÓCIO E RESPONSÁVEL PELA IMPLANTAÇÃO DO CURSO DE MESTRADO NA ÁREA NO CESUMAR. SEGUNDO ELE, O SETOR VIVE UM MOMENTO FAVORÁVEL HISTÓRICO, MAS “NÃO DEVEMOS EXAGERAR POR CONTA DO QUE IREMOS COLHER”. PARA FREDERICO, O AGRICULTOR ESTÁ SE CAPITALIZANDO, MAS DEVE TER CAUTELA NA HORA DE CONSUMIR, FOCANDO SEUS INVESTIMENTOS NA BOA GESTÃO DE SUA ATIVIDADE. O PROFESSOR DEFENDE TAMBÉM QUE O EMPRESÁRIO DO AGRONEGÓCIO PRECISA APROVEITAR A SITUAÇÃO FAVORÁVEL PARA FORMAR RESERVAS, CASO OS PRÓXIMOS ANOS NÃO SEJAM TÃO BONS QUANTO SERÁ 2008. E LEVAR EM CONTA A CRISE INTERNACIONAL QUE SE AVIZINHA, PUXADA PELAS DIFICULDADES ENFRENTADAS PELA ECONOMIA AMERICANA

## **A SOJA TEM REGISTRADO UMA MÉDIA HISTÓRICA DE BONS PREÇOS NO MERCADO INTERNACIONAL. O SENHOR ACREDITA QUE ESTE COMPORTAMENTO DOS PREÇOS DEVE SE MANTER NESTE ANO?**

O que estamos vivenciando vai ao encontro de todo o ensinamento clássico das ciências econômicas em relação à oferta e à demanda na formação dos preços. Para entendermos o que se passa, em especial com a soja, temos que fazer uma reflexão sobre os mercados interno e externo. De forma um tanto quanto breve, podemos dizer que existe no mercado interno uma fortíssima perspectiva de recorde na produção de soja, algo em torno de 62 milhões de toneladas. Mas, há uma queda significativa da área plantada da cultura nos Estados Unidos, em virtude de ter que se destinar uma maior quantidade de terras para o cultivo de milho para produção de álcool, como forma de se manter o modo de vida do povo americano. A diferença na produção

entre os dois países diminuirá significativamente em 2008. Dessa forma, em um raro e especial momento, o Brasil está em plena safra e os preços não caem, mantendo-se estáveis e voltando a subir na entressafra.

## **A PRODUÇÃO DE BIOCOMBUSTÍVEIS EM NÍVEL MUNDIAL, QUE TEM AUMENTADO A DEMANDA POR SOJA E OUTROS GRÃOS, VAI CONTINUAR PUXANDO PARA CIMA OS PREÇOS DE ALGUMAS COMMODITIES?**

Os Estados Unidos e os países europeus depositaram no petróleo, ao longo de décadas, sua estrutura de sustentação. Agora esse recurso, findável, está se esgotando. Para que se tenha uma idéia, no ano de 1950 o barril de petróleo custava algo em torno de US\$ 1,50 e hoje esse preço explodiu para mais de US\$ 110. Assim, os preços da commodity soja se manterão em alta, tanto pela redução da área plantada americana, quanto pelo fato de que o mundo inteiro necessita de fontes alternativas de recursos renováveis para a produção de um combustível que venha a substituir, total ou parcialmente, o petróleo. A soja é apenas uma das oportunidades.

## **MARINGÁ TEM SUA ECONOMIA BASEADA NO DESEMPENHO DO AGRONEGÓCIO. O SENHOR ACREDITA QUE 2008 VAI SER UM BOM ANO PARA A NOSSA REGIÃO?**

O momento do agronegócio é de cautela. A economia nacional dá sinais de equilíbrio e segurança, e a agricultura, máquina que move a economia regional, está a todo o vapor. Os fatores preços

# de cautela”

“ O momento agora é para se alegrar, sim, porém, sem perder o foco de que muito ainda se tem para fazer ”

internacionais favoráveis e biodiesel se juntam a uma ótima distribuição de chuva e calor. Esta combinação favorece que os preços permaneçam firmes, mesmo com o aumento de produção. Contudo, não devemos exagerar por conta do que iremos colher. O empresário do agronegócio precisa otimizar a gestão do empreendimento, observando com rigor os custos de produção, que vêm crescendo em função da escalada dos preços dos insumos. Além disso, é preciso formar reservas caso os anos subsequentes não sejam tão bons como esse em curso.

**ANALISTAS TÊM AFIRMADO QUE, EM FUNÇÃO DA RECUPERAÇÃO DE PREÇOS DE ALGUNS PRODUTOS, O AGRICULTOR ESTÁ, NOVAMENTE, SE CAPITALIZANDO. ESSA CAPITALIZAÇÃO VAI SE TRADUZIR EM INJEÇÃO DE MAIS RECURSOS NA ECONOMIA REGIONAL?**

Haverá, sim, uma recuperação das perdas ocorridas em passado recente. Mas volto a falar de prudência. Na verdade o que existe é uma leitura linear de que se conseguiu sobreviver até aqui, então o mais a se fazer é gastar, é “viver o momento”. E com base nesse pensamento, parte-se para a compra

de novas máquinas, quando as antigas, em muitos casos, ainda servem; para a aquisição de supercarros, pelo simples consumo; para a compra de mais terras, quando o ideal seria tornar a existente mais produtiva e conservada. O momento agora é para se alegrar, sim, porém, sem perder o foco de que muito ainda se tem para fazer. Principalmente agora, pelo fato de que se sinaliza uma crise internacional, desencadeada pela situação da economia americana, vista somente durante a II Guerra Mundial.

## Clientes Sistemar se preocupam menos e fisgam grandes negócios

Terceirizou com a Sistemar, ficou tranquilo.

EDSON APROVEITANDO MELHOR O TEMPO QUE GASTAVA COM A INFORMÁTICA foto: arquivo pessoal

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

Você ainda está preocupado com a Informática de sua empresa? Faça como o Edson José da Silva, do Escritório Contábil Sul Brasil: terceirize tudo com a Sistemar. Mais tempo e tranquilidade para você cuidar de suas “especialidades”.

Informe-se.

**sistemar**  
Tecnologias

44 3026-7597

www.acim.com.br

**O MILHO É OUTRA COMMODITY CUJO PREÇO VEM SUBINDO EM FUNÇÃO DO GRANDE AUMENTO DA DEMANDA MUNDIAL. QUAL É O IMPACTO DISSO PARA O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO?**

Eu sempre digo que não se pode querer discutir a soja sem entender o milho. E vice-versa. Para os americanos, existem conflitos e disputas de terras para plantio da soja ou do milho. Já no Brasil, as duas culturas andam lado a lado, somando forças e sem disputas tão ferrenhas por áreas. Outra curiosidade que se verifica, e de forma positiva para o Brasil, é que tanto para uma como para outra os preços, tendências e mercados encontram-se aquecidos, com ganhos reais e históricos, no mesmo ano-safra e na mesma colheita. Basicamente, o conflito americano é que hoje se necessita de mais milho para produzir álcool - ninguém por lá está preocupado em plantar mais para propor a redução da fome e da miséria. Dessa forma, rouba-se área da soja, além de outras culturas como o algodão e o fumo. O preço da soja sobe pelo fato do maior produtor mundial passar a produzir menos. E, paralelo a isso, o preço do milho também sobe pelo fato de que os Estados Unidos, maior produtor também desse cereal, está tirando do mercado um volume significativo para ser transformado em álcool. Isso sinaliza um excelente momento para o agronegócio brasileiro.

**O MINISTÉRIO DA AGRICULTURA DIVULGOU QUE A PRODUÇÃO DE ÁLCOOL COMBUSTÍVEL VAI LIDERAR A EXPANSÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS AGRÍCOLAS DO BRASIL NOS PRÓXIMOS DEZ ANOS. O SENHOR CONCORDA COM ESTA ANÁLISE?**

Concordo, mas com um pé atrás. Talvez até com os dois. O

que muito me preocupa é elegermos a cana-de-açúcar como a tábua de salvação do Brasil e do mundo, sem pensarmos em sustentabilidade, no meio ambiente e no equilíbrio de um portfólio agrícola mais sólido. Ninguém ainda levantou a voz para alertar sobre o problema ambiental gerado com o volume adicional de vinhaça que teremos com o aumento da produção de álcool. Quando se fala em um aumento de um bilhão de litros de álcool, todo mundo se alegra e vislumbra-se cifras. Mas ninguém pensa que também se passou a produzir mais 13 bilhões de litros de vinhaça... Outra coisa a ser considerada: a cultura da cana-de-açúcar é concentradora de terras e de renda. Pois, se assim não fosse, a faixa úmida do Nordeste do Brasil seria uma maravilha do ponto de vista de produção e distribuição de renda, uma vez que desde 1503 se planta cana-de-açúcar naquelas plagas. É preciso cuidado com esta cultura, tanto no contexto da terra como da renda e da poluição. Sabendo resolver essa equação, a cultura será, sem dúvida, uma das maiores projeções do agronegócio, tanto nacional como mundial.

**“ Ninguém ainda levantou a voz para alertar sobre o problema ambiental gerado com o volume adicional de vinhaça que teremos com o aumento da produção de álcool ”**

**MUITOS DEFENDEM A TESE DE QUE O ESTÍMULO MUNDIAL À PRODUÇÃO DE BIOCOMBUSTÍVEL ESTÁ CONTRIBUINDO PARA AGRAVAR O PROBLEMA DA FOME NO PLANETA. E QUE O AVANÇO DO PLANTIO DE CANA-DE-AÇÚCAR PÕE EM RISCO ÁREAS DE FLORESTA, COMO A AMAZÔNIA, POR EXEMPLO. QUAL SUA OPINIÃO SOBRE ESSAS QUESTÕES?**

O temor que os demais países têm em relação ao Brasil é que nosso país é o único que pode apresentar aumento real de área agricultável. Observe que os Estados Unidos, para aumentarem a área plantada de milho, tiveram que sacrificar e reduzir as áreas plantadas de soja, algodão e outras culturas. A Argentina não tem mais para onde crescer. A área agricultável da China diminui a cada ano. Que outro país, nos dias de hoje, dispõe de terras para aumentar a área agricultável? Analisando a situação norte-americana, procede a acusação de que os biocombustíveis, de fato, tiram comida para manutenção e sustentação de um *status quo* do modelo americano de viver. O que não é verdade sob a ótica brasileira, que não desvia comida para a produção de energia renovável. Quanto ao avanço da cana-de-açúcar em áreas amazônicas ou pantaneiras, creio que existam muitas outras áreas disponíveis, e até de potencial maior para exploração dessa cultura, não sendo necessário o sacrifício de se pôr em risco a rica biodiversidade dessas regiões. Devemos centrar esforços, na qualidade de reais gestores do agronegócio, na determinação e na definição de um zoneamento agrícola eficaz para o nosso leque de culturas. Isto, sim, irá ressaltar ainda mais o diferencial do nosso modelo em relação aos demais adotados pelo resto do mundo. ■



PEDIATRIA DO PAM  
**24H**  
DE PLANTÃO

Mais que Plano de Saúde

[www.pam.med.br](http://www.pam.med.br)

## PRONTO-ATENDIMENTO INFANTIL DO PAM 24 HORAS

O Pronto-Atendimento em Pediatria do PAM é o único que atende com hora marcada durante o dia e em plantão durante a noite, com Pediatras no local, **desde 2002**. Isto significa tranquilidade de dia e segurança à noite. Sem filas e sem longos períodos de espera.

Pediatria 24 Horas do PAM.  
QUEM TEM NÃO TROCA!

VENDAS:

44 3218-1515

PEDIATRIA 24 HORAS:

44 3218-1556



Nosso Atendimento é de Coração

[www.drpam.com.br](http://www.drpam.com.br)



Bruna Moreschi

## PRONTO ATENDIMENTO

A Unimed inaugurou, no dia 7 de março, o seu Pronto-Atendimento, que faz parte do projeto de centralização dos serviços próprios da cooperativa num único lugar. Numa primeira fase, estarão em funcionamento no local também os serviços SOS Unimed e de Atendimento Domiciliar.

Na segunda fase do projeto, a clínica de fisioterapia e fonoaudiologia e o setor administrativo deverão ser transferidos para o complexo. “Neste momento, nosso foco está no Pronto Atendimento, que está totalmente preparado para atender nossos clientes com eficiência e rapidez”, explica o presidente da Unimed, Durval Francisco dos Santos Filho.

O Pronto Atendimento da Unimed fica na avenida Bento Munhoz da Rocha Neto, 750, telefone 3221-2727.

## DEZ ANOS DE MARINGA.COM



O portal Maringa.Com comemora dez anos no ar. Criado em parceria por Carlos Venâncio, Eduardo Lemos, Ademir Kimura e Nelson Pollack, o portal tornou-se um importante veículo de comunicação da cidade.

Em 2005, o site passou pela primeira grande reestruturação, partindo para novas tecnologias e usando uma forma de organização temática, mais intuitiva e com navegabilidade mais dinâmica. Organizado em 37 seções temáticas, entre elas classificados grátis, o Maringa.Com recebe diariamente mais de cinco mil visitas, totalizando mais de 150 mil acessos por mês e 900 mil páginas visualizadas.

## QUALIDADE GARANTIDA

A Weiller Construção Civil obteve três certificados de qualidade este ano: ISO 9001, ISO 14001 e OHSAS 18001. As certificações correspondem a sistemas de gestão de qualidade, ambiental e de saúde e segurança, respectivamente.

A construtora começou o processo em julho de 2007 e passou por diversas mudanças e padronizações exigidas pelas normas. O processo foi concluído em fevereiro deste ano, com a certificação da BVQI (Bureau Veritas Certification), uma das cerca de 30 organizações reconhecidas mundialmente na área.

De acordo com o representante da diretoria da empresa, Paulo César Gonçalves, a Weiller Construção Civil está orgulhosa pelo reconhecimento, mas o trabalho para manter as certificações – que têm duração de três anos – será mais forte. “A certificação é só a primeira fase do processo. Agora, o trabalho será para manter os níveis de padronização.”

## SEDE PRÓPRIA

O Sescap-PR (Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas no Estado do Paraná) inaugurou, no último mês, sua sede própria em Maringá, a primeira do interior a ser adquirida pela entidade.

Instalada no centro de Maringá, a sede tem 130 metros quadrados e conta com miniauditório, espaço para audiências e reuniões, além de sala exclusiva para emissão de certificados digitais. Valdir Pietrobon, presidente da Fenacom, Mário Elmir Berti, presidente do Sescap-PR, e Antônio Romero Filho, diretor regional do Sescap-PR, descerraram placa inaugural da nova sede (foto). A Regional Maringá agrega 72 municípios, possui 133 empresas associadas e 835 representadas.



## LANÇADA A 36ª EXPOINGÁ

Mais de quatrocentas pessoas participaram, no dia 31 de março, do lançamento da 36ª Expoingá, que será realizada de 8 a 18 de maio, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro. A solenidade de lançamento foi realizada na Casa do Criador e contou com a presença de autoridades, expositores e parceiros da feira.

A expectativa é que a 36ª Expoingá registre comercialização em torno de R\$ 100 milhões. Mais de seis mil animais estarão expostos e 13 leilões estão agendados, que devem atrair compradores de todo o país.

A programação artística da feira já está fechada, com destaque, no dia 14, para o show internacional do grupo Nazareth, que fez grande sucesso no Brasil nas década de 70. Também estão previstos rodeios nos dias 15, 16 e 18.



Divulgação

Bruna Moreschi



## METAS ESTABELECIDAS

O APL (Arranjo Produtivo Local) de Software de Maringá deu continuidade, no último mês, ao seu planejamento estratégico. O encontro de trabalho, que aconteceu no Sebrae, reuniu autoridades e empresários da área de software, que apresentaram as principais linhas estratégicas e enfatizaram a importância da união das empresas do segmento.

Entre os temas debatidos, o desenvolvimento do município e da região no setor de produção de *software* e a visibilidade nacional e internacional dos Arranjos Produtivos deste segmento.

Durante os trabalhos, foram formados comitês que darão encaminhamento às ações do planejamento estratégico: de Cooperação; de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação; de Qualidade; de Inteligência de Mercado; de Imagem e Comitê de Fomento.

## REDE MASSA

Desde 17 de março a Rede Massa, retransmissora do SBT, passou a operar no Paraná. A rede comprou todas as emissoras que pertenciam ao Grupo Paulo Pimentel (GPP), inclusive a TV Tibagi, de Maringá, que ao lado das TVs Iguazu, de Curitiba, Cidade, de Londrina, e Naipi, de Foz do Iguaçu, passou a transmitir com tecnologia digital.

Representantes da rede apresentaram, durante reunião do CAD no mês passado, a nova programação, os investimentos e metas do grupo para a diretoria da ACIM (foto). Só em equipamentos foram investidos R\$ 10 milhões.

As mudanças vêm sendo programadas desde outubro e o investimento principal do grupo está focado no jornalismo, com a contratação de novos profissionais e a aquisição de equipamentos para as quatro emissoras. A TV Tibagi, de Maringá conta agora com sete equipes de jornalismo.



Bruna Moreschi

# UNIÃO, PLANEJAME

DEFLAGRADA EM 1996, EM FUNÇÃO DAS DIFICULDADES QUE VINHAM SENDO ENFRENTADAS, AÇÃO ESTRATÉGICA MOBILIZOU TODA A CADEIA PRODUTIVA DO SETOR DE VESTUÁRIO DE MARINGÁ E REGIÃO. OS RESULTADOS PODEM SER TRADUZIDOS EM NÚMEROS: ATUALMENTE, SÃO 2,5 MIL INDÚSTRIAS, QUE GERAM 100 MIL EMPREGOS DIRETOS

Com 2,5 mil indústrias e 100 mil empregos diretos, Maringá e Cianorte comportam um dos principais e mais ativos pólos do vestuário paranaense. Mas, para que essa realidade se consolidasse, foi preciso percorrer um longo caminho, traçado com um detalhe fundamental, que faz toda a diferença: a união de forças em torno do mesmo objetivo.

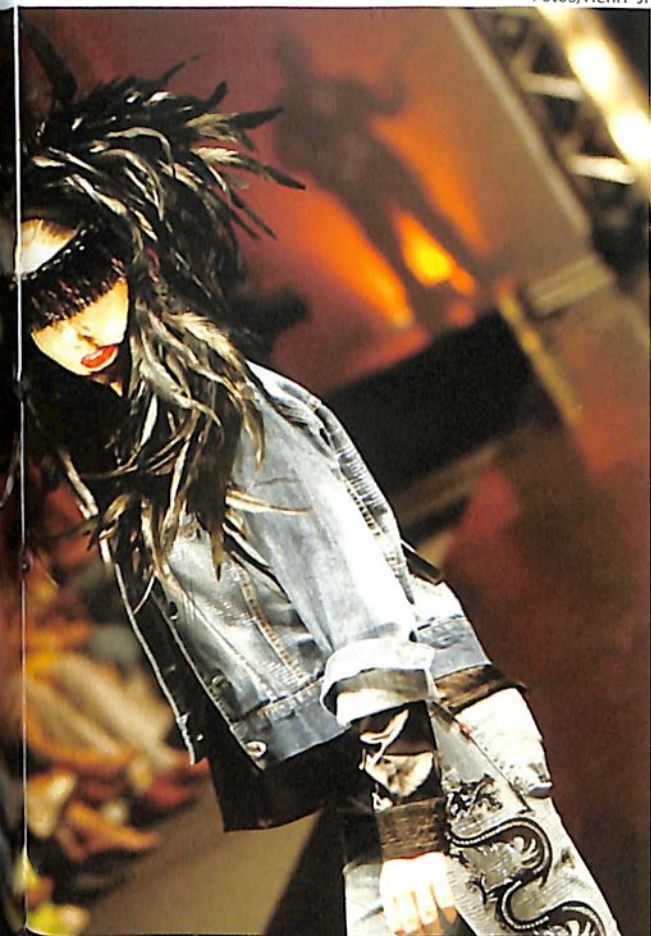
“A partir do momento em que percebemos a importância da organização do setor, toda a cadeia produtiva se movimentou”, conta o presidente do Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá (Sindvest), Carlos Pechek. Ele refere-se ao planejamento estratégico elaborado em 1996, a semente do que viria a ser o Arranjo Produtivo Local (APL) da Indústria do Vestuário.

Arranjo Produtivo Local é o termo que define uma aglomeração de empresas com a mesma especialização produtiva e que se localiza em um mesmo espaço geográfico. Os APLs mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si, contando também com



# ...SUCESSO!

Fotos/Henri Jr



apoio de instituições locais, como governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa.

Em 1996, o setor passava por adversidades – entre outras, a pouca experiência dos empresários, a dificuldade de acesso a informações, a falta de mão-de-obra qualificada, mudanças repentinas na economia.

O planejamento estratégico estabeleceu parâmetros e traçou metas, mas, sobretudo, mostrou claramente como o setor de confecções no Paraná estava posicionado. Das ações previstas naquela ocasião, 95% foram realizadas, como a implantação de cursos superiores voltados à formação de profissionais.

Atualmente, de acordo com empresários e profissionais do setor, além de São Paulo, a região de Maringá é a única do país onde há profissionais que atendem a diversos segmentos da indústria do vestuário, da alta costura - trabalhada em cursos em Londrina - à

**A PRODUÇÃO DE MODA DA REGIÃO DE MARINGÁ SE DESTACA NACIONALMENTE, ATRAINDO COMPRADORES DE VÁRIAS PARTES DO PAÍS. MUITOS VÊM CONFERIR TENDÊNCIAS EM EVENTOS COMO O MARINGÁ MODA MIX, REALIZADO EM MARÇO**

## História ligada à cafeicultura

O surgimento do pólo de confecções no Norte/Noroeste remonta à crise cafeeira que assolou o Paraná na década de 1970. Em meio à tensão econômica que atingia a região, lideranças locais identificaram a industrialização como uma oportunidade para reverter o quadro.

Deixando a vocação agrícola um pouco de lado, as cidades e empresários passaram a investir no setor de confecções. Empresários, comerciantes e antigos produtores rurais compraram máquinas de costura, construíram fábricas e empregaram mão-de-obra, que, mesmo sem qualificação, aprendeu rapidamente o novo ofício.

Hoje as seguintes cidades integram o APL da Indústria do Vestuário Maringá/Cianorte: Ângulo, Astorga, Cianorte, Cidade Gaúcha, Floresta, Guaporema, Iguaraçu, Indianópolis, Japurá, Jussara, Mandaguacu, Mandaguari, Marialva, Maringá, Nova Olímpia, Paçandu, Rondon, São Manoel do Paraná, São Tomé, Sarandi, Tapejara, Tapira, Terra Boa e Tuneiras do Oeste.



produção industrial, passando pelo gerenciamento de produção têxtil e de confecções. Neste sentido, a parceira com o Senai, o Sesi, o Sebrae e a Fiep foram fatores determinantes para a qualificação da mão-de-obra.

## INVESTIMENTO

Hoje em dia, o “Corredor da Moda” destaca-se nacionalmente como um dos maiores pólos atacadistas de confecções do Sul do país. Reconhecido pelos governos estadual e federal, o Arranjo Produtivo Local da Indústria do Vestuário (APL) surge como resultado dessa organização.

Maringá e Cianorte estão aptas a receber apoio técnico e financeiro do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC). “Onde tem APL, tem investimento”, define Carlos Pechek.

Caixa Econômica Federal, Banco do Brasil e Banco Nacional de Desenvolvimento Social (BNDES) são alguns dos parceiros do APL da Indústria do Vestuário, que pretende, ainda este ano, criar uma central de compras para atender às pequenas empresas de confecção. “A tendência para o setor é continuar crescendo, com estrutura e sustentação”, diz Pechek.

Uma das faces mais visíveis do desenvolvimento alcançado pelo setor de vestuário em Maringá são os shoppings atacadistas. A Passarela da Moda, vistoso portal instalado na PR-317, na saída para Campo Mourão, reúne, dos dois lados da rodovia, seis empreendimentos que atraem, mensalmente, perto de 15 mil compradores do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e de Mato Grosso.

Todos esses compristas, afirma



PARA CARLOS PECHEK, DO SINDIVEST, O SETOR VAI CONTINUAR CRESCENDO, COM ESTRUTURA E SUSTENTAÇÃO

o empresário Gediel Rodrigues, absorvem 50% da produção. A outra metade fica no mercado de Maringá. “Hoje não fazemos ape-

nas roupa, fazemos moda”, diz Rodrigues, presidente da Associação dos Shoppings Atacadistas do Vestuário de Maringá, que reúne Vest Sul, Feira Vest Mercosul, Portal da Moda, Avenida Fashion, Maringá Vest e Maringá Shopping de Calçados.

Ao destacar a importância que o APL tem no desenvolvimento do setor de confecções em Maringá e região, Gediel Rodrigues afirma que este segmento ainda tem muito a crescer. “Estamos trabalhando para ser o primeiro pólo atacadista do Brasil.”

## MODA X CONFECÇÃO

Formada em Moda há 15 anos, com especialização internacional e prêmios nas áreas de moda e design, Beatriz Mocchegiani trabalha com vestuário há 17 anos. Desde 2004, desenvolve projetos na área de gestão de produtos e marketing de moda.

Ela faz uma análise diferenciada da trajetória da indústria regional do vestuário. Para Beatriz, é preciso analisar de formas distintas a indústria de moda e a indús-



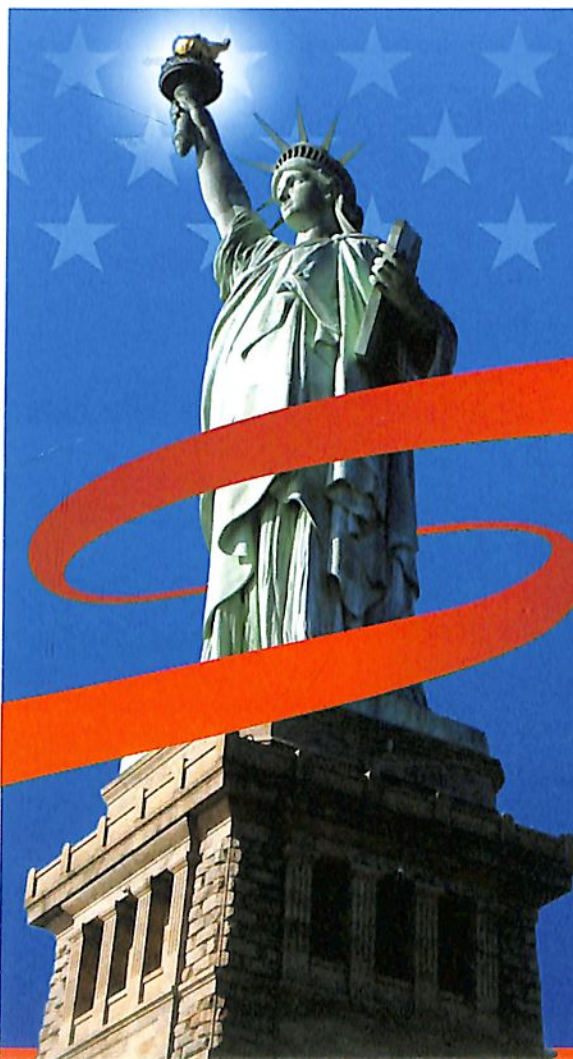
tria de confecção. “Os dois segmentos podem crescer, e muito, se planejarem estrategicamente suas ações futuras. É de suma importância que as empresas dominem os conhecimentos dos mercados de moda e confecção. Estes dois mercados são muito confundidos regionalmente”, coloca.

Para Beatriz, o maringense é, com certeza, um consumidor de moda e a cidade oferece ótimas opções quanto à compra de produtos deste segmento. “Em relação às indústrias, muitas marcas ainda confundem moda com confecção. Para mudar isso, é preciso um maior posicionamento, o que várias marcas já estão conseguindo através de um planejamento estratégico.” ■



Bruna Moreschi

**GEDIEL RODRIGUES: COMPRADORES DE FORA ABSORVEM 50% DA PRODUÇÃO VENDIDA NOS SHOPPINGS ATACADISTAS**



## O INGLÊS AO SEU ALCANCE

The Place English School coloca o idioma inglês ao alcance dos brasileiros, com o exclusivo Sistema PPP:

### Processo Natural de Aprendizagem:

Aprende-se inglês como se aprendeu a língua materna: Entender - Falar - Ler - Escrever. Inicia-se pela língua aplicada (Fala) e depois a explicada (Gramática). Todos os tempos verbais são apresentados em todas as aulas.

O vocabulário é o do cotidiano. A língua é usada mais como um instrumento de comunicação do que como um objeto de estudo.

### Preço Acessível:

É filosofia da escola praticar valores justos e baixos que permitam o acesso a todo interessado.

### Perto de Você:

Outro fundamento filosófico é estabelecer unidades escolares em bairros das cidades, diminuindo distâncias.

*Falar inglês está mais fácil que você imagina.*

*Matricule-se já!*

\*\*\*\*\*

Rua Mário Urbinatti, 292

Tel.: 3029-2075

www.theplacebrazil.com

\*\*\*\*\*

# Exportação ainda é tímida

A exportação da produção local da indústria do vestuário ainda ocorre de maneira tímida, o que, na avaliação da coordenadora do Instituto Mercosul, Ligia Pereira, não é exclusividade do setor de confecções. "Falta cultura exportadora em nível nacional. Infelizmente, o comércio exterior é muito novo para o nosso país e todos os setores sofrem", diz Ligia.

Segundo ela, a falta de cultura exportadora faz com que o empresariado do setor visualize o mercado externo como sendo muito fechado, exigente ao extremo e acessível apenas a grandes empresas. "O objetivo do Instituto Mercosul é desmistificar essa visão, dando informações práticas e apoiando o desenvolvimento de todo o processo de internacionalização", informa Ligia. Exportar, ela garante, não é tão complicado quanto parece.

Atualmente, há cinco empresas do ramo exportando regularmente



Bruna Moreschi

## EXPORTAR, GARANTE LIGIA PEREIRA, NÃO É TÃO COMPLICADO QUANTO PARECE

a produção para Paraguai, Egito, Chile, Arábia Saudita, Austrália, Uruguai, Japão e Bolívia, todas com auxílio do Instituto Mercosul. No ano passado, as vendas ao exterior que passaram pelo órgão totalizaram US\$ 160.174,64.

Segundo Ligia Pereira, a assessoria prestada pelo instituto pode ocorrer de duas maneiras: ajudando a abrir mercados por meio do incentivo à participação em feiras e rodadas de negócios internacionais ou emitindo o certificado de origem, documento valorizado na exportação e capaz de aumentar a competitividade dessas empresas no mercado internacional.

A Recco Lingerie exporta desde

1995, quando a empresa passou a ter mais visibilidade no mercado nacional. Atualmente, possui distribuidores e clientes no Uruguai, Equador, Paraguai, Bolívia, Chile, Canadá, Portugal, Espanha, Alemanha, Emirados Árabes, Japão, Egito e Austrália.

De acordo com o supervisor comercial, Marcelo Recco, a empresa exporta a mesma linha lançada no Brasil. "Estamos sempre dispostos a fazer adaptações no que diz respeito a modelagens e exigências técnicas para atender às necessidades de determinados países", afirma Recco. "Mas exportamos apenas os produtos e modelos lançados no mercado interno. São coleções que abordam tendências globais, com a essência e a criatividade do design brasileiro."

De modo geral, afirma Recco, o mercado externo não tem se mostrado mais exigente do que o mercado brasileiro. "Mas notamos em alguns países com elevado grau de desenvolvimento, como Canadá, Austrália, Japão e Alemanha, que os clientes são muito criteriosos e rigorosos em todos os detalhes da negociação", ele acrescenta.

A Recco Lingerie exporta 5% de sua produção e tem planos de ampliar o leque de clientes na América do Sul, América Central e Europa.



Bruna Moreschi

## SEGUNDO MARCELO RECCO, AS EXPORTAÇÕES CORRESPONDEM A 5% DA PRODUÇÃO DA EMPRESA

# Eventos de moda em alta

Formada em Moda pelo Cesumar e especialista em Marketing pelo Instituto Paranaense de Ensino, Josy Champion atua na área de produção de eventos de moda e estilo e de catálogos de moda desde 2002.

A primeira experiência profissional veio naquele mesmo ano, na organização do *backstage* e produção de estilo do Paraná Fashion. Depois surgiram os catálogos de moda de indústrias de Maringá e região e do interior de São Paulo.

Segundo Josy, o mercado ainda carece de profissionais especializados na produção de eventos de moda. Por ser um segmento vasto, com um amplo leque de possibilidades, grande parte dos profissionais formados opta pelo "chão de fábrica" em razão da também marcante carência de criadores de moda dentro das empresas.

"Um desfile demanda profissionais de várias áreas, a exemplo de maquiadores, *stylists*, cabeleireiros, costureiras, camareiras, cenógrafos, assessores

de imprensa, modelos, operadores de luz, DJ e estilistas", enumera Josy. Para ela, a falta de especialização dos produtores de eventos acaba abrindo caminho para pessoas que transformam os desfiles em amostras comerciais, deixando o glamour da ocasião de lado.

Demanda existe. Algumas indústrias regionais realizam pelo menos dois desfiles por ano nas convenções de lançamento das coleções, direcionados aos representantes e colaboradores. Há também aquelas que preferem eventos menores, abertos ou não ao público, dentro da própria empresa ou loja.

A possibilidade de crescer no negócio mantém Josy na região. "Para trabalhar aqui é importante se adaptar às exigências de um mercado mais comercial e mostrar, através de resultados, que a comunicação de moda criada por eles amplia ainda mais o resultado das vendas", diz ela.

A feira Festas & Noivas é um bom exemplo de visibilidade. Realizada no ano passado pela ACIM, reuniu profissionais de moda de várias áreas, como alta costura, acessórios, cabelo e



Bruna Moreschi

**JOSY CHAMPION AVALIA QUE HÁ CARÊNCIA DE PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS NA PRODUÇÃO DE EVENTOS DE MODA**

maquiagem, decoração e música. Josy trabalhou na organização do desfile de abertura. "Foi um sucesso. Só lamento a não participação de todas as empresas expositoras no desfile, o que teria deixado o evento ainda mais atraente."



*Excelência em profissões da saúde*

## MESTRADO EM ODONTOLOGIA

- ♦ ORTODONTIA
- ♦ PRÓTESE DENTÁRIA



Inscrições até 10/04/08 Seleção 11/04/08  
Maiores Informações: [www.uninga.br](http://www.uninga.br)  
ou 0800 645 5009





Bruna Moreschi

EDSON CANASSA, COM A ESTILISTA ANA BELTRAMI E RITA CANASSA: "QUALIDADE TEM QUE SER ALGO INTRÍNSECO À ROUPA"

## Mudanças radicais

Indústria maringense especializada nos segmentos praia, *fitness* e natação, a Taquion está completando 15 anos. É cinco anos mais velha do que o Arranjo Produtivo Local (APL) da Indústria do Vestuário. Portanto, a empresa acompanhou, nesse período, a mudança nos conceitos de produto e de moda.

Mudança que, na opinião do proprietário da Taquion, Edson Canassa, foi radical. "Nos anos 80, o que mandava era a qualidade. Hoje, além disso, a roupa deve atender ao desejo do cliente, o que se reflete no visual, na modelagem e no acabamento do produto", avalia. "A qualidade é um item intrínseco à peça de roupa, isso é indiscutível."

Canassa percebe o mercado mais maduro para o consumo de moda, tanto por parte dos clientes quanto dos próprios empresários do setor. E aponta uma razão até simples para o fato, incorporando a importância da criação do APL. "Não trabalhamos mais em âmbito regional, mas mundial", afirma Canassa. "A tecnologia dos tecidos está muito avançada. E isso aumentou muito a exigência do consumidor."

Os *dry* (mantêm a roupa de ginástica seca pela facilidade de evaporação do suor), antiodor (que utiliza a nanotecnologia para diminuir a produção de suor pelo organismo durante a atividade física e de proteção solar dos tecidos utilizados nas roupas de *fitness*) já podem ser considerados ultrapassados.

Atualmente, afirma Canassa, já se trabalha com a biocerâmica, tecnologia que contém raios infra-vermelhos que, entre outros ganhos, atuam na redução do estresse muscular.

## Um exemplo de sucesso

O Grupo Morena Rosa iniciou suas atividades como uma microempresa, em 1993, em Cianorte. A iniciativa surgiu de três casais de amigos, que confeccionavam moletons em quatro máquinas de costura e vendiam em lojas de atacado nos shoppings da região. Quatro anos depois, para atender também o público masculino, o grupo criou a grife Zinco.

A estrutura foi aumentando, os produtos foram aprimorados e, no ano seguinte, o grupo saiu do atacado e passou a comercializar as peças através de representantes. O crescimento contínuo resultou no lançamento, em 1988, da grife Maria Valentina, em princípio voltada para o conceito utilizado na época, de jovens senhoras.

No início de 2006, o grupo decidiu reestruturar a empresa e dar vida própria a cada grife, com departamentos de criação individualizados e uma equipe de estilo também "particular" – cada grife passou a ter a sua.

Resultado: cada marca tem seu perfil próprio. A Morena Rosa é voltada para mulheres jovens, ousadas e sensuais. Contrata modelos renomadas para estrelar suas campanhas e realiza um trabalho estratégico de marketing, posicionando-se como uma grande marca nacional.

A Zinco é dirigida para o público jovem – feminino e masculino – e segue a linha streetwear e casual. A Maria Valentina foi repaginada e atende a mulheres clássicas, que associam moda à arte e à cultura. Há também a moda praia, com a Morena Rosa Beach, e linha para ginástica, com a Maria Valentina Fitness, criada em junho de 2007.

As coleções são lançadas a cada 45 dias, totalizando seis por ano. São 350 mil peças a cada lançamento, tendo o jeans e a malharia como carros-chefe.

O quadro funcional da empresa é formado por 1.100 colaboradores diretos, distribuídos em oito unidades de produção no Paraná, e mais de 1.500 indiretos.

O Grupo Morena Rosa foi incluído no Guia Você S/A Exame, em 2007, como uma das "150 Melhores Empresas para Você Trabalhar".

# A força vem da universidade

O segmento do vestuário da região tem forte sustentáculo universitário. Três cursos se encarregam de gerar mão-de-obra qualificada e as idéias que movimentam as máquinas das indústrias.

Na região, há dois cursos de Moda, mantidos pelo Cesumar, em Maringá, e pela UEM, no campus de Cianorte. Implantado em 2002 e reconhecido em 2007, o curso da UEM tem habilitação em modelagem e desenvolvimento de produto. "É voltado, sobretudo, para o chão de fábrica", define Ronaldo Salvador Vasques, coordenador do curso, que já formou cerca de 70 profissionais em três turmas – mais 38 formam-se neste ano.

Criado em 1999 – por solicitação do próprio Sindvest – e reconhecido desde 2002, o curso de Moda no Cesumar já formou cerca de 350 pessoas e tem outros 340 alunos ativos. Segundo o coordenador José Mário Martinez Ruiz, a vertente do curso é mais generalista. "Já adotamos três diferentes matrizes curriculares e projetos pedagógicos, para contemplar as necessidades de mercado e, também, as diretrizes do MEC", ressalta o professor.

É consenso entre ambos os coordenadores que o mercado absorve os egressos com relativa facilidade. "Há empregos, tanto em Maringá como em Cianorte", aponta Vasques. "Noventa por cento dos nossos formandos, no mínimo, acabam empregados", estima Ruiz.

E uma das maneiras mais eficientes para a consolidação do emprego é o estágio. Quando ainda cursava o terceiro ano de Moda, Ana Carolina Soares Beltrami, já colocava em prática tudo o que via em sala de aula. Durante nove meses, ela estagiou na Taquion.



Bruna Moreschi

**RONALDO VASQUES, COORDENADOR DO CURSO DE MODA DA UEM: ÊNFASE NA PRODUÇÃO INDUSTRIAL**

Tão logo recebeu o diploma, no início deste ano, foi contratada. E, agora, passará por uma espécie de treinamento, durante dois anos, com a possibilidade de – caso passe no teste – coordenar os departamentos de Criação e Desenvolvimento da empresa.

Ana Carolina se diz satisfeita. "Acredito que a valorização profissional e o mercado da moda ainda têm muito a crescer por aqui. Se não estivesse trabalhando, eu pensaria em mudar para algum grande centro, mas acredito que ter ficado foi a melhor opção", diz.

O estofo acadêmico não pára por aí. A UEM mantém, desde 2000, o curso de Engenharia de Produção, com quatro ênfases: Agroindústria, Software, Construção Civil e Confeccção Industrial. Com cinco anos de duração, o curso da UEM conta, atualmente, com 50 alunos apenas na ênfase em



Bruna Moreschi

**SEGUNDO JOSÉ MÁRIO RUIZ, DO CURSO DE MODA DO CESUMAR, 90% DOS FORMANDOS SAEM EMPREGADOS**

Confeccção.

Além da formação profissional, o curso contribui também com o desenvolvimento tecnológico. Segundo a coordenadora, Márcia Samed, a UEM está desenvolvendo para uma empresa de Campo Mourão – a TS, do ramo de Tecnologia da Informação – um sensor que mede as operações de uma máquina de costura. A partir da coleta dessas informações, explica a coordenadora, será gerado um software que vai auxiliar as empresas no planejamento e controle de produção.

Batizado de "Probalance", o projeto conta com parcerias do Senai e de cinco indústrias maringaenses ligadas ao APL do Vestuário, além de recursos do Sebrae e da Finep, órgão vinculado ao Ministério de Ciência e Tecnologia.



Bruna Moreschi

**HELENA MENEGUETTI HIZO AO LADO DE FÁTIMA ZUBIOLI, HOMENAGEADA EM 2007**

## Helena Meneguetti Hizo é a homenageada em 2008

**A PESQUISADORA RECEBEU O PRÊMIO ACIM MULHER NUMA CERIMÔNIA NO DIA 8 DE MARÇO, ACOMPANHADA POR AUTORIDADES, LIDERANÇAS POLÍTICAS E EMPRESARIAIS E DIRETORES DA ACIM. UM PÚBLICO DE MAIS 500 PESSOAS LOTOU O SALÃO DO MOINHO VERMELHO EVENTOS**

**E**moção e manifestações de admiração e respeito marcaram a cerimônia de entrega do Prêmio ACIM Mulher 2008 à pesquisadora Helena Meneguetti Hizo, da Steviafarma Industrial.

Mais de 500 pessoas compareceram à solenidade, que contou com a presença de autoridades como o prefeito Silvio Barros e a primeira-dama Bernadete Barros; o deputado federal Ricardo Barros; os secretários municipais Terezinha Beraldo (Secretaria da Mulher), Gilton Bonneau (de Administração) e Diniz Afonso (da Agricul-

tura e Meio Ambiente); a vereadora Edith Dias; a subcomandante do 4º BPM, major Aldilene Rosa de Paula Dias.

Também participaram da festa, representantes de entidades empresariais, como Amauri Donadon Leal, presidente do Sivamar; Wilson Matos Silva, presidente do Codem; e Hassui Komura Ito, representando o Sindicato Rural, diretores da ACIM e familiares da homenageada.

A solenidade foi aberta com a apresentação de um vídeo que mostrou a trajetória de Helena

Meneguetti Hizo como pesquisadora e a sua atuação na comunidade. A pesquisadora começou a atuar na Steviafarma Industrial na década de 1990, a convite do pai, Felizardo Meneguetti, que havia adquirido a empresa e tinha como meta aprimorar as pesquisas sobre o adoçante de stévia e também sobre medicamentos fitoterápicos.

Helena passou a chefiar uma equipe de mestres e doutores e a se envolver com pesquisas importantes, que resultaram em medicamentos fitoterápicos como o

Aglicon Soy, produzido a partir de isoflavonas agliconas de soja e que tem eficácia cientificamente comprovada no tratamento de reposição hormonal feminina na menopausa. Muitas das pesquisas são desenvolvidas em parceria com universidades como a Federal do Paraná, Unicamp e UEM.

A pesquisadora comandou também as pesquisas que levaram à produção, pela Steviafarma, da primeira linha de adoçantes naturais saborizados do Brasil. Aliada a todo este trabalho, a atuação comunitária de Helena Menegueti Hizo também foi destacada. Ela é catequista na catedral de Maringá. No vídeo, familiares da homenageada e pesquisadores que trabalharam com ela deram depoimentos que reforçaram o espírito empreendedor, tenaz e comprometido da homenageada.

### AVANÇOS

Na cerimônia, a presidente do ACIM Mulher, Helenice Ferri, falou sobre o Dia Internacional da Mulher e do simbolismo da data, escolhida para homenagear aquelas que se destacam por seu tra-

Bruna Moreschi



**MAIS DE 500 PESSOAS COMPARECERAM À CERIMÔNIA DE ENTREGA DA PREMIAÇÃO**

balho e atuação comunitária. Ela ressaltou a capacidade técnica e a competência de Helena Hizo, lembrando que “ser pesquisador no Brasil é ser corajoso, num país que não valoriza a pesquisa como deveria”.

O presidente da ACIM, Carlos Tavares Cardoso ressaltou o crescimento da presença feminina no mundo dos negócios e no mercado de trabalho. Ele citou dados do IBGE que apontam que,

entre 1993 e 2004, o número de domicílios chefiados por mulheres cresceu sete pontos percentuais, correspondendo a mais de um quarto do total de domicílios brasileiros.

Cardoso lembrou que ainda há questões negativas, como a violência contra a mulher, mas que houve muitos avanços e que elas estão ocupando espaços importantes em todas as áreas. O presidente da ACIM encerrou o discurso

**A diferença é você quem faz.**



**Registre sua marca, seja o legítimo!**

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

**MULTMARCAS**  
marcas & patentes desde 1994  
&  
Calisto Associados

**0800 6431626**

www.acim.com.br

www.acim.com.br

colocando que Helena Meneguetti Hizo é um exemplo das conquistas femininas, uma pesquisadora de sucesso reconhecido pelo mundo científico.

O prefeito Silvio Barros destacou algumas das pesquisas que Helena vem desenvolvendo e lembrou de como conheceu a homenageada, quando integrou a primeira turma masculina do colégio Santa Cruz, de Maringá. E ressaltou suas qualidades como profissional, como pessoa e cidadã. “A verdadeira honra não está em receber homenagens e sim em merecê-las. E Helena merece.”

### PROJETO DE VIDA

Para receber a premiação, Helena Hizo foi conduzida ao palco pela presidente do ACIM Mulher, Helenice Ferri; pelo presidente da ACIM, Carlos Tavares Cardoso; pela primeira-dama do município, Bernadete Barros; e pela empresária Fátima Zubioli, que recebeu o Prêmio ACIM Mulher 2007.

Também foram chamados ao palco o marido de Helena, Estevo Hizo, e os filhos, Estevo e Eduardo.

O troféu, criado pelos artistas plásticos Ademir Kimura e Hélio Yamamura, foi entregue à homenageada por Fátima Zubioli.

O monsenhor Julio Antonio Silva fez um breve pronunciamento, agradecendo Helena por sua participação na igreja e na vida da comunidade. “Quero dizer o quanto você merece este prêmio, assim como todos os seus familiares. E que o bom Deus, que é pai e é mãe, abençoe vocês”.

Helena Hizo abriu seu discurso de agradecimento citando uma frase de Albert Einstein: “A alegria de contemplar e de compreender. Eis a linguagem a que a natureza me incita”. Ela agradeceu, em primeiro lugar a Deus, “digno de nosso



AS CONSELHEIRAS DO ACIM MULHER, A HOMENAGEADA E SUA FAMÍLIA, CARLOS TAVARES CARDOSO, BERNADETE BARROS, HELENICE FERRI E FÁTIMA ZUBIOLI

supremo louvor e gratidão”, e aos pais, “pelo sagrado dever que cumpriram de educar seus onze filhos, estando sempre atentos, presentes, amorosos, prontos para orientar e proteger, ensinar e de fazer pulsar o coração da família”. Ela se emocionou ao falar do pai, Felizardo Meneguetti, e da mãe, Dolores Meneguetti. A homenageada agradeceu o esposo e os filhos e também sua equipe de trabalho e os acionistas da Steviafarma.

Em seu discurso, ela colocou que “enquanto houver discriminação, não é a mulher que perde e sim toda a sociedade”. Helena citou o pensador francês Lê Gouvê: “Sabem por que é preciso educar bem as mulheres? Porque é a única forma de educar melhor os homens”, completando que “a sociedade que discrimina a mulher, destrói ao mesmo tempo o homem”.

Helena encerrou seu discurso dizendo que “os desafios e nossa dedicação aos projetos de pesquisa, que se destinam a beneficiar as pessoas, são o nosso projeto de vida e a nossa fonte de realização. E a dedicação, como lembra George Herber, dá aos nossos sonhos asas para se erguerem e força para voarem”. ■



A HOMENAGEADA COM A FAMÍLIA, O MARIDO ESTEVO HIZO, E OS FILHOS, ESTEVO E EDUARDO

### OS PATROCINADORES

A cerimônia de entrega do Prêmio ACIM Mulher teve patrocínio das seguintes empresas: GVT, Controlsul Consultoria Empresarial, Marpa Marcas e Patentes, Center Life, Shopping Mandacaru Boulevard, Gráfica Caiuás e Tim Sul.

EM BREVE!

# Tom Jobim

RESIDENCIAL

## Afinado com seus sonhos!

Cada detalhe é como  
uma nota perfeita.  
Cada traço é como  
um acorde ideal.

ESTAMOS  
ACEITANDO  
RESERVAS

**INVISTA!**

**CONDOMÍNIO A PREÇO DE CUSTO.**

O Tom Jobim Residencial é o empreendimento perfeito para quem procura por um espaço aconchegante, funcional e moderno. Não é apenas por fora que ele mostra sua modernidade. Os apartamentos possuem modernas divisões que dão a possibilidade de 2 ou 3 dormitórios ou duplex.

- 🎵 Apartamentos a partir de 141,82 m<sup>2</sup> de área total.
- 🎵 2 coberturas.
- 🎵 2 duplex.
- 🎵 Apartamentos com 2 ou 3 dormitórios.
- 🎵 Churrasqueira na varanda.
- 🎵 1 ou 2 vagas de garagem.
- 🎵 Sala para 2 ambientes.
- 🎵 BWC social e BWC na área de serviço.
- 🎵 Área de lazer com Piscina, Fitness Center, Salão de jogos, Espaço Gourmet, Quadra de Squash e muito mais.

 **PEDRO GRANADO**  
IMÓVEIS

MATRIZ: Av. Paraná, 470 - Centro - Fone (44) 3222-8866  
FILIAL: Av. Prudente de Moraes, 998 - Zona 7 - Fone (44) 3225-4155  
[www.pedrogranado.com.br](http://www.pedrogranado.com.br) - Maringá - PR

MATRÍCULA Nº 69.955 REGISTRO DE IMÓVEIS 1º OFÍCIO. ESTE ANÚNCIO É UM INSTRUMENTO MERAMENTE ILUSTRATIVO QUE SERVIRÁ PARA FORMAÇÃO DO GRUPO DE INVESTIDORES QUE IRÁ COMPOR O CONDOMÍNIO. CREA 32969-PR - CRECI 3632J

**A ESTABILIDADE ECONÔMICA TROUXE UMA AMPLIAÇÃO DO ACESSO AO CRÉDITO, NUM CRESCIMENTO MÉDIO DE 20% AO ANO. ISSO SEM CONTAR QUE, COM A QUEDA DOS JUROS, OS PRAZOS DE PAGAMENTO FICARAM MAIORES. ESTA NOVA REALIDADE EXIGE, MAIS DO QUE NUNCA, CUIDADO DOBRADO PARA EVITAR A INADIMPLÊNCIA**

**S**egurança tornou-se a palavra de ordem quando o assunto é venda a crédito. Com a facilidade permitida por parcelamentos cada vez maiores na hora de pagar a conta, o consumidor responde, muitas vezes, além de sua possibilidade de endividamento.

Por conta disso, nunca foi tão importante cercar-se de todos os cuidados ao fechar vendas a prazo. Neste contexto, os serviços de informações de inadimplentes tornaram-se ferramentas vitais no dia-a-dia do empresário que não quer ter dor-de-cabeça com o calote. E a utilização desses serviços tem crescido não só em Maringá, como também em nível nacional.

Desde 1999, o Serviço ACIM de Informações Comerciais (SAIC) e o Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC) passaram a integrar a Rede Nacional de Informações Comerciais (Renic), que possui cadastro nacional de informações sobre consumidores inadimplentes tanto no comércio varejista quanto em bancos ou agentes financeiros.

O cadastro de inadimplência da Renic, que tem sede em São Paulo, é alimentado por milhares de empresas de todo o país. Atualmente, os registros incluídos se

# Mais segurança nas ve



Bruna Moreschi

**PARA TER SEGURANÇA NA HORA DE VENDER A PRAZO, É ESSENCIAL CONTAR COM OS SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES DE CRÉDITO. A ACIM MANTÉM, COM EXCLUSIVIDADE EM MARINGÁ, ACESSO AO BANCO DE DADOS DA RENIC**

aproximam de 124 milhões. De acordo com Lúcia Amaral, gerente de relacionamento da rede, a média é de 2,79 registros por CPF.

Nos últimos anos, a Renic vem detectando um aumento dos índices de registro positivo para inadimplência. Em 1996, do total de consultas de registro feitas na Renic, cerca de 8% das respostas eram positivas. Dez anos depois, segundo o fechamento da última apuração, 24,6% das respostas de consultas retornaram positivas para a inadimplência. Isso significa que vender sem consultar a Renic representa um risco de quase 25% de não receber pelo negócio feito.

## COBRANÇA INDIRETA

Em Maringá, a ACIM tem exclu-

sividade no acesso ao banco de dados da Renic. "Acessamos as informações on-line, ampliando a segurança dos associados, que podem detectar rapidamente fraudes ou consumidores mal-intencionados", explica João Paulo Silva Júnior, gerente operacional da entidade.

Roberto Sampaio, proprietário das Lojas Mil, garante que seria impossível trabalhar sem consultar os serviços de informação do crédito. "É preciso saber se o cliente tem condições de comprar, não tem como ser diferente", afirma. De acordo com ele, em sua loja 5% das vendas a prazo deixam de ser efetivadas todo mês porque o crédito foi desaprovado.

"Ninguém gosta de ficar inadimplente. Há diversos fatores que

# ndas a prazo

levam a essa situação, sendo a falta de planejamento, que traz a elevação do endividamento, o principal deles”, diz o consultor Braz Vendramini, instrutor do Centro de Capacitação da ACIM.

Em nível nacional, por mês, só no serviço SCPC da Renic, são feitos em média 10,5 milhões de registros. No mesmo período, as exclusões dos devedores que pagam seus débitos em atraso chegam a 9,7 milhões. O número de exclusões, bastante elevado, sugere que os serviços de informações são também uma forma indireta de cobrança, já que, para comprar a crédito novamente, o cliente precisa estar com o nome limpo.

## NEGOCIAÇÃO

Hélio Nardi e Cleide Brito, respectivamente diretor-financeiro e supervisora de crédito da Servloja, empresa que atua na área de administração de crediário, confirmam o poder que os serviços de



Bruna Moreschi

**ROBERTO SAMPAIO, DA LOJAS MIL: 5% DAS VENDAS A PRAZO DEIXAM DE SER FEITAS POR DESAPROVAÇÃO DO CRÉDITO**

informação possuem quando se trata da quitação do débito.

“A partir do momento em que o inadimplente é incluído no SCPC e seu crédito fica bloqueado em todo o comércio do território nacional, ele não tem mais acesso a compras a prazo enquanto não liquidar a conta junto ao estabelecimento concedente”, explica Nardi.

O proprietário da Ótica e Relo-

joaria Gouveia, Dayton Gouveia, há 27 anos no comércio, acredita que o registro no cadastro de inadimplentes é uma maneira eficiente de formar um bom cliente. “As facilidades de crédito também facilitam o descontrole dos gastos, por isso o registro acaba sendo um sinal vermelho para o cidadão ir mais devagar com as compras”, diz ele. Em sua empresa, 70% das



**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, 1.838 | CENTRO | CEP 85812-040

vendas são feitas no crediário.

Para o empresário, mais importante do que conhecer o cliente por meio dos serviços de informação, é a possibilidade de negociar quando as parcelas da dívida começam a ficar em aberto. "As pessoas passam por dificuldades e nessas horas nada melhor do que chegar na loja e explicar o que houve para tentar entrar em acordo. É bom para os dois lados", diz Gouveia, que inclui esta facilidade entre os motivos que trazem até sua loja clientes que compraram alianças de casamento e hoje buscam brincos para os netos.

O gerente operacional da ACIM lembra que não há qualquer custo para "limpar" o nome. "Basta que o cliente negocie com a empresa credora, que ela se encarrega da baixa", explica João Paulo Silva Júnior. ■



Bruna Moreschi

**PARA HÉLIO NARDI, OS SERVIÇOS DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO FUNCIONAM COMO FORMA DE COBRANÇA INDIRETA**

## Intuição trabalha a favor do estelionatário

É difícil prever como será o amanhã e os problemas financeiros podem chegar a qualquer momento. Mas há aqueles que fazem do calote uma profissão. O perito em grafotécnica e documentoscopia, Hildebrando Magno Rebello Filho, consultor do Centro de Capacitação da ACIM, diz que o "devedor profissional" tem, entre as características comuns, o fato de apresentar contas encerradas em diversas instituições financeiras.

"Deve-se pensar sempre que o estelionatário tentará conciliar o produto que deseja com a facilidade para executar a fraude. Por isso é necessário que os funcionários sejam capacitados para distinguir estas situações de forma pró-ativa", orienta Magno. Segundo o perito, isto é possível mediante análise cuidadosa de documentos pessoais apresentados, cartões de crédito e até mesmo de cheques dados em pagamento.

As adultrações mais comuns estão relacionadas a cheques, com delaminações (tipo de recorte feito que retira dados originais e substitui por outros falsos), clonagem e utilização de elementos químicos para apagar dados manuscritos e os impressos pela instituição financeira.

Documentos de identidade e carteiras de motorista também são alvos de fraudes, bem como comprovantes de residência e de renda. Com o cartão de crédito, o perigo é a clonagem. "Todas essas situações podem ser identificadas pelo comerciante, desde que haja pessoas capacitadas e treinadas para isso", afirma.

Na avaliação de Magno, muitos comerciantes se amparam apenas na intuição para evitar a fraude. "Sem informação, a intuição é insuficiente e trabalha a favor do estelionatário. O sucesso da fraude se dá pela habilidade do falsário e pela falta de informações de quem recebe os documentos", sentencia o perito.

Bruna Moreschi



**FALTA DE PLANEJAMENTO É UM DOS PRINCIPAIS FATORES DA INADIMPLÊNCIA, APONTA BRAZ VENDRAMINI**

  
**ADEGA BRASIL**<sup>®</sup>  
*Vinhos e Destilados*



Reúna seus amigos e venham apreciar bons vinhos no **Clube do Vinho** da Adega Brasil.

Vinhos e Destilados • Sommelier • Assessoria em Eventos

Av. Brasil 6801 | Zona 5 | Tel.: 44 3027 9292 | Maringá Paraná | [adegabrasilmga@adegabrasil.com.br](mailto:adegabrasilmga@adegabrasil.com.br)

[www.adegabrasil.com.br](http://www.adegabrasil.com.br)

**NASCIDO DOS MASCATES, VENDEDORES AMBULANTES QUE ANDAVAM DE PORTA EM PORTA, E IMORTALIZADO PELO RÁDIO E PELA TELEVISÃO, O JINGLE SE AFIRMA COMO ESTRATÉGIA DE MARKETING BEM-SUCEDIDA E PODE PERMANECER NA MEMÓRIA MAIS TEMPO DO QUE O PRÓPRIO PRODUTO NA PRATELEIRA**

“**P**ipoca na panela/ começa a arre-  
bentar; pipoca com sal/ que  
sede que dá.” Se você leu essas pa-  
lavras no ritmo daquela antiga pro-  
paganda do Guaraná Antarctica,  
isso só comprova o que muita gen-  
te já sabe: esse é um *jingle* ines-  
quecível. E ele cumpriu muito bem  
a função de um *jingle* eficiente: fi-  
car na memória das pessoas.

Mensagem publicitária musica-  
da e elaborada, com um refrão  
simples e de curta duração para  
ser lembrado com facilidade, o  
*jingle* nasceu nos Estados Unidos  
em 1929, produzido para um ce-  
real matinal chamado “Wheaties”.  
No Brasil, ele teve sua expan-  
são na era do rádio – meio que  
possibilitou a reprodução das pro-  
pagandas musicadas e as trans-  
formou em assovios nos lábios de  
todo o país. Antes de se tornar  
estrela do rádio da televisão, a  
popularmente chamada “musi-  
quinha de propaganda” teve ori-  
gem humilde: vem do tempo em  
que os mascates cantavam  
nas ruas, acompanhados de al-  
gum instrumento musical, anun-  
ciando seus produtos.

De lá para cá, muita coisa mudou.  
Os mascates cantores deram lugar  
a um batalhão de profissionais, de  
publicitários a cantores, que não  
medem esforços para transformar

# Muito mais do que uma



Bruna Moreschi

**A PRODUÇÃO DE UM JINGLE ENVOLVE UMA EQUIPE DE PROFISSIONAIS, DE PUBLICITÁRIOS A CANTORES. UM SINAL DE SUCESSO É QUANDO A MÚSICA FICA GRAVADA NA MEMÓRIA DO PÚBLICO**

uma idéia em música. O publicitário maringense José Luiz Garcia, 42 anos de vida e 17 de profissão, é um deles. Ele faz *jingles* há 14 anos.

Segundo Garcia o trabalho de produção deste tipo de material é mais complicado do que se imagina. É preciso pensar no produto, nas estratégias de comunicação, saber o que é preciso passar para o consumidor e averiguar se o *jingle* será viável e eficaz nesse sentido. “Antes de decidir fazer um, o criador da campanha tem que ter claro que esse é o melhor caminho, que o produto tem algo legal para contar e para cantar.”

## SEM RECEITA

O conhecimento do público-alvo, de seu comportamento e preferências são elementos essenciais para a criação de um bom *jingle*. “O ritmo da música para um produto direcionado a mulheres mais velhas, por exemplo, não pode ser de música eletrônica”, exemplifica o publicitário José Luiz Garcia.

De acordo com ele, um *jingle* deve ter mensagens claras, versos curtos, ritmo fácil e repetições, para ajudar na memorização. Como exemplo, ele cita uma produção paranaense para a televisão, feita pela empresa Trilhas Urbanas

# simples música

para o chá Mate Leão.

A propaganda é simples. Consiste em um vendedor caminhando na praia, cantando uma música que diz somente: "Olha o mate / Mate Leão / olha o mate / mate limão". Mas o próprio Garcia admite que esta não é uma receita fixa. "Se você observar outros jingles que fizeram sucesso, tudo o que eu disse vai por água abaixo."

Antes de veicular o material produzido, o publicitário diz que costuma pedir a opinião de várias pessoas. Ele ressalta que, mesmo que elas aprovem, não quer dizer que o resultado será o mesmo com o público. "Um jingle faz sucesso se

passar a 'morar' na memória das pessoas", diz. E, em muitos casos, a memória dura bem mais do que a vida do próprio produto no mercado.

## EXEMPLOS MARINGAENSES

Afrisio Lucas Junior é publicitário, professor de Publicidade e Propaganda do Cesumar e responsável pelos jingles, vinhetas e spots da Rádio Universitária Cesumar FM. Ele aponta um erro muitas vezes cometido por empresas que querem investir em um jingle: fazer o trabalho direto com uma produtora, sem procurar um publicitário. "O profissional é preparado para este trabalho e vai buscar conhecer profundamente o cliente, saber o que ele quer, o público a ser atingido. E criará com base nessas informações."

O professor aponta como exemplo um jingle de produção

Rafael Moreschi



GARCIA FAZ JINGLES HÁ 14 ANOS E DIZ QUE O TRABALHO DE CRIAÇÃO ENVOLVE MUITOS FATORES



## OS INESQUECÍVEIS

Alguns jingles fazem tanto sucesso que ultrapassam a barreira do tempo e resistem na memória. Confira trechos de trabalhos memoráveis:

### Pernambucanas (1963):

"Quem bate?  
É o friooo..."

Não adianta bater  
que eu não deixo você entrar  
As Casas Pernambucanas  
É que vão aquecer o seu lar..."

### Banco Nacional (1971):

"Quero ver/ você não chorar  
não olhar para trás  
nem se arrepender do que faz  
(...) Bom Natal  
um Feliz Natal  
Muito amor e paz pra você."

### Cremogema (1983):

"Crem-cremo-cremo - Cremogema  
é a coisa mais gostosa desse mundo  
Eu esqueço minha boneca  
Eu esqueço o meu carrinho  
Quando tomo  
quando tomo  
quando tomo  
quando tomo  
crem cremo Cremogema."

### Brahma Chopp (1991):

"Pedi cerveja,  
pediu Brahma Chopp  
Brahma Chopp  
Brahma Chopp  
Pedi cerveja  
pediu Brahma Chopp  
cerveja é Brahma Chopp  
A número um."

local que fez sucesso porque logo vem à cabeça. É o do provedor de internet Wnet, que foi veiculado há algum tempo pelo rádio ("Navegar na internet / tem que ser pela Wnet...").

Outro exemplo de *jingle* marcante é o da Faculdade Uningá ("Uningá, seu futuro é aqui / Uningá, a melhor formação / Uningá, seu futuro é aqui"), produzido em Cascavel. O gerente administrativo da Uningá, Paulo Sérgio Barbosa, diz que a opção por um *jingle* partiu da própria instituição e o resultado junto ao público foi muito positivo. "O material facilita a inserção de campanhas mais pontuais, devido à identificação que o público tem com a música. Quando começa a tocar, todos já sabem que é sobre a Uningá."

Outro *jingle* fácil de lembrar é o dos supermercados da rede Bom Dia: "Bom Dia / Bom Dia / chegou a hora de fazer economia". A produção foi da maringense GNZ Propaganda, em parceria com uma produtora de Curitiba. "Passamos a idéia, a letra e até alguns ritmos para a produtora entrar no clima. O resultado foi



NÃO CONTRATAR UM PUBLICITÁRIO É O ERRO COMETIDO POR MUITAS EMPRESAS, APONTA AFRÍSIO LUCAS JUNIOR

um *jingle* marcante", comenta um dos sócios da GNZ Propaganda, Hector Wagner Consani.

Para o gerente comercial da rede Bom Dia, Edvaldo Antônio da Cruz, o *jingle* tem sido fundamental para o reconhecimento da empresa pelo público. "A dona-de-casa escuta e já associa ao supermercado. Até as crianças cantam." ■

## O aliado pode tornar-se inimigo?

Nem todos os *jingles* são eficientes. Alguns podem até acabar irritando o consumidor, tornando-se inimigo do próprio produto. "Um *jingle* irritante pode levar as pessoas a criarem um pré-conceito contra a empresa ou o produto", diz José Luiz Garcia. Ele fala por experiência própria: pegou antipatia por uma certa empresa, mesmo nunca tendo entrado nela, porque o *jingle* causou um sentimento de aversão.

O publicitário Hector Wagner Consani faz um contraponto sobre o assunto. Para ele, até um trabalho de qualidade duvidosa pode servir para fixar a imagem da empresa, mesmo que pelo caminho inverso. "*Jingles* têm que marcar a empresa, o produto. E mesmo um trabalho ruim marca, fica na memória. É aquele ditado: 'Falem bem ou mal, mas falem de mim.'"



HECTOR CONSANI, DA AGÊNCIA GNZ, E EDVALDO DA CRUZ, DA REDE BOM DIA: JINGLE MARCANTE

ANS Nº 33.683-1

ENTRE EM CONTATO COM A SUA SAÚDE:

Lucifera

3033-5690

PLANO FAMILIAR E EMPRESARIAL



Santa Casa  
Saúde

AV. BRASIL, 1.819 (Próximo a Igreja São José) - ZONA 03 - CEP 87050-000  
planodesaude@santacasamaringa.com.br / www.santacasamaringa.com.br

# ACIM elege nova diretoria com vota

**A POSSE ESTÁ AGENDADA PARA 24 DE ABRIL, NO TEATRO CALIL HADDAD. ENTRE AS METAS DA DIRETORIA RECÉM-ELEITA ESTÃO A CRIAÇÃO DE UMA ESCOLA DO VAREJO E A AMPLIAÇÃO DO NÚMERO DE ASSOCIADOS PARA QUATRO MIL**

Sob a presidência do empresário Adilson Emir Santos, foi eleita a diretoria da ACIM gestão 2008-2009. Apesar de apenas a chapa "Compromisso e trabalho" ter sido inscrita, um número recorde de associados votou: foram registrados 462 votos, o maior em 54 anos de história da entidade.

A eleição foi realizada em 18 de março, na sede da entidade. Todas as empresas filiadas há mais de seis meses e em situação regular com a tesouraria tiveram direito a voto. Junto com Emir Santos, foram eleitos 32 vice-presidentes, os presidentes do Copejem e do ACIM Mulher e os membros do conselho superior. A posse será realizada em 24 de abril, no Teatro Calil Haddad.

O futuro presidente da ACIM integra a diretoria da entidade há mais de dez anos e ocupou diversos cargos. Ele também foi presidente do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), gestão 2005-2007. Ele é presidente da loja de móveis e eletrodomésticos B. J. Santos, que tem 19 anos de mercado e lojas nos estados do Paraná e de São Paulo.

"O número expressivo de



**ADILSON EMIR SANTOS FALA COMO PRESIDENTE ELEITO: 462 VOTOS, NÚMERO RECORDE EM 54 ANOS DE HISTÓRIA DA ACIM**



**A APURAÇÃO ACONTECEU LOGO APÓS O ENCERRAMENTO DA VOTAÇÃO, NO DIA 18 DE MARÇO**

# ção recorde

Bruna Moreschi



**CARLOS TAVARES CARDOSO EMPOSSA ADILSON EMIR SANTOS E A NOVA DIRETORIA NO PRÓXIMO DIA 24**

votos na eleição foi uma demonstração muito importante de respaldo e apoio à nossa diretoria. E nos dá força e legitimidade para trabalhar em favor de nossos associados e pelo fortalecimento do associativismo”, diz.

Entre as metas da nova diretoria estão a criação de uma Escola do Varejo no Centro de Capacitação da ACIM, voltada à formação de profissionais para a área do comércio varejista; elevar o número de associados da entidade para quatro mil; retomada do projeto “Conheça a ACIM”, por meio do qual os empresários podem conhecer de perto o trabalho realizado pela entidade; reforçar o trabalho de incentivo à exportação, especialmente entre pequenos empresários, por meio do Instituto Mercosul; e aproximar o comércio dos bairros do dia-a-dia da entidade. ■

## A NOVA DIRETORIA

### CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente: Adilson Emir Santos  
1º Vice- Presidente: Paulo Meneguetti  
2º Vice- Presidente: Edson Marcelo Recco  
Vice- Presidente p/ Assuntos do Comércio: Antonio Donisete Busiquia  
Vice- Presidente p/ Assuntos de Serviços: Wilson de Matos Silva Filho  
Vice-Presidente p/ Assuntos da Indústria: Nivaldo Reginato  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Agronegócios: Celso Carlos dos Santos Júnior  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Finanças e Patrimônio: Antonio Batista de M. Júnior  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Eventos: Clélia Cordeiro  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Capacitação Profissional: José Carlos Valêncio  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Crédito Cooperativo: Luiz Ajita  
Vice-Presidente p/ Assuntos Federativos: Heitor Bolela Júnior  
Vice- Presidente p/ Assuntos de Qualidade: Ailson Costa Paulo  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Saúde: Jougi Takahashi  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Vendas: Guilherme Farias Fávero  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Shopping Center: Manoel Messias da Silva  
Vice-Presidente p/ Assuntos Comunitários: Luiz Roberto Marquezini  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Marketing: José Carlos Barbieri  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Meio Ambiente: Sir Carvalho  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Desenvolvimento de Bairros: Oscar Conchon  
Vice-Presidente p/ Assuntos do SAIC: Waldecir Antonio Felipe  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Novos Produtos e Tecnologia: Ilson Rezende  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Documentação: Sérgio Yamada  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Segurança: Everaldo Belo Moreno  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Desenvolvimento Econômico: Carlos Walter M. Pedro  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Micro e Pequenas Empresas: Michel André Felipe  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Comércio Exterior: Renata Giroldo Mestriner  
Vice-Presidente p/ Assuntos Imobiliários: Marco Tadeu Barbosa  
Vice-Presidente p/ Assuntos de Turismo: Helenice Maria Beller Ferri  
Vice-Presidente para Assuntos de Responsabilidade Social: Cleide Tono Freitas Noronha  
Vice-Presidente para Assuntos Institucionais: Anália da Rosa Nasser  
Vice-Presidente para Assuntos de Franquia: Massimiliano A. Silvestrelli  
Vice-Presidente para Assuntos de Cultura: Osler Colombari Filho  
Vice-Presidente para Assuntos de Supermercados: Valdir Nogaroli Júnior  
Presidente do Conselho Permanente do Jovem Empresário: Cezar Luiz Bettinardi Couto  
Presidente do ACIM Mulher – Conselho da Mulher Empresária e Executiva: Maria Aparecida Lima Marchese

### CONSELHO SUPERIOR

Rony César Guimarães, José Gomes Ferreira, Reginaldo Czezacki, Cláudio Haruo Mukai, Luis Fernando Ferraz, Eduardo José Daibert de Araújo, Sabas Martins Fernandes, Carlos Alberto Domingues, Carlos Anselmo Corrêa, Reginaldo Nunes Ferreira, João Maria da Silveira, José Vandeley Santana, Antonio Donizete Fermenton, Wilson Matos Silva, Manuel Fernandes Marques

A VELOCIDADE DA INTERNET AUMENTA,  
A FRANQUIA DE MINUTOS AUMENTA, OS SERVIÇOS  
OPCIONAIS AUMENTAM. **A ÚNICA COISA  
QUE DIMINUI É A CONTA.**

Com o **Economix Flex da GVT**, você tem um pacote de soluções que se adapta às necessidades do seu negócio e ajuda sua empresa a economizar até 50% em telefonia e Internet: **minutos compartilhados entre várias linhas, Banda Larga de até 10 Mega de velocidade, DDD a preço de ligação local e muitos outros serviços inteligentes em um único plano.** Aproveite as vantagens de ser cliente de uma das empresas de telefonia que mais cresce no Brasil e mude para a GVT.



A gente pensa em você.

Ligue **0800 600 2000**

[www.gvt.com.br](http://www.gvt.com.br)

# Pronto-atendimento Unimed Maringá. Uma cidade à frente de seu tempo merecia uma infra-estrutura moderna.

Foi pensando nisso que criamos o Pronto-atendimento Unimed, um divisor de águas na categoria. Um projeto arquitetônico diferenciado, com infra-estrutura moderna, que proporciona muito mais conforto e comodidade nos atendimentos de urgência e emergência. Tudo isso com médicos da Unimed. Pronto-atendimento Unimed. É Unimed. E pronto.



**24 horas**  
urgência e emergência

**+** Pronto Atendimento  
**Unimed**

Ligue: (44) 3221-2727  
Av. Bento Munhoz da Rocha Neto, 750  
(ao lado da Copel)

**Unimed**  
Maringá

O melhor plano de saúde é viver.  
O segundo melhor é Unimed.

www.unimedmaringa.com.br

# Um pólo de atração de investimentos

**A CHEGADA DE NOVOS EMPREENDIMENTOS CONFIRMA A VOCAÇÃO DE MARINGÁ COMO PÓLO DESENVOLVIMENTISTA. NESTE MÊS A CIDADE GANHA UM NOVO SHOPPING E EM 2009 UM GRANDE EMPREENDIMENTO DO SETOR INAUGURA SUAS INSTALAÇÕES. ISSO SEM CONTAR OUTROS INVESTIMENTOS QUE ESTÃO SENDO FEITOS POR GRUPOS LOCAIS E DE FORA**

**M**aringá nasceu com a vocação de ser um pólo regional, condição favorecida por sua localização estratégica. E, desde cedo, a cidade se preparou para o progresso. “Maringá vem planejando seu futuro”, avalia João Celso Sordi, diretor-executivo do Codem (Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá). Em função disso e de outros fatores positivos, a cidade dá mostras de que irá atingir a meta impressa em sua história.

A renda per capita maringaense, R\$ 14.400/ano, é superior às médias estadual e nacional, se-

gundo dados do IBGE e do Codem. O nível de escolaridade, em torno de oito anos em média, segue o mesmo caminho. A população urbana cresce vertiginosamente e ainda assim Maringá é sinônimo de qualidade de vida.

Este cenário torna a cidade muito atrativa a novos investimentos. Só entre este ano e o próximo, pelo menos cinco novos, e grandes, empreendimentos deverão ser inaugurados em Maringá. “O programa de desenvolvimento econômico, capitaneado por entidades locais organizadas, transformou a cidade em um pólo



desenvolvimentista, com destaque nas áreas de educação, saúde, indústria diversificada e serviços especializados”, explica o economista Joilson Dias.

De acordo com ele, estas áreas

## NOSSO TRABALHO GERA RESULTADOS.



**VIAÇÃO GARCIA. MAIS UMA VEZ, CAMPEÃ EM SATISFAÇÃO.**



as geram empregos, especialmente para profissionais altamente especializados, e renda, que, de forma direta e indireta, estimulam o comércio local. “Este perfil diferenciado, que mantém a renda relativamente elevada, permite avanços através da atração de novos investimentos”, reitera.

E boa parte dos novos investimentos anunciados recentemente é de empreendedores locais. Um exemplo é o grupo de 22 investidores que lançaram o Shopping Mandacaru Boulevard, cuja inauguração será no mês que vem; o centro comercial Metrôpole Trade Center; e o shopping de carros Auto Shopping Maringá. O grupo também estuda o investimento em mais um negócio, no ramo hoteleiro.

A empresa maringaense Bertuci & Garcia, dos sócios Júlio Bertuci Neto e Fernando Garcia, administra os empreendimentos e representa os empreendedores, que

**BERTUCI NETO E ARTHUR DA COSTA FILHO, EM FRENTE AO MANDACARU BOULEVARD: APOSTA NO POTENCIAL DA CIDADE**



**ELEITA A MELHOR  
EMPRESA DE TRANSPORTE  
RODOVIÁRIO DO BRASIL.**



[www.viacaogarcia.com](http://www.viacaogarcia.com)

Pesquisa ANTT • 2003 • 2004 • 2005 • 2006

**SATISFAÇÃO**

Paulo Sanches - Cliente

preferem não divulgar o valor total dos investimentos.

### MODELO HÍBRIDO

“É muito bom ver grupos locais acreditando na cidade tanto quanto os de fora acreditam”, ressalta Sordi, do Codem. Um exemplo desta credibilidade é a trajetória do Shopping Mandacaru Boulevard. Os empreendedores retomaram as obras de um centro comercial na Avenida Mandacaru, paradas há mais de dez anos.

O Mandacaru Boulevard será inaugurado no dia 2 de maio, trazendo à cidade um modelo inovador: o de shoppings de vizinhança. Este tipo de empreendimento caracteriza-se por ter menor porte e *mix* de lojas adaptado às principais necessidades dos consumidores que vivem nas proximidades.

Serão 13.550 metros quadrados de área construída, onde estão distribuídas 74 lojas (80% já locadas), um centro gastronômico requintado, academia, centro cultural e a loja-âncora da rede de supermercados Cidade Canção, já em funcionamento.

“O objetivo não é competir com os grandes shoppings, mas oferecer comodidade para as pessoas não precisarem se deslocar até o centro”, explica Julio Bertuci Neto, e acrescenta: “Nossa expectativa é que o maringaense se surpreenda com o que vamos oferecer”.

Outra inovação é a inspiração no conceito *lifestyle center*, tendência contemporânea de shoppings abertos, sem cobertura nem climatização (*open mall*), e que procura atender o estilo de vida do público-alvo, oferecendo mais conforto e contato direto com a natureza.

“O Mandacaru traz um processo gradual de mudança, a partir



**PARA JOÃO CELSO SORDI, INVESTIMENTOS SÃO RESULTADO DO PLANEJAMENTO QUE SEMPRE CARACTERIZOU MARINGÁ**

de um modelo híbrido, com cobertura e climatização, e que terá um terraço aberto para o contato do público com a natureza”, explica Artur da Costa Filho, superintendente do shopping.

### COMODIDADE

Seguindo uma estratégia parecida com a adotada para o shopping - aproveitar uma região de alto fluxo e ainda em processo de valorização - o grupo representado pela Bertuci & Garcia investe também no centro comercial Metrôpole Trade Center, localizado na esquina das avenidas Bento Munhoz e Pedro Taques.

O Metrôpole será um complexo de 40 mil metros quadrados, com duas torres de 18 pavimentos (uma para salas comerciais e outra para flats), praça de alimentação e galeria de lojas.

“Este empreendimento será um *open mall* genuíno, sujeito às condições naturais como acontece com o comércio de rua, porém com a comodidade de um *mix* organizado”, adianta Bertuci Neto. Ainda neste primeiro semestre a loja-âncora da rede de supermer-

cados Cidade Canção deve inaugurar sua loja no local. As outras têm previsão de inauguração para 2009 e as torres, para 2010.

Inovador, o grupo de empreendedores locais aposta em mais uma tendência bem-sucedida em grandes centros: os shoppings de carros. O Auto Shopping Maringá, que funcionará na avenida Colombo, agregará lojas especializadas em veículos seminovos, com até cinco anos de uso.

O auto shopping abrigará também lojas de acessórios, praça de alimentação e lazer, postos de atendimento do Detran, de despachantes, financeiras e de bancos. “Queremos oferecer qualidade, tanto em relação ao estado de conservação dos veículos, quanto a serviços relacionados a documentação”, explica Fernando Garcia. “Ali o público terá facilidade de acesso e de estacionamento, comodidades nem sempre encontradas no centro da cidade”.

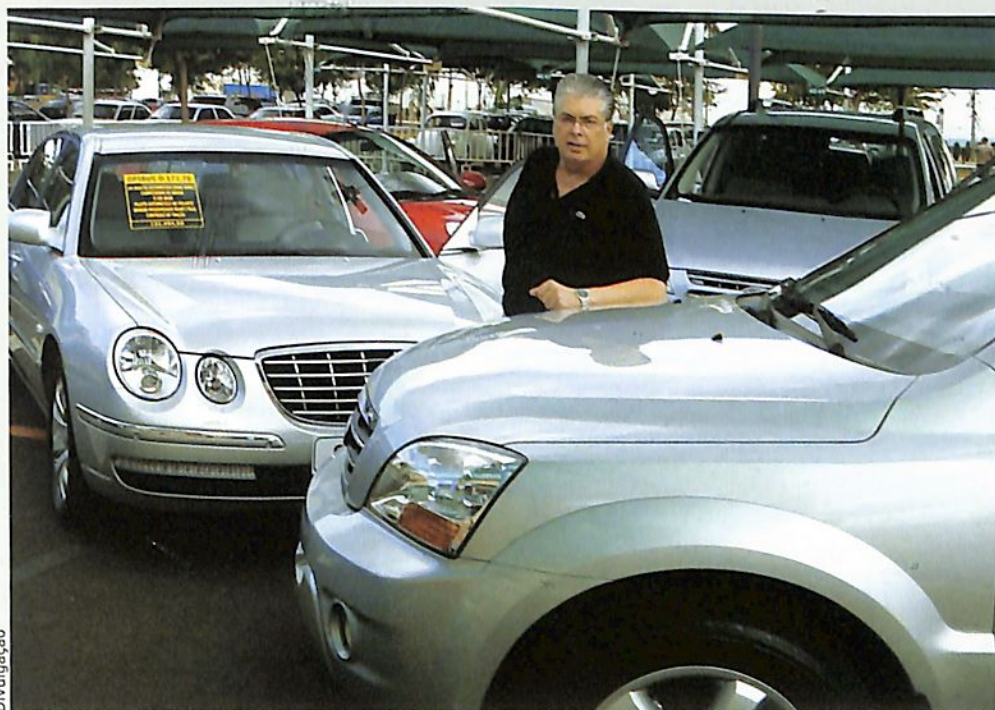
O empreendimento terá 13.900 metros quadrados de área construída, 40 lojas, 250 vagas de estacionamento e deve ficar pronto no início de 2009. ■

# Investimentos externos

Grupos de fora também estão apostando em Maringá, que está entre as cinco cidades do Paraná e de São Paulo que receberão concessionárias da marca coreana Kia Motors. "Maringá é um pólo regional importantíssimo e está entre os municípios que despontam no mercado automotivo nacional", garante Gastão Doring, diretor-superintendente da RBV (Rede Brasileira de Veículos), de Curitiba, que vai operar a concessionária.

O investimento na unidade local, que deve ser inaugurada em maio, na Avenida Tuiuti, será de R\$ 3,5 milhões. Segundo Doring, a meta é comercializar 300 veículos novos na cidade este ano, apostando em alguns diferenciais da marca, como atendimento de qualidade internacional; disponibilidade em estoque de todos os modelos, em todas as cores; e benefício de cinco anos de garantia sem limite de quilometragem.

O grupo Catuaí, de Londrina, é outro que aposta no mercado maringaense e investirá R\$180 milhões na construção do Shopping Catuaí Maringá, com inauguração prevista para 2009. "Há muito tempo o grupo estuda vir para Maringá, pelo franco desenvolvimento da cidade e da região. E a conjuntura econômica nacional favorável permite a expansão nesse momento", explica Sylvio



Divulgação

**GASTÃO DORING, DA RBV: R\$ 3,5 MILHÕES NA ABERTURA DE UMA CONCESSIONÁRIA KIA MOTORS**



Bruna Moreschi

**SYLVIO CARVALHO NETTO AFIRMA QUE HÁ MUITO TEMPO O CATUAÍ ESTUDAVA INVESTIR EM MARINGÁ**

Carvalho Netto, superintendente do Shopping Catuaí Londrina.

O Catuaí Maringá espera atender consumidores da cidade e de 40 municípios da região, já que ficará localizado na avenida Colombo, que dá acesso a várias cidades. O shopping terá 51 mil metros quadrados de área construída, 231 lojas (seis âncoras) e 1,5 mil vagas de estacionamento.

Na avaliação do economista Jilson Dias, esses novos investimentos destacam ainda mais o mercado de Maringá e, por outro lado, "os empreendedores enfrentarão concorrência mais acirrada e precisarão estar preparados para atender gostos e preferências dos consumidores".

3 | 7 | 0 | 1 | 9

Cada vez que uma empresa se associa à Acim, nós sabemos que é sinal evidente de gestão inteligente e eficaz, de constância e trabalho árduo.

Nos últimos dois anos, a gestão do Sr. Carlos Alberto Tavares Cardoso trouxe 500 novas entidades, deixando a presidência com impressionantes 3 700 associados.

O Sr. Adilson Emir Santos é um profissional renomado. Temos certeza de que, neste momento, ele não está descansando.

Uma homenagem



O São Francisco Supermercados  
Parabeniza o  
Sr. Carlos Alberto Tavares Cardoso  
pela excelente atuação como  
presidente da ACIM

Homenagem





**CARLOS ALBERTO  
TAVARES CARDOSO**

AGRADECEMOS  
POR VOCÊ  
TER HONRADO A  
PRESIDÊNCIA  
DA ACIM POR  
ESSES GRANDIOSOS  
DOIS ANOS.



**DB1 Informática**  
Software e Consultoria



**DB1  
MESSENGER**

**ACIM** Iguém que  
conquistou, com  
ideais comuns à sociedade, o respeito da  
Paraná.

*Valeu,  
Carlos Tavares Cardoso.  
Por um mandato justo e digno.*

Homenagem



# UMA GESTÃO MARCADA

**FORAM DOIS ANOS DE MUITO TRABALHO. DURANTE A GESTÃO 2006/2007, PRESIDIDA PELO EMPRESÁRIO CARLOS TAVARES CARDOSO, A ACIM OBTVEU CONQUISTAS IMPORTANTES E DESENVOLVEU UMA SÉRIE DE PROJETOS PARA OTIMIZAR OS SERVIÇOS OFERECIDOS AOS ASSOCIADOS E AUMENTAR A COMPETITIVIDADE DAS EMPRESAS**

**M**ais uma gestão se encerra na ACIM, com resultados positivos e metas atingidas. É com este espírito que a diretoria presidida por Carlos Tavares Cardoso entrega a direção da entidade. A importância das conquistas deste período pode ser comprovada pela opinião dos associados.

Segundo pesquisa realizada pelo Depea (Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM), 96% dos associados entrevistados se disseram satisfeitos com os resultados da gestão, sendo que 100% deles deram notas entre 10 e 8 para o presidente Carlos Tavares Cardoso. Dos entrevistados, 74% afirmaram que a gestão foi transparente e 98% disseram ter uma imagem positiva da entidade.

Outro setor bem avaliado na pesquisa foi o de serviços: 90% dos entrevistados se disseram satisfeitos com os serviços oferecidos pela ACIM. Entre os entrevistados, 94% se declararam satisfeitos também com o atendimento. A amostragem da pesquisa foi de 51 empresas.

O presidente da ACIM, Carlos Tavares Cardoso, destaca que esta gestão privilegiou a profissionalização da entidade, um processo



Uma série de realizações e conquistas que deixa também um suporte de projetos

# A POR PROFISSIONALISMO



istas marcou a gestão 2006/2007, e caixa suficiente para a execução iniciados, como a reforma da sede



iniciado nas últimas gestões, e trabalhou para tornar o atendimento cada vez mais eficiente.

Segundo ele, novos produtos e serviços foram criados para beneficiar os associados. Os colaboradores da entidade também receberam atenção especial do ponto de vista da qualificação profissional. "A ACIM subsidiou cursos de graduação e pós-graduação para um terço dos colaboradores, além de ter oferecido treinamentos gratuitos. Isso foi importante para diminuir a rotatividade e possibilitar a continuidade do trabalho desenvolvido em cada departamento".

O resultado dessas ações também pode ser comprovado estatisticamente. No período de 2006 a 2007, o número de associados foi ampliado de 3.200 para 3.700. Para alcançar esse resultado, foram feitos investimentos no Departamento Comercial, para otimizar e estreitar o relacionamento com o associado. Os consultores realizam cerca de 600 visitas mensais a empresas e o Departamento de Telemarketing faz, em média, 1.600 contatos com empresários.

A ACIM também desenvolveu importante trabalho na área de qualificação e aperfeiçoamento profissional voltado às empresas associadas. Só nesta gestão foram realizados 158 cursos, com a participação de 3,2 mil pessoas, de mais de mil empresas diferentes.

O Sistema ACIM de Informações Comerciais (SAIC) ganhou novos produtos e se firmou como ferramenta valiosa contra a inadimplência. No período da gestão 2006/2007 foram mais de 2,2 milhões de consultas.

Outra grande conquista desta

gestão foi a renovação do aluguel da sede até 2015, com o comprometimento de parceria dos proprietários nos investimentos que serão feitos a partir deste ano na reforma e adequação do prédio às novas necessidades da ACIM.

O projeto, já aprovado, prevê a modernização da fachada e adequação de setores internos, para dar mais visibilidade, conforto e espaços adequados para o atendimento aos usuários. Um elevador será instalado, para facilitar o acesso de portadores de necessidades especiais, e serão construídas novas salas de reuniões.

Também nesta gestão houve recordes na área financeira. O suporte de caixa representa oito meses de despesas de manutenção, o que garante à futura diretoria a execução das obras.

A gestão 2006/2007 fechou os trabalhos com "chave de ouro", com o lançamento do livro "Repensando... a construção da hegemonia empresarial nos dez anos que mudaram Maringá (1994-2004)", que mostra o poder de mobilização e de organização da classe empresarial maringaense.

O autor, Sérgio Gini, ex-gerente institucional da ACIM, apresentou o trabalho como dissertação de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual de Maringá. O livro aborda a história deste movimento e a atuação da ACIM e de outras entidades na construção de um projeto de desenvolvimento para Maringá.

Nas próximas páginas, um balanço das ações e conquistas dos principais programas, departamentos e órgãos ligados à ACIM.

## INSTITUCIONAL

## Dois anos de intensa atividade

Durante a gestão presidida por Carlos Tavares Cardoso, além de lançar produtos e serviços para os associados, a ACIM participou da discussão de projetos importantes para Maringá e região, como a revitalização da avenida Brasil e a regulamentação da Região Metropolitana, e recebeu importantes visitas.

Em 2006, por exemplo, durante o período eleitoral, a ACIM recebeu os candidatos a governador Rubens Bueno, Luiz Adão e o vencedor das urnas, Roberto Requião. Estiveram na entidade, também apresentando propostas, os candidatos à Assembleia Legislativa Gilberto Pavanelli, Said Ferreira, Wilson Quintero, Luiz Nishimori, Enio Verri e Marly Martin.

Dez candidatos a deputado federal fizeram questão de apresentar suas idéias na ACIM: Maricelma Brégola, Rodrigo Rocha Loures, Joba Beltrame, Carlos Eduardo Sabóia, Valter Viana, Miro Falkembach, Marino Gonçalves, Ricardo Barros, Sidnei Telles e Flávio Vicente. Todos receberam da ACIM um documento com as principais reivindicações da classe empresarial em diversas áreas.

A entidade recebeu uma comitiva da cidade japonesa de Toyohashi, da qual fizeram parte os secretários de educação e planejamento, que veio para Maringá a fim de firmar intercâmbios educacional, cultural e comercial na região.

Também foi recepcionada uma comitiva francesa, com a presença do conselheiro para assuntos econômicos da Embaixada da França, Dominique Mauppin, que veio à região para identificar pos-

Fotos/Bruna Mareschi



**NUMA DEMONSTRAÇÃO DA SUA IMPORTÂNCIA NA COMUNIDADE, A ACIM FOI PROCURADA POR DIVERSOS CANDIDATOS PARA APRESENTAR SUAS PROPOSTAS DURANTE AS ELEIÇÕES**

sibilidades de parcerias entre empresas dos dois países.

Quem também visitou a ACIM, em outubro de 2006, foi o então ministro da Previdência Social, Nelson Machado, que apresentou aos empresários a situação do setor no país. Também em 2006, o economista Cláudio de Moura e Castro ministrou uma palestra na ACIM sobre o tema "Os três grandes pilares de desenvolvimento".

No mesmo ano, a diretoria da ACIM reuniu-se com o governador em exercício, Hermas Brandão, para solicitar a regulamentação da lei estadual que instituiria a Região Metropolitana de Maringá. Em 2007, o secretário estadual de

Fazenda, Herzon Arzua, fez uma palestra na sede da entidade sobre o tema "Do ICMS que temos para o ICMS que queremos".

Representando seus associados, a ACIM entrou com um mandado de segurança coletivo na Justiça Federal, em 2007, contra a inclusão do ICMS na base de cálculo da Cofins. Em março do mesmo ano, a entidade promoveu um seminário para debater o Supersimples, regime tributário proposto pela Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas. O evento foi realizado em parceria com a Federação Nacional das Empresas de Serviços Contábeis, Sindicatável, Sescap-Pr e Sebrae.

## PREMIAÇÕES

# Distinções conquistadas e concedidas



**PREMIAÇÕES E HONRARIAS DESTACARAM PERSONALIDADES. A ACIM TAMBÉM RECEBEU PRÊMIOS IMPORTANTES, QUE ATESTAM A PROFISSIONALIZAÇÃO DA ENTIDADE**

A ACIM recebeu duas premiações nesta gestão que coroaram todo o trabalho de profissionalização da entidade desenvolvido nos últimos anos. Em 2006, o prêmio “Faciap Rumo à Excelência em Gestão”, concedido pela Federação das Associações Comerciais do Paraná, comprovou a seriedade do processo de profissionalização da entidade e da sua atuação comunitária, já que foram avaliados quesitos como gestão, poder de mobilização, relacionamento com associados e comunidade e acompanhamento de resultados e indicadores.

Um ano depois, a ACIM recebeu o prêmio de “Associação Comercial Referência”, Região Sul, concedido pela Confederação das Associações Comerciais do Brasil (CACB). A premiação foi concedi-

da devido ao trabalho de fiscalização das contas públicas realizado pelo Observatório Social, sediado na ACIM.

A ACIM também prestou homenagens a pessoas de destaque em Maringá. O tradicional prêmio Empresário do Ano contemplou, em 2006, Marcos Falleiro, diretor-presidente da M.A. Falleiros, e em 2007 o presidente da Unimed, Durval dos Santos Filho. O prêmio é concedido anualmente, em parceria com o Sivamar, Apras-Regional Noroeste e Coordenadoria Regional da Fiep.

Honraria máxima da ACIM, a comenda Américo Marques Dias foi entregue pela segunda vez no ano passado. O homenageado foi o ex-prefeito e deputado federal por dois mandatos, Adriano José Valente.



Bruna Moreschi



Bruna Moreschi



Bruna Moreschi

## VENDAS SEGURAS

# Proteção contra a inadimplência

Ferramenta valiosa nas vendas a crédito, o Serviço ACIM de Informações Comerciais (SAIC) ganhou diversas inovações nos dois últimos anos. Passaram a ser oferecidos serviços como o "Confira Fone", que possibilita a confirmação do endereço através do cadastro do telefone na empresa de telefonia, e a "Síntese Cadastral", que fornece, no ato, o nome, CPF, título de eleitor, nome da mãe e data de nascimento da pessoa que está sendo consultada.

A impressão e o envio de notificações de inclusão ao SCPC passaram a ser feitos por uma empresa especializada, garantindo melhoria na qualidade do serviço e redução dos custos operacionais.

Outra novidade foi o "PHDRisk", que oferece parâmetros de análise de crédito com base nas probabilidades do consumidor pagar suas contas em dia e de ser incluído no SCPC.

O lançamento do ACIM Garante trouxe mais segurança no recebimento de cheques pelas empresas. O serviço garante aos usuários o ressarcimento de 30 a 70% do valor dos cheques devolvidos, conforme estipulado em contrato. Em menos de um ano foram garantidos quase meio milhão de reais em cheques e registradas mais de 6 mil consultas.

Desde que a atual diretoria assumiu, em abril de 2006, até fevereiro deste ano, foram feitos mais de 2,2 milhões de consultas por meio do SAIC, uma comprovação de como essa ferramenta é importante para o comércio.



**ALÉM DA ATUAÇÃO DO SAIC, A SEGURANÇA DAS VENDAS GANHOU REFORÇO COM O ACIM GARANTE. EM MENOS DE UM ANO O SERVIÇO GARANTIU QUASE MEIO MILHÃO DE REAIS EM CHEQUES**

Além de todos esses serviços, o SAIC ofereceu treinamentos e seminários para mais de mil pessoas, entre empresários e funcionários, sobre temas como Código de Defesa do Consumidor, ambientes de consulta e atualização de informações.

## MAIS BENEFÍCIOS

Mas não foi apenas na área de proteção ao crédito que surgiram novidades. A ACIM passou a oferecer também dois novos serviços, que estão trazendo grandes benefícios para o associado.

O Cliente Oculto é um deles. A pesquisa é uma poderosa ferramenta de avaliação do atendimento da empresa, pois per-

mite um diagnóstico ágil e preciso. Além disso, o Cliente Oculto fornece consultoria para sanar as falhas detectadas pelos consultores, que se disfarçam de clientes e analisam os pontos positivos e negativos do atendimento.

Foi nesta gestão também que a Unimed e a ACIM firmaram um importante convênio, criando um plano de saúde exclusivo para os associados: o Coop 30 Empresarial. As empresas têm cobertura de todos os serviços da Unimed, como consultas médicas, exames laboratoriais e atendimento hospitalar. Para serviços ambulatoriais, o associado paga, no máximo, 30% dos custos.

# Qualificação profissional em diversas áreas

Os números mostram o importante trabalho realizado pelo Centro de Capacitação da ACIM nos últimos dois anos: foram realizados 158 cursos, que contaram com a participação de 3,2 mil pessoas, de 1,3 mil empresas, num total de 3.160 horas de treinamento.

Os colaboradores das Farmácias São Paulo ajudaram a engrossar esses números, porque sempre participam dos treinamentos oferecidos pelo Centro de Capacitação.

Segundo a psicóloga Luciana Conti, do departamento de RH da rede de farmácias, os cursos têm sido bastante úteis por terem aplicabilidade no dia-a-dia da empresa. "Sempre temos colaboradores participando dos treinamentos. Já chegamos a ter 20 funcionários num único curso", diz.

Para formar trabalhadores na área de *call center*, foi criado o Programa Capaz, resultado de uma parceria entre ACIM e GVT. Divididos em três módulos, os cursos são realizados todos os meses. Os participantes pagam R\$ 10 por módulo e têm boas chances de contratação.

Desde que a parceria foi firmada, no final de 2006, já foram realizadas 21 edições do curso, que contaram com a participação de cerca de 600 pessoas. Dessas, 400 foram contratadas pela GVT.

Para jovens que buscam o primeiro emprego, desempregados e pessoas da terceira idade, o Centro de Capacitação desenvolve o programa Pró-Emprego, que oferece cursos, com custo simbólico, sobre relacionamento interpesso-



**OS CURSOS DO CENTRO DE CAPACITAÇÃO ATENDERAM 1,3 MIL EMPRESAS NOS ÚLTIMOS DOIS ANOS**

al, administração e como se portar em uma entrevista de emprego. Mais de 200 pessoas tiveram a oportunidade de se qualificar por meio do Pró-Emprego nos últimos dois anos.

De acordo com o vice-presidente para Assuntos de Capacitação Profissional, José Carlos Valêncio, os cursos oferecidos pela ACIM visam atender o maior número pos-

sível de empresas. "Um terço dos associados participou dos nossos cursos nestes últimos dois anos". Valêncio explica que os empresários também podem dar sugestões de temas de cursos que tenham interesse. "Desde que consigamos completar o número mínimo de participantes, podemos oferecer novos treinamentos", diz.

## INSTITUTO MERCOSUL



# Uma alavanca de negócios internacionais

O Instituto Mercosul, órgão de fomento ao comércio exterior da ACIM, promoveu diversas palestras, workshops e missões empresariais com o objetivo de incentivar as empresas a ampliar seu mercado para outros países.

Uma das primeiras conquistas do Instituto na gestão 2006/2007 foi o lançamento do site [www.instituto.mercosul.org.br](http://www.instituto.mercosul.org.br), que contém agenda de cursos, *downloads* de documentos, entre outros serviços.

O órgão passou a oferecer registro de marcas e patentes, traduções e pareceres de contratos internacionais. Também foi criado um programa voltado para a primeira exportação, cujo público-alvo são os micro e pequenos empresários.

Na área de treinamentos, foram realizados palestras e workshops com orientações sobre comércio exterior. Em junho de 2006, por exemplo, os empresários puderam conhecer mais detalhes de como fazer negócios com a Alemanha, segundo maior importador do mundo, por meio de um seminário realizado em parceria com a Câmara de Comércio

e Indústria Brasil-Alemanha.

## FEIRAS E NEGÓCIOS

Tendo como público-alvo os empresários interessados em conhecer os caminhos para entrar no mercado americano e para participar de feiras e missões no exterior, o Instituto Mercosul promoveu duas palestras, em agosto de 2006.

A negociação com mercados emergentes foi tema do V Fórum Internacional de Negócios, realizado em dezembro de 2007. Representantes da China, Rússia, Chile e Índia deram dicas preciosas de como negociar com esses países.

Em março deste ano foi realizado um workshop sobre como exportar para os Estados Unidos por meio do mercado da Flórida. Os palestrantes foram Jefferson Michaelis, que preside a Câmara de Comércio Brasil-Tampa, na Flórida, e o consultor John Kingston.

Nos últimos dois anos foram realizadas também missões empresariais para as principais feiras de negócios do mundo, como a 9ª Feira de Alimentos e Bebidas de Miami, Estados Unidos (novembro

de 2006); e a Feira Internacional da Alimentação de Rosário, na Argentina (maio de 2007) ocasião em que 20 empresários puderam expor seus produtos em estande coletivo.

O Instituto Mercosul promoveu missão empresarial para a Expo-rueda 2007, que aconteceu no Paraguai em julho daquele ano, e para a Feira de Cantão, na China, em outubro de 2007, que contou uma caravana de 32 empresários locais.

A ACIM, graças ao trabalho do Instituto Mercosul, recebeu visitantes ilustres, como o adido cultural para o Oriente Médio, Abdelbagi Osman, que em janeiro deste ano veio conhecer e analisar produtos de empresas maringauenses que possam ser exportados para países daquela região.

Os serviços do órgão também foram divulgados país a fora pela coordenadora Ligia Pereira. Ela participou de vários eventos, como a 32ª Reunião Técnica do Comitê de Comércio Exterior e Integração Internacional, realizada em outubro de 2006, em Brasília. Na

## DEPEA



**O INSTITUTO MERCOSUL REALIZOU DIVERSAS PALESTRAS E WORKSHOPS; TAMBÉM ORGANIZOU MISSÕES E CARAVANAS PARA FEIRAS E EVENTOS INTERNACIONAIS**

ocasião, Ligia apresentou as potencialidades da região como pólo exportador e o funcionamento do Instituto Mercosul.

### PREMIAÇÃO

Com o intuito de incentivar o comércio internacional na região, foi criado, em 2007, o Prêmio de Comércio Exterior do Instituto Mercosul, que tem quatro categorias e é voltado a empresas que realizam exportações.

Também para incentivar as exportações, no final de 2006 a Caixa Econômica Federal e o Instituto Mercosul assinaram um convênio de cooperação que disponibilizou várias linhas de financiamento.

“Os últimos dois anos foram bastante produtivos. Crescemos, realizamos cursos, contribuimos para desmistificar que exportação é apenas para empresas grandes. Também ajudamos as empresas a adequar seus produtos para a exportação. Acredito que cumprimos nosso papel”, resume o presidente do órgão, Amaury Couto.



**O DEPEA REALIZOU DIVERSAS PESQUISAS, INTERNAS E EXTERNAS, E TAMBÉM PASSOU A PRESTAR SERVIÇOS PARA ASSOCIADOS**

## A eficiência medida em números

Ferramenta valiosa para as empresas, a pesquisa também foi muito utilizada para fornecer estatísticas e avaliações para a diretoria da ACIM. Nos últimos dois anos, foram realizadas, pelo Depea, 78 pesquisas de satisfação e opinião, num total de 7.445 contatos.

As pesquisas avaliaram a satisfação de consumidores e lojistas em relação às duas principais campanhas do comércio promovidas pela ACIM e Sivamar: a Maringá Liquida e Feira Ponta de Estoque.

Coube ao Depea, ainda, fazer pesquisas entre os lojistas antes e depois das principais datas para o comércio, como Natal e Dia das Mães, para verificar expectativa e avaliação das vendas.

As metas de cada departamen-

to da ACIM, estabelecidas no planejamento estratégico, passaram a ser controladas e acompanhadas pelo Depea a partir de 2007. No total, são controlados 80 indicadores.

Os serviços do Depea também foram estendidos para as empresas. Os associados podem contratar os serviços de pesquisa com preço diferenciado.

A Indel, especializada em equipamento de telecomunicação, contratou o serviço duas vezes e aprovou os resultados. O objetivo foi medir o grau de satisfação dos clientes da empresa. Graças à pesquisa, conta o gerente de qualidade, Roberto Pinheiro, foram implantadas algumas melhorias. “Até já indicamos o Depea para outras empresas”, diz.

FUNDACIM

# Profissionalização e responsabilidade social

A Fundacim foi o primeiro instituto de responsabilidade social criado por uma associação comercial brasileira, em 2002. Nos últimos dois anos, o órgão consolidou sua atuação, contribuindo para a profissionalização da gestão das entidades assistenciais e também para a divulgação das práticas de responsabilidade social.

Diversos cursos voltados para entidades do terceiro setor foram realizados neste período, com temas como elaboração de projetos, planejamento estratégico, legislação, contabilidade e finanças.

O prêmio Fundacim/Viapar de Jornalismo foi uma das novidades desta gestão. O objetivo da premiação é desenvolver a cultura e a prática da responsabilidade social entre os profissionais e acadêmicos de jornalismo, além de estimular a conscientização da população sobre o tema e valorizar ações de responsabilidade social de empresas, instituições e voluntários.

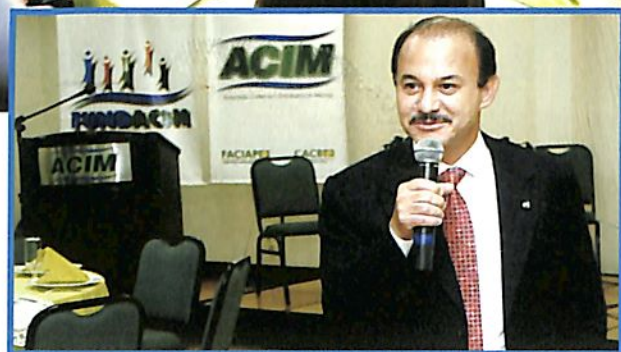
A Fundacim entregou também o prêmio Gestação para entidades que praticam políticas de boa gestão. Na última edição, realizada no ano passado, foram premiadas com um notebook a Associação de Apoio ao Fissurado Lábio-Palatal de Maringá e o Lar Escola da Criança, na categoria entidades-modelos. Na categoria geral foram premiadas a Fundação Isidoro Bruder, Ciagym e a Associação dos Cegos de Maringá.

Também durante a gestão 2006/2007 foram realizadas duas edições do Encontro Norte Paranaense de Responsabilidade Social. "Trabalhamos, principalmente, para assessorar as entidades. Nes-

Fotos/Bruna Moreschi



**EVENTOS, COMO O ENCONTRO NORTE-PARANAENSE DE RESPONSABILIDADE SOCIAL, COLOCARAM O TEMA EM DESTAQUE NA SOCIEDADE**



Bruna Moreschi



**PRÊMIO FUNDACIM/VIAPAR DE JORNALISMO E PRÊMIO GESTAÇÃO**

tes dois anos os cursos que realizamos, assim como os prêmios que concedemos, tiveram como objetivo final a profissionalização da gestão nas instituições e divulgar os conceitos e práticas de responsabilidade social na comunidade", afirma a presidente da Fundacim, Roni Enara.



Bruna Moreschi

www.acim.com.br

## APOIO

# Crédito facilitado e sem burocracia

Quem tem conta em banco tem muito mais facilidade de conseguir empréstimo do que os que estão fora do sistema bancário. Para atender as pessoas que não podem contar com este pré-requisito e que são funcionárias de empresas filiadas a ACIM, a Fundacim dispõe do programa Apoio à Iniciativa Empreendedora, criado cinco anos atrás.

Para se ter uma idéia da importância do programa, só nos últimos 12 meses foram emprestados mais de R\$ 1,7 milhão, por meio de 1.627 contratos. O valor médio dos empréstimos foi de R\$ 1.063.

Segundo pesquisa feita em setembro do ano passado pelo Depea com 40 usuários do programa, 81% procuram o Apoio devido à oferta da melhor taxa de juros e menor burocracia. Mais da metade dos entrevistados - 54% - afirmou que o di-



Bruna Moreschi  
**ATENDIMENTO DO PROGRAMA APOIO À INICIATIVA EMPREENDEDORA: MENOS JUROS E BUROCRACIA PARA QUEM NÃO TEM ACESSO AO CRÉDITO**

nheiro foi usado para pagar dívidas, 12% usaram na construção, 7% adquiriram bens duráveis, 7% utilizaram para tratamento de saúde e o restante para fins diversos.

O presidente do Apoio, Luiz Roberto Marquezini, faz uma ava-

liação positiva do programa. "Estamos bem satisfeitos. Em 2007, faltou dinheiro para emprestar, tamanho o número de pessoas que nos procuraram. Nosso desafio agora é aumentar os recursos disponíveis e reduzir a taxa de juros", afirma.

## "ACIM LEGAL"

# Legalização de softwares

Durante a gestão, foi implantado o projeto "ACIM Legal", que legalizou todos os softwares instalados nos computadores da entidade. Para isso, foi realizado um estudo que verificou quais departamentos poderiam usar software livre, a fim de redu-

zir custos, e quais os computadores deveriam ter softwares proprietários, como o Windows.

Resultado: em 20 máquinas foi instalado o programa Linux, um software livre. No total, foram investidos, inclusive com treinamentos, cerca de R\$ 43 mil.



Bruna Moreschi  
**OS COMPUTADORES DA ENTIDADE RECEBERAM SOFTWARES LEGALIZADOS POR MEIO DO PROJETO "ACIM LEGAL"**

## FEIRAS E CAMPANHAS

## Um incremento nas vendas

A Maringá Liquida e a Feira Ponta de Estoque, duas tradicionais promoções do comércio, foram realizadas com sucesso nos últimos dois anos. A novidade é que, em 2007 a Maringá Liquida passou a ter duas edições anuais, conforme solicitação dos próprios lojistas. A primeira edição foi realizada em fevereiro e a segunda em setembro.

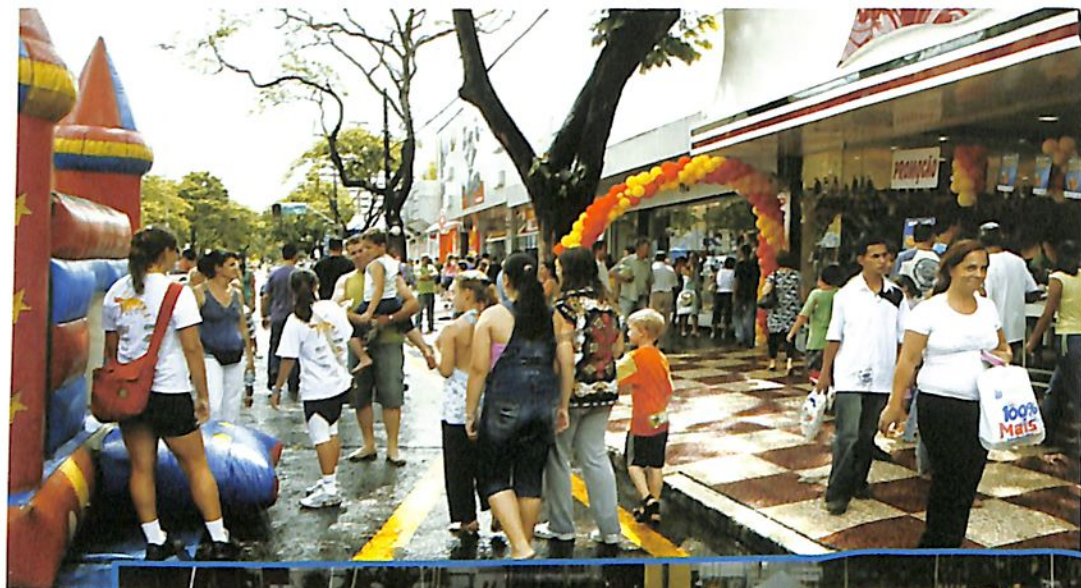
Em relação à Feira Ponta de Estoque, que nas duas edições foi organizada pelo ACIM Mulher, os números dizem tudo. Em 2006, 273 mil pessoas passaram pelo Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, local de realização do evento.

Foram 323 estandes e 180 expositores naquele ano, quando foram implantadas algumas inovações: o lixo reciclável passou a ser recolhido por uma cooperativa de catadores e todas as empresas da Praça de Alimentação receberam orientações de profissionais sobre boas práticas de manipulação de alimentos.

Em 2007, passaram pelos 323 estandes da Feira cerca de 255 mil pessoas. Os descontos chegaram a 80%. No último dia houve empresa que não tinha mais produtos para comercializar.

Outra feira, criada pela ACIM em 2007, a Festas & Noivas agradeceu público e empresas participantes. O evento foi organizado pelo Copejem, em parceria com o Núcleo de Floricultura do Empreendedor e com o Maringá e Região Convention & Visitors Bureau.

Milhares de pessoas visitaram a feira, conhecendo os serviços de empresas como buffets, agências de viagem, lojas de noivas e presentes, foto e imagem, grupos musicais, salões de beleza, entre outras.



**MARINGÁ LIQUIDA E FEIRA PONTA DE ESTOQUE REPETIRAM O COSTUMEIRO SUCESSO. A FEIRA FESTA DE NOIVAS FOI A NOVIDADE DE 2007**

# Mais competitividade para micro e pequenos

Criado para atender micro e pequenos empresários, o Programa Empreender tem cumprido à risca seu papel de estimular a competitividade e a cooperação. Por meio de núcleos setoriais, empresas de um mesmo setor se reúnem periodicamente para discutir estratégias para melhorar sua atuação no mercado.

Nesta gestão foram criados sete novos núcleos: Agências de Viagens, Cabeleireiros, Empretec, Funilaria e Pintura, Informática, Pet Shop, além do segundo núcleo de supermercados, a Rede Grand. Estão em processo de formação os núcleos de Materiais Elétricos e de Auto-Escolas (Centros de Formação de Condutores). Hoje 160 empresas participam do Programa Empreender.

Os núcleos de Auto-Elétricas e de Automecânicas realizaram Pit Stop para inspeção elétrica de veículos, em agosto de 2006, e a Inspeção Veicular Preventiva, em duas edições, em 2006 e 2007. Nas três ocasiões, cada motorista que levou seu carro para inspeção doou um litro de leite para ser encaminhado a entidades sociais.

Investir em divulgação publicitária conjunta foi a estratégia adotada pelos núcleos de Academias, Auto-Elétricas e Automecânicas. E, com a falta de mão-de-obra especializada, os empresários do grupo de Funilaria se uniram para viabilizar um curso para quem quer aprender o ofício, em parceria com o Sindirepa (Sindicato das Empresas de Reparação de Veículos) e o Senai.

Em 2007 o Programa Empreender



Bruna Moreschi



**O PROGRAMA EMPREENDER REÚNE 160 EMPRESÁRIOS QUE, NOS NÚCLEOS SETORIAIS, BUSCAM SOLUÇÕES PARA PROBLEMAS COMUNS E PROMOVEM AÇÕES CONJUNTAS, COMO A INSPEÇÃO VEICULAR**

der da ACIM completou sete anos e a comemoração foi marcada por atividades especiais, como uma palestra-show ministrada pelo consultor J. A. Lievore, especialista em Administração, Marketing e Finanças, além de uma gincana envolvendo os empresários que integram todos os núcleos setoriais.

O vice-presidente para Assuntos

de Micro e Pequenas empresas, Michel Felipe, ressalta que o Empreender é uma oportunidade para fortalecer os negócios. “Os empresários podem participar de cursos, ter contato com grandes fornecedores por meio das rodas de negócios e fortalecer o setor como um todo. Sem contar que é um estímulo ao espírito associativista”.

