

Revista

Caderno  
Especial  
Estética

R\$ 5,00  
Agosto/2009  
Nº 490  
Ano 46

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

## Seja bem-vinda, Classe C

Com o potencial de consumo da  
classe C, surgem novas estratégias  
para conquistar esse público



mais:

Comprar ações da Bolsa de Valores pode ser investimento rentável,  
mas é preciso estratégia e disciplina

**ALIMENTAÇÃO BALANCEADA**

**CONTROLE DO PESO CORPORAL**

**CUIDADOS COM A SAÚDE**

**HÁBITOS SAUDÁVEIS**

O **PAM** tem um programa especial de Medicina Preventiva, com cursos, palestras, orientações e demonstrações que abordam diferentes temas, representando significativa melhoria na qualidade de vida das pessoas. Realizado por uma equipe multidisciplinar que trabalha de forma integrada, cuidando de cada pessoa de forma única. Informe-se e participe.

porque **PREVENIR** é melhor que **REMEDIAR**

05 de agosto  
**Dia Nacional da Saúde**



LIGUE: (44) 3218 1530  
[www.dr pam.com.br](http://www.dr pam.com.br)

Condições especiais  
para associados  
**ACIM**

Nosso atendimento é de coração!



## Índice

REVISTA ACIM ANO 46 Nº 490

**REPORTAGEM DE CAPA 14**

Com potencial de consumo de R\$ 89 milhões por mês só em Maringá, a classe C se tornou o alvo das empresas; veja dicas de especialistas e exemplos de quem investiu neste público

**INVESTIMENTOS 32**

Aplicar na Bolsa de Valores pode garantir uma rentabilidade maior do que a renda fixa, mas é preciso ficar atento ao mercado e ter disciplina; veja dicas de especialistas

**COMÉRCIO EXTERIOR 36**

O primeiro avião de carga internacional deverá pousar neste mês em Maringá, com isso novos negócios devem ser gerados e haverá incremento na arrecadação de impostos municipais

**CADERNO ESPECIAL 41**

Cirurgia plástica, academia, salões de beleza e procedimentos para o rejuvenescimento são os temas do caderno especial deste mês

# Somos contra a criação de mais impostos

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva e a base governista querem aprovar uma contribuição similar a antiga CPMF. Com o nome de Contribuição Social para a Saúde (CSS), o novo imposto terá alíquota de 0,1% sobre a movimentação financeira. O governo alega que a contribuição será destinada exclusivamente para a saúde.

A base governista já sinalizou que poderá aprovar o projeto. E a classe empresarial, prevendo ser ainda mais penalizada, iniciou uma discussão contrária à proposta. Segundo a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), há 20 anos a participação da arrