

**Caderno
Especial
MODA**

Revista

ACIM

R\$ 5,00
Julho/2009
Nº 489
Ano 46



A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

GASTRONOMIA, opção para todos os paladares

Novos empreendimentos do setor abrem
o apetite da economia em Maringá



CARDÁPIO

*Fast-food
Pratos Brasileiros
Pratos Portugueses
Pratos Mediterrâneos
Pratos Mexicanos
Pratos Italianos
Pratos Orientais
Pratos Arabes
Churrascarias
Choperias
Confrarias
Bares...*

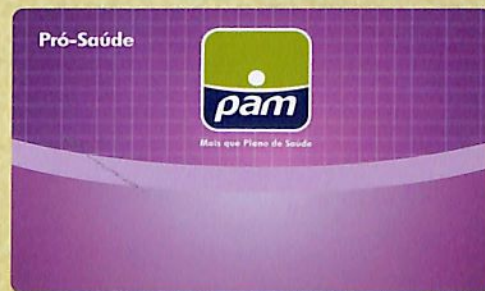
E mais: franquias e disciplina podem garantir maiores chances de sucesso

Economize no seu dia-a-dia e tenha um Plano de Saúde o mês inteiro



a partir de
R\$ 1,25
por dia

=



valor mensal R\$37,50 com carência reduzida*

ANS - nº 31526-5

www.drppam.com.br
(44) 3218 1515



Mais que Plano de Saúde

* Valor mensal válido para a faixa etária de 00-18 anos para empresas com adesão a partir de 03 beneficiários no produto Pró Saúde sem obstetrícia. Sem carência: consulta IMI, sessão com nutricionista; exames laboratoriais: hemograma, glicose, parasitológico, colesterol, uréia, creatinina, triglicérides, VHS, bacterioscopia, ácido úrico, raio-x não contrastados, mamografia, eletrocardiograma no IMI. Carência de 15 dias para consultas na rede credenciada.



Índice

REVISTA ACIM ANO 46 Nº 489

REPORTAGEM DE CAPA 12

Sobram exemplos da abertura de negócios na área gastronômica na cidade: são novos investidores e gente que já atua há vários anos no setor, num total de 450 bares e restaurantes; veja exemplos de quem está apostando neste mercado

NEGÓCIOS**32**

Quanto menor o risco, maior a chance de um negócio ser bem sucedido, daí a opção dos empreendedores pela abertura de franquias; no ano passado este modelo faturou quase 20% a mais do que 2007 no país

INVESTIMENTOS**36**

O aumento no número de financiamentos não trouxe prejuízos para o sistema de consórcio, pelo contrário, as empresas foram favorecidas pelo atual momento econômico brasileiro e em Maringá têm metas de crescer neste ano

CADERNO ESPECIAL 43

O tema desta edição é a indústria têxtil local, setor que movimenta R\$ 130 milhões por mês na região e gera 25 mil empregos diretos; conheça exemplos de empresas de sucesso, de quem almeja prosperar e como se dá o desenvolvimento de uma peça

Homenagem aos “construtores” da ACIM

O dia 8 de junho de 2009 será mais um dos que ficará para a história da ACIM. Foi nesta data que homenageamos os empresários que ajudaram a construir e a consolidar a

Associação Comercial e Empresarial de Maringá, hoje uma das entidades mais dinâmicas do gênero no país.

No mês passado, inauguramos a Galeria dos Presidentes, que desde 1953 vêm conduzindo a entidade. Alguns já faleceram, outros ainda nos dão o privilégio da convivência, como Emilio Germani, que participou da assembleia de fundação, 56 anos atrás.

A galeria foi estrategicamente instalada no hall da sede da entidade, para que seja vista pelos associados e visitantes assim que eles entram na ACIM. Também optamos pela precisão histórica, por isso, reproduzimos as fotos da época em que os empresários foram presidentes. Para não cometermos injustiças, ganharam espaço na galeria os vice-presidentes que assumiram a direção da entidade interinamente, devido à licença ou renúncia dos titulares.

E para garantir melhor atendimento aos associados, inauguramos as novas instalações do centro de capacitação, com espaços modernos e aconchegantes. Nada mais justo do que estes novos espaços levarem os nomes de pessoas imprescindíveis para nossa história.

A sala do Conselho Superior tem o nome de Ermelindo Bolfer, o recordista na presidência da ACIM: fo-

ram três gestões. Manoel de Araújo Pismel, que presidiu a entidade duas vezes, sendo uma delas no regime militar, emprestou seu nome ao novo espaço do Centro de Capacitação, que abrange salas de aula, auditório, entre outros.

Emilio Germani foi homenageado com a praça instalada no centro de capacitação, um espaço para conversas informais. Já as salas de treinamento levam os nomes de empresários que, infelizmente, faleceram, mas que deixaram seu legado. São eles: Herbert Mayer, Valdecir de Brito e Antonio Fermentão.

O auditório do piso térreo leva o nome de Amorim Pedrosa Moleirinho, que teve participação ativa em várias entidades de classe. Temos outros tantos nomes de pessoas importantes de nossa história para homenagear. Graças a estas pessoas, a ACIM é uma entidade forte, de vanguarda e que sempre lutou pelos interesses empresariais e pelo desenvolvimento local.

E com o objetivo de preservar nossa história, queremos restaurar e digitalizar documentos antigos, como atas e revistas, devidamente arquivados no Centro de Documentação Luís Carlos Masson. Para isso, submetemos ao Ministério da Cultura um projeto para recuperarmos o acervo histórico, digitalizarmos os documentos e disponibilizarmos para consulta externa. Será mais um passo para mantermos “viva” a nossa história.

Adilson Emir Santos é presidente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM)

Empresário



Rafael Silva

PROPRIETÁRIO DAS EMPRESAS ANTENAS AQUÁRIO, PERFILEVE E SUCALEVE, JOSÉ SENDESKI NETO FOI ELEITO EMPRESÁRIO DO ANO 2009, O SEGUNDO INDUSTRIAL CONSECUTIVO A SER HOMENAGEADO. NO TOTAL, AS EMPRESAS DELE EMPREGAM 500 PESSOAS. ATUALMENTE, SENDESKI TEM ACOMPANHADO ROTINEIRAMENTE OS NEGÓCIOS DA PERFILEVE E PARTICIPA APENAS DAS DECISÕES MAIS IMPORTANTES DA AQUÁRIO, HOJE ADMINISTRADA PELA ESPOSA E FILHOS. EM ENTREVISTA PARA A REVISTA ACIM, ELE FALA SOBRE O INÍCIO DO NEGÓCIO, SUCESSÃO EMPRESARIAL E PLANOS PARA O FUTURO.

COMO SURTIU A ANTENAS AQUÁRIO?

Foi há 33 anos. Me casei aos 20 anos e naquela época trabalhava com meu pai numa serralheria. Casado, fui morar no quintal do meu sogro e pouco tempo depois ele adquiriu um rádio de comunicação PX. Quando compramos o rádio, tivemos dificuldade de adquirir antenas, já que a maioria era importada e só havia uma pequena fábrica em São Paulo. Nós começamos a pesquisar sobre o assunto e com a facilidade que tinha na serralheria, começamos a fabricar uma antena doméstica. Emprestei do meu pai uma máquina de cortar alumínio, uma furadeira e as instalamos na garagem de casa. No começo eu, meu sogro e mais uns entendidos de rádio amador nos reuníamos nos fins de semana. Fazíamos algumas antenas, testávamos, vinha um ou outro e dava um palpite. Até que um dia meu sogro disse que já estava aposentado e se eu quisesse continuar, seria sozinho. Um ano depois deste início não era possível dedicar apenas os fins de semana, foi quando contratei um ajudante.

NO COMEÇO ERAM PRODUZIDAS ANTENAS APENAS PARA OS AMIGOS...

Sim, mas depois veio um pessoal de Londrina interessado e nessas alturas a minha esposa, Agma, estava ajudando. Ela saiu da serralheria do meu pai e atendia as pessoas em casa, na cozinha. O pessoal passava,

“ **Jamais pensei que estaria onde estou hoje e o que eu espero amanhã não sei. A tecnologia tem se desenvolvido muito rapidamente e fazemos produtos na Aquário que há cinco anos nem sabíamos se iriam existir** ”

comprava uma antena e ia embora. Um comentava com outro e assim fomos crescendo. A garagem passou a não ser mais suficiente. Aumentei a estrutura e nessa altura já estava com cinco funcionários, foi quando sai da serralheria do meu pai, porque não dava conta. Gosto de lembrar que um dos grandes clientes, que me ajudou muito na época, foi o Hermes Macedo, que comprou antenas e me deu força econômica. Depois, fui para o Japão com uma comitiva do então prefeito Ricardo Barros e trouxe um monte de novidades, como suportes diferentes. Em pouco tempo, a sede localizada na avenida Mauá ficou pequena e viemos para o Contorno Sul, onde estamos até hoje. Atualmente, fabricamos antenas para TV digital, celular, internet sem fio, entre outros.

A PERFILEVE FOI CRIADA PARA ATENDER A ANTENAS AQUÁRIO?

Inauguramos a primeira extrusora para fabricar tubos de alumínio (matéria-prima para as antenas) na Aquário em 1986, mas a Perfileve só surgiu em 2000, quando resolvemos entrar na área de fabricação de perfis. Ela atendia a Aquário e começou a comercializar perfis para outros clientes. Neste ano inauguramos uma nova máquina e estamos aumentando a fundição. Hoje, a Aquário não representa nem 10% do faturamento da Perfileve. Já a Sucalve é voltada para a comercialização de sucata de alumínio, mas este mercado está meio parado.

QUE TIPO DE BENEFÍCIOS AS EMPRESAS OFERECEM AOS FUNCIONÁRIOS?

A Aquário tem funcionários antigos, muito dedicados. E o que oferecemos de benefícios? Além de pagar um salário maior do que a média de mercado, temos um refeitório, que oferece até café da manhã. Nós percebíamos que muitos funcionários viam trabalhar sem ter comido nada e passamos a oferecer o café. Anos atrás minha esposa teve a ideia de oferecer estudo para o pessoal. Disponibilizamos uma sala e foram elaboradas aulas para todos que não tinham tido a oportunidade de concluírem os ensinos fundamental e médio. Dez anos atrás, quando começamos o projeto, 100% dos funcionários da Aquário tinham, no mínimo, o ensino fundamental. A partir daí praticamente só se contratou pessoas que tivessem concluído o ensino médio. Também ajudamos os funcionários a cursar faculdade. Teve época que tinham 12, 15 pessoas fazendo curso superior e a Aquário ajudou bastante, oferecendo inclusive curso integral para alguns. Outro diferencial é que todas as crianças, filhos de funcionários, recebem o material escolar da empresa, com pasta, caneta, lápis, entre outros. Também contribuimos com creches. Já a Perfileve ganhou o título de Empresa Amiga da Criança.

QUAIS AÇÕES FORAM IMPLEMENTADAS NAS EMPRESAS EM RELAÇÃO À PRESERVAÇÃO AMBIENTAL?

Na Aquário tudo é feito dentro das normas, desde a central de gás aos produtos químicos. Existe uma estação de tratamento de todos os resíduos. Na Perfileve, é um pouco mais complicado, já que usamos muita água no sistema de fabricação e ela é tratada numa piscina própria. Os resíduos e impurezas do alumínio que seriam jogados na atmosfera são automaticamente embalados e enviados para aterros sanitários. A soda cáustica também é separada e mandada para aterros autorizados. Não soltamos nada na atmosfera.

A QUAIS FATORES O SENHOR CREDITA O SUCESSO DOS NEGÓCIOS?

São vários fatores. O primeiro é que sempre tive um espírito inventivo, também sou insistente, perseverante e por trás disso há muito, muito trabalho. Também sempre contei com a ajuda da minha esposa, Agma. Eu ia abrindo o caminho e ela dava respaldo. Acho imprescindível uma base familiar e tenho que agradecer a Deus e a minha família que contribuíram bastante e estão contribuindo até agora com muito trabalho.

COMO ESTÁ SENDO O PROCESSO DE SUCESSÃO FAMILIAR?

A sucessão está acontecendo naturalmente e não sei quando terminará. Cada um dos meus três filhos assumiu uma função, na área industrial ou na comercial.

NÃO FOI PRECISO CONTRATAR UMA CONSULTORIA ESPECIALIZADA EM

SUCESSÃO?

Não é que não precisamos. Digamos que não utilizamos até agora, mas diria que para efetivar realmente uma sucessão (eu e minha esposa participamos de palestras sobre o assunto), precisaremos de apoio profissional, porque a visão que a gente tem é muito familiar. Diria que está indo muito bem, mas acho que precisamos melhorar um pouco.

A CRISE ECONÔMICA ATUAL AFETOU OS NEGÓCIOS?

São duas situações diferentes. A Aquário é uma empresa de 33 anos, mais sólida, que já tem um mercado definido, o caixa equilibrado e não tem dívidas. Se ela está sofrendo com esta crise? Está, mas é bem menos, até porque o mercado estava muito aquecido e voltou para um patamar mais próximo do real. A situação é um pouco diferente da Perfileve, que está em crescimento, não que a Aquário não esteja, ela está, mas tem uma estrutura muito maior. A Perfileve, por ter um mercado diferente, ligado à construção civil, sentiu mais os efeitos da crise, mas nada que pudesse ser dramático. A primeira medida que tomamos foi tirar o "pé do acelerador" e paramos de investir. Apesar de sempre querer ser ousado, não posso ser imprudente neste momento (de crise) e continuar investindo. O momento é de cautela. A situação não está do jeito que gostaria, mas também não está ruim. Não estamos sentados simplesmente vendo a crise passar. Existe uma dinâmica que dispara várias alternativas para amenizar

Rafael Silva



“Hoje nós não estamos limitando o crescimento das empresas, por outro lado, não estamos vislumbrando abraçar o mundo sozinhos. É neste momento que entra a transição para os meus filhos”

os efeitos da crise.

QUE DICAS O SENHOR DÁ PARA NOVOS EMPREENDEDORES?

Não sou o dono de toda a verdade, também erro, mas graças a Deus tenho acertado mais do que errado. Esta não é a primeira crise que a gente passa e sem-

pre lembro da frase “não fale em crise, trabalhe”, e é o que a gente sempre fez. Na crise, trabalhe e vá em frente.

QUAIS SÃO OS PLANOS PARA O FUTURO?

Jamais pensei que estaria onde estou hoje e o que eu espero amanhã não sei. A tecnologia tem se desenvolvido muito rapidamente e fazemos produtos na Aquário que há cinco anos nem sabíamos se iriam existir, diferente da Perfileve, que trabalha com o alumínio, e por mais que se faça, o produto básico é o mesmo. Hoje nós não estamos limitando o crescimento das empresas, por outro lado não estamos vislumbrando abraçar o mundo sozinhos. É neste momento que entra a transição para os meus filhos. As empresas dependerão deles também, não que eu esteja me aposentando agora, é que eu não posso vislumbrar projetos que eles não vão concordar. Então, agora começa uma negociação: até onde vocês querem ir? E estou com eles. Sempre fui deslumbrado e a Agma me segurou um pouco, dizendo que era muito exagerado. Ela me fala: “vamos fazer, mas juízo”. Por mim, eu teria mais umas três fábricas, ligadas ao alumínio.

COMO O SENHOR SE SENTE POR TER SIDO ESCOLHIDO EMPRESÁRIO DO ANO?

Fiquei surpreso com a eleição. Existem tantas pessoas competentes na cidade, não esperava receber o título. Mas estou feliz em saber que o trabalho que venho realizando está sendo observado e foi reconhecido. ■



Resolução de Casos Complexos

REABILITAÇÃO SEM ENXERTO ÓSSEO

EXCLUSIVOS

Implante Zigomático
Na maioria dos casos, a prótese é instalada em 72 horas.

Implantes sem corte nem pontos em apenas 2 horas.
Técnica com cirurgia planejada por computador que permite a perfuração sem a necessidade de abrir ou dar pontos na gengiva; possibilitando que o paciente volte às suas atividades em menor tempo, devolvendo assim sua autoestima.

TRATAMENTOS

- Cirurgia computadorizada
- Cirurgia ortognática
- Implantes dentários
- Implantes zigomáticos
- Implantes ALL ON 4
- Prótese
- Cirurgia do ronco e apnéia do sono
- Cirurgia dos dentes do siso
- Dores faciais
- Clareamento dental a laser
- Laserterapia
- Tratamento cirúrgico e clínico da ATM
- Tratamento sob anestesia local ou geral
- Analgesia inalatória
- Cirurgia do contorno facial
- Estética

NÃO SE OMITA!
Você precisa de implantes.



CIRURGIA BUÇO MAXILO FACIAL
Muito além de um sorriso.
Av. Euclides da Cunha, 1370 - Maringá - PR

Profissionais

- Dr.ª Vanessa Aquotti Ilha
CRO 11964
- Dr. João Baptista Ilha Filho
CRO 14819

AGENDE SUA CONSULTA!
44 3026-8226



BALBINOTTI HOMENAGEADO PELOS CORREIOS

Já estão em circulação no país os selos postais tendo como personagem ilustrativo o deputado federal Odilio Balbinotti (PMDB-PR), uma homenagem da Empresa de Correios e Telégrafos (ECT). A cerimônia de entrega do selo aconteceu no início de junho e contou com a presença de representantes do ECT: diretor regional do Paraná, Itamar Ribeiro, diretor de Marketing, Rubens Dannemann, e o gerente regional de Maringá, Carlos Roberto Mariani.

Segundo Ribeiro, o parlamentar foi homenageado em razão do trabalho realizado por ele no interior do Paraná. "Balbinotti é um pessoa que vêm honrando o seu mandato, uma pessoa comprometida com o seu estado e com seu país", afirmou Ribeiro.

PARQUE DO JAPÃO

Tomou posse no dia 22 de junho a diretoria do Parque do Japão, tendo a frente o empresário e conselheiro da ACIM, Claudio Haruo Mukai. Trata-se de uma associação que tem como objetivo viabilizar recursos para a construção do complexo turístico e esportivo do Parque do Japão, em Maringá, localizado entre o Parque Itaipu e Jardim Industrial, na saída para Campo Mourão, numa área de cerca de cem mil metros quadrados.

A cerimônia de posse contou com a presença de mais de 500 pessoas, entre empresários, membros da colônia japonesa, lideranças empresariais e políticas. Segundo o prefeito Silvio Barros, a grande prova da importância do Parque, é o total de recursos arrecadados, que passa de R\$ 4 milhões, entre doações de materiais, projetos, mão-de-obra e dinheiro. A ideia é que a data de 22 de junho seja marcada como o dia do Monumento Parque do Japão.

GINÁSTICA GRATUITA

A Contentare – Saúde e Segurança do Trabalho - oferece neste mês um Programa Piloto de Ginástica Laboral inteiramente gratuito para empresas, com supervisão de um profissional. A iniciativa, com duração de uma semana, consiste na realização de exercícios específicos para prevenir e compensar o desgaste gerado pelo trabalho. Além disso, serão aplicados questionários antes e após a realização do programa. No final, será emitido um relatório com os resultados (dados sobre possíveis queixas de dor dos colaboradores, produtividade e qualidade de vida). As empresas interessadas em participar devem entrar em contato pelo telefone (44) 3031-4474 ou pelo site www.contentare.com.br.

SOFTWARES DESENVOLVIDOS EM MARINGÁ

A DB1 Informática é a primeira empresa maringaense do setor de tecnologia da informação a exportar softwares de forma sistemática. O DB1 Messenger, um sistema de conversação simultânea, foi comercializado no Peru. A negociação foi possível graças a um processo interno de melhoria da qualidade e a prospecção de negócios no exterior, já que a DB1 possui parceiros comerciais nos Estados Unidos e em Angola. A empresa também está investindo na busca do CMI, um dos mais importantes processos de certificação de tecnologia. A meta é que até o ano que vem as exportações sejam responsáveis por 10% do faturamento.

TREINAMENTO

Partindo da premissa de que uma agência de propaganda precisa – e muito – do desempenho e valorização dos colaboradores, a Lettera Propaganda iniciou neste ano um projeto de qualificação da equipe. Há poucas semanas, os colaboradores participaram de um treinamento numa fazenda no interior de São Paulo, que incluiu dinâmicas estratégicas, lúdicas e desafios individuais. Neste mês, um dos redatores da agência fará um curso na área de criação na ESPM, um centro de excelência no ensino de propaganda e marketing, em São Paulo, custeado pela empresa. Além disso, semanalmente a equipe de atendimento se reúne para se informar sobre o mercado e discutir os problemas do dia-a-dia.

Ivan Amorim



SIVAMAR INAUGURA GALERIA DOS PRESIDENTES

O Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) inaugurou, em 4 de junho, a Galeria dos Presidentes. O evento, que marcou os 35 anos de fundação da entidade, contou com a presença de lideranças empresariais, autoridades, ex-diretores da entidade e do presidente do Sistema Fecomércio-PR, Darci Piana.

Os retratos dos seis presidentes - Luiz Julio Bertin (gestão 1974/1997), Massao Tsukada (gestão 1997/1999), Ali Saadeddine Wardani (gestão 1999/2001), Heitor Bolela Junior (gestões 2001/2003 e 2003/2005), Adilson Emir Santos (gestão 2005/2007) e Amauri Donadon Leal (atual presidente) - foram pintados pelo artista plástico Boh.

Matrículas abertas para o 2º semestre.

Aproveite as condições especiais e garanta já a sua vaga.

50% de desconto para os cursos infantis.



CNA MARINGÁ - 3227-2177
R. Néo Alves Martins, 2210

Apaixonados pelo sucesso.
CNA
Inglês Definitivo



Divulgação

SHOPPING DE VEÍCULOS

Maringá ganhou o primeiro shopping de veículos do interior do Paraná. Trata-se do Auto-Shopping Número 1, inaugurado em 19 de junho. O empreendimento tem espaço para 31 lojas revendedoras de veículos, além de seguradoras, despachantes, financeiras, praça de alimentação e estacionamento. São sete mil metros quadrados de área construída, que vão contar com cerca de 500 automóveis. O shopping está sendo administrado por uma empresa especializada em empreendimentos do gênero, a CLZ Administradora de Auto-shoppings, com sede em São Paulo. O Auto-Shopping Número 1 está localizado na avenida Paranavaí, 1164. O horário de funcionamento é de segunda a sexta-feira das 10 às 20 horas, aos sábados das 10 às 18 horas e aos domingos, das 10 às 14 horas.

www.acim.com.br

CONSEG MARINGÁ

Cerca de 250 pessoas participaram da cerimônia festiva de posse da diretoria do Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) biênio 2009-2010. O evento foi em 26 de junho, no Haddock Buffet, em Maringá, e contou com a presença de autoridades como o vice-governador do Paraná, Orlando Pessutti, e dos deputados Ricardo Barros, Odílio Balbinotti, Cida Borghetti e doutor Batista.

O Conseg tem como presidente o coronel da Reserva do Polícia Militar Antonio Tadeu Rodrigues, que em seu discurso recordou a criação da entidade, 26 anos atrás, quando a cidade tinha altos índices de criminalidade. "Um grupo resolveu solucionar o problema da segurança da cidade e não apenas esperar pelo governo. Assumimos uma função que era só do Estado. Não ficamos apenas lamentando, fomos atrás. Hoje, temos uma cidade mais tranquila, não como queríamos, mas aqui damos exemplo de cidadania para o estado e para o país". O Conseg tem como primeiro vice-presidente Milton Ricci Tassinari e o segundo vice é Fernando Alves dos Santos. Eles e outros integrantes da diretoria haviam assumido o cargo em 27 de março, após a eleição.

Fotos/Rafael Silva





Empresa que
escolhe a GVT
escolhe fazer
economia de até
50% em telefonia
e Banda Larga. ;)

Escolha feliz para sua empresa
é escolher a qualidade GVT,
manter o número de telefone
e ter todas essas vantagens:
Banda Larga rápida de verdade,
atendimento que resolve e DDD
a preço de ligação local.
Tudo isso com até 50% de
economia na conta.

Economia de até
50%

Ligue **103 25**
mude para a GVT e mantenha seu número.

25
GVT
A ESCOLHA FELIZ.

Novos negócios litera

SETOR GASTRONÔMICO REGISTRA SINAIS DE CRESCIMENTO COM A ABERTURA DE RESTAURANTES E CASAS NOTURNAS; PÚBLICO UNIVERSITÁRIO E RENDA PER CAPITA DA CIDADE ATRAEM MAIS INVESTIDORES; DICA PARA EMPREENDEDORES É ANALISAR MUITO ANTES DE APOSTAR

Em Maringá, a gastronomia começa a ganhar temperos cada vez mais sofisticados. Das franquias de *fast-food* aos restaurantes *a la carte*, sobram opções para paladares variados. São iniciativas cada vez mais diversificadas de empresários que já atuam no ramo e de gente disposta a encarar um mercado atrativo, mas arriscado.

Um exemplo é o do engenheiro mecatrônico Guilherme Takiguthi e da esposa, Deise Kaetsu, que é analista de sistemas. Eles largaram os empregos na cidade de São Paulo e há seis meses decidiram investir no mercado gastronômico de Maringá.

“Ganhávamos bem, mas queremos um lugar mais tranquilo para viver e montar um negócio próprio. Pesquisamos, analisamos muito e decidimos investir.” Ele gostava de cozinha e ela de degustar cervejas importadas. Esta é a fórmula da Confraria 1516, onde o *hobby* ajudou a conceber a casa noturna, que oferece um cardápio com pratos exclusivos e uma carta de cervejas nacionais e importadas.



Rafael Silva

Quem também decidiu apostar no setor foi o *sommelier* Fábio Eduardo Machado Lima. Depois de atuar por cinco anos como consultor em hotéis e restaurantes de Curitiba, há oito meses ele abriu o Degust Enogastronomia. “Tinha

paixão por gastronomia e o sonho de abrir um restaurante. É um investimento alto, que espero colher no futuro. A casa é nova e requer tempo para consolidar, mas estamos felizes com a receptividade”, diz.

mente saindo do forno



EM MARINGÁ, SEGUNDO O SINDICATO DA CATEGORIA, EXISTEM CERCA DE 450 BARES E RESTAURANTES; NA FOTO OS ALUNOS DO SENAC, QUE FORMA A CADA BIMESTRE DEZ COZINHEIROS, DEZ CONFEITEIROS E DEZ GARÇONS

A gastronomia também atraiu o decorador Beto Burim, que há dois meses inaugurou o Flor Café. Há 15 anos na área de decorações de festas e eventos, Burim investiu em um conceito diferenciado que une a gastronomia a uma loja de flores e objetos de decoração e presentes. “Era uma necessidade minha ter um ambiente agradável para tomar café com os clientes depois de fechar um negócio. E eles sempre pediram para comprar minhas peças de decoração”.

São histórias diferentes com um mesmo objetivo: se consolidar no mercado para atingir os resultados planejados. Fazer história como Manoel Firmino Dias da Câmara, proprietário da Taberna Portuguesa. Há 21 anos, durante uma Festa Junina no Centro Português, onde Câmara ajudava na cozinha, ele teve a ideia de abrir uma casa típica. “Se a comida da festa fazia sucesso, um restaurante daria certo também”, diz.

Atualmente, o bem-humorado português da Ilha da Madeira mostra com orgulho o quadro com a primeira nota fiscal emitida pelo restaurante. Foi de três mil cruzeiros, em 19 de outubro de 1988. “De lá para cá, melhoramos aos poucos o cardápio e aperfeiçoamos a casa, com ideias trazidas de viagens a Portugal e São Paulo. O povo gostou dos pratos e estamos até hoje na luta”, afirma.

Câmara hoje administra a Taberna com a família. “Ele só sabe comprar o bacalhau e cortar. O resto é comigo”, brinca a esposa, Neusa Biagini Martins Câmara, que coordena a cozinha. O restaurante serve em média 50 pratos

por dia. “Recebemos muitos japoneses. Os portugueses vão aos restaurantes de comida japonesa, porque as mulheres deles só sabem fazer bacalhau”, brinca ela.

O restaurante abre de segunda a sábado para almoço e jantar e aos domingos, só no almoço. “As segundas-feiras têm movimento fraco, mas compensa porque nem todos restaurantes abrem as portas. Mas o sucesso é o rodízio de bacalhau, que servimos às quintas-feiras”, afirma. Câmara avalia que o mercado gastronômico de Maringá tem mais espaço. “Tem que oferecer bons pratos, higiene, atender bem e ter um padrão de qualidade. Sem algum destes ingredientes, fica difícil”, avalia.

EM EXPANSÃO

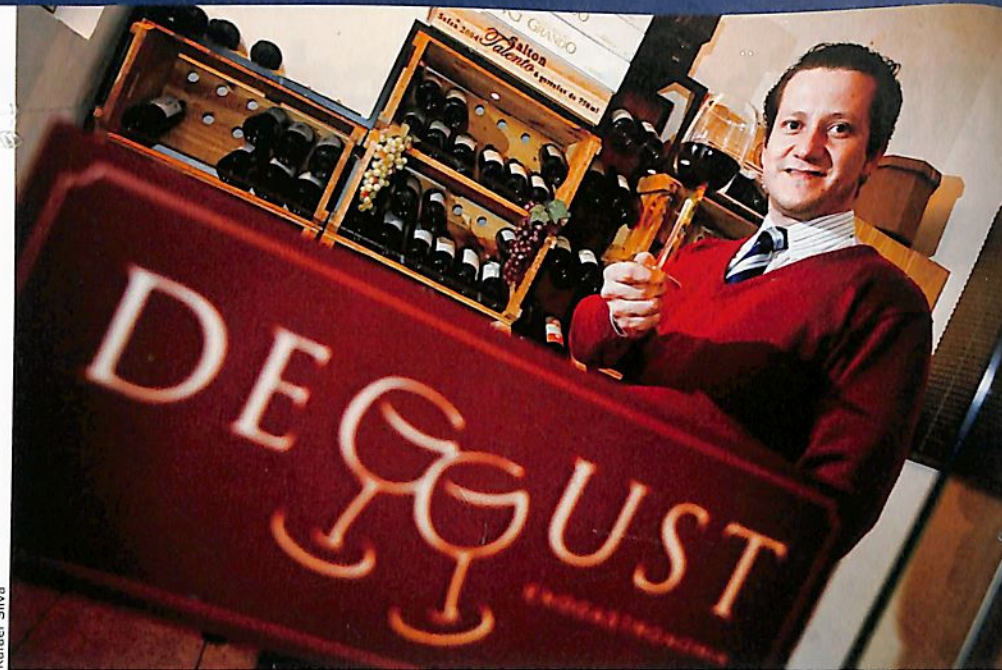
De acordo com o Sindicato dos Hotéis, Restaurantes e Bares de Maringá (Sindihotel), existem cerca de 500 empresas na cidade cadastradas no sindicato, com aproximadamente 450 bares e restaurantes. “Na cidade tem sido abertos muitos empreendimentos. Acredito que a tendência para os próximos anos é de crescimento. O setor acompanha o crescimento da cidade”, afirma o presidente do Sindihotel, Genir Pavan.

Na opinião dele, os maringaenses têm cada vez mais entretenimento noturno em bares e restaurantes, assim como as pessoas têm tido menos tempo de almoçar em casa. “Nos últimos meses, houve uma pequena queda no movimento em razão da crise, como em outros setores, mas conforme melhora a economia, o setor volta a aquecer.”

O próprio presidente do Sindihotel, empresário do setor há vários anos e proprietário de quatro restaurantes na cidade: Pavan Churrascaria, Pavan Fast Gril, Estação 44 e Baco Restaurant, continua a investir na cidade. Nas últimas semanas inaugurou a Leduvino's, na avenida Colombo. "A casa tem um foco um pouco diferente, mas basicamente é uma churrascaria com salão de eventos", conta.

Outro sinal de aquecimento no setor é que no mês passado foi publicada a sexta edição da revista Menu Magazine, especializada em divulgar opções da gastronomia em Maringá. A circulação é trimestral e o negócio tem dado certo. Muitas empresas aderiram ao projeto. "Da primeira para a segunda edição, dobramos o número de exemplares de cinco mil para dez mil e queremos aumentar mais", afirma um dos sócios, Alexandre Bonacim.

O empresário diz que percebeu



FÁBIO MACHADO LIMA UNIU O SONHO DE TER O PRÓPRIO NEGÓCIO E A PAIXÃO POR GASTRONOMIA E HÁ MENOS DE UM ANO ABRIU O DEGUST ENOGASTRONOMIA

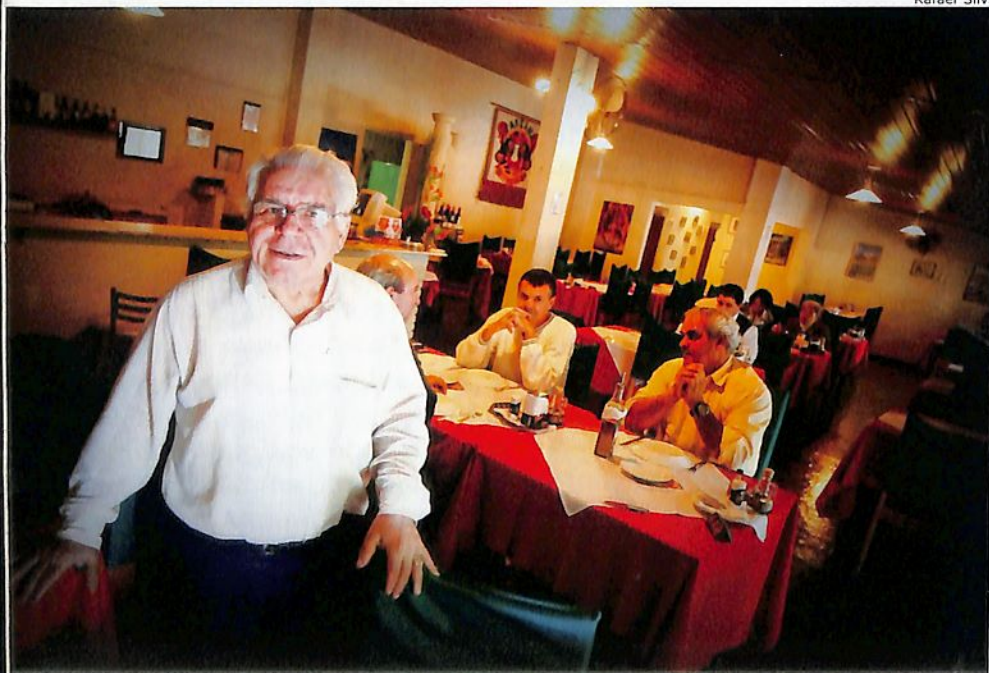
uma oportunidade no mercado e fechou uma parceria com o sócio Elder Cruz, que era responsável pelo site diskando.com, voltado à divulgação de empresas com serviço *delivery*. "Só no período que

estamos com a revista, acredito que tenham sido abertas cerca de 15 casas na cidade. E a tendência é crescer ainda mais", considera.

MELHORA NOS SERVIÇOS

Criado há seis anos, o curso de Gastronomia do Centro Universitário de Maringá (Cesumar) forma este ano a 11ª turma e tem ajudado a profissionalizar o setor, com a oferta de mão-de-obra qualificada. "Nos últimos quatro, cinco anos temos percebido muitas mudanças. Cardápios mais bem elaborados, melhor ambientação das casas. Em Maringá, tem acontecido uma releitura do que tinha de vida noturna e de restaurantes", avalia o coordenador do curso, Marcos Roberto Mantovani.

Ao mesmo tempo, o coordenador pondera aspectos a ser melhorados para que muitas casas ofereçam um serviço de qualidade. "Vemos que na cidade se aceita muito o mau atendimento. Desde a apresentação dos pratos até o servir à mesa. Neste sentido, a evolução tem sido muito lenta, em



PARA GARANTIR O SUCESSO DE UM EMPREENDIMENTO GASTRONÔMICO, SEGUNDO O EMPRESÁRIO MANOEL DIAS DA CÂMARA, É PRECISO OFERECER "BONS PRATOS, HIGIENE, ATENDER BEM E TER UM PADRÃO DE QUALIDADE"

parte, acredito que pela falta de investimento de alguns empresários em profissionais capacitados e treinados”, diz.

Mantovani concorda que constantemente a cidade registra novos empreendimentos, mas ele lembra que neste setor há uma boa rotatividade de abertura e fechamento de empresas. “Há uma falsa ilusão de que se abre e ganha muito dinheiro. Mas muitos se enganam, em parte por falta de experiência no setor”, avalia.

Ao mesmo tempo, o coordenador acredita que há mercado a ser explorado em Maringá. “Quem for investir, terá que pesquisar realmente se é isto que quer fazer. Do mais, tem que ter ousadia, profissionalismo e uma pesquisa

de mercado séria para ver o que ainda tem espaço na cidade, onde já temos muitas repetições de temas e cardápios”, aponta.

PROFISSIONALIZAÇÃO

A técnica em educação e professora dos cursos de Gastronomia do Senac, Dalva Zigante, afirma que a procura por profissionalização é crescente. “O número de pessoas que têm procurado a qualificação tem aumentado, em grande parte por exigência do mercado. A maioria dos garçons sai empregado daqui”, conta. Nesta ponte entre o treinamento e o mercado, a cada dois meses o Senac forma em torno de dez cozinheiros, dez confeitadores e dez garçons.

“No restaurante-escola eles têm os primeiros acertos e erros. Aprendem o dia-a-dia da profissão e de como servir bem. Aos garçons, por exemplo, mostramos que mais do que carregadores de bandejas, eles precisam ser exímios vendedores. São eles que apresentam o produto da casa”, aponta. Em Maringá, os cursos são oferecidos pelo Senac desde 1982. “Nunca paramos de funcionar como escola e, mesmo assim, se percebe uma carência profissional no setor”, diz.

Dalva explica que o Senac monta o conteúdo dos cursos de acordo com a necessidade das empresas. Nos últimos anos, os cozinheiros vinham recebendo uma orientação mais voltada ao

Mais de duas décadas no mercado e um novo empreendimento

Depois de cinco anos fechado para a construção de um novo prédio, até agosto o Car Wash da Praça reabre as portas. Segundo o gestor do grupo Car Wash, Adílson Albanes, o clima é de otimismo para a reinauguração de um ponto valorizado na noite de Maringá. “O espaço na avenida Rio Branco nunca atendeu a expectativa. Acredito que também deixou um pouco a desejar por causa da arquitetura do prédio. Agora, queremos resgatar a identidade do bar, tradicional na cidade”, diz.

Sem falar em valores, Albanes diz que o investimento é alto, o novo Car Wash tem 900 metros quadrados de área construída e capacidade para até 400 pessoas. “Acho que o mais difícil não é construir, mas se manter no negócio. Acreditamos que a cidade tenha um público para um empreendimento deste, mas sabemos que não há nenhuma garantia. Se for bem sucedido, temos uma perspectiva de recuperar o investimento em dois anos”, conta.

Com a experiência de 23 anos do grupo Car Wash, Albanes afirma que a empresa começou suas atividades com um quiosque e um lava-jato, com capacidade para 48 pessoas sentadas. Hoje, nos três ambientes, que inclui

Rafael Silva



ADÍLSON ALBANES: ATÉ AGOSTO SERÁ INAUGURADO O NOVO PRÉDIO DO CAR WASH; NO TOTAL OS EMPREENDIMENTOS DO GRUPO GERARÃO 130 EMPREGOS DIRETOS

o Nite, o novo Car Wash e o Car Wash da Rio Branco, temos capacidade para 2 mil pessoas, aponta. Com a inauguração, a empresa vai atingir a marca de 130 funcionários diretos e 50 indiretos.

O gestor afirma que ainda não foi decidido o destino do Car Wash da Rio Branco. “Estamos estudando algumas possibilidades, precisamos de uma mega estrutura para fazer este negócio girar”, afirma.

Rafael Silva



DALVA ZIGANTE, DO SENAC: "O NÚMERO DE PESSOAS QUE TÊM PROCURADO A QUALIFICAÇÃO TEM AUMENTADO, EM GRANDE PARTE POR EXIGÊNCIA DO MERCADO. A MAIORIA DOS GARÇONS SAI EMPREGADO DAQUI"

trabalho em restaurantes *self-service*. "Tem ocorrido uma inversão e, agora, voltamos a sentir uma necessidade de reforço do *a la carte*. Vemos que as pessoas querem resgatar o prazer de apreciar um bom prato".

E se o mercado tem necessidade de outros profissionais, o Senac também busca atender às empresas. "Este ano, por exemplo, vamos abrir o curso de pizzaiolo em razão da falta de mão-de-obra qualificada". Outra ação do Senac para este ano, em nível nacional, é a oferta de cursos gratuitos para alunos que têm renda familiar média menor do que um salário mínimo e meio.

Para aproximar as empresas dos profissionais foi lançado este ano um banco de oportunidades. O sistema funciona no site do Senac. "Com autorização dos alunos, vamos disponibilizar o nome e o telefone deles e, ao mesmo tempo, as empresas poderão ofertar vagas. Até então, era comum empresários entrarem em contato para pedir indicações", relata.



Rafael Silva

BETO BURIM ESPERA QUE O INVESTIMENTO NO FLOR CAFÉ SE PAGUE EM SEIS MESES E PARA GARANTIR O SUCESSO DO NEGÓCIO, APOSTOU NUMA IDEIA DIFERENCIADA, AULAS DE ETIQUETA PARA OS FUNCIONÁRIOS E PRODUTOS EXCLUSIVOS

Flores, decoração e gastronomia

O decorador Beto Burim diz que demorou dois anos para encontrar o lugar certo para abrir o Flor Café. Encontrou uma esquina na avenida Doutor Luiz Teixeira Mendes, vizinho ao Horto Florestal. O visual das árvores ficou agradável e dá um toque especial ao café, que também se diferencia de outros empreendimentos por oferecer presentes e flores. "Em que outro lugar alguém pode comprar uma flor ou presente às 22 horas?", diz.

Burim explica que quase todos os objetos do café estão à venda. "Desde o lustre, que já foi vendido, até as xícaras. Só as mesas onde os clientes tomam os cafés é que não estão à venda", afirma. Para reposição dos produtos de decoração, Burim conta que sempre usará peças diferentes. "Só vamos vender uma de cada, queremos peças exclusivas. Quando converso com os fornecedores, evito comprar peças já vendidas para alguém de Maringá. Muitos de meus clientes têm a necessidade de ter uma peça única em casa".

E para atender uma clientela exigente, o empresário afirma que tem oferecido aulas de etiqueta para os funcionários. "Temos um público com conhecimento do que é legal. Tenho visto aqui pessoas que encontrava em outras cidades e, que agora têm a oportunidade de estarem em um lugar requintado, com conforto e segurança em Maringá", relata.

Burim se mostra otimista com o retorno do investimento. "Espero o retorno em cerca de seis meses. Por enquanto, estou muito feliz com o resultado", aponta. A casa funciona de segunda a sábado de manhã até as 22h30. "É um local para a pessoa vir sem pressa para tomar um chá ou um café e ficar para o jantar".

Do quiosque para a avenida Tiradentes

Antes de se arriscar num mercado com investimento alto, eles resolveram fazer um teste com a abertura de um quiosque no Shopping Cidade. A experiência durou dez meses e comprovou que a cidade tinha público para a comida mexicana. Foi assim que, há seis anos surgiu a Taqueria Mexicana, em Maringá. Do shopping, os proprietários se mudaram para a avenida Tiradentes, onde o negócio continuou a crescer.

"Depois de sete meses, tivemos que ampliar. Conversamos com o dono do imóvel e nas negociações ele aceitou mudar da casa e deixar a gente quebrar as paredes para abrir o salão. O nosso espaço aumentou 300%. Só a varanda é maior do que o espaço que tínhamos", afirma o dono da Taqueria, Adir dos Reis.

A ideia veio da sobrinha da ex-sócia, que é casada com um mexicano e trouxe a receita do sucesso para Maringá. "A tortilha, que é uma massa, é o carro-chefe de todos os pratos. No Brasil, existem duas fábricas, e nós fazemos a nossa. Estamos prontos

para montar uma fábrica e começar a produzir os nachos para vender no mercado. Hoje já atendemos um restaurante em Cascavel", conta o empresário.

A Taqueria também se expandirá para Presidente Prudente, no interior de São Paulo, onde será aberta uma filial. Para Maringá, Reis ressalta que pretende manter o bom movimento com investimentos constantes. "Nunca podemos parar de investir, seja na pintura, em novas mesas, talheres, objetos de decoração. E, ao mesmo tempo, temos de oferecer comida boa e bom atendimento, sem um destes ingredientes, não dá certo."

Nos fins de semana, quando oferece música latina ao vivo, Reis diz que atende cerca de 500 pessoas por noite. Durante a semana o movimento é menor, mas o empresário afirma que compensa abrir todos os dias. "Tem muita gente que marca o aniversário e Maringá tem uma população flutuante grande, nos eventos, congressos e de empresários que vêm à cidade", diz.



Rafael Silva

DE UM QUIOSQUE NUM SHOPPING PARA UM ESTABELECIMENTO MAIOR NA AVENIDA TIRADENTES; O PRÓXIMO PASSO DA TAQUERIA MEXICANA É A ABERTURA DE UMA FILIAL NO INTERIOR DE SÃO PAULO

MARINGÁ PARK SHOPPING CENTER

A PARTE MAIS GOSTOSA DO INVERNO

www.maringapark.com.br
44 3366-2000

Leiteira

www.acim.com.br

Combinação com vinho ou com cerveja

Em comum, o Degust Enogastronomia e a Confraria 1516 oferecem uma carta especial de bebidas e ainda não completaram o primeiro ano de vida. No caso do Degust, o acompanhamento é o primeiro ano de vida. No caso do Degust, o acompanhamento é o vinho, especialidade do proprietário, Fábio Eduardo Machado Lima, que é *sommelier*. "Harmonizamos o alimento e o vinho. Queremos resgatar o velho hábito do *slow-food*, do prazer de degustar uma refeição", conta.

Outra ideia de Lima para aproveitar a adega climatizada é o serviço de entregas de vinhos. "Tem dado muito certo. Entregamos das 18h até a meia noite, com preço de distribuidor", diz. Localizado na avenida Tiradentes, em um espaço requintado, o restaurante tem um ar sofisticado, mas, segundo o empresário, não é um lugar elitizado. "O espaço pode até assustar um pouco, mas quem vem se surpreende com os custos. É bem acessível", afirma.

O empresário diz que o investimento foi alto e tem sido contínuo. De terça a domingo, a casa tem atendido em torno de 200 famílias. Para manter a qualidade dos

pratos, Lima afirma que a cada 15 dias, o chefe de cozinha Hélio Rossi, de Curitiba, vem a Maringá para conferir as bases dos pratos e manter o padrão.

No caso da Confraria 1516, a bebida destaque é a cerveja. "Muitos me disseram que não daria certo. Abrimos e tem sido melhor do que o esperado, já que ainda não investimos em propaganda. Sabemos que em Maringá, por curiosidade, as pessoas vêm na primeira vez com uma velocidade maior", diz o empresário Guilherme Takiguthi. Ele sabe que o maior desafio vem agora: manter o movimento e conquistar mais clientes.

Abrir o negócio não foi fácil, afirma Takiguthi. Depois de definir o ponto e investir na reforma, ele diz que foram precisos mais dois meses para encontrar e treinar os funcionários. "Tivemos de orientar os garçons a conhecer o cardápio e as cervejas para atender bem os clientes. No cardápio, temos 60 rótulos de marcas nacionais e importadas". A Confraria abre todos os dias e, de segunda a sexta, também funciona como café, a partir do meio dia.

Rafael Silva



Rafael Silva

WESLEY MATOS, DA VIVENDA DO CAMARÃO: RETORNO DO INVESTIMENTO DEVERÁ ACONTECER EM 24 MESES; EM BREVE ELE ABRIRÁ MAIS UM NEGÓCIO NA ÁREA GASTRONÔMICA

Atrás de oportunidades

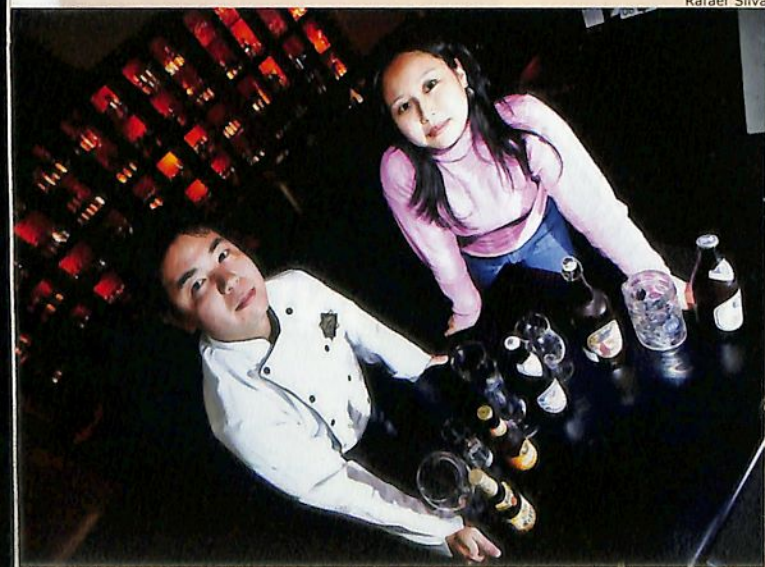
Em agosto faz um ano que o empresário Wesley Matos abriu em Maringá uma franquia da Vivenda do Camarão, no Shopping Avenida Center. "Surpreendeu as expectativas. O retorno de uma franquia varia de 24 a 36 meses, esperamos alcançar pelo menor prazo estipulado", afirma. A Vivenda foi o segundo negócio aberto por Matos no mercado gastronômico de Maringá. Antes, abriu a lanchonete Panqueburger, no Shopping Cidade.

Há três meses, Matos também adquiriu a franquia do Rei do Mate no Shopping Avenida Center. "Queremos sempre crescer. Identifiquei a oportunidade e trabalho em cima dela", diz. Para 2010, o empresário abrirá outro negócio. O nome ainda não pode ser revelado, mas será uma franquia conhecida. "Será uma loja de rua. Fizemos esta opção para termos agilidade nas entregas e para oferecer o serviço de *drive thru*", adianta.

Na avaliação de Matos, o mercado gastronômico da cidade tem crescido e quem tem ganhado é o público. "Foram abertas muitas franquias e boas opções de restaurantes. Atualmente, vemos restaurantes com cozinha internacional e com profissionais da gastronomia", diz.

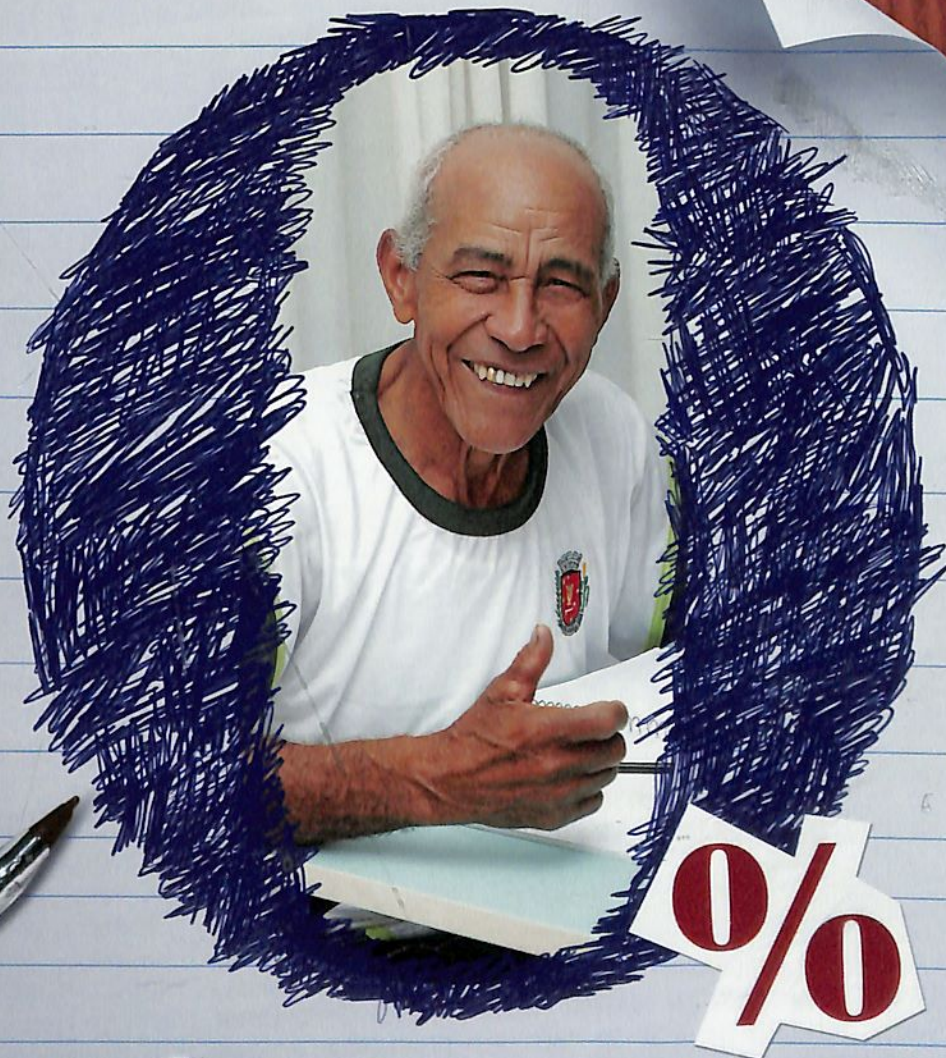
Um fator que colabora para o bom desempenho do setor, na avaliação do empresário, é que a cidade tem um número expressivo de universitários e uma população com renda per capita alta. "O mercado da alimentação é bom. E acredito que tenha crescido para atender uma necessidade do próprio público". ■

GUILHERME TAKIGUTHI, DA CONFRARIA 1516: RESULTADO TEM SIDO MELHOR DO QUE O ESPERADO, MESMO SEM INVESTIMENTO EM PROPAGANDA; DESAFIO É MANTER A CLIENTELA



Tirar um **ZERO!**
nunca foi tão **BOM!**

Analfabetismo



O título deste material foi escrito por Francisco Alves Cardoso, aluno recém-alfabetizado do EJA de Maringá.

Lutar pelo analfabetismo zero é mais um grande passo para uma Maringá cada vez melhor.
É alfabetizando jovens, adultos e idosos que o EJA – Educação de Jovens e Adultos, um programa da Prefeitura de Maringá, revela para centenas de pessoas uma nova dimensão, um mundo onde elas irão contar sua história, cada uma do seu jeito, mas todas com um final feliz.

Se você conhece alguém que não seja alfabetizado encaminhe para o EJA.

SEDUC
Secretaria de
Educação



www.maringa.pr.gov.br

3221-6949





Rafael Silva

A INAUGURAÇÃO DA GALERIA DOS PRESIDENTES E DAS NOVAS INSTALAÇÕES DA ACIM REUNIU MAIS DE 350 PESSOAS, INCLUINDO AUTORIDADES E MEMBROS DE ANTIGAS E ATUAIS DIRETORIAS

Desbravadores da ACIM

IMPRESINDÍVEIS PARA A CRIAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ, EMPRESÁRIOS FORAM HOMENAGEADOS PELA ENTIDADE EMPRESTANDO SEUS NOMES ÀS NOVAS INSTALAÇÕES DE CAPACITAÇÃO E SALA DO CONSELHO SUPERIOR

Em 56 anos de história foram muitos os empresários que contribuíram para que a entidade se tornasse uma das mais atuantes da cidade. Para homenagear aqueles que fizeram parte de sua história, a ACIM inaugurou a Galeria dos Presidentes e salas com nomes de pessoas fundamentais para a trajetória da entidade. A cerimônia foi em 8 de junho e reuniu mais de 350 pessoas, incluindo autoridades, familiares dos homenageados, ex-diretores da en-

tidade e membros da atual gestão.

Entre os presentes, o prefeito Silvio Barros, o presidente do Sebrae Paraná, Jefferson Nogaroli, presidentes de entidades de classe, delegados, juízes e vereadores.

Em seu discurso, o presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, afirmou que a atual diretoria "teve o privilégio de fazer uma pequena homenagem para estes homens que contribuíram com a história da entidade. São pessoas de caráter, de empreendedorismo e de verdadeiro

espírito de cidadania. Alguns foram ceifados desta vida, mas jamais serão esquecidos". Ele lembrou que a Associação Comercial optou por reproduzir fotos da época em que os empresários foram presidentes da entidade, em vez de imagens atuais, para garantir "precisão histórica". E afirmou ainda que "para melhor atender nossos associados, ampliamos o Centro de Capacitação, com novas salas de aula e auditório, garantindo uma dinâmica à altura dos empresários".



ADILSON EMIR SANTOS, PRESIDENTE DA ACIM: HOMENAGEADOS SÃO "PESSOAS DE CARÁTER, DE EMPREENDEDORISMO E DE VERDADEIRO ESPÍRITO DE CIDADANIA"

Santos resumiu as principais conquistas dos homenageados e ressaltou que a ACIM está submetendo ao Ministério da Cultura um projeto para recuperar o acervo histórico, como atas e revistas. "Um povo sem história é um povo sem memória. Um povo sem história é um povo desconhecido. Um povo sem história é um povo vazio", finalizou.

Cleide Fermentão, ex-esposa do empresário Antonio Fermentão, que integrou a diretoria da ACIM por várias gestões e faleceu no ano passado, falou em nome das famílias dos homenageados. Ela abriu o discurso afirmando que "gostaria de dizer algumas palavras e creio que por mais que me esforce certamente as palavras ficarão pobres e vazias diante do meu coração. Como dizer da honra de ver o nome do Toninho em uma das salas da ACIM? Como agradecer tamanha honra? E o que dizer do lugar onde o Toninho respirou e viveu intensamente? Aqui foram vividos os melhores momentos da vida de Fermentão.



RESPONSÁVEL PELO LANÇAMENTO DA PEDRA FUNDAMENTAL DA PRIMEIRA SEDE, MANOEL DE ARAÚJO PISMEL FOI HOMENAGEADO CEDENDO SEU NOME PARA AS INSTALAÇÕES DO CENTRO DE CAPACITAÇÃO



EMÍLIO GERMANI FOI HOMENAGEADO COM A PRAÇA DO CENTRO DE CAPACITAÇÃO QUE LEVA SEU NOME



O EX-PRESIDENTE ERMELINDO BOLFER (NO DETALHE) EMPRESTOU SEU NOME À SALA DO CONSELHO SUPERIOR

Ele vinha para as reuniões da ACIM cheio de adrenalina, para trocar ideias, sonhos e projetos”. No final, Cleide afirmou que ela e os filhos “aprenderam com o Toninho a amar esta cidade e a respeitar esta entidade. Agradeço de coração este momento especial”.

Presidente da ACIM por duas gestões e atual presidente do Sebrae Paraná, Jefferson Nogaroli, afirmou que as “homenagens aos presidentes da entidade eram belas e justas”. E continuou: “a ACIM é respeitada em todo o Brasil. Aqui nasceram tantas ideias, como o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) e a cooperativa de crédito Sicoob. Realmente tenho muito orgulho de ter sido presidente da Associação Comercial”.

No uso da palavra, o prefeito Silvio Barros declarou que se sentia feliz “pela ACIM manifestar o reconhecimento a quem ajudou esta cidade. É um momento histórico, já que aqui se construiu muita coisa. Aqui se faz a coletividade. Temos que manifestar respeito em tamanha disposição e força de vontade de servir das pessoas que fizeram parte desta entidade”.

GALERIA DOS PRESIDENTES

Também em 8 de junho foi inaugurada no hall da sede da ACIM a Galeria dos Presidentes, que conta com a foto dos empresários que presidiram a entidade.

- Américo Marques Dias
- Murilo Macedo
- Alfredo Moisés Maluf
- Odwaldo Bueno Netto
- Ermelindo Bolfer
- Manoel Mário de Araújo Pismel
- Emílio Germani
- Victor Ivo Assmann
- João de Faria Pioli
- Rodolfo Purpur
- Joaquim Dutra
- Ubirajara de Araújo Pismel
- Luiz Júlio Bertin
- Álvaro Miranda Fernandes
- Sidney Meneguetti
- Josuan Piassi de Moraes
- Atair Niero
- Raymundo do Prado Vermelho
- Fernando Henriques
- Alcides Siqueira Gomes
- Carlos Mamoru Ajita
- Massao Tsukada
- Pedro Granado Martines
- Hélio Edys Delmutti
- Costa Curta
- Jefferson Nogaroli
- Antônio Fermentão
- Ariovaldo Costa Paulo
- Carlos Tavares Cardoso
- Adilson Emir Santos



NO HALL DA SEDE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL ESTÃO AS FOTOS DE TODOS OS PRESIDENTES DA ENTIDADE: PRECISÃO HISTÓRICA

Nossas crianças são especiais.



Por isso, precisamos de sua ajuda.

Nossas crianças são especiais. Por isso mesmo, precisam de cuidados especiais. E de toda ajuda possível.

Diferentemente do que muitos acreditam, a APAE é uma instituição de caráter privado. Recebemos ajuda dos governos, mas precisamos de doações para continuar funcionando.

Hoje, a APAE Maringá atende mais de mil alunos, em duas unidades educacionais. Um trabalho maravilhoso, fundamental para a comunidade de toda a região, feito por nossas professoras, assistentes e toda equipe.

Então, faça como muita gente: ajude a APAE. É só telefonar que vamos até seu escritório ou sua casa para pegar a contribuição e entregar nosso recibo (exija o recibo). Pode acreditar: vai ser um grande auxílio para nós e, principalmente, para nossas crianças especiais.



(44) 3227-4128



Rafael Silva

HERBERT MAYER EMPRESTOU SEU NOME PARA UMA DAS SALAS DE TREINAMENTO; NO DETALHE O GERENTE QUE AJUDOU A IMPLANTAR O SCPC



Rafael Silva

OS FAMILIARES DE ANTONIO FERMENTÃO, QUE FOI VICE-PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL POR VÁRIAS GESTÕES

Rafael Silva

OS FILHOS DO EMPRESÁRIO VALDECIR DE BRITTO LADEADOS PELO PRESIDENTE DA ACIM E A ESPOSA





A FILHA DE AMORIM MOLEIRINHO COMPARECEU À CERIMÔNIA; NO DETALHE A FOTO DO VICE-PRESIDENTE HOMENAGEADO

HONRA AO MÉRITO

As novas instalações da ACIM, inauguradas em 8 de junho, são equipadas com poltronas mais confortáveis, pontos de internet sem fio e contam com revestimento acústico. As salas de capacitação têm entre 35 e 50 lugares e o auditório tem capacidade para 110 pessoas.

A primeira sala a ser inaugurada foi a do Conselho Superior Ermelindo Bolfer, que leva o nome do empresário que presidiu a ACIM por três gestões. Bolfer chegou em Maringá em 1951, onde atuou no segmento bancário até 1976, foi militante político, vereador e um dos fundadores da Cocamar e da Sociedade Rural de Maringá.

O empresário Manoel Mário de Araújo Pismel, que lançou a pedra fundamental da primeira sede da entidade e foi presidente em duas oportunidades, uma delas no regime militar, quando a Associação Comercial acolheu políticos perseguidos pelo regime, emprestou seu nome para o espaço onde está localizado o Centro

de Capacitação, auditório, salas de cursos e reuniões, e espaço para confraternização, situado no térreo da sede da ACIM.

Emilio Germani, que fez parte da assembleia que criou a Associação Comercial de Maringá em 1953, e foi presidente da entidade dez anos depois foi homenageado com a Praça Emilio Germani, instalada no térreo e onde são realizados os intervalos dos cursos, treinamentos e reuniões do Centro de Capacitação.

O auditório do Centro de Capacitação recebeu o nome do imigrante português Amorim Pedrosa Moleirinho, que foi vice-presidente da ACIM em vários mandatos e coordenou a implantação da unidade regional da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep). Várias vezes, Moleirinho, sem cobrar nada, colocou seu avião particular a serviço dos interesses empresariais e de Maringá.

E as salas de treinamento receberam o nome de três empresários

que também integraram a diretoria da entidade (todos falecidos): Antonio Fermentão, Herbert Mayer e Valdecir de Britto.

Fermentão era empresário do setor de comunicação, assumiu como diretor da ACIM em 1996 e foi vice-presidente em duas gestões, além de ter sido presidente interino, em 2001. Também presidiu a Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Norte e Noroeste do Paraná o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá.

Já o imigrante alemão Herbert Mayer foi contratado para o cargo de gerente da ACIM em 1962, onde permaneceu até 1976, período em que a entidade implantou o 4º serviço de proteção ao crédito do Brasil.

Empresário do setor de revenda de veículos, Valdecir de Britto foi um dos mais atuantes diretores da ACIM, desde que assumiu em 1988 e foi membro do Conselho Superior até seu falecimento, no ano passado. ■

Preservando
as cores
da natureza!



GRÁFICA REGENTE

FONE: (44) 3366-7000

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Fone: (44) 3366-7010 • Fax: (44) 3366-7031

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

www.graficaregente.com.br



Páginas cheias de história

O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ COMEMORA 35 ANOS, SENDO O TERCEIRO JORNAL DE MAIOR TIRAGEM DO PARANÁ; PARA O FUTURO, HÁ PREVISÃO DE INVESTIMENTOS EM ESTRUTURA E TECNOLOGIA PARA LEVAR A INFORMAÇÃO POR VÁRIOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

O jornal de maior tiragem de Maringá e terceira maior do Paraná está completando 35 anos. O Diário do Norte do Paraná foi fundado em 29 de junho de 1974 pelo empresário Joaquim Dutra com a participação de alguns sócios e ao longo dos anos trouxe em suas páginas um pouco da história de Maringá. Em 1977, passou a ser comandado por Franklin Vieira da Silva e sua então esposa, Rosey Rachel.

A sede própria, localizada na avenida Mauá, foi inaugurada em 1985. Inicialmente ocupava um terreno de dois mil metros quadrados e hoje tem 4,9 mil metros quadrados de área construída.

Segundo diretor de conteúdo, Michael Vieira da Silva, a modernização e a estruturação foram os principais investimentos realizados nos últimos anos, com o objetivo de tornar a informação mais acessível. “A redação, por exemplo, onde trabalham 54 pessoas, está entre as mais modernas do Paraná. A tendência do jornal, para os próximos tempos, é investir em plataformas multimídias, levando informação não apenas através do impresso, portal e rádio, mas também por celular, TV via internet e e-mail. O objetivo é instalar um estúdio de televisão na redação e disponibilizar reportagens e entrevistas no portal”, planeja.

O grupo conta atualmente com 350 funcionários, dos quais 30 são jornalistas. Na cidade, a liderança do jornal pode ser atestada pela ti-



Rafael Silva

REDAÇÃO DO JORNAL O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ: EQUIPE CONTA COM 54 PROFISSIONAIS, SENDO 30 JORNALISTAS; TIRAGEM DIÁRIA É DE 15 MIL EXEMPLARES, DISTRIBUÍDOS EM 66 MUNICÍPIOS DA REGIÃO

ragem, que é auditada pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC). São 15 mil exemplares por dia, distribuídos em 66 municípios do norte e noroeste do Paraná.

RÁDIO CULTURA

Sete anos atrás, em 2002, o grupo adquiriu a Rádio Cultura AM, a primeira emissora de Maringá, fundada há 58 anos. Um ano depois da aquisição, a rádio ganhou novas instalações. São, no total, mais de 900 metros de área construída.

De acordo com a sócia da emissora, Patrícia Rodrigues Vieira da Silva, “a Rádio Cultura tem grande proximidade com a comunidade. Além disso, buscamos prestar serviços de interesse dos ouvintes e inserir na programação informações de conhecimentos gerais, históricos e da atualidade”.

Patrícia conta que além dos cem municípios de abrangência da rádio (no norte e noroeste do Paraná, interior do Mato Grosso do Sul e de São Paulo), a programação pode ser ouvida através da internet e da frequência de rádio amador. “A fidelidade dos ouvintes é a grande característica da Cultura AM. Muitas pessoas que se mudaram de Maringá continuam ouvindo a programação pela internet. Tivemos um caso peculiar: um ouvinte da Finlândia gravou uma fita para comprovar que ouve nossa programação e o mais interessante é que ele sintonizou pela frequência do rádio amador”, comenta ela.

A rádio Cultura AM recebe mais de cinco mil ligações de ouvintes por mês e a equipe conta com 27 profissionais.

Empresário da comunicação

FRANKLIN VIEIRA DA SILVA É DIRETOR-PRESIDENTE DO JORNAL O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ. COMEÇOU SUA TRAJETÓRIA NO JORNALISMO COMO COLUNISTA SOCIAL E AOS POUÇOS FOI ADQUIRINDO PERCENTUAIS DO JORNAL, COM A ENTÃO ESPOSA, ROSEY RACHEL VIEIRA DA SILVA. O EMPRESÁRIO TAMBÉM SE TORNOU PROPRIETÁRIO, EM 2002, DA RÁDIO CULTURA AM E FAZ PLANOS DE POSSUIR UMA EMISSORA DE TELEVISÃO. CONFIRA A ENTREVISTA QUE ELE CONCEDEU À REVISTA ACIM:

É VERDADE QUE QUANDO O SENHOR ADQUIRIU O JORNAL ELE TINHA DÍVIDAS?

Quando comprei o jornal passei a ser o sócio majoritário, mas majoritário do quê? A impressora não era minha, a máquina de fotocomposição era financiada, o prédio era de outro proprietário. Em síntese, tinha comprado o nome do jornal, umas mesas e cadeiras, porque nem computador tinha na época, e o trabalho da equipe. Sempre digo que comprar com dinheiro é fácil, o duro é comprar sem dinheiro. Tive que batalhar, conquistar gradativamente a participação da comunidade. Se muita coisa não foi feita, foi porque não tivemos condição, talvez financeira. Hoje temos um jornal equiparado tecnicamente ao que há de mais moderno e isso nos coloca entre os três primeiros jornais do Paraná. Também conseguimos um prédio próprio num terreno de quatro mil metros quadrados e cinco mil metros de área construída, que abrigam a Rádio Cultura AM e o jornal. E falo com muito orgulho que O Diário do Norte do Paraná é o único jornal da cidade que tem todas as edições encadernadas, e estamos num processo gradual de digitalizar as edições para facilitar pesquisas referentes aos nossos 35 anos e evidentemente da história de Maringá. Nosso sacerdócio é procurar fazer um jornal competitivo em nível de comunidade, resguardando evidentemente a postura política e financeira.

COMO O SENHOR DEFINE O PERFIL EDITORIAL DO JORNAL?

A nossa linha sempre foi e é muito mais agora de total independência. Não temos dependência do governo. O que nos sustenta é a estrutura comercial da região, porque o percentual que vem de anúncios do governo não chega a 10%. Claro que a gente não



pode despendar destas publicidades, mas não existe mais aquela situação em que o cara pagava pelo anúncio e atrelava ao "você só tem que falar bem do governo", o tipo de jornal chapa-branca. Nós passamos por essa fase. Mas não podemos esconder o que é de interesse da comunidade. Por exemplo na última eleição publicamos na primeira página um código de ética informando como o jornal iria funcionar naquele período. Nós não poderíamos suportar pressões políticas. Então, fizemos um código para demonstrar à comunidade que não estávamos brincando com coisa séria. Foi muito bem aceito. E acho que estamos no caminho certo.

QUE INVESTIMENTOS SÃO PREVISTOS PARA O FUTURO EM RELAÇÃO AO JORNAL?

Queremos ampliar nosso parque gráfico dentro de dois ou três anos. Os equipamentos estão orçados em torno de US\$ 3 milhões.

O JORNAL O DIÁRIO CIRCULARÁ NAS SEGUNDAS-FEIRAS?

Quando se fala em circulação nas segundas-feiras, vem uma pergunta que fizemos

em pesquisa aos assinantes: você quer o jornal na segunda-feira? Todo mundo diz sim, claro! Mas quando falamos que precisaremos aumentar o valor da assinatura, as pessoas não querem pagar a mais. Como ficam as obrigações trabalhistas e o descanso semanal dos funcionários? Não sei quanto isso custaria a mais, e no momento não há possibilidade econômica para isso, mas não está fora das nossas propostas.

O SENHOR ADQUIRIU A RÁDIO CULTURA AM EM 2002. E QUAL A AVALIAÇÃO DO SENHOR SOBRE ESTE NEGÓCIO?

Quando nós adquirimos a rádio, em 2002, ela vinha de um processo de sucateamento, com todo o respeito. Compramos equipamentos, mesas, microfones, tudo de alta qualidade. A rádio faturava R\$ 300 por mês e tinha 2% de audiência. Hoje temos quase 38% de audiência e somos a emissora AM mais ouvida da cidade.

O SENHOR TEM PLANOS DE TER UMA EMISSORA DE TELEVISÃO?

Todo empresário quer consolidar uma estrutura empresarial e, sem dúvida, a televisão está nos planos do grupo. Já fizemos algumas incursões a respeito que não deram certo.

O JORNAL PUBLICOU UM LIVRO SOBRE OS 35 ANOS...

No dia 29 lançamos o livro "O Diário do Norte do Paraná - a saga vitoriosa de um jornal a serviço da cidadania". Por que estamos fazendo isso? Estou com 67 anos e queria viver até 110 anos, mas acho que não será possível. E quero preservar a história do O Diário. Também tenho um projeto de fazer mais um volume contando o perfil do empresário Franklin Silva. ■

Você está preparado para a Nota Fiscal Eletrônica?



Conheça as soluções da TecnoSpeed para Emissão de Nf-e e Integração de Sistemas de Gestão com a Secretaria da Fazenda.

Fone: (44) 3028-3749
www.tecnospeed.com.br



Cientes de todo o Brasil aprovam. TecnoSpeed a escolha certa para NF-e.

Maximize seu negócio... aumente seus lucros, venda mais.

Gerencie clientes;
Pesquise informações;
Desenvolva campanhas de marketing;
Acompanhe de perto os projetos em um só lugar.

MS Office Outlook com
Business Contact Manager



Consulte-nos
(44)3262-9895
www.deltasge.com.br



REUNIÃO COM SECRETÁRIO

O presidente da Software By Maringá, Ademir Faria, se reuniu em junho com o Secretário Estadual do Trabalho, Emprego e Promoção Social (Setp), Nelson Garcia. Em pauta, a realização de mais cursos de qualificação para desenvolvedores de software. Também participaram da reunião, o diretor da Software By Luiz César Lopes; a chefe do Escritório Regional de Maringá Mônica França Grillo; a Coordenadora de Qualificação Profissional do Estado Elaine Ribeiro; a assessora de gabinete Eliana de Almeida Cezar; o Gerente Regional do Senai Luiz Antonio Mendonça; e Luiz Carlos Guerra, do CTM/Senai.

SUCESSO

O secretário do Trabalho, Nelson Garcia, ficou bastante satisfeito com a realização do Curso Desenvolvedor de Software - Planteq, realizado em parceria com a Software By, Senai-CTM - Centro Tecnológico de Maringá, APL de Software e Sebrae/PR. A secretaria de estado investiu R\$ 60.280,00, o suficiente para a qualificação da primeira turma, que formou 39 alunos no dia 26 de abril. "É muito importante investir em qualificação que envolva tecnologia, ainda mais sendo uma área que está tão carente de profissionais no mercado de trabalho", afirmou o secretário, Nelson Garcia.

DOSSIÊ

A equipe de Maringá entregou um dossiê ao secretário Nelson Garcia com todos os resultados do Planteq. O material foi recebido com muito interesse. A coordenadora Elaine Ribeiro ressaltou alguns pontos positivos do curso em Maringá, entre eles, a contratação de uma psicóloga para orientar os alunos, o baixo índice de desistências e a seriedade do trabalho realizado. "Há grande abertura para que a parceria tenha continuidade", acredita Ademir Faria.

FUTUROS CURSOS

De acordo com Nelson Garcia, será feito um estudo para avaliar se é possível a abertura de uma nova turma para este segundo semestre. A chefe do Escritório de Maringá, Mônica Grillo, está apoiando o projeto. "Sou maringaense e tenho orgulho de ver jovens empresários lutando para oferecer cursos que irão ajudar no desenvolvimento dos cidadãos. Nosso papel é acompanhar a qualificação profissional, e a Software By Maringá e o APL de Software estão de parabéns pela seriedade e pelo sucesso da iniciativa".



SG CONTRIBUI COM PROVOPAR

No mês de junho, a SG Sistemas de Automação entregou ao Provopar, 10 mil peças de roupas. A entrega aconteceu na sede do Almoxarifado Central da Prefeitura e contou com a presença da presidente do Provopar, Bernadete Barros, de funcionários e do diretor da SG, Joaquim Cardoso Tavares. A iniciativa nasceu a partir de uma ideia de unir os vários setores da SG.

"Realizamos uma gincana para aproximar os funcionários e, durante 30 dias, com o apoio dos supermercados Zanin, Roveri, Planalto, Nacional Carnes, Preço Bom, Paris, Central de Paiçandu, Líder de Sarandi, Rede Bom dia e Cidade Canção, além de várias farmácias, conseguimos arrecadar as 10 mil peças", explicou Tavares. É a segunda iniciativa da empresa, que no ano passado arrecadou 2 mil peças.

SABER TI – NOVA TURMA

A Software By Maringá e o APL de Software de Maringá, com execução do CTM Senai Maringá e apoio do Sebrae/PR, estão promovendo a segunda edição do Programa Saber TI, oferecendo gratuitamente o Curso de Programador de Software. As aulas começam neste segundo semestre com 20 alunos. Atualmente, 60 jovens estão participando da primeira edição do curso de programador, que começou em janeiro e prossegue até o final do ano. Um dos objetivos é formar mão-de-obra para o setor de TI em Maringá.

VISITA A SANTA CATARINA

O Sebrae/PR viabilizou um encontro entre Líderes dos APLs de Tecnologia da Informação do Estado do Paraná e técnicos ligados ao Programa Plataforma de Tecnologia da Informação e Comunicação (PLATIC), de Santa Catarina. O Programa tem o objetivo de ampliar a competitividade das empresas do segmento naquele Estado e qualificar a gestão do negócio. De Maringá participaram empresários representantes da Software By Maringá, da academia (UEM) e do Sebrae. O objetivo dos maringaenses foi conhecer a experiência catarinense, que já alcançou muitos resultados positivos.

ENCONTRO DE APLS

Outra iniciativa do Sebrae/PR que teve participação da Software By Maringá foi a realização do IV Encontro dos Líderes dos APLs de Tecnologia da Informação do Estado, em Curitiba. Por sugestão de Maringá, os APLs começarão a idealizar projetos em conjunto. A primeira ação é a obtenção de recursos do FAT para a realização de cursos na área de TI nas cidades onde existem APLs.



Sua equipe de vendas com tudo que precisa na palma da mão.

SAV

WWW.CERPROSOFT.COM.BR

SISTEMA DE AUTOMAÇÃO DE VENDAS



Pacote contábil/fiscal/pessoal Sistema de Gestão financeira Nota Fiscal Eletrônica e SPED

44 3031.5024

Soluções Gerenciais
(Com Controle Centralizado)

- SGvx**
 - Solução de Gestão para Supermercados, Atacados, Distribuidoras e Lojas de Varejo em Geral. (LINUX)
- SGFOODS**
 - Solução que atende ao Ramo de Alimentação: Restaurantes, Pizzarias, Chopperias, Lanchonetes e Casas Noturnas.
- SGcard**
 - Utilize a solução SG Card Private Label para Fidelizar o seu Cliente e aumentar suas vendas através de convênios.
- SG Mobile**
 - Solução em Mobilidade para Equipes de Vendas (Palm/Notebook).
- SGcommerce**
 - Solução de Vendas através da Internet, integrado com Gestão.
- SG NFe**
 - Sistema Emissor de Nota Fiscal Eletrônica.
- SG Frente**
 - Sistema de Frente de Caixa, que pode ser integrado com outros Sistemas de Gestão. (LINUX)

www.sgsistemas.com.br

Rua São João nº 1759 - Maringá - PR
comercial@sgsistemas.com.br - Fone (44) 3026-2666

Sucesso de negócios

A TERCEIRA EDIÇÃO DA FEIRA FESTAS & NOIVAS REUNIU SETE MIL PESSOAS DURANTE TRÊS DIAS E FOI UMA OPORTUNIDADE PARA DIVULGAR AS EMPRESAS DO SETOR E PARA A CONCRETIZAÇÃO DE NEGÓCIOS

Com entrada gratuita, a terceira edição de Festas & Noivas foi uma realização da ACIM e do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, com o apoio do Copejem e do Programa Empreender, ambos ligados à ACIM, além da Chaplin Propaganda. O evento aconteceu de 16 a 18 de junho, no Centro de Eventos Araucária, em Maringá.

Apesar da feira ter recebido cerca de sete mil visitantes, o maior motivo de comemoração foi o resultado no fechamento de negócios e as expectativas pós-evento. Este foi o caso do Studio Letícia Bertelli, que participa desde a primeira edição, e não quer ficar de fora da próxima, já que assim como no ano passado, a empresa fechou dez contratos durante o evento.

A proprietária do estúdio, Letícia Bertelli, acredita que outros contratos, frutos das visitas ocorridas durante a feira, ainda serão fechados. "Muita gente visitou nosso estande e este público deverá nos procurar posteriormente", comenta. Na avaliação da empresária, este ano os expositores investiram mais nos estandes, deixando o ambiente ainda melhor para o público. No caso dela, os visitantes conheceram um mostruário novo.

O Buffet Dela Re, que também participa desde a primeira edição, lançou diversos produtos. Uniformes, comidas e novos formatos de mesas foram apresentados aos visitantes. "Esperamos este even-



Rafael Silva



Rafael Silva

A FEIRA FESTAS & NOIVAS REUNIU INTERESSADOS EM CONHECER AS EMPRESAS E NOVIDADES DO SETOR; DURANTE OS TRÊS DIAS FORAM REALIZADOS DESFILES DE TRAJES E APRESENTAÇÃO DE BANDAS

to para apresentarmos as novidades. As mesas de toalha do buffet foram substituídas pelas laqueadas e de ratan”, conta a proprietária, Renata Aparecida Borim Berbert, que está satisfeita com os contatos feitos na feira, mas explica que o trabalho começa agora. “Como temos um salão próprio, as pessoas precisam ir até o local para conhecer nosso espaço. A partir de agora, vamos entrar em contato com os visitantes que se interessaram pelo nosso trabalho e tentar fechar negócio”.

Participando pela primeira vez do evento, a Vitral Noivas apostou na exposição de vestidos conceituais, que fugiram dos tradicionais. Para Dirceu Lazari Nogueira, um dos proprietários da loja, participar do evento foi uma oportunidade para divulgar o trabalho. “O resultado foi ótimo, além do esperado. O volume de visitantes também me surpreendeu, inclusive muitos vieram de outras cidades”.

Segundo ele, algumas pessoas que visitaram seu estande já entraram em contato agendando uma visita. “No evento, fechamos alguns negócios, o que também nos surpreendeu. Por isso, temos planos de participar da edição do ano que vem”, programa o empresário.

Ao todo, foram 68 expositores especializados em festas, incluindo buffets, empresas de decoração, doces, fotógrafos e cartório. Todos os dias foram realizadas apresentações de bandas e desfiles de trajes.

VISITANTES

Se para os empresários a feira foi uma oportunidade de apresentar produtos, serviços e fechar negócios, para os visitantes o evento foi uma oportunidade de encon-



Rafael Silva

MARIA DE FÁTIMA DOS SANTOS E LENILSON DE CASTRO CASARAM-SE DURANTE A FEIRA, E NÃO TIVERAM GASTOS NEM COM A RECEPÇÃO PARA OS AMIGOS E FAMILIARES

Casamento diante dos visitantes

Uma das novidades da Feira Festas & Noivas deste ano foi a realização, diante dos visitantes, do casamento de Maria de Fátima dos Santos Silva e Lenilson José de Castro. O casamento era um sonho do casal e os organizadores e expositores da feira resolveram dar “uma mãozinha”. Maria e Castro ganharam os trajes, fotografia e até uma recepção para familiares e amigos. No ano que vem, os organizadores da feira promoverão um concurso para escolher quem será contemplado com o casamento.

trar num mesmo local os fornecedores especializados em festas. O casal Karina Benassi e Ricardo Lara está com o casamento marcado para março do ano que vem. A cerimônia deverá reunir 250 pessoas e eles já contrataram a banda, mas ainda deverão escolher as empresas responsáveis pela decoração, foto, filmagem e salão de beleza, onde a noiva deverá se arrumar.

De acordo com Lara, o evento é “um facilitador, principalmente para os homens, que não têm

muito tempo para correr atrás de detalhes do casamento”.

A noiva Juliana Bossoni também visitou a feira. Com casamento agendado para 2010, ela estava disposta a fechar negócios. Juliana contratou alguns serviços na Feira Festas & Noivas do ano passado e, segundo ela, vale a pena esperar a realização do evento. “Aqui as empresas dão brindes e oferecem condições de pagamento mais atrativas. Também temos uma ideia mais real de como poderá ser o casamento”. ■

Um modelo de negócio que faturou, em 2008, R\$ 55 bilhões, ou 19,5% a mais em relação ao ano anterior e com perspectivas conservadoras de crescer 13% em 2009, segundo a Associação Brasileira de Franchising, é tentador e serve de estímulo para revelar o espírito empreendedor que habita cada um. Apesar da tentação, quem opta por abrir o próprio negócio baseado no modelo de franquias deve, antes de mais nada, se conhecer para assegurar que possui o perfil recomendado para investir no setor. É o que orienta o consultor do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) João Luís Moura.

“De maneira geral, o sistema de franquia é mais recomendável para quem é conservador”, diz ele, destacando o interesse de dekasseguis pelo modelo de negócio. O consultor revela que das 50 pessoas que buscam informações sobre o programa Sebrae Franquias de Maringá a cada mês, mais da metade é formada por descendentes de japoneses que voltaram do país do sol nascente e pretendem aplicar as economias com segurança.

E é justamente a segurança, de acordo com Moura, a principal vantagem da franquia quando se decide que é chegada a hora de ter o próprio negócio. Quanto menores os riscos, maiores são as chances de dar certo.

Edson Hirosawa, proprietário das lojas da rede Cacau Show no Shopping Avenida Center e Shopping Cidade, se encaixa no perfil apontado pelo consultor do Sebrae. “Ter pouco capital e assumir um risco muito grande é um mau começo. Por isso, optei pelo modelo de franquia e escolhi a Cacau Show, que cabia no meu orçamen-

Franquias: com disciplina, a melhor alternativa

INVESTIR NA ABERTURA DE UMA FRANQUIA PODE MINIMIZAR AS CHANCES DE ERRO, MAS COMO EM QUALQUER OUTRO NEGÓCIO EXIGE DEDICAÇÃO; SETOR DEVERÁ CRESCER, MESMO COM A CRISE, 13% NESTE ANO



Rafael Silva

O CONSULTOR DO SEBRAE JOÃO LUÍS MOURA DIZ QUE AS FRANQUIAS SÃO MAIS INDICADAS PARA EMPREENDEDORES CONSERVADORES, DAÍ A PROCURA DO SISTEMA PELOS DEKASSEGUIS

to”, conta ele, que abriu a primeira loja há quatro anos. Também pesaram na decisão de Hirosawa a possibilidade de expansão que a rede permite e certa familiaridade com o segmento alimentação, uma vez que ele havia trabalhado com restaurantes antes de decidir alçar voos empresariais à frente do negócio. A marca Cacau Show está presente em mais de 650 lo-

jas em 23 estados brasileiros.

Hirosawa acredita que fez uma boa escolha porque acertou no produto e está satisfeito com o negócio, mas se ressentido da falta de autonomia que tem enquanto franqueado, característica fundamental do modelo de negócio. De acordo com ele, usufruir do *know-how* pronto da franqueadora é uma vantagem indiscutível,

mas a “prisão” é o lado ruim. “A franquia é um negócio sem muito risco, mas também sem muita emoção”.

SEGUIR REGRAS

O empresário Max Silvestrelli, franqueado da Polo Play e Mr. Kitsch, a última aberta há um ano, percebe o modelo de negócio franquia de maneira distinta de Hirosawa. Prestes a abrir a Mr. Cat, terceira loja franqueada, no Maringá Park Shopping Center, local onde as outras duas estão instaladas, ele resume o sucesso da relação franqueado-franqueador na predisposição a seguir regras. “Isso é fundamental para dar certo, além de oferecer condições para o negócio andar”, recomenda.

Filomena Garcia, sócia-diretora da Franchise Store, a primeira loja de rua para venda de franquias do Brasil, operada em São Paulo pelo Grupo Cherto, concorda com Silvestrelli. “O sucesso do negócio está 50% nas mãos do franqueador e o restante nas mãos do franqueado. Não adianta ele não se envolver, não participar do dia-a-dia do negócio e esperar que a marca faça este trabalho”, esclarece ela. Na avaliação de Filomena, este comportamento explica o sucesso de algumas franqueadas e o fracasso de outras.

Um dos exemplos de participação que tem aumentado a cada ano é o envolvimento dos franqueados nas principais decisões de marketing dos franqueadores, de forma consultiva. Silvestrelli fez isso na Polo Play. “Investi muito em mídia para associar a marca à ideia de presente e deu certo. Não passa um dia sem que sejam vendidos na loja, pelo menos, três presentes”, conta o empresário.



EDSON HIROSAWA, QUE TEM DUAS LOJAS DA CACAU SHOW, ESTÁ SATISFEITO COM O NEGÓCIO, MAS RECLAMA DA FALTA DE AUTONOMIA: “A FRANQUIA É UM NEGÓCIO SEM MUITO RISCO, MAS TAMBÉM SEM MUITA EMOÇÃO”

Franchise Store facilita acesso a informações

Ao contrário das marcas das quais já é franqueado, o empresário Max Silvestrelli recorreu ao Grupo Cherto, que atua no ramo de franquias há 23 anos, para viabilizar o contrato com a Mr. Cat. Especializada em ocupação de mercado via canais de marketing, a empresa vendeu cem franquias em 2008. No final do ano passado o grupo inaugurou a Franchise Store para facilitar o acesso e a informação aos interessados. “Nosso papel é entender o perfil do candidato, seu passado em termos históricos de sucesso, as áreas de maior afinidade e o investimento disponível. A partir disso, apresentamos as marcas que mais se enquadram às suas condições”, explica Filomena Garcia, revelando que 80% dos candidatos desconhecem até mesmo o segmento em que pretendem atuar.

O grupo planeja a expansão da Franchise Store também por meio de franquias. A expectativa é que sejam abertas 11 lojas no país até o final de 2010.

No caso da Mr. Cat, ele espera o retorno do investimento em 36 meses, conforme estipulado pelo franqueador. "Nossos clientes dizem que faltam lojas de sapatos, principalmente masculinos. Foi por isso que decidi abrir esta franquia. É um modelo pronto, o que minimiza os riscos", diz ele.

ADAPTAÇÃO E SUCESSO

Se, do lado do franqueado, as vantagens e desvantagens do modelo devem ser pensadas com critério antes da decisão, do lado do franqueador valem as mesmas regras. Nem todos se sentem confortáveis em ver a dedicação de, às vezes uma vida de trabalho, e a construção de uma marca nas mãos de quem poderá não lhes dar o mesmo valor.

O Pastel do Roberto é um exemplo de empresa que passou por diferentes fases até acertar o tom do modelo. Marca criada em 1990, apesar do produto ser conhecido no mercado desde 1969, nas feiras livres, a decisão de transformar o negócio em franquia surgiu em 1999, ano em que o primeiro quiosque da atual estrutura foi construído no estacionamento do varejão Shinnai, na Zona Sete, em Maringá. Na época, os famosos pastéis eram encontrados em apenas três locais.

"Tivemos dificuldades no início em razão da falta de experiência com o sistema de franchising", revela Jerry Koyama, proprietário da marca. Passado o período de adaptação, a empresa se consolidou no sistema. Em Maringá há sete franqueados, um em Paranaíba e um em Londrina. Segundo Koyama, a empresa está desenvolvendo um novo formato da franquia que deverá ser lançado no segundo semestre deste ano, também no ramo da alimentação.



Rafael Silva

O EMPRESÁRIO MAX SILVESTRELLI ABRIRÁ SUA TERCEIRA LOJA NO SISTEMA DE FRANQUIA E PREVÊ QUE O INVESTIMENTO SERÁ PAGO EM TRÊS ANOS: "É UM MODELO PRONTO, O QUE MINIMIZA OS RISCOS"

Vantagens e desafios para os franqueados

Vantagens

- know-how adquirido
- maior chance de sucesso
- plano de negócios
- maior vantagem competitiva
- economias de escala
- racionalização do investimento
- maior crédito
- rentabilidade com redução de custos
- melhor controle do retorno sobre o investimento
- parte de uma corporação
- usufruto dos resultados da Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) desenvolvida pelo franqueador
- independência jurídica

Desafios

- autonomia parcial
- controles, submissão a regras
- pagamento das taxas de franquia
- padrão de localização
- restrições na utilização do sistema e em sua transferência a terceiros
- risco atrelado ao desempenho do franqueador



Fonte: Programa Sebrae Franquias



FRANQUIAS COM VALOR DE ATÉ R\$ 50 MIL PODERÃO SER FINANCIADAS PELO PROJETO MICROFRANQUIAS, IDEALIZADO PELO INSTITUTO TOMODATI; NA FOTO, CLÁUDIO SUZUKI, PRESIDENTE DO TOMODATI

De Maringá para o mundo

Primeiramente pensado para atender dekasseguis, o projeto Microfranquias idealizado pelo Instituto Tomodati de Cooperação do Brasil pode servir de modelo para o mundo. A afirmação é do presidente do Instituto, Cláudio Suzuki. Aprovado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e pelo Fundo Multilateral de Investimento, o projeto pretende fomentar o desenvolvimento de negócios através da metodologia de microfranquias, cujos investimentos não ultrapassem R\$ 50 mil, a exemplo de casas de suco e de lanches.

"A intenção é beneficiar empresas com potencial para aderir ao sistema, mas que dispõem de pouco capital", diz Suzuki. O rascunho do Microfranquias começou a ser desenhado em setembro do ano passado, a partir da mudança na aplicação dos recursos dos dekasseguis que voltavam do

Japão. Antes investidas em imóveis, 70% das economias buscavam negócios atraentes para ser aplicadas.

De acordo com Suzuki, a gestão do Microfranquias ficará a cargo do Tomodati, encarregado de administrar todo o processo de implementação do método que prevê, inclusive, a capacitação de consultores especializados no assunto. Ao BID caberá financiar o projeto para as empresas franqueadoras e empreendedores interessados. A expectativa é de que a conclusão de todas as fases do processo se dê em três anos.

A convite do BID, o presidente do Tomodati participou em junho, na Colômbia, de um encontro sobre franquias com representantes de países da América Latina. Segundo ele, a intenção do banco é implantar o projeto Microfranquias. "O interessante dessa proposta é a valorização das empresas locais", resume.

No serviço público, sistema ajuda a cumprir lei

A universalização do serviço postal é determinada pela legislação. Desde 1991, a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) passou a utilizar o sistema de franquias para atender a lei e cobrir os 5.562 municípios. Antes concedido a pessoas jurídicas que atendiam os critérios estabelecidos pela empresa, o atendimento terceirizado é regulado pela concorrência pública e regido pelo contrato de franquia postal.

Há, no país, 1.400 franqueados da ECT, sendo 13 na região noroeste do Paraná. Em Maringá, a empresa possui três agências próprias e sete franqueadas. Ao contrário do modelo convencional de franquia, aqui os royalties são pagos pelo franqueador. Roberto Mariani, gerente regional dos Correios em Maringá, explica que, a cada 15 dias, a empresa repassa ao franqueado a comissão referente aos serviços comercializados, cujos valores são estabelecidos em uma tabela nacional.

Na avaliação de Mariani, as dez agências dos Correios são suficientes para atender a população. Mesmo assim a cidade pode ganhar mais cinco franqueadas. O edital da licitação está à disposição dos interessados na página eletrônica dos Correios e os novos contratos terão vigência de dez anos.

O mesmo edital informa que a estimativa de investimentos varia entre R\$ 165 mil e R\$ 335 mil, incluídos nos valores a taxa inicial de franquia e o capital de giro necessário para o início das operações da agência. ■



Rafael Silva

PROCURA POR CONSÓRCIOS TEM CRESCIDO E EMPRESAS QUE ATUAM NO SETOR EM MARINGÁ TÊM PLANOS DE AUMENTAR DAS VENDAS NESTE ANO; DESTAQUE SÃO OS CONSÓRCIOS IMOBILIÁRIOS

A vez dos consórcios

EM MARINGÁ, CINCO EMPRESAS QUE VENDEM CONSÓRCIOS DIZEM QUE A CIDADE ACOMPANHA O MERCADO NACIONAL E REGISTRA ALTA NESTA MODALIDADE DE COMPRA E INVESTIMENTO; SETOR REGISTROU AUMENTO DE 12% NAS VENDAS NOS TRÊS PRIMEIROS MESES DESTE ANO, NO BRASIL

No primeiro trimestre deste ano, em meio à crise internacional, o setor de consórcios no país registrou crescimento de 12,1% nas vendas de novas cotas na comparação ao mesmo período do ano passado. Alta também no número de clientes contemplados. Foram 232 mil contra 192 mil de janeiro a março de 2008. Os números são positivos e mostram que o setor continua a crescer. Na comparação dos resultados do ano passado com 2007, as

vendas de novas cotas cresceram 5,7% e as contemplações, 4,1%.

Na avaliação da Associação Brasileira das Administradoras de Consórcios (Abac), a crise trouxe benefícios ao sistema de consórcios, já que mais gente tem investido em compras parceladas e na formação de patrimônio. Para 2009, ano em que a novidade são os consórcios de serviços, a projeção da Abac é de crescimento entretanto 6% e 8%, com destaque para

o segmento de imóveis. Em Maringá, de acordo com representantes de cinco empresas que atuam no setor, o mercado tem seguido a tendência nacional de aumento nas vendas.

São vendedores de consórcio e de otimismo. "Registramos uma migração para o consórcio. A menor oferta de crédito garantiu um diferencial e uma oportunidade de crescimento para o setor", diz o gerente de vendas da filial de

Maringá do Consórcio União, José Natividade Luiz. “A crise não chegou a afetar, pelo contrário. Tivemos uma redução na oferta de dinheiro e o consórcio se manteve como a melhor opção. O negócio fica ainda mais atrativo, pois é uma opção de autofinanciamento”, afirma o gerente comercial da filial de Maringá do Consórcio Rodobens, Leandro Camargo.

“Mesmo no começo do ano passado, quando houve uma queda acentuada nos juros dos financiamentos, as vendas não foram prejudicadas em nada. O consórcio cresce porque é mais atrativo”, avalia o proprietário da Reconsid, representante do Consórcio Nacional Gaplan, Sidney Pondian Rodrigues. Ele explica que a empresa trabalha com consórcios de alto valor voltados a compra de imóveis, caminhões e ônibus. “É um mercado muito bom. A crise até afetou um pouco, com aumento da inadimplência, mas são dívidas recebíveis”, diz.

Na opinião de Carlos Roberto Nogueira, gerente comercial do Consórcio Triângulo, administradora com sede em Maringá, por mais baixos que pareçam estar os juros dos financiamentos, eles ainda são altos. “A taxa de juros de 1,5% ao mês para financiar um veículo, por exemplo, ainda é alta. Só paga quem tem a pressa de pegar o bem na hora. O consórcio não tem juros e se mantém como a melhor opção de compra”.

O gerente da filial da Embracem em Maringá, Antonio Luiz Sala, confirma o bom momento do setor. “No início do ano tivemos um aumento significativo nas vendas. A vantagem de quem investe no consórcio é que no momento da contemplação, a pessoa tem o poder de comprar à vista, o que facilita na hora de fechar um negócio”, diz.



Rafael Silva

CARLOS ROBERTO NOGUEIRA E ELCIO PEREIRA DA SILVA, DO CONSÓRCIO TRIÂNGULO: JUROS AINDA ALTOS DOS FINANCIAMENTOS FAVORECEM O SETOR; NOVIDADE É O CONSÓRCIO DE SERVIÇOS

Ideia é brasileira

O Sistema de Consórcios no Brasil conta com pouco mais de três milhões de consorciados e movimentação cerca de R\$ 14 bilhões ao ano, o correspondente a cerca de 1% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Só nos últimos dez anos, foram entregues cerca de dez milhões de bens aos participantes.

Mas esta modalidade de compra é um pouco mais antiga, surgiu na década de 1960, com a instalação da indústria automobilística no país. Como faltava crédito para se oferecer diretamente aos consumidores, funcionários do Banco do Brasil tiveram a ideia de montar um grupo de amigos

para comprar juntos.

Eles decidiram constituir um fundo suficiente para aquisição de automóveis para todos os participantes. Nasceu o consórcio, uma ideia brasileira para disponibilizar crédito sem juros. A iniciativa se propagou rápido.

Hoje, segundo a Abac, o sistema de consórcios viabiliza a aquisição de bens de produção, caminhões, implementos agrícolas e rodoviários, ônibus, tratores, colheitadeiras, aeronaves, embarcações, computadores, antenas parabólicas, pneus, motocicletas, eletroeletrônicos, kits de casa pré-fabricada, imóveis, construção, reformas e até serviços turísticos, estéticos e cursos de pós-graduação.

O sistema oferecido pelas empresas é o mesmo. Elas são especializadas em organizar e administrar grupos de pessoas interessadas na aquisição de bens e serviços. Os negócios são normatizados e fiscalizados pelo Banco Central, que emite autorizações de funcionamento. O que muda em cada administradora são as taxas cobradas dos clientes, que normalmente variam de 0,1% a 0,5%.

Outro detalhe a ser observado é se existe cobrança de fundo de reserva e seguro e, se a resposta for sim, quais são estes valores e se eles podem ser resgatados depois do grupo ser fechado. As empresas também têm opções diferenciadas em termos de cartas de crédito e de número de prestações para aquisições de carros, motos, caminhões, serviços e imóveis.

CARTA DE IMÓVEIS

Números da Abac mostram que a venda de imóveis foi o grande des-



Rafael Silva

SIDNEY RODRIGUES, QUE REPRESENTA O CONSÓRCIO GAPLAN: EMPRESA TEM CINCO MIL COTAS DE CONSÓRCIO VENDIDAS E ESPERA CRESCER 20% NESTE ANO

taque do primeiro trimestre do ano. Mesmo com anúncios do Governo Federal de novos planos de financiamento imobiliário, o setor de consórcio de imóveis registrou um volume recorde de adesões. Só em março, foram comercializadas 22,3 mil novas cotas que, no acumulado do trimestre somou 47,4 mil. Já o número de contemplações no período foi de 15 mil cartas de crédito.

Em Maringá, onde existem car-

tas de crédito para imóveis de R\$ 30 mil a 300 mil, com prazos de até 150 meses, a maioria das administradoras que atua na cidade também aponta que este segmento tem se destacado. “O mais forte é o mercado imobiliário. Pegamos a carona deste bom momento da construção civil em Maringá, em que o mercado está bem valorizado”, afirma o gerente da filial da Embracon, Antônio Luiz Sala.

“Das nossas vendas, 70% são de imóveis. É um mercado aquecido e as pessoas aproveitam que podem usar o fundo de garantia como lance ou na compra”, diz o gerente da filial da Rodobens, Leandro Camargo. Segundo ele, este ano a empresa deve crescer 30% em relação a 2008. “Até agora, já registramos um crescimento real de 25% somando o mercado de caminhões e imóveis”, afirma.

“Os carros e motos vêm em primeiro lugar, mas temos registrado uma boa procura por imóveis. A vantagem é que eliminamos do cliente a parte burocrática do banco para liberar o financiamento”, diz o gerente comercial do Consórcio Triângulo, Carlos Roberto Nogueira. “A venda de consórcios de imóveis vem crescendo consecutivamente nos últimos anos”, avalia o gerente da filial do Con-



EM MARINGÁ, A RODOBENS PREVÊ CRESCIMENTO DE 30% NESTE ANO EM RELAÇÃO A 2008; 70% DAS VENDAS SÃO DE IMÓVEIS, DE ACORDO COM O GERENTE, LEANDRO CAMARGO

sórcio União, José Natividade Luiz.

“Temos cinco mil cotas de imóveis e de caminhões vendidos. É uma carteira boa. No caso dos imóveis, em que a faixa média de venda é de 60 mil, esperamos um crescimento de 20% para este ano”, diz o proprietário da Reconsid, representante do Consórcio Gaplan, Sidney Pondian Rodrigues.

NOVIDADE: SERVIÇOS

Regulamentado no início deste ano, ainda não há números sobre a venda de consórcios de serviços no Brasil. É um negócio novo, que permite aos clientes adquirir uma cota e, somente no momento da contemplação, decidir como gastará: com saúde, educação, turismo, eventos, reformas, entre ou-

tros. Por enquanto, o momento é de divulgação e informação, mas as primeiras vendas já foram fechadas. Em Maringá, as cotas para este tipo de negócio variam de R\$ 5 mil a 38 mil.

“Abrimos o consórcio de serviços tão logo foi publicada a normativa, tanto que a lei leva o nome do Rodolfo Montosa, que é o presidente do Consórcio União”, conta José Natividade Luiz. Segundo ele, a empresa já fechou três grupos. “É um produto novo que se difundirá bastante com o tempo. Temos vendido bem”, afirma Sala, da Embracon.

Camargo, da Rodobens, diz que a empresa tem trabalhado para fechar parcerias com agências de viagens e centros de estética, por exemplo, para incentivar as vendas.

“Fechamos um grupo de 192 participantes em 30 dias. Por ser um negócio novo e o primeiro grupo a ser criado aqui, podemos dizer que tivemos um bom desempenho”, avalia.

“As pessoas ainda mostram desconhecimento, mas é um segmento novo, em que o uso do crédito se define na contemplação. Acreditamos que é um mercado a se trabalhar”, diz o gerente administrativo do Consórcio Triângulo, Elcio Pereira da Silva, que prevê um crescimento para a empresa de 10% em 2009.

Rodrigues, da Reconsid, que trabalha com consórcios desde 1988, diz que por enquanto ainda não aderiu aos consórcios de serviços, pois prefere manter o foco no mercado de imóveis e caminhões. ■

JOGADOR DE FUTEBOL, R\$ 450.000,00 POR MÊS.

O CESUMAR – Centro Universitário de Maringá tem tudo o que você precisa para uma formação superior: a maior e melhor infraestrutura da região, cerca de 60% de professores mestres e/ou doutores e muito mais para você aliar a teoria à prática. Como você pode ver, não é por acaso que o CESUMAR é reconhecido como a Comunidade do Conhecimento.

Vestibular para cursos com início no 2º semestre de 2009:

ADMINISTRAÇÃO • MARKETING • ESTÉTICA E COSMÉTICA
(NOTURNO - 4 ANOS - 50 VAGAS) (NOTURNO - 3 ANOS - 40 VAGAS) (MATUTINO - 3 ANOS - 50 VAGAS)

E confira também no site os outros cursos, com início em fevereiro de 2010.

Pouca gente se dá bem na vida sem uma boa formação. Melhor você fazer Cesumar.

**INSCRIÇÕES ATÉ 12/07
PELO SITE WWW.CESUMAR.BR**

PROVA: 14 DE JULHO, ÀS 19H.
TAXA DE INSCRIÇÃO: R\$ 50,00


CESUMAR
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
Comunidade do Conhecimento



www.cesumar.br ou (44) 3027-6360

Bem-vindo ao futuro.



Todos por um

MAIS DO QUE TREINAR UM LÍDER, A EMPRESA DEVE INVESTIR NA LIDERANÇA COLETIVA, AQUELA EM QUE TODOS CONHECEM EXATAMENTE SUAS METAS E TÊM AUTONOMIA PARA REALIZAR TAREFAS; ESPECIALISTAS ACREDITAM QUE A LIDERANÇA PODE SER DESENVOLVIDA

Um líder deve ser pró-ativo, carismático, saber delegar funções, conhecer sua equipe e, também, deve ser parte da equipe. Ou seja, mais importante do que as atitudes de uma pessoa, as atitudes de todo o grupo devem ser de líderes. Isto é o que defendem diversos estudiosos da área, inclusive o professor Jorge Secco Caetano, mestre em Administração, professor de pós-graduação na área organizacional e de empreendedorismo.

Ver a liderança como uma característica de todos os funcionários, não importando o cargo, é uma vertente apoiada por Caetano e por outros especialistas. "Todo cargo tem algum nível de responsabilidade e todos terão que agir como líderes em certas situações". O chefe da organização também deve estar ciente de que sozinho não atingirá seus objetivos: "ele precisa de pessoas competentes ao seu lado para conseguir bons resultados".

Caetano explica que para se chegar à estrutura organizacional



Rafael Silva

TODA A EQUIPE DEVE ESTAR EMPENHADA EM CUMPRIR OS OBJETIVOS ESTIPULADOS PELA EMPRESA, SEGUNDO ESPECIALISTAS

ideal, todos os profissionais da equipe devem ter certa autonomia, saber suas reais funções e até onde podem chegar. "Às vezes, investir na equipe tem mais resultado do que em uma única pessoa, que é o líder".

A comunicação na empresa esclarecerá estes pontos e deixará os funcionários mais seguros de suas responsabilidades. "Esta comunicação não é por meio de relatórios ou e-mails, é o contato direto, como reuniões com departamentos, treinamentos. Este contato físico com certa frequência é essencial", acrescenta Caetano.

Com uma equipe estruturada e sintonizada, o professor diz que a tarefa do líder será enxergar os talentos e definir funções. "O profissional que está na chefia tem que encontrar as pessoas certas para vencer as metas estipuladas

pela empresa. E o trabalho de um verdadeiro líder é fazer com que essas pessoas sejam, no futuro, líderes também".

TALENTO DESENVOLVIDO

Saber trabalhar sobre pressão, inspirar pessoas, ser exemplo, ser um bom negociador, ter capacidade de aprendizagem ... a lista de características importantes para ser um bom líder é grande. A boa notícia é que elas podem ser treinadas e adquiridas.

Assim como para o professor Caetano, a psicóloga Sonia Maria Morro Rossi descarta a ideia de um líder nato, ou seja, aquele que nasce para liderar. De acordo com ela, essas características podem ser aprendidas e desenvolvidas. "As primeiras experiências da vida podem ajudar nesta aprendizagem. Se a criança foi incentivada



a se comunicar, a pensar positivo, a não ter medo, a correr riscos, e, principalmente, se teve bons exemplos, certamente estará mais propensa a se tornar um grande líder no futuro”, comenta.

Na vida adulta, treinamentos e auto-conhecimento serão os fatores para se obter características de liderança. Conhecer os pontos fortes e fracos é importante para chefiar. “Acredito muito nos treinamentos de liderança dentro das empresas. Porque daí fica mais

claro para o profissional as competências que aquela empresa exige de seus líderes. Novos conceitos são criados e o profissional vai se reinventando”, explica a psicóloga.

De acordo com Sonia, os principais erros que um profissional no cargo de gerência pode cometer dizem respeito a sua equipe. Assim como defende Caetano, a psicóloga acredita que sem objetivos claramente definidos e sem uma comunicação eficiente, a liderança não será satisfatória e os resultados não serão obtidos. “Se o líder não elogiar o trabalho de cada profissional, não reconhecer o desempenho de cada um e não dar o exemplo, ele não terá um bom trabalho”. Jorge Caetano completa: “o líder deve enxergar mais do que o profissional, mas a pessoa como um todo, saber como está sua saúde, alimentação, lazer, porque tudo isso influenciará no desempenho na empresa”. ■



Divulgação

SONIA ROSSI, PSICÓLOGA: “SE O LÍDER NÃO ELOGIAR O TRABALHO DE CADA PROFISSIONAL, NÃO RECONHECER O DESEMPENHO DE CADA UM E NÃO DAR O EXEMPLO, ELE NÃO TERÁ UM BOM TRABALHO”

Líderes escolhidos entre os colaboradores

Se encontrar um líder não é uma tarefa fácil, imagine quando a empresa tem 380 cargos de gerência. É o caso da Moveis Gazin, que tem sede em Douradina (PR). O empresário Marcelo Gazin, da Móveis Gazin, enfrenta o processo de escolher líderes há vários anos.

Ele explica que na hora de selecionar profissionais para cargos de liderança a prioridade é quem já trabalha na empresa. “A possibilidade de acerto será muito maior, porque a pessoa já conhece a empresa e só terá que se adaptar ao novo cargo”. Ele informa que 100% dos cargos de gerência da rede já faziam parte do quadro de funcionários, só que em cargos mais baixos.

Outras características que Gazin leva em consideração na hora de escolher um líder é analisar se a pessoa tem vontade de trabalhar e também de aprender com os outros, ou seja, se sabe ouvir. Dar o exemplo também é primordial, segundo o empresário. “Os melhores líderes são aqueles que fazem as pessoas confiarem nele e, conseqüentemente, servem de exemplo”.

Feijoada do ACIM Mulher

A QUINTA EDIÇÃO DO EVENTO, REALIZADO EM 6 DE JUNHO, REUNIU MAIS DE 300 PESSOAS; FEIJOADA INTEGRA CALENDÁRIO DA ACIM

Realizada pelo conselho de mulheres empresárias e executivas da ACIM, a quinta edição da Feijoada ACIM Mulher aconteceu em 6 de junho no Car Wash Chopperia. E reuniu mais de 300 pessoas, entre membros da atual e ex-diretorias da ACIM e lideranças como o Secretário de Estado de Planejamento, Enio Verri, o deputado Luiz Nishimori, o vereador Mário Verri, a primeira dama de Maringá, Bernadete Barros, juízes, entre outros. O evento integra o calendário da ACIM.

Os convites, que foram por adesão, se esgotaram vários dias antes do evento e deram direito a uma camiseta. Segundo a presidente do ACIM Mulher, Pity Marchese, foi uma oportunidade para “aumentar a rede de contatos e confraternização”. A feijoada teve animação de DJ que tocou samba e até uma baiana foi contratada para dar as boas-vindas aos participantes.

A feijoada ACIM Mulher teve patrocínio do Maringá Park Shopping Center, Sicredi, Fiat Via Verdi, Adega Brasil, B1/Bonny, BJ Santos, Água Doce Cachaçaria, Centro Comercial Tiradentes, Araucária Centro de Eventos, Bainha com Arame, Cesumar, Supermercados Cidade Canção, Cliniprev Saúde, Cocamar, Delicatessen, GVT, Leilões Judiciais Serrano, Ligia Louro Pratas de Bali, Moinho Vermelho Buffet, ORP Via-



Rafael Silva



A TRADICIONAL FEIJOADA REALIZADA PELO CONSELHO DE MULHERES EMPRESÁRIAS DA ACIM FOI UMA OPORTUNIDADE PARA CONFRATERNIZAÇÃO; NO DETALHE, AS CONSELHEIRAS E O PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, ADILSON EMIR SANTOS

gens e Turismo, PAM, Plaenge, Pneumar, Provisão, Recco Praia e Fitness, Rede Massa, Maison Ronny Dozzo, São Francisco Supermercados e Toni Segurança.

FÓRUM

Também em junho, foi realizada mais uma edição do Fórum ACIM Mulher. O tema foi “o estresse nosso de cada dia: um pouco ajuda, em excesso é um desastre”. Quem discutiu o assunto, no dia 2, foi a psicóloga Elizabeth Maio de Siqueira, que explicou que o “estresse é o mecanismo que põe em alerta as funções corporais e nos prepara para a ação”. Segundo

ela, não é possível evitar o estresse, mas administrá-lo. E em excesso, ele aumenta o risco de males cardíacos, prejudica o raciocínio, acarreta lapsos de memória, entre outros.

O Fórum ACIM Mulher acontece toda primeira terça-feira do mês e a participação é gratuita. Excepcionalmente em julho não haverá o encontro.

E já que o assunto é ACIM Mulher, neste mês as conselheiras realizarão mais uma edição da Feira Ponta de Estoque, que deverá reunir 300 mil pessoas no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá. ■

Julho/2009
Ano 1 - 004

Caderno Especial MODA

ACIM



MODA DE MARINGÁ COM DE

NO CADERNO ESPECIAL DESTE MÊS, O ASSUNTO É O VESTUÁRIO, QUE TORNOU A REGIÃO POLO DE MODA E SEGUNDO MAIOR PRODUTOR NACIONAL DE JEANS; SETOR MOVIMENTA R\$ 130 MILHÕES POR MÊS E AINDA SOBRA VAGAS DE TRABALHO

A moda produzida em Maringá e região traz reflexos diretos na economia local, sendo responsável por movimentar R\$ 130 milhões por mês e gera, segundo o Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá (Sind-vest), 25 mil empregos diretos e 60 mil indiretos.

Atualmente, conforme o presidente do Sindvest, Carlos Roberto Pechek, o sindicato tem cadastradas 1,2 mil indústrias, sendo que cerca de 70% estão localizadas em Maringá e na região metropolitana. Elas são responsáveis pela produção mensal de sete milhões de peças, que abastecem o mercado da moda em várias regiões do país.

Pechek explica que as indústrias trabalham com dois tipos de vendas: as de estradas, através de representantes em vários estados, e as de pronta entrega, por meio dos shoppings atacadistas. "Cada indústria possui uma metodologia de venda e atende determinadas



Rafael Silva

CONFECÇÃO GERA 25 MIL EMPREGOS DIRETOS NA REGIÃO; ORGANIZADO O SETOR CONTA COM CLIENTES DE TODO O PAÍS E SEIS SHOPPINGS ATACADISTAS

regiões do país, conforme seu perfil e produto. Mas de forma geral, o setor do vestuário de Maringá está representado em todos os estados brasileiros”

Conforme o diretor do Shopping Mercosul, Fábio Costa, a cidade recebe por mês cerca de 20 mil clientes para comprar nos

seis shoppings atacadistas, que juntos somam 500 lojas. Deste montante, 47% dos compradores são do Paraná e o restante é de São Paulo, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia, Minas Gerais, Goiás, Pernambuco, Acre e Distrito Federal.

STINO AO RESTO DO BRASIL



ORGANIZAÇÃO

Os empresários também apostaram na união. O Arranjo Produtivo Local (APL) do setor de confecções de Maringá existe há três anos, mas de acordo com o coordenador do APL Maringá, Luís Fernando Ferraz, “desde 1998 vários empresários vêm se organizando em busca de uma sinergia de ações que pudesse refletir no desenvolvimento sustentável do vestuário em Maringá e região”, diz ele, que também é empresário industrial do setor. Desde então, o grupo trabalha em parceria com a prefeitura, governo estadual e União, além do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e

Pequenas Empresas (Sebrae), Federação das Indústrias do Estado Paraná (Fiep), Universidade Estadual de Maringá (UEM), Centro Universitário de Maringá (Cesumar), Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) e a própria ACIM para que haja um planejamento que abranja da gestão de mão-de-obra à exportação. “Trata-se de um setor organizado, em que os empresários trabalham para o desenvolvimento desta cadeia”.

De acordo com ele, são boas as expectativas para as indústrias e empresas de vestuário em Maringá e região. “As regiões norte e noroeste do Paraná são hoje a se-

Para atender os compradores, os shoppings atacadistas oferecem regalias. A presidente da associação do shopping Avenida Fashion, Márcia Inês Kuramoto, destaca que “cada shopping conta com mais de 60 leitos. Além disso, são servidos café da manhã e transporte para que o cliente possa transitar de um shopping para o outro. Tudo gratuitamente”.



O EMPRESÁRIO LUÍS FERNANDO FERRAZ, DO APL DE CONFECÇÃO: EMPRESAS AINDA PODEM CONQUISTAR MAIOR VISIBILIDADE DAS MARCAS E INTERNACIONALIZAÇÃO DOS PRODUTOS

gunda produtora de jeans nacional, o que contribui para alavancar e divulgar outros segmentos que formam a cadeia de produção”, informa Ferraz.

No entanto, o setor enfrenta escassez de mão-de-obra qualificada. Ferraz explica que é preciso formar profissionais com índices de qualidade e produtividade. “É um setor de muita rotatividade. Como a maioria dos profissionais são mulheres, e elas se desdobram para ser trabalhadoras, mães e esposas, muitas vezes elegem prioridades que nem sempre é o trabalho”. Além disso, Ferraz destaca outros desafios como a criação do conceito das marcas e dos produtos desenvolvidos na região. “Estamos bem posicionados no mercado, mas podemos conquistar mais. Por isso, é preciso dar maior visibilidade às nossas marcas, ampliando as ferramentas e mecanismos de comercialização, divulgação e internacionalização dos produtos”.

CURSO SUPERIOR

Por sugestão dos próprios empresários, Maringá conta com curso de graduação de moda desde 1999, e, segundo a presidente da associação do Avenida Fashion, Márcia Inês Kuramoto, este tem sido um grande diferencial da cidade. “O ensino superior disponibiliza ao mercado profissionais preparados para lançar moda. E acredito que este seja nosso grande diferencial: produtos de qualidade e com modelos inovadores, desenvolvidos por estilistas criativos”.

A graduação é oferecida pelo Centro Universitário de Maringá (Cesumar), que, de acordo com a coordenadora do curso,



A moda em Maringá e região



R\$ 130 milhões

é quanto movimenta mensalmente o setor em Maringá e região



25 mil

é o número de empregos diretos gerados

60 mil

é o número de empregos indiretos gerados

1,2 mil

indústrias estão em funcionamento na região de abrangência do Sindvest



7 milhões

é o número de peças mensais produzidas pelo setor na região

20 mil

compradores circulam por mês nos seis shoppings atacadistas da cidade

Sandra de Cássia Franchini, forma profissionais aptos para criar, viabilizar e gerenciar produtos de moda. “Hoje não basta um profissional de moda ser criativo, ele precisa ser versátil e estudar muito. Formamos o aluno para que ele consiga desenvolver uma identidade própria em seus produtos. Para isso, precisa conhecer e analisar o perfil e o comportamento do público que deseja atingir”, explica a coordenadora.

Ainda conforme Sandra, o profissional egresso está capa-

citado para aliar o conhecimento das artes, ciência e tecnologia à competência exigida pela indústria de moda. “Prova disso, são as conquistas dos acadêmicos em concursos de moda. Recentemente, participamos de uma disputa no programa Melhor do Brasil, da Rede Record, e um de nossos acadêmicos foi o ganhador do prêmio. O desafio era desenvolver um look com material reciclável. Nosso aluno saiu da mesmice de usar jornais e garrafas PET e optou por embalagens de suco”.

Empresas oferecem qualificação para suprir falta de mão-de-obra

A falta de trabalhadores qualificados para a produção seria um obstáculo para o setor de confecções se não fossem as parcerias e as iniciativas dos empresários. De acordo com o presidente do Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá (Sindvest), Carlos Roberto Pechek, o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), através do Centro Tecnológico de Maringá (CTM), e as prefeituras da região estão constantemente oferecendo cursos de qualificação na área de confecção.

No entanto, quando há necessidade de profissionais mais especializados, as próprias empresas disponibilizam o treinamento. A prática tem se tornado comum no setor, que exige cada vez mais produtos diferenciados. Atualmente, conforme Pechek, cerca de 15% das empresas e indústrias disponibilizam treinamentos.

No ano passado, o setor vivenciou um déficit de aproximadamente cinco mil empregados e "se não fosse a recessão causada pela crise mundial, teria se mantido também neste ano", diz Pechek. A oferta de vagas só teve retração porque o setor desacelerou o ritmo de produção. "Os empresários estão cautelosos e, por isso, não estão investindo em ampliação. Consequentemente, não tem havido novas contratações. Caso contrário, a oferta de vagas de emprego no setor de confecção continuaria superior ao número de mão-de-obra".

Segundo o gerente da Agência do Trabalhador de Maringá,



Divulgação

DE ACORDO COM CARLOS PECHEK, DO SINDVEST, 15% DAS EMPRESAS LOCAIS DE CONFECÇÃO OFERECEM QUALIFICAÇÃO POR CONTA PRÓPRIA; EM 2008 DÉFICIT FOI DE CINCO MIL VAGAS

Maurilio Mangolin, assim como em outros setores, o vestuário também apresenta retração no quadro de funcionários. "Não temos demissões em massa, mas quem demitiu não está contratando ou não está abrindo novas vagas", esclarece.

Números do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), ligado ao Ministério do Trabalho e Emprego, apontam que de janeiro a abril deste ano foram gerados 1.280 empregos em Maringá ligados à indústria do vestuário e artefatos de tecidos. No entanto, o saldo positivo (admissões e demissões) foi de 170 novas vagas, já que neste período houve

1.100 demissões.

QUALIFICAÇÃO

O CTM, que foi criado há um ano, também oferece qualificação na área. Conforme o gerente, Luiz Antônio Mendonça, o centro oferece seis cursos, sendo que os mais procurados são de costura industrial, mecânica para máquina de costura e modelagem. O tempo de duração varia de 40 dias a três meses.

Para este ano, Mendonça explica que há a previsão de que sejam abertas 1,2 mil vagas. Em 2008, o CTM formou 1.025 profissionais. ■

Negócios originados da moda

NO SETOR DE CONFEÇÕES, NÃO FALTAM EXEMPLOS DE QUEM COMEÇOU UMA EMPRESA PEQUENA, PROSPEROU E FAZ PLANOS DE EXPANDIR AINDA MAIS; HÁ TAMBÉM QUEM CONQUISTOU ESPAÇO FAZENDO AJUSTES DE PEÇAS E PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS EM ARQUITETURA PARA LOJAS

Foi no mercado infantil que a extinta D´Kleris ganhou novos rumos. A empresa dedicada à produção e comercialização de roupas para senhoras passou a focar o público infantil, ganhou novo nome fantasia - Planet Kids - e dois personagens para distinguir as coleções para meninos e meninas: Cuca Bacana e Menina Maluca. A D´Kleris foi fundada em 1982 e passou a ser Planet Kids 16 anos depois. No entanto, as primeiras peças produzidas para as crianças datam de 1987.

De acordo com o diretor da indústria, Kleber Palomares, com o passar do tempo, uma análise do comportamento das vendas mostrou que a área de atuação da empresa não teria expectativas de grande crescimento. Em consequência disso, os administradores decidiram buscar uma nova fatia de mercado, daí nasceu a Planet Kids.

Inicialmente sete funcionários eram responsáveis pela produção de 40 mil peças por ano, distribuídas em quatro estados brasileiros: Mato Grosso, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. As proporções da nova marca foram aumentando e refletiram na produção, que passou para 270 mil peças anuais. Para dar conta do trabalho, o quadro de funcionários também cresceu: passou para 75 pessoas, sendo 65 somente na área da produção.

Atualmente, as peças da Planet Kids estão presentes em 19 estados brasileiros. Além disso, possui



Rafael Silva

KLEBER PALOMARES MUDOU O FOCO DO NEGÓCIO E HOJE TEM UMA INDÚSTRIA DE CONFEÇÃO INFANTIL: PLANOS PARA AUMENTAR A PRODUÇÃO EM 30% AINDA NESTE ANO

uma loja no Shopping Vest Sul, em Maringá. Entre os projetos de expansão da empresa está o aumento de 30% da produção, passando para 350 mil peças por ano. “Acredito que neste ano conseguiremos atingir esta meta. Estávamos limitados pelo espaço físico, que era pequeno para nossa demanda, apenas 800 metros quadrados. Hoje, temos sede própria, com 2,4 mil metros quadrados, sendo 1,6 mil só de área fabril”, conta.

JEANS MARINGAENSE

Com 80% da produção voltada

para o jeans, a Lado Avesso, nascida em Maringá, é comercializada em mais de três mil pontos distribuídos por todo o país. A história da empresa começou em 1987, quando o negócio era voltado para a revenda de outras marcas. De acordo com o sócio-proprietário da Lado Avesso, Leandro Cesar Falleiro, paralelo à revenda foi iniciado o processo de fabricação. “Começamos pequenos, terceirizávamos praticamente todo o processo. Em 1990, montamos nossa primeira fábrica com estrutura própria. Era pequena, com apenas

20 funcionários. A marca foi ganhando representatividade e em 1992 deixamos de revender outras marcas para dar atenção total a nossa produção. Atualmente, vestimos homens e mulheres no Brasil inteiro”, relata Falleiro.

A Lado Avesso conta hoje com cinco unidades de produção: uma em Maringá, duas em Santa Fé, uma em Colorado e uma em Paraíso do Norte. Juntas, elas somam dez mil metros quadrados de área fabril e produzem mais de um milhão de peças por ano. Para isso, são necessários 700 funcionários, sendo 470 só na área da costura.

A indústria possui duas marcas: Lado Avesso e Yexx. “Apesar do nosso carro-chefe ser o jeans, também trabalhamos com malharia. Já os homens correspondem a 20% do público que veste nossa marca. Prova de que as mulheres são as grandes consumidoras de jeans”, diz Falleiro.

PARA IMPULSIONAR AS VENDAS

“A iluminação da loja e da vitrine podem determinar o sucesso ou o fracasso das vendas”, é o que afirma o designer de interiores Andrew Meira. De acordo com ele, a luz tem poder forte de atração, desde que bem colocada, ou de repulsão, caso não seja bem planejada. “A luz altera as cores. É preciso passar ao cliente 100% de fidelidade da coloração, para que ele saiba exatamente o que está comprando”.

De acordo com o designer, o recomendado é colocar o produto em primeiro plano e não a beleza do espaço. Além disso, é indispensável que o perfil do público, o conceito da marca e o objetivo do lojista sejam cuidadosamente estudados e levados em consideração.

Meira destaca que a tendência para o interior de lojas são as cores neutras e as mais fortes ou vi-



Rafael Silva

O DESIGNER ANDREW MEIRA RECOMENDA CORES NEUTRAS PARA O INTERIOR DAS LOJAS E O USO DE ILUMINAÇÃO QUE TRANSMITA FIDELIDADE DAS CORES DO PRODUTO

brantes devem apenas ser usadas como detalhe temático. “Cada coleção tem uma cor ou estampa de destaque. O lojista pode usar isso para realçar a decoração. Este detalhe da decoração será sazonal, sendo trocado a cada nova coleção. Pode-se fazer isto sem gastar muito dinheiro usando tecidos e papéis de parede”, explica Meira.

Nos últimos cinco anos, segundo ele, os lojistas de Maringá têm mostrado maior preocupação com o visual da loja e com as vitrines. E contratar um profissional ajuda a acertar nestes quesitos. “Ele sabe a intensidade e o foco em que a iluminação irá agir positivamente nas vendas. Além disso, há lâmpadas corretas que valorizam os produtos expostos. Hoje, Maringá além de profissionais especializados, já detém materiais e tecnologia de ponta para estes serviços”.

VITRINE

O chamariz da loja deve ser pensado e formatado cuidadosamente, já que segundo o consultor do Sebrae Regional Noroeste, Marce-

lo Wolff, que se baseou em uma pesquisa da Popai Brasil - filiado ao *The Global Association for Marketing at Retail*, as vitrines são responsáveis por 30 a 40% das vendas. O restante é decidido pelos clientes no interior da loja. “Os números são consideravelmente altos, por isso, é preciso dar atenção especial ao projeto de vitrinismo. Trata-se do cartão de visita da loja, o que há de mais atraente em produtos precisa ocupar esse espaço”.

Wolff ainda destaca que o ideal é fazer rotatividade do que está exposto. “Recomenda-se que pelo menos uma vez por semana sejam colocados novos produtos. Nas vitrines temáticas comemorativas, pode-se manter a decoração renovando algumas mercadorias. Quando a vitrine apresenta novos produtos, a informação repassada ao consumidor é que há novidades na loja”.

Outro detalhe que Wolff aponta é o bom senso na hora de montar a vitrine, evitando exageros e a poluição com os excessos de mercadorias expostas. O consultor

do Sebrae alerta que é preciso manter um espaço mínimo de 20 centímetros entre uma peça e outra, buscando incentivar as vendas casadas. “Ao escolher os produtos, é interessante aproveitar para mostrar outros itens, que não sejam o carro-chefe da loja. No caso de um tênis, por exemplo, colocar uma meia ou uma bolsa esportiva, já que são acessórios que complementam o visual”, exemplifica.

O proprietário da empresa de Londrina WJM Consultoria, Representação e Gestão, Willian Vieira, defende que alguns fatores são fundamentais para o sucesso nas vendas: atendimento, visual merchandising (técnica de exibir produtos no ponto de venda) e marketing. De acordo com ele, 77% dos fatores que levam uma pessoa a comprar uma roupa é a emoção, o restante é consumo ou necessidade. “Por isso, o profissional que atenderá o cliente deverá estar bem preparado, conhecer o produto para saber agregar valores. Com isso, saberá instigar o desejo da compra. Outro fator é o que costumamos chamar de caixinha de presente: começa com o visual da vitrine, estende-se para o interior da loja e aí valores que podem ser agregados, como espaços que oferecem conforto, cafés, provadores climatizados e espaçosos. Isso atrai o cliente, deixando-o a vontade e estimula a compra”, afirma Vieira, que já trabalhou para marcas como Pura Mania e TNG.

“O marketing e o merchandising também fazem parte do sucesso. É preciso contratar uma equipe especializada e conhecedora do assunto. Não adianta economizar e acreditar que sozinho conseguirá fazer este serviço”, completa.



Rafael Silva

EDNA FONSECA DA SILVA APOSTOU NO CONSERTO DE ROUPAS E HOJE CONTA COM 17 FUNCIONÁRIOS; ELA TEVE QUE SE DESFAZER DE UM DOS ATELIÊS POR EXCESSO DE DEMANDA E PARA ATENDER A CLIENTELA A CONTENTO

Ajuste de roupas tem mercado garantido

A indústria da moda movimenta uma cadeia de setores: comércio, indústria, estilistas, fotógrafos, revistas especializadas, entre outros. E o que fazer quando a peça precisa de ajustes, como fazer uma barra ou apertar uma calça? É nesta hora que entra o trabalho da Edna Ateliê. Há 14 anos no mercado, Edna Fonseca da Silva começou fazendo ajustes para lojas e hoje é dona do próprio negócio. Há cerca de dois anos, estava com dois ateliês, mas por não dar conta da demanda vendeu uma das unidades.

De acordo com ela, por mês passam pelo ateliê aproximadamente cinco mil peças, que são ajustadas pelas 17 funcionárias. Edna explica que atualmente os ajustes para as lojas representam uma pequena parte do serviço: cerca de 10%. “Aqui fazemos todos os tipos de ajustes e modificações. Desde uma barra de calça, que custa a partir de R\$ 7, a consertos em roupas de festa, que podem custar até R\$ 60. Há ainda, pessoas que trazem roupas usadas para fazermos customização. Sempre damos um jeitinho. Às vezes não é possível fazer o que o cliente pensou, mas trabalhamos para que ele saia satisfeito”, diz Edna.

A unidade que Edna vendeu foi adquirida por Luzinei Cazeta Miranda. Hoje, com novo nome, Elegance Ateliê, o estabelecimento manteve a clientela e recebe por mês 2,5 mil peças. “Procuramos manter a qualidade do serviço para que os clientes sejam fieis”, frisa.

Luzinei não tinha experiência em costura e vestuário, mas contou com o auxílio dos sogros, que são costureira e alfaiate. “Sou responsável pelo administrativo e tenho a ajuda dos meus sogros que conhecem bem a confecção, já que este é setor de difícil mão-de-obra”, comenta. “No início prestávamos também serviço de confecção de roupas, tínhamos uma excelente procura, mas por falta de profissional qualificado tivemos que interromper temporariamente”. Hoje são nove funcionários, sendo quatro costureiras. ■

Da pesquisa para a vitrine

ANTES DE UMA PEÇA DE ROUPA CHEGAR AO CONSUMIDOR, UMA EQUIPE DE ESTILISTAS PESQUISOU TENDÊNCIAS ATÉ EM VIAGENS PARA OUTROS PAÍSES E FREQUENTOU EVENTOS DE MODA, NUM PROCESSO QUE PODE LEVAR MESES

Numa prancheta estão desenhados os modelos da próxima coleção, mas antes de chegar ao produto final uma equipe analisou tendências de moda e adaptou ao conceito da grife. É no processo de desenvolvimento do produto que estará garantido - ou não - o sucesso das vendas.

Na Emma Fiorezi, indústria de confecções de moda gestante, a criação e produção de produtos são detalhadamente estudadas. O processo demora de quatro a cinco meses e, de acordo com a sócia-proprietária Ivone Nani, é realizado um ano antes do lançamento da coleção. “Ainda estamos no inverno deste ano e já estamos preparando a coleção do inverno 2010. Para o verão deste ano, já está tudo pronto”, comenta.

Para chegar à peça final, são realizadas viagens e pesquisas. “Duas vezes por ano participamos de eventos de moda na Europa, para, assim, conhecer as tendências e as novidades do setor. Fazemos visitas a museus, sebos, pesquisas na internet e de rua para saber o que o público espera e quer vestir”, explica Ivone.

A Recco Praia também adota esta metodologia. “A cada ano o comportamento dos consumidores muda e temos que nos adaptar a isso. No entanto, não podemos deixar de lado o conceito da marca. O que fazemos é transformar nossa etiqueta, através de um planejamento estratégico, em uma coleção com um tema que corresponda à realidade da nossa clien-



Rafael Silva

JOSETE RECCO, DA RECCO PRAIA, VIAGENS E PARTICIPAÇÃO EM EVENTOS DE MODA PARA CONHECER TENDÊNCIAS E ADAPTAR AS COLEÇÕES AO GOSTO DA CLIENTELA: SÃO 5,6 MIL PONTOS DE VENDA

tela”, justifica a proprietária da Recco Praia, Josete Prestes Recco. “Para isso, fazemos constantemente viagens à Europa e aos Estados Unidos, além de participar de feiras e lançamentos de moda”.

Na Emma Fiorezzi ainda há outra forma para conhecer a opinião do público: são reuniões mensais com gestantes de Maringá. “Promovemos periodicamente o encontro com um grupo de 20 a 30 gestantes. Elas fazem uma avaliação dos produtos, informam o que mais gostam de vestir e o que gostariam que produzíssemos. Essa é uma forma direta e eficaz de contato com as clientes”.

PONTOS DE VENDA

Após concluído o processo de pesquisas, é chegada a hora dos estilistas e modelistas entrarem em ação.

Na Emma Fiorezi, três estilistas são responsáveis por criar os modelos que vestirão as gestantes em cada coleção e dois modelistas finalizam as peças. Já na Recco, são nove profissionais entre estilistas e modelistas para a produção de peças que circularão por todo o país.

A distribuição dos produtos nas duas indústrias é realizada por representantes de venda e em pontos de vendas. A Emma Fiorezi conta com 400 pontos de venda e 20 representantes comerciais espalhados pelo Brasil.

Na Recco Praia, os cerca de 300 funcionários são responsáveis pela produção de cerca de um milhão de peças por ano, que são vendidas em 5,6 mil pontos no Brasil e oito países entre eles, Venezuela, Portugal e México. A Recco exporta 5% da produção. ■

Bota, chapéu e um horizonte de ne

AS FEIRAS AGROPECUÁRIAS E A MÚSICA SERTANEJA AJUDAM A ALAVANCAR AS VENDAS DA MODA COUNTRY; EMPRESÁRIOS REGISTRAM AUMENTO NO FATURAMENTO E HÁ ATÉ INVESTIMENTOS EM NOVA LOJA

Calça jeans desbotada, camisa xadrez e para completar, chapéu, lenço e cinto. Itens indispensáveis para o visual country. No vestuário, o autêntico country surgiu no Velho Oeste americano e foi difundido no cinema pelos filmes de faroeste. A moda foi adaptada aos novos tempos e gerou o estilo country urbano, com menos exageros.

De acordo com o proprietário da Artcouro Western, Maycon Augusto Maciel, nos últimos dois anos houve grande aumento da procura por produtos deste segmento. A loja, que existe desde 1979, tem se moldado às tendências. “Hoje, a moda está mais leve, não se usa tanto couro e franjas”, diz ele, acrescentando que as botas e as calças jeans são as campeãs das vendas, principalmente entre as mulheres, que são a maioria dos consumidores.

As festas agropecuárias da região ajudam a incrementar os negócios. De acordo com Maciel, durante a Festa de Colorado, que acontece em março, as vendas aumentam em até 30%. “Diferente de outros eventos, em Colorado não expomos, então para atender a demanda, estendemos o horário de funcionamento da loja”.

A Artcouro também conta com



Rafael Silva

MAYCON AUGUSTO MACIEL, DA ARTCOURO WESTERN: MODA COUNTRY MAIS LEVE, SEM MUITO COURO E FRANJAS PARA ATENDER O GOSTO DO PÚBLICO

uma unidade itinerante: um caminhão-estande, que participa de exposições agropecuárias no Paraná e em São Paulo e que possui três funcionários. Até meados de junho, a empresa já havia participado de oito feiras do segmento.

AVESTRUZ

E se o cliente quer um produto diferenciado, a Strut oferece botas, cintos e outros acessórios produzidos a partir do couro de avestruz e de carneiro. De acordo com o proprietário da loja, Charles Piveta, o segmento country vive uma fase próspera. “É uma cadeia de influências: são as feiras agropecuárias que popularizaram o estilo e as duplas sertanejas em expansão. Tudo isso refletiu positiva-

mente nas vendas”, comemora o empresário, que contabilizou faturamento 40% maior em 2008 se comparado com o ano anterior e espera o mesmo percentual de crescimento neste ano.

Em breve, Piveta abrirá a Strut Country, que oferecerá uma linha completa do segmento. “A previsão de inauguração é para o final de julho. A loja será na avenida Brasil e terá jeans, acessórios masculinos e femininos, além dos tradicionais produtos da Strut”, afirma.

O empresário conta que no caso do avestruz a Strut trabalha com toda linha de produção: da criação da ave à confecção dos artigos. Já os carneiros são adquiridos prontos para o abate. “Temos no Mato Grosso do Sul uma estrutura de

negócios

produção com capacidade mensal de abate de 1,2 mil aves e mil carneiros. Um espaço para seis mil filhotes por ano, um frigorífico e indústria de produção das bolsas, botas e cintos, que atende a demanda das nossas três lojas: em Londrina, Maringá e em São Gabriel do Oeste, no Mato Grosso do Sul, que juntas realizam por mês cerca de 600 vendas”.