## ACIM MULHER

# O braço feminino da entidade

As 26 conselheiras do ACIM Mulher tiveram dois anos de intensa atividade. Além da organização de duas edições da Feira Ponta de Estoque e do concurso de decoração natalina, elas criaram o Fórum Permanente ACIM Mulher, que reúne, mensalmente, empresárias e executivas para debater temas de interesse comum. Neste período, foram realizadas 14 edições do fórum, que tiveram, em média, entre 100 e 150 participantes.

As duas edições do Prêmio ACIM Mulher destacaram personalidades de Maringá. Em 2007 a homenageada foi a diretora-administrativa e financeira do Casulo Feliz, Fátima Zubioli. A empresa trabalha com fiação artesanal de seda, e emprega moradores do Conjunto Santa Felicidade. A empresária também é coordenadora geral da ONG Amor Exigente, que atende famílias de dependentes químicos.

Neste ano a homenageada foi a pesquisadora Helena Menegueti Hizo, da Steviafarma Industrial, que produz medicamentos fitoterápicos e adoçantes naturais. Além de realizar diversas pesquisas científicas para o desenvolvimento de novos medicamentos, em parceria com instituições de ensino como UEM, Unicamp e UFPR, Helena também se dedica à catequese infantil.

O ACIM Mulher também realizou o I Encontro Regional das Mulheres Empresárias, Empreendedoras e Executivas, que contou com palestra da diretora da São Paulo Alpargatas, Ângela Hirata,



Bruna Moreschi



Bruna Moreschi



Bruna Moreschi

**O ACIM MULHER PROMOVEU EVENTOS IMPORTANTES, COMO O I ENCONTRO REGIONAL DAS MULHERES EMPRESÁRIAS E A ENTREGA DO PRÊMIO ACIM MULHER 2006 E 2007**

responsável pela transformação das sandálias havaianas em ícone da moda.

Segundo a presidente do ACIM Mulher, Helenice Ferri, “a força do conselho é proveniente de um

trabalho sério, baseado em projetos e pesquisas. Tudo é planejado e feito com muito cuidado e dedicação”. Ela acrescenta que “os projetos e realizações se ampliam a cada gestão”.

# Apoio a atividades culturais

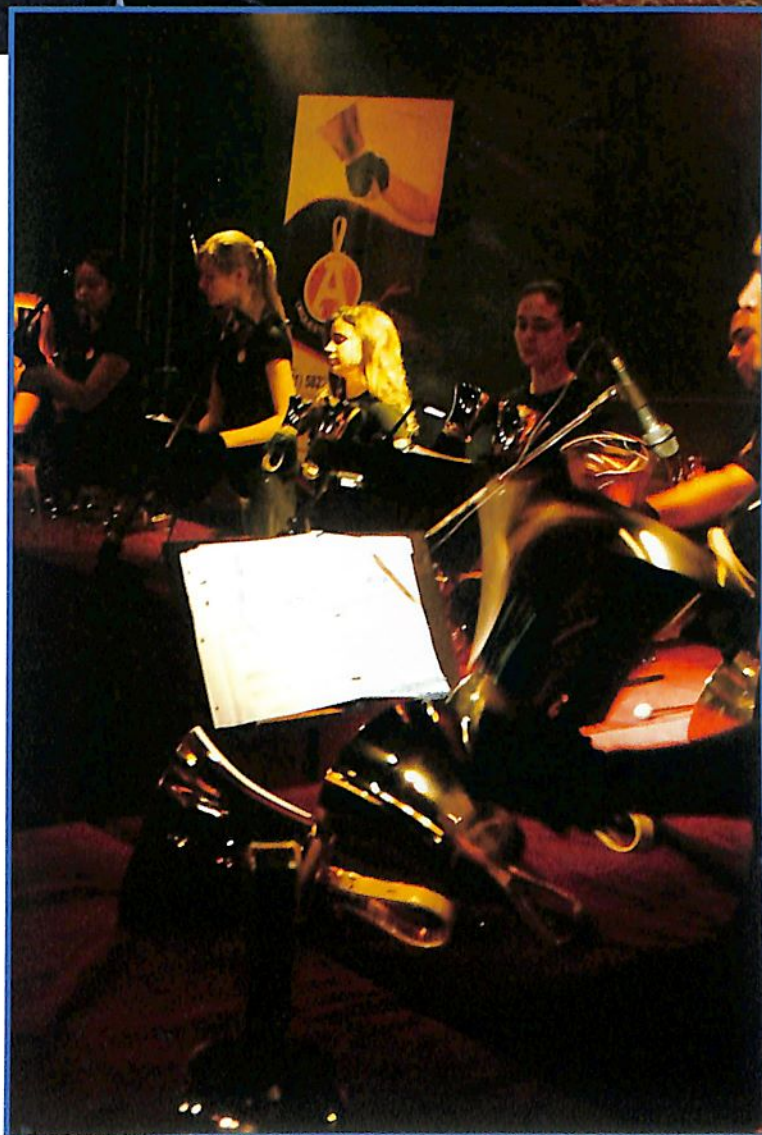
Vários eventos culturais foram realizados ou tiveram apoio da ACIM nesta gestão. A Orquestra de Sinos, do Centro Universitário Adventista de São Paulo, se apresentou na Praça da Catedral, em dezembro de 2006. O evento foi realizado em parceria com a Secretaria de Cultura e a Arquidiocese de Maringá.

Também durante as festividades natalinas, a associação, através do ACIM Mulher, realizou as edições 2006 e 2007 do concurso de decoração, com prêmios em quatro categorias: prédios comerciais, decoração de vitrines, edifícios residenciais e residências.

A ACIM mantém uma parceria bem-sucedida com o Sivamar na organização do projeto "Um shopping a céu aberto". Todos os anos são iluminadas árvores das principais ruas e avenidas comerciais da cidade. Em 2006, mais de 800 árvores receberam a iluminação especial e em 2007 foram cerca de 1,4 mil.

Na comemoração da Páscoa, a ACIM apoiou a encenação da Paixão de Cristo, realizada pela arquidiocese de Maringá e que reúne um público de milhares de pessoas. O Festival de Cinema de Maringá, evento que integra o calendário cultural oficial da cidade, também contou com o apoio da ACIM em 2006 e 2007.

Na área cultural, a entidade passou a disponibilizar a seus associados assessoria em projetos de patrocínio por meio de leis de incentivo fiscal. Para este fim, foi firmada parceria com a Perfil Consultoria, realizadora do Festival de Cinema de Maringá.



A ACIM APOIOU INICIATIVAS CULTURAIS, COMO A APRESENTAÇÃO DA ORQUESTRAS DE SINOS, A ENCENAÇÃO DA PAIXÃO DE CRISTO E O FESTIVAL DE CINEMA

## RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

## Entidade amiga da natureza

A responsabilidade ambiental mereceu atenção especial da ACIM nesta gestão. A coleta seletiva dentro da própria entidade foi uma das primeiras ações implantadas.

Visando diminuir o desperdício, os colaboradores participaram de palestras de conscientização ambiental e foram disponibilizadas lixeiras para descarte de materiais recicláveis (papel, plástico e latas) e não-recicláveis.

Os funcionários também foram incentivados a reduzir o uso de copos descartáveis. Mensalmente eram gastos 11 mil copos e este número foi reduzido para menos da metade: cinco mil. Medidas adotadas para redução do consumo de energia elétrica também alcançaram ótimos resultados, com a queda de 25% na conta mensal de luz. Outro resultado expressivo: 36% dos resíduos gerados passaram a ser reciclados.

Também foram desenvolvidas ações externas de responsabilidade ambiental. A ACIM doou 550 mudas de árvores para plantio no centro da cidade. A Associação Comercial também firmou parceria com empresas que produzem sacolas oxibiodegradáveis e incentivou supermercados a adotar este novo material, que se decompõe em 18 meses, enquanto o plástico convencional leva cem anos.

Outro projeto importante foi o "ACIM Recicla Comércio", cujo objetivo é a conscientização ambiental dos empresários para a redução, reutilização, reciclagem e destinação correta dos resíduos, além da sensibilização para a responsabilidade pós-consumo. Um projeto-piloto foi



Bruna Moreschi

**A ACIM TEM INCENTIVADO AÇÕES COMO A COLETA SELETIVA DENTRO DA ENTIDADE E A ADOÇÃO DE SACOLAS OXIBIODEGRADÁVEIS PELAS EMPRESAS**

desenvolvido com 20 empresas localizadas na avenida Brasil.

Com a implantação do projeto, que está sendo estendido para outras empresas, a coleta de resíduos e a entrega dos materiais recicláveis para trabalhadores de cooperativas passarão a ser feitas em dias e horários pré-estabelecidos. A empresa que cumprir todos os requisitos ganhará um certificado da ONG Eco Ingã.

A Prodeutec, empresa associada a ACIM e que trabalha com a produção de softwares, também aderiu à política de responsabilidade ambiental.

A empresa realizou um inventário sobre a emissão de carbono ocorrida durante o desenvolvimento de um programa de computador. Para neutralizar a emissão do gás produzido, a empresa doou, para a ONG Funverde, cem mudas de árvores, que foram plantadas em fundos de vale.

A ACIM também promoveu, junto com o Crea-PR, o seminário "Energia: oportunidades de negócio", quando foram debatidas as

novas oportunidades de mercado que se abrem com as fontes de energia alternativas.

Outra realização da entidade foi o seminário "ACIM Combatemos a dengue". Além de estimular as empresas e seus colaboradores a desenvolver ações de combate ao mosquito, em casa e no ambiente de trabalho, a ACIM divulgou notícias e mensagens de conscientização sobre a gravidade da dengue e deu destaque aos projetos adotados por empresas para combater o mosquito *Aedes aegypti*.

O vice-presidente para Assuntos de Meio Ambiente da ACIM, Sir Carvalho, acredita que a cada dia as empresas estão mais preocupadas com o meio ambiente. "A Associação Comercial tem cumprido seu papel na formação da consciência sócio-ambiental. Os consumidores estão identificando as corporações preocupadas com o meio ambiente e a responsabilidade social. Por isso, os negócios também estão sofrendo influência da postura que as empresa adotam nessas áreas".

Bruna Moreschi



# Formação de jovens empresários

O aperfeiçoamento profissional dos jovens empresários e a formação de novas lideranças são os maiores objetivos do Copejem. Nesta gestão, os conselheiros realizaram e trabalharam na organização de uma série de eventos, entre eles a Feira Festas & Noivas, Maringá Líquida, duas edições do Feirão do Imposto, além do Mega Feirão do Automóvel.

Para discutir a sucessão familiar nas empresas, o Copejem trouxe a Maringá um dos maiores especialistas no assunto: o consultor Renato Bernhoeft, autor de vários livros.

O tradicional Luau do Copejem ganhou uma novidade em sua última edição. Em 2007, foi criado o Prêmio Jovem Empreendedor, cujo primeiro homenageado foi o empresário Júlio Bertuci Neto, da construtora Bertuci & Garcia.



O I PRÊMIO JOVEM EMPREENDEDOR FOI ENTREGUE AO EMPRESÁRIO JULIO BERTUCI NETO. A ENTREGA DA PREMIAÇÃO PASSOU A FAZER PARTE DO LUAU DO COPEJEM

## CONSELHO DO COMÉRCIO

# Reuniões descentralizadas

O Conselho do Comércio e Serviços da ACIM também desenvolveu importantes ações na gestão 2006/2007. Nas dezenas de reuniões realizadas, foram discutidos temas vitais para o desenvolvimento da cidade, como o projeto de revitalização da avenida Brasil e segurança pública, e outros que dominam o panorama econômico nacional, como a tão esperada reforma tributária.

Foram realizadas também várias reuniões descentralizadas, em órgãos e empresas, como Aldo Componentes Eletrônicos, Shopping Mandacaru Boulevard e 4ª Companhia de Polícia Rodoviária de Maringá.



O CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS REALIZOU DIVERSAS REUNIÕES DESCENTRALIZADAS EM EMPRESAS E ÓRGÃOS PÚBLICOS

Nesta gestão, o conselho foi presidido pelo empresário Ariovaldo Costa Paulo, que foi presidente da

ACIM por duas gestões, do Conselho Superior e que atualmente preside o Observatório Social.

## PROE

# Canal entre estudantes e empresas

Criado para estreitar o relacionamento entre escolas e empresas, o Programa de Complementação Educacional (Proe) ampliou sua estrutura nesta gestão com a abertura de uma unidade externa no Centro Universitário de Maringá (Cesumar).

Outra novidade: os estudantes cadastrados no Proe passaram a ter descontos nos cursos oferecidos pelo Centro de Capacitação da ACIM, além de poderem participar gratuitamente de cursos de informática.

O volume de empresas conveniadas é um indicativo da importância do programa de estágio. Em dois anos o número de empresas conveniadas quase dobrou, passando de 752 para 1.425. O número de contratos de estágios cres-



Bruna Moreschi

**O NÚMERO DE EMPRESAS CONVENIADAS AO PROE DOBROU NOS ÚLTIMOS DOIS ANOS E O TOTAL DE CONTRATOS CRESCEU 58%**

ceu 58% no período. Num reconhecimento da importância do programa de estágio, a Prefeitura

de Maringá concedeu ao Instituto Proe o título de entidade de utilidade pública.

## COMUNICAÇÃO

# Canais abertos com associados e comunidade

A Revista ACIM passou, em 2007, a circular também em fevereiro, totalizando 11 edições anuais. O Jornal ACIM teve sua tiragem ampliada de 5 mil para 15 mil exemplares e passou a circular encartado no jornal O Diário do Norte do Paraná, na segunda semana de cada mês.

Ainda nesta gestão foi criado o "Notícias ACIM", informativo eletrônico com as principais informações de Maringá e todo o Brasil, sobre assuntos como legislação, economia e agronegócio. O informativo é enviado diariamente para sete mil leitores e já passou da 410ª Edição.



Bruna Moreschi

**OS INFORMATIVOS DA ENTIDADE TIVERAM TIRAGEM E CIRCULAÇÃO AMPLIADAS E UM NOVO CANAL FOI CRIADO, O "NOTÍCIAS ACIM"**

# União de forças e de idéias

Em maio de 2006, a sede da ACIM passou a abrigar também o Instituto Tomodati, ong que tem o apoio do Sebrae e da Acema. O objetivo é reintegrar o dekassegui na volta ao Brasil, por meio de ações que o auxiliem na sustentabilidade familiar e social e projetos de estímulo ao empreendedorismo.

A ONG fornece consultoria empresarial e contábil, aconselhamento psicológico, esclarecimentos jurídicos, entre outros tipos de orientação. O atendimento é gratuito.

O Tomodati realiza, ainda, encontros entre empresários para troca de experiências e cursos de gestão para micro e pequenas empresas. O presidente do Instituto é Cláudio Suzuki.

Também sediado na ACIM, o Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg), desenvolveu, nos últimos dois anos, importantes projetos sociais, que têm por objetivo prevenir a criminalidade.

Entre esses projetos estão a Oficina de Circo do Jardim São Silvestre, as oficinas de artes marciais desenvolvidas na Zona Cinco e no Conjunto Borba Gato e os pólos de karatê que funcionam no Jardim Alvorada e no Conjunto São Silvestre.

Ainda na área social, o órgão custeia parte da manutenção do Recanto da Fraternidade Plantando Vidas, voltado para o atendimento de dependentes químicos, e patrocina o "Visão da Liberdade", projeto executado na Penitenciária Estadual de Maringá, por meio do qual os detentos produzem materiais pedagógicos em braile para atender a rede pública de ensino.



**ALÉM DO CONSEG E DO INSTITUTO TOMODATI, ÓRGÃOS COMO O IDR E A CACINOR, QUE TÊM SEDE NA ACIM, DESENVOLVERAM INÚMEROS PROJETOS**

O Conseg também realizou, no final do ano passado, o planejamento estratégico para organização da estrutura de defesa social de Maringá nos próximos dez anos. O atual presidente do Conselho, Everaldo Belo Moreno, é vice-presidente da ACIM para Assuntos de Segurança.

### **SOCIEDADE DE GARANTIA**

Outro órgão que tem sua sede na ACIM, o Instituto para o Desenvolvimento Regional (IDR) executou diversos projetos, como o de tratamento e reutilização de resíduos em lavanderias industriais e a metodologia para a criação e implantação da Sociedade de Garantia de Crédito do Noroeste do Paraná. O objetivo é complementar as garantias exigidas das micro e pequenas empresas em operações financeiras.

O vice-presidente da ACIM para Assuntos de Desenvolvimento Regional, José Carlos Barbieri, foi o presidente do IDR na última gestão.

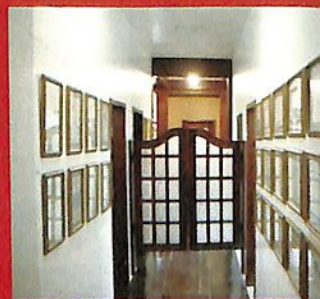
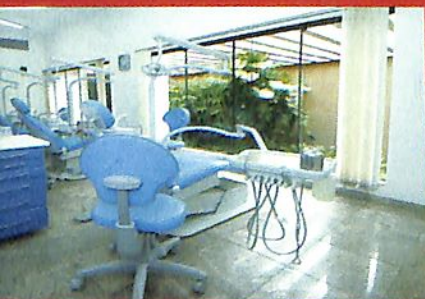
Outro órgão que teve atuação decisiva na difusão dos conceitos e nos estudos de viabilidade da Sociedade de Garantia de Crédito foi a Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Norte e Noroeste do Paraná (Cacinor).

Presidida pela segunda vice-presidente da ACIM, Anália Nasser, que também é presidente do Conselho Estadual da Mulher Empresária, a Cacinor congrega 27 entidades da região.

Além deste trabalho, a coordenadoria promoveu workshops e cursos sobre os mais variados temas de interesse do empresariado, além de fóruns para fomentar a criação de novos conselhos de mulheres empresárias no estado.

# LAURINDO FURQUIM

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



# PUCPR. Uma Universidade que nasceu para iluminar horizontes.

A PUCPR está chegando aos 50 anos com a missão de celebrar a vida e continuar a iluminar horizontes. Espalhar a luz do conhecimento com cinco Câmpus e uma infra-estrutura de ponta. Iluminar o caminho dos alunos com valores humanos e o caminho da sociedade com investimentos em pesquisas que vão melhorar a vida de todos. Trazer uma luz de esperança para a comunidade, com atendimento nas Clínicas e Escritórios-modelo da Universidade, além de projetos sociais que contemplam todo o Estado. Esse é o brilho de uma Universidade reconhecida por formar grandes líderes e cidadãos.

Uma Universidade de verdade.



PUCPR

50

1959 | 2009

# O uniforme como aliado

**PARA PASSAR UMA BOA IMAGEM DA EMPRESA, O UNIFORME PRECISA RECEBER ATENÇÃO ESPECIAL. PARA NÃO ERRAR, O MELHOR É INVESTIR EM PROFISSIONAIS QUALIFICADOS E OUVIR, TAMBÉM, A OPINIÃO DOS COLABORADORES**

**A**brir o guarda-roupa todos os dias e escolher a melhor produção para a rotina de trabalho pode ser uma delícia para algumas pessoas e um transtorno para outras. Seguindo esse raciocínio, alguns aprovam o uso do uniforme, enquanto para outros isso é um pesadelo.

Mas é preciso ter jogo de cintura quando a empresa adota o uniforme, tanto de um lado quanto do outro, porque, como tudo na vida, há vantagens e desvantagens. Vale uma regra simples: o uniforme é sempre bem-vindo em funções de atendimento direto ao público.

Mas é preciso acertar no modelo, pois um *look* mal escolhido pode, e com certeza vai, interferir diretamente na imagem de sua empresa. Por isso, invista certo, já que um dos grandes erros na hora de escolher o uniforme empresarial é não contratar um profissional capacitado para a criação e o desenvolvimento das peças.