No entanto, apenas parte do couro de avestruz é utilizada nas produções da Strut. O empresário explica que metade do couro é exportado, tendo como destino o Texas, Estados Unidos. ■



Rafael Silva

STRUT CONTA COM ESTRUTURA DE PRODUÇÃO, ABATE DE AVESTRUZ E CARNEIRO E TRÊS LOJAS ESPECIALIZADAS EM ARTIGOS ORIGINADOS DOS ANIMAIS; EM BREVE SERÁ ABERTA LOJA ESPECIALIZADA EM MODA COUNTRY, SEGUNDO CHARLES PIVETA

NOTA FISCAL ELETRÔNICA

edig *Express*

Para Micro e Pequenas Empresas

- ◆ Armazenamento da NF-e em datacenter por 10 anos
- ◆ Não requer sistema de gestão (ERP)

- ◆ Simples instalação e operação
- ◆ A partir de R\$250,00 mensais



DB1 Informática | www.edig.com.br | db1@db1.com.br | 44 3033-6300 | Maringá-PR

Evento profissional é evento “profissional” e ponto. Tudo bem que um almoço de negócios ou o *coffee break* de uma palestra podem ser situações mais informais do que uma reunião a portas fechadas, mas para não escorregar para a informalidade demasiada e perder uma boa oportunidade de aumentar sua rede de contatos, tenha sempre este mantra em mente.

Você, com certeza, vai se arrepender se deixar de falar com alguém que pareça interessante, porque preferiu comer o pão de queijo ainda quente. Então, tome um bom café-da-manhã antes de sair de casa e mantenha o foco nos negócios em potencial.

E vá bem preparado. Não esqueça, em hipótese alguma, de levar uma boa quantidade de cartões de visita atualizados (nada de rasuras com caneta, por favor!) e muita disposição para se socializar. Mas distribua na medida certa. Nada de sair entregando cartão para quem você ainda nem conversou. Entregue no final da conversa e somente se você vê futuro na “relação”. E nunca, nunca, entregue seu currículo em momentos como esses, isso vai demonstrar, no mínimo, desespero e desvalorizar seu passe.

Na hora de se enturmar tente não parecer ansioso ou deslocado. Cumprimente primeiramente os rostos conhecidos ou simpáticos e entre nos grupos de pessoas comentando sempre algo relacionado ao que foi falado na palestra ou curso ou sobre uma notícia nova do mercado. Peça a opinião dos outros para mostrar interesse e dar ritmo ao assunto. Mas espere a hora mais apropriada para falar e cuidado para não interromper ninguém e, muito menos, monopolizar a conversa. Fique

Tempo extra para bons contatos

ESQUEÇA AS BOLACHINHAS E OS PÃES DE QUEIJO QUENTINHOS, USE O COFFEE BREAK PARA AUMENTAR SUA REDE DE CONTATOS E NÃO ENTREGUE CURRÍCULOS EM OCASIÕES COMO ESTA



Rafael Silva

atento para não perder tempo com conversas sem perspectivas e investir bem seus preciosos minutos. Uma boa ideia é aproveitar o *coffee break* para tirar alguma dúvida com o palestrante. Mas seja breve, para que mais pessoas tenham a mesma oportunidade.

Um último detalhe: vá vestido de acordo. Vale até caprichar mais do que a roupa de trabalho habitual, mas nada além disso, esqueça os exageros. E isso vale principalmente para as mulhe-

res. Um acessório mais marcante é o suficiente em uma produção básica, como uma armação de óculos mais moderna para eles e um anel mais vistoso para elas. Use sempre algo que seja confortável para aumentar a sua autoconfiança. Não se esqueça que segurança é um dos passos para o sucesso profissional em qualquer área.

Dayse Hess é jornalista, especialista em design de moda

O Vale a pena
OUVIR



FELIPE RAFAEL SANTOS, ASSISTENTE DE MARKETING

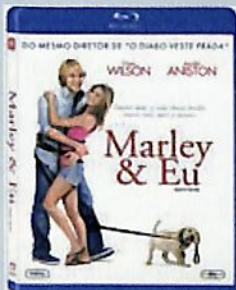
JAMIE CULLUM - CATCHING TALES

Jazz é sempre sinônimo de boa música, mais ainda se for bem compassado e vier misturado a novas experiências e ritmos. Assim, podemos definir Jamie Cullum. Jazzista da nova geração, o inglês, que tem sublime execução de vocais e piano, surpreende em vários hits que empolgam pela musicalidade. Vale a pena não um, mas todos os CDs da discografia.

CHICO BUARQUE - CARIOCA AO VIVO

Como definir alguém que a cada trabalho - CD, livro, filme ou qualquer outra coisa que faça - consegue se superar e torna-se cada vez melhor? Impossível. Em seu último trabalho, Chico Buarque traz uma musicalidade única, aliada a diversos conhecimentos adquiridos nos últimos anos e com a mesma cara de Chico Buarque de sempre, que resultam em uma experiência fora dos padrões e que devem ser apreciados sem moderação.

A Vale a pena
ASSISTIR



REGIANE LIMA, ASSISTENTE COMERCIAL

O CURIOSO CASO DE BENJAMIN BUTTON

— DAVID FINCHER (2009)

Imagine nascer com 80 anos e ter o processo de envelhecimento inverso? Pois bem, numa trama bem armada, Brad Pitt nos prende por mais de três horas na poltrona, num filme com ótimos efeitos especiais e

cheio de surpresas, sem deixar a história de pano de fundo. Baseado no clássico romance de F. Scott Fitzgerald, dos anos de 1920, que curiosamente, ao contrário do filme, é bem curto: o conto original tem 28 páginas.

ARIANY CLAU, AUXILIAR ADMINISTRATIVO

MARLEY & EU - DAVID FRANKEL (2009)

John (Owen Wilson) e Jenny (Jennifer Aniston) acabaram de se casar. Jovens e apaixonados, eles vivem numa pequena e perfeita casa e não têm preocupações. E como Jenny queria testar seu talento materno antes de enveredar pelo caminho da gravidez, o casal decide ter um mascote: Marley. A vida daquela família nunca mais seria a mesma. Mas, acima de tudo, Marley tinha um coração puro e a sua lealdade era incondicional.

L O que estou
LENDO

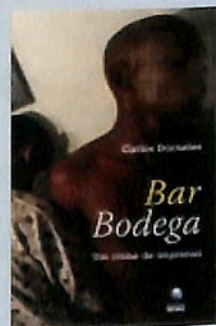
ROBERTH FABRIS, CRÍTICO DE CINEMA E ARTES



AMANHECER
STEPHENIE MEYER
EDITORA INTRINSECA
576 PÁGINAS

Em Amanhecer, Bella se vê confrontada com a difícil decisão entre fazer parte do obscuro, mas sedutor, mundo dos imortais ou seguir uma vida totalmente humana. Escolha esta que é o marco no livro e que poderá significar a transformação do destino dos dois clãs: vampiros e lobisomens. Bella está mais uma vez as voltas com o seu amigo apaixonado Jacob Black e seu amor por Edward Cullen. Muito mais intriga, mistérios e aventura nesta última parte do *best-seller* mundial Crepúsculo. Um livro empolgante, inteligente e com um desfecho sensacional, digno dos apaixonados de plantão.

ADRIANA FRANCO, JORNALISTA



BAR BODEGA
CARLOS DORNELES
EDITORA GLOBO
264 PÁGINAS

Livro-reportagem sobre um crime que mobilizou a opinião pública brasileira, Bar Bodega mostra como a violência e a barbaridade podem ser ampliadas pelo arbítrio das autoridades e pela ação negligente e sensacionalista da imprensa. A partir de um levantamento minucioso (entrevistas com os envolvidos nas investigações, exames de laudos processuais), o jornalista Carlos Dorneles reconstituiu o assassinato de dois jovens de classe média alta num bar de São Paulo, em 10 de agosto de 1996, e do escândalo jurídico que o sucedeu. O fato de o crime ter ocorrido num bar frequentado pela elite paulistana, de propriedade dos atores Luis Gustavo e dos irmãos Tato e Cássio Gabus Mendes, logo levou o caso para as primeiras páginas dos jornais.

N Vale a pena
NAVEGAR

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

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

Página eletrônica da Agência de Notícias do Sebrae; as notícias são organizadas no formato de clipping e estão disponíveis em mais de vinte tópicos específicos

<http://www.dieese.org.br/>

Página eletrônica do Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos e Socioeconômicos; disponibiliza pesquisas nos seguintes eixos temáticos: emprego, renda, negociação coletiva, desenvolvimento e políticas públicas

<http://www.finep.gov.br/>

Página eletrônica da Financiadora de Estudos e Projetos; esta organização do governo financia projetos de inovações tecnológicas para empresas e entidades

<http://www.iemi.com.br/novo/index.htm>

Página eletrônica do Instituto de Estudos e Marketing Industrial; organizado em diretórios sobre o mercado têxtil, moveleiro, gráfico, hospitalar e outros, o instituto oferece clippings específicos para cada setor, além de outros serviços

CURSOS

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

■ ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS

Instrutora: Lígia Cristina Rocha Martins
Data: 13 a 17 de julho, 19 às 23 horas

■ ORATÓRIA – A COMUNICAÇÃO NA PROFISSÃO

Instrutora: Elizabete R. Willemann
Data: 13 a 17 de julho, das 19 às 23 horas

■ LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO

Instrutor: Tarcísio Marcelo Menezes
Data: 13 a 17 de julho, das 19 às 23 horas

■ PROCEDIMENTOS PRÁTICOS PARA LICITAÇÃO

Instrutores: Michelle M. Shimoda e Luis
Fernando Otero
Data: 20 a 23 de julho, das 19 às 23 horas

■ COMO VENDER E OBTER SUCESSO JUNTO AO CLIENTE

Instrutora: Maria Alice Pinatti
Data: 27 a 29 de julho, das 19 às 23 horas

■ GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Instrutor: Ayrton Angelo da Silva Filho
Data: 20 a 24 de julho, das 19 às 23 horas

■ AUTOCONSCIÊNCIA, AUTODISCIPLINA, LIDERANÇA E MOTIVAÇÃO EM PNL

Instrutor: Jougi Takahashi
Data: 11 de julho, das 08 às 18 horas

■ ADMINISTRANDO O CAPITAL DE GIRO

Instrutora: Sirmey Amaral
Data: 3 a 6 de agosto, das 19 às 23 horas



SOLIDARIEDADE SIM

A Fundacim repassou 2,2 mil acolchoados para entidades sociais da cidade e para o Provopar. A doação aconteceu em 3 de junho, na sede da ACIM. Foi o segundo ano consecutivo que o instituto de responsabilidade social da ACIM realizou a Campanha Solidariedade Sim. Segundo a presidente da Fundacim, Cleide Noronha, o objetivo é “amenizar o frio de quem precisa, sendo assim, cada entidade beneficiada repassa as doações conforme as necessidades dos assistidos”. Os acolchoados foram adquiridos por preços especiais através de recursos doados por empresários, comunidade e pela Fundacim. As entidades beneficiadas foram: Serviços de Obras Sociais, Associação de Apoio ao Fissurado Lábio Palatal (Afim), Casa Assistencial Bezerra de Menezes, Fundação Isis Bruder, Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae), Organização Reviver, Albergue Santa Luiza de Marilac, Rede Feminina de Combate ao Câncer, Encontro Fraternal Lins de Vasconcellos, Associação Indigenista, Associação Água Viva, Asilo São Vicente de Paulo e Recanto Espírita Somos Todos Irmãos.

PARA CABELEIREIROS

Por meio de uma parceria com o Banco do Brasil, os salões de beleza de Maringá poderão participar de cursos, ter acesso a linhas de crédito e outras vantagens próprias para o setor. É que o núcleo de cabeleireiros do programa Empreender, da ACIM, e o sindicato patronal dos cabeleireiros, Sincamar, terão acesso ao programa Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS). Segundo o presidente do Sincamar, Edson Idogawa, o cadastro para participar do programa é gratuito, sendo necessário entrar em contato com o sindicato pelo telefone (44) 3305-8910. Conforme diagnóstico do Banco do Brasil, existem 150 empresas do gênero na cidade, além de 1.850 estabelecimentos informais e dez mil profissionais autônomos.

NOTA FISCAL ELETRÔNICA

A Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) foi tema de palestra, no auditório da Receita Federal, no dia 18 de junho. Aproximadamente 300 pessoas entre empresários, contadores e administradores participaram do evento. A palestrante foi a advogada e contadora Lúcia Helena Briski Young, que apresentou os benefícios da adoção da NF-e, quais tipos de empresas são obrigadas por lei a emitir o documento eletrônico, entre outros. O evento foi promovido pela ACIM, Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alimentícios do Paraná (Sinca), Sindicato dos Contabilistas de Maringá (Sincontábil) e Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas (Sescap).



Rafael Silva



Rafael Silva

AZUL LINHAS AÉREAS

Desde o início de junho, está operando em Maringá a Azul Linhas Aéreas. Com o objetivo de apresentar a empresa e seus serviços, o presidente da Azul, Pedro Janot, participou de um encontro na ACIM no dia 19 de junho. Estiveram presentes aproximadamente 80 pessoas, entre autoridades e representantes de entidades de classe da cidade.

A companhia oferece dois voos diários para Campinas: 8h05 e 19h30, com retorno às 6h35 e 18h. Além disso, é possível também seguir de Maringá para qualquer uma das 11 cidades conectadas pela Azul: Campinas (SP), Porto Alegre (RS), Curitiba (PR), Navegantes (SC), Rio de Janeiro (RJ), Campo Grande (MS), Vitória (ES), Salvador (BA), Recife (PE), Fortaleza (CE), Manaus (AM). Mais informações pelo site www.voeazul.com.br ou pela Central de Atendimento pelo telefone 3003-2985.

PONTA DE ESTOQUE

A 19ª edição da Feira Ponta de Estoque deverá reunir 300 mil pessoas. Será entre 15 e 18 de julho, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá. No total, serão 325 estandes de empresas dos mais variados segmentos, como confecções, calçados, bijuterias, cama, mesa e banho. O evento é uma realização da ACIM e Sivamar, com organização do ACIM Mulher, apoio da prefeitura, Câmara Municipal de Maringá e Sociedade Rural de Maringá e patrocínio do Sicoob. O horário de funcionamento será das 10 às 22 horas.

GESTAÇÃO 2009

O Instituto de Responsabilidade Social de Maringá (Fundacim) realizou a entrega do 5º Prêmio Geração. O objetivo é estimular o processo de profissionalização e divulgar as entidades que desenvolvem boas práticas de gestão. A cerimônia da entrega aconteceu no dia 25 de junho. Segundo o presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, a solidariedade é mais um dos papéis da entidade.

As entidades vencedoras foram: Rede Feminina de Combate ao Câncer, que ficou em primeiro lugar e recebeu o prêmio de R\$ 2 mil, Centro Comunitário Metodista (Cecom) foi o segundo colocado e ganhou R\$ 1,5 mil e a Fundação Isis Bruder ganhou prêmio de R\$ 1 mil por ter ficado em terceiro lugar. Na categoria Entidade Modelo a vencedora foi a Associação Maringá Apoiando a Recuperação de Vidas (Marev). Esta categoria é voltada para entidades que ficaram em primeiro lugar nas edições anteriores e que continuam realizando práticas de boa gestão. Ao todo dez entidades concorreram ao prêmio.

Rafael Silva





O mito da impunidade do adolescente infrator

ENTRE AS PROPOSTAS PARA O ENFRENTAMENTO À VIOLÊNCIA, APARECE A REDUÇÃO DA MAIORIDADE PENAL, POIS PERMANECE NO IMAGINÁRIO O MITO DE IMPUNIDADE DO ADOLESCENTE COMO OBSTÁCULO À PAZ SOCIAL E À SEGURANÇA PÚBLICA

O endurecimento das respostas penais ao crime sempre é apresentado como solução à violência que atemoriza a sociedade. Entre as propostas para seu enfrentamento, aparece a redução da maioridade penal, pois permanece no imaginário o mito da impunidade do adolescente como obstáculo à paz social e à segurança pública. Esse mito incentiva a adoção de soluções simbólicas e de limpeza social, que pregam a neutralização pelo encarceramento de jovens e adultos, autorizam a expulsão daqueles em situação de rua para os guetos, onde se mantêm invisíveis, reproduzindo a miséria, a marginalidade e a exclusão social.

Não é trazido ao debate o fato que o Estatuto da Criança e do Adolescente prevê um conjunto de medidas socioeducativas, aplicadas pelo sistema de justiça, com objetivo de proporcionar os meios para que o jovem infrator possa refletir sobre sua conduta e mudar o rumo de sua vida. Ao adolescente que se envolve num ato infracional violento está autorizada a privação de liberdade, medida socioeducativa radical e extrema como reação ao ilícito. Muito mais do que neutralizá-lo, a internação pretende dar ao jovem condições para o retorno à vida em sociedade.

Quando não se constata violência, ao infrator se aplicam as medidas em meio aberto, através de programas de liberdade assistida, prestação de serviços comunitários, reparação do dano e advertência, proporcionais à conduta que se quer reprovada e à personalidade e momento de vida de cada adolescente.

No Paraná, a internação de adolescente em conflito com a lei está a cargo do governo estadual, enquanto as medidas em meio aberto devem ser executadas nos municípios, no local onde vivem os adolescentes, possibilitando o trabalho educativo com o jovem na comunidade, sem retirá-lo de suas famílias e de suas referências socioafetivas. Tais medidas, se adequadamente executadas, com investimento público e através de equipes profissionais comprometidas com a promoção da inclusão social e a dignidade dos jovens, tem tido enorme sucesso. Em Maringá, o Centro de Referência Socioeducativo está encarregado da execução das medidas em meio aberto, com apoio e acompanhamento aos jovens e familiares para lá encaminhados, reduzindo significativamente a reincidência.

A efetiva resposta à violência necessita da participação de todos: denunciar aos órgãos competentes não apenas a prática de atos infracionais por adolescentes, mas também não se conformar com o abuso e a exploração de que nossas crianças e adolescentes são vítimas, seja por ação da sociedade, seja por omissão do Estado no cumprimento das diretrizes de garantia e prioridade absolutas fixadas na Constituição e no Estatuto da Criança e do Adolescente, colaborando desse modo na transformação de nossa sociedade num lugar mais livre, justo e solidário para todos.

Mônica Louise de Azevedo é promotora de Justiça da Vara da Infância e Juventude de Maringá

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 46 Nº 489 JULHO/2009
PUBLICAÇÃO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ -
ACIM / FONE: 44 3025-9595

DIRETOR RESPONSÁVEL
José Carlos Barbieri
Vice-presidente de Marketing

CONSELHO EDITORIAL
Ayrton Angelo da Silva Filho, Dirceu Herrero
Gomes, Flávia Vermelho, Gabriel Vieira, Giovana
Campanha, Helmer Romero, Jociani Pizzi, José
Carlos Barbieri, Lúcio Azevedo, Massimiliano
Silvestrelli, Sérgio Gini, Walter Thomé Júnior.

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Giovana Campanha MTB 05255

COLABORADORES
Giovana Campanha, Juliana Daibert,
Liliane Danas, Murilo Gatti, Vanessa Bellei e
Verônica Mariano

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Giovana Campanha
Sérgio Gini

CAPA
Aloísio Scarpelino

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

FOTOS
Rafael Silva

FOTOLITOS E IMPRESSÃO
Gráfica Regente

CONTATO COMERCIAL
9921-2999/3025-4983
herrero@wnet.com.br

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

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE: Adilson Emir Santos
CONSELHO SUPERIOR -
Presidente: Carlos Alberto Tavares Cardoso
COPEJEM - Presidente: Cezar Bettinardi Couto
ACIM MULHER - Presidente: Pity Marchese
CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS -
Presidente: Reginaldo Czezacki

A redação da Revista ACIM obedece o acordo ortográfico da Língua Portuguesa.

CACBS **FACIAP**
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS DO BRASIL FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ



SE ACONTECER, A GENTE CUIDA DE VOCÊ

Em qualquer fase da vida, nós estamos sujeitos a situações inesperadas. Especialmente quando se trata de nossa saúde. Nessas horas o mais importante é ter um plano de saúde que lhe ofereça assistência completa, adequada às suas necessidades e preocupações.

- O Santa Casa Saúde é completo e cabe perfeitamente no seu orçamento;
- Plano com hospital próprio;
- Atendimento nacional pelo sistema ABRAMGE;
- Ginecologia e Obstetrícia, Pediatria e Clínica Geral vinte e quatro horas.



**Santa Casa
Saúde**

ASSISTÊNCIA INTEGRAL PARA QUALQUER
FASE DA SUA VIDA

Seguros **SICOOB**

Segure seus sonhos

Conheça os Seguros SICOOB
e viva com tranquilidade.



Ouvitoria
SICOOB
0800 725 0996

www.sicoobpr.com.br



SICOOB
Metropolitano