Uniforme segue uma tendência, mas não é um produto de moda. Então, esqueça os palpites de quem se acha entendido no assunto. A não ser que essa pessoa entenda também de design, seja um especialista em tecidos e ainda tenha noções de ergonomia.

Um profissional qualificado precisa analisar o dia-a-dia da empresa, conversar com os funcionários, conhecer suas necessidades e, além disso, saber qual a imagem que a empresa quer passar, se mais conservadora ou moderna.



Bruna Moreschi

É um trabalho minucioso, que deve resultar em uma boa imagem corporativa no mercado. Para isso, são itens importantes a escolha do melhor tecido (que deve secar rápido e ser fácil de passar), da cor mais apropriada, assim como as combinações e uma modelagem que seja ergonômica – que se adapte às atividades realizadas com conforto, sem limitar movimentos. Assim, quanto menos laços, frufus e detalhes dispensáveis, melhor.

Uma das boas apostas é a malha de algodão que, quando bem cortada e confeccionada, pode substituir as fibras sintéticas, muito utilizadas, sem perder a pose. Com a vantagem de ser mais fresca e sempre atual.

Com uma roupa de qualidade, o colaborador que torce o nariz ao

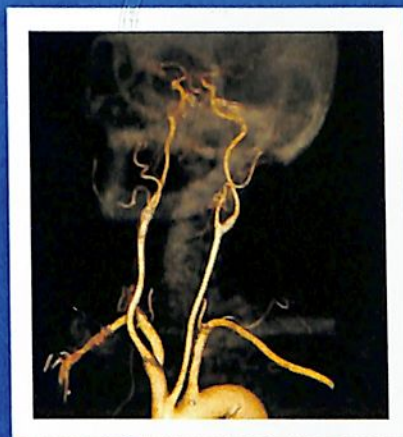
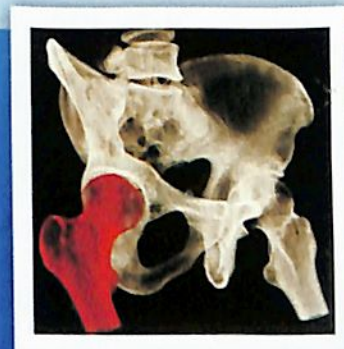
ouvir a palavra uniforme pode ser convencido com mais facilidade a vestir a camisa da empresa, literalmente.

Do outro lado, o cliente sente um clima de união e comprometimento ao chegar num ambiente e ver uma equipe visualmente em sintonia. É claro que cada colaborador pode dar seu toque pessoal, porém, sempre seguindo o estilo do uniforme escolhido.

Por último, não esqueça que é preciso ter variações e as roupas, quando não feitas sob medida, devem respeitar os diferentes biotipos. É preciso ter modelos masculinos e femininos, de tamanhos variados. E, é claro, sem esquecer da opção para gestantes.

**Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda**

# TOMOGRAFIA MULTI-SLICES 64: uma nova era na tecnologia de Tomografia Computadorizada.



- Primeiro Tomógrafo com 64 canais (Multi-detectores) do norte do Paraná.
- Aquisição de imagens em alta resolução, em frações de segundos. Menor tempo de exame com obtenção das imagens nas fases fisiológicas, aprimorando o estudo de lesões locais, especialmente hepáticas e pulmonares.
- Reconstruções tri-dimensionais em alta definição.
- Estudo cardio-vascular, com angiotomografia e estudo de coronárias.
- Endoscopia virtual: Bronco e Colonoscopia.

***Agora você não precisa mais procurar os grandes centros. Maringá já conta com a última tecnologia em tomografia computadorizada.***

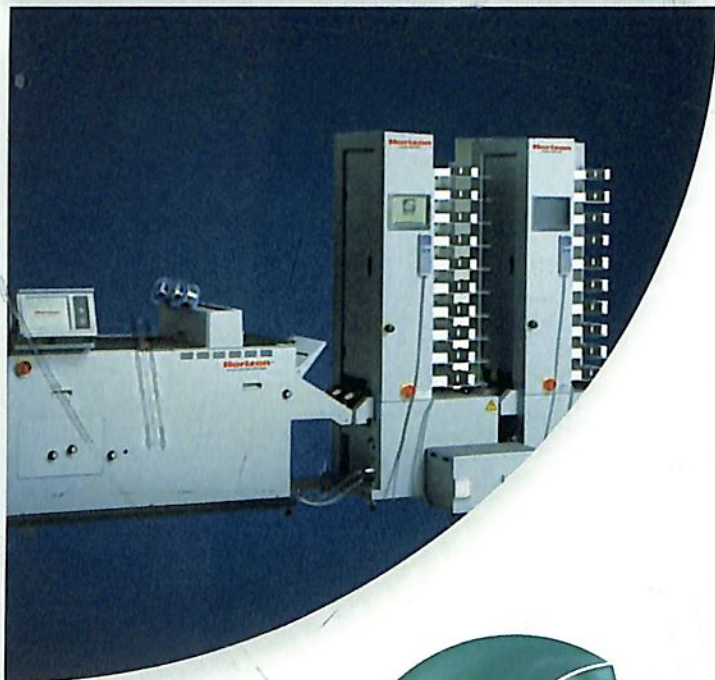
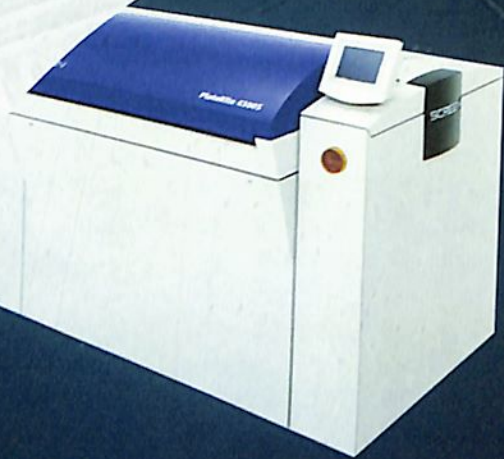


**Instituto Maringá  
de Imagem**

**Seus exames em ótimas mãos!**

Av. Curitiba, 195 (esq. Com Joaquim Nabuco)  
Fone: (44) 3225-0500  
Maringá - PR

Já estamos preparados,  
equipados para  
atendê-lo.



## 4 novas maneiras de atender você ainda melhor!

- Novo CTP Screen  
Gravação direta de chapas, sem necessidade de fotolito  
Formato 660 x 830mm
- Nova RYOBİ 524 HE  
Formato 370 x 520 mm  
4 cores - 10.000 folhas/hora.
- Nova RYOBİ 784 E  
Formato 788 x 600 mm  
4 cores - 15.000 folhas/hora.
- Nova SPF 200A  
Produtora de Livretos de Nova Geração  
4.500 livretos/hora.



**CAIUÁS**<sup>®</sup>  
GRÁFICA E EDITORA

www.graficacaiuas.com.br  
vendas@graficacaiuas.com.br  
Av. Gastão Vidigal, 2742 - Maringá - Paraná  
Fones (44) 3028 6323 | 3255 3222

# O significado da palavra cooperar poderia ser prosperar. Ou Cocamar

Conjugando o verbo cooperar,  
descobrimos ser possível  
vencer desafios até mesmo  
além de nossas expectativas,  
a romper fronteiras, a  
conquistar e a prosperar.

Feita de muitos sonhos  
que se concretizaram,  
nossa história é um  
exemplo da  
capacidade de  
realização  
cooperativista.



**45**  
ANOS 1963  
2008  
**cocamar**

A força da união de sua gente.

## CURSOS

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

### OS 5 SENSOS DA QUALIDADE

Instrutora: Márcia Dias Conon

Data: 22 a 25 de abril

Horário: 19 às 23 horas

### NEGOCIAÇÃO, ESTRATÉGIAS E TÁTICAS

Instrutora: Elizabete Willemann

Data: 22 e 23 de abril de

Horário: 19 às 23 horas

### COMO RESOLVER CONFLITOS COM SUA EQUIPE DE TRABALHO

Instrutora: Patrícia Carla de Souza

Data: 28 a 30 de abril

Horário: 19 às 23 horas

### COMUNICAÇÃO ASSERTIVA NAS ORGANIZAÇÕES

Instrutora: Mara Michela S.Gomes

Data: 28 a 30 de abril

Horário: 19 às 22 horas

### DIA DAS MÃES - VENDA MAIS UTILIZANDO SUA VITRINE

Instrutor: Luciano Sabino

Data: 29 e 30 de abril

Horário: 13 às 19 horas



Bruna Moreschi

No dia 26 de março, a Associação Comercial realizou, em parceria com a Prefeitura, o seminário "ACIM combatemos a dengue".

O objetivo do evento, realizado no Cine Teatro Plaza, foi unir empresários e colaboradores das empresas associadas no combate à doença e alertar a comunidade sobre a gravidade da dengue, conscientizando as pessoas que cada um precisa assumir sua responsabilidade no combate ao mosquito *Aedes aegypti*.

O seminário foi aberto pelo presidente da ACIM, Carlos Tavares Cardoso e pelo prefeito Silvio Barros. O secretário municipal de Saúde, Antonio Carlos Nardi, apresentou os números da dengue em Maringá e as metas da Secretaria de Saúde para 2008.

A ACIM é uma das 14 entidades que integram o Comitê Municipal de Combate à Dengue, formado em outubro de 2007 para multiplicar informações e participar de ações para a prevenção e combate da doença.

A entidade abriu um espaço em seu portal para divulgar as empresas que aderirem a esta campanha de combate à dengue na cidade, bem como seus projetos para prevenir a doença (<http://www.acim.com.br/dengue>). Para divulgação no portal, a descrição das atividades deve ser enviada para o endereço eletrônico [eventos@acim.com.br](mailto:eventos@acim.com.br)

## RECURSOS DO PROGER

Um convênio inédito no Noroeste do Paraná foi assinado no dia 6 de março, na ACIM, entre a Caixa Econômica Federal e a Incubadora Tecnológica de Maringá, que vai facilitar o acesso de micro e pequenas empresas aos recursos do Proger (Programa de Geração de Emprego e Renda).

O Proger é uma linha de crédito, cujos recursos são oriundos do FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador) e que financia micro e pequenos empresários interessados em investir no crescimento de suas empresas, proporcionando geração de mais emprego e renda.

Esta linha de crédito tem condições diferenciadas,

como o prazo de pagamento – que é de até 48 meses, com carência de seis meses – e juros mais baixos – as taxas são inferiores a 1% ao mês.

A Incubadora Tecnológica facilitará o acesso ao Proger por meio da elaboração do projeto que deve ser apresentado pelos empresários à Caixa Econômica para obtenção do financiamento. O serviço pode ser utilizado por empresários de toda a região cujas empresas tenham faturamento anual de até R\$ 5 milhões.

Informações sobre o convênio podem ser obtidas na Incubadora Tecnológica de Maringá, pelo telefone 3263-8001, ou na Caixa Econômica Federal, pelo telefone 3344-4600.

## MINISTRO FALA DE REFORMA TRIBUTÁRIA

O ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, esteve em Maringá no dia 28 de março para uma palestra técnica sobre a proposta de reforma tributária do governo federal. O evento, que aconteceu no plenário da Câmara Municipal e contou com a participação de representantes de classe, sindicalistas e prefeitos da região, teve apoio da ACIM.

Segundo o ministro, o crescimento econômico, a baixa vulnerabilidade externa e estabilidade monetária geram boas condições para a aprovação da reforma tributária no país antes do segundo semestre. “O governo não espera aprovar com facilidade, mas estamos trabalhando para que aconteça até julho”, afirmou.

O projeto propõe a unificação de cinco tributos federais (criação do IVA-F) e a substituição de 27 legislações estaduais por um único imposto federal (Novo ICMS), reduzindo a burocracia.

Além do aperfeiçoamento da legislação, Paulo Bernardo afirmou que a proposta vai promover desoneração da



Bruna Moreschi

folha salarial, com a redução da contribuição patronal sobre folha ao ritmo de 1 ponto percentual ao ano, de 2010 a 2015, passando de 20% para 14%; e a extinção da contribuição para o Salário Educação.

## CONCURSO DE MONOGRAFIAS

Cidadania Fiscal é o tema do concurso de monografias lançado no dia 25 de março pelo Observatório Social de Maringá e a SER (Sociedade Eticamente Responsável), com apoio da ACIM. O evento de lançamento contou com a presença de autoridades municipais, representantes e alunos de instituições de ensino superior, além de voluntários da SER e do Observatório Social.

O objetivo do concurso é estimular estudos voltados à cidadania fiscal e contribuir para a formação do aluno/cidadão. Os autores dos três melhores trabalhos, assim como o orientador e o departamento a que o acadêmico pertence, serão premiados com um notebook.

São parceiros da iniciativa as seguintes instituições de ensino superior: UEM, Cesumar, Unifama, Unissa, Faculdades Nobel/Puc e Faculdade Cidade Verde.

Durante o evento foi assinado um termo de cooperação entre os promotores do concurso e representantes de órgãos públicos, que se comprometeram em facilitar o acesso dos estudantes a informações que possam subsidiar a composição das monografias.

O prazo de inscrições vai até 30 de maio. As cópias das monografias deverão ser entregues até 5 de dezembro. O regulamento e a ficha de inscrição estão disponíveis no site [www.cidadaniafiscal.org.br](http://www.cidadaniafiscal.org.br)

## ASSOCIAÇÃO PARANAENSE DE LOGÍSTICA

Durante um café-da-manhã na ACIM, no mês passado, foi apresentado o projeto de criação de uma extensão da Aspal (Associação Paranaense de Logística) na cidade. A ideia é integrar as regiões de Londrina e Maringá em torno da entidade para otimizar a estrutura e os serviços de logística.

O presidente da Aspal, José Fernando Martins, que atua no setor de logística da Companhia Cacique de Café Solúvel, de Londrina, fez uma apresentação da entidade e de sua importância como ponto de integração das empresas e profissionais que atuam no setor.

Ele reforçou a importância da união de Maringá e Londrina para a obtenção de recursos e de outros benefícios para a melhoria da logística na região.

Durante o evento foi apresentada também a Expopar-Log 2008 – Exposição Paranaense de Logística – que será realizada em Londrina de 28 a 30 de maio, no Parque de Exposições Ney Braga. Mais informações sobre a Associação Paranaense de Logística podem ser obtidas no site da entidade: [www.aspal.org.br](http://www.aspal.org.br)

Bruna Moreschi



www.acim.com.br



Bruna Moreschi

## O CRESCIMENTO DA VIOLÊNCIA: REVERSÃO POSSÍVEL

**“A DESIGUALDADE, A MISÉRIA, A FOME, A NEGLIGÊNCIA, A CORRUPÇÃO, O DESEMPREGO, A FALTA DE MORADIA, OS BAIXOS SALÁRIOS COMPÕEM O CENÁRIO DAS CONTRADIÇÕES SOCIAIS QUE TÊM NA VIOLÊNCIA SUA PRINCIPAL MANIFESTAÇÃO”**

O Brasil sofreu um intenso processo de urbanização em muito pouco tempo. Nesse período, um significativo contingente de pessoas saiu do campo e dirigiu-se para as áreas metropolitanas, que hoje concentram mais de 70 milhões de habitantes e acumulam conflitos sociais de toda espécie.

A desigualdade, a miséria, a fome, a negligência, a corrupção, o desemprego, a falta de moradia, os baixos salários compõem o cenário das contradições sociais que têm na violência sua principal manifestação.

Estudos mostram que, no Brasil, há 27 homicídios por cem mil habitantes (2003), índice assustadoramente acima dos 5,4 do Chile (2001); dos 5,8 da Costa Rica (2002); dos 10,1 do México (2001); dos 1,8 de Portugal e da Espanha (2001).

Com base neste indicador, poder-se-ia dizer que nossa cidade vive uma situação bastante confortável pois, como demonstrou um trabalho do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) em 2003, Maringá foi o município brasileiro, dentre os que possuem mais de 100 mil habitantes, com a menor taxa de homicídios, 7,6 (23 casos).

Não obstante, na mancha urbana maringaense, configurando uma única realidade social, encontramos em Sarandi a taxa de 23 mortes por 100 mil habitantes (18 casos) e, em Paçandu, a taxa de 6 (2 casos). Não se pode, por isso, inferir que Maringá é a cidade menos violenta do Brasil, pois são múltiplas as esferas onde a violência é exercida. Ela é física, psicológica, sexual, política, cultural, infantil, escolar, verbal.

Enfim, é um conjunto variado de ocorrências, incluindo a violência no trânsito urbano que, em Maringá, matou 61 pessoas em 2003, o mesmo ano em que 23 morreram assassinadas.

Vários estudos vêm mostrando que a nova face da violência está associada às ações das quadrilhas de tráfico de drogas e, nesse contexto, os homicídios acontecem porque, geralmente, a droga é repassada em forma de “consignação” e o não-pagamento é interpretado como logro, punido com morte.

São impostas “leis” às comunidades, principalmente a do silêncio, para afastar a polícia e proteger os pontos de venda. Os moradores acatam por medo das punições e os locais da pobreza passam a enfrentar, desta forma, um novo problema, pois o crime lhes oferece um tipo de serviço que não podem recusar, mesmo se quiserem: as funções de justiça e segurança que deveriam ser realizadas pelo Estado.

Quando se reflete sobre o crescente processo de violência em Maringá e região, é preciso destacar que os índices que se apresentam ainda são controláveis e reversíveis. Mas, não por muito tempo.

Iniciativas relativamente simples, quase óbvias, são grandes coadjuvantes na luta pela diminuição da violência. São os mais poderosos estimulantes para a diminuição da violência urbana: o investimento em serviços públicos básicos de educação, moradia, saneamento, saúde e segurança.

Investimentos públicos para solucionar os conflitos resultantes das contradições sociais. Simples assim!

ANA LÚCIA RODRIGUES É PROFESSORA DO DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DA UEM E COORDENADORA DO OBSERVATÓRIO DAS METRÓPOLES - NÚCLEO REGIÃO METROPOLITANA DE MARINGÁ

# ACIM

A REVISTA DE  
NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO XLV Nº 475 ABRIL/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 Júnior, Altair Aparecido Galvão,  
Marlene Royer, Miriam de Moraes Parmezani,  
Regina Daefiol, Giovana Campanha, Wesley  
Dejuli.

JORNALISTA RESPONSÁVEL  
Regina Daefiol MTB 2538/10/89 Pr

COLABORADORES  
Ana Flávia Cól, Carina Veltrini, Giovana  
Campanha, Juliana Daibert e Rogério Fischer.

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA  
Andréa Tragueta  
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO  
Regina Daefiol  
Marlene Royer

CAPA  
Lettera Propaganda

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

FOTOS  
Bruna Moreschi  
Rafael Moreschi  
Henri Jr.

FOTOLITOS E IMPRESSÃO  
Gráfica Caiuás

CONTATO COMERCIAL  
Altair Aparecido Galvão - 44-9972-8779

ESCREVA-NOS  
Rua Basílio Saultchuk, 388  
Caixa Postal 1033 Maringá - Paraná  
CEP 87013-190  
e-mail: revista@acim.com.br

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

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

FAZER SEU EVENTO  
EM UM BOM LUGAR  
NÃO CUSTA NADA.

FECHANDO O BUFFET COM A GENTE,  
VOCÊ NÃO PAGA PELO SALÃO.



De festas a convenções,  
este é o lugar.

*Moinho  
Vermelho*  
Buffet

Faz valer seu evento.

(44) 3262 5000



**TONI**  
SEU PATRIMÔNIO EM BOAS MÃOS

Seu patrimônio  
em boas mãos...

...mãos de quem montou  
seu sonho no passado mantendo  
a mesma visão do futuro.

[www.grupotoni.com.br](http://www.grupotoni.com.br)

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

Filial:  
Avenida Leste Oeste, 4665  
Jardim Shangri-lá, Londrina  
43 3344-6151

Filial:  
Rua Senador Batista de Oliveira, 19  
Jardim das Américas, Curitiba  
41 3365-1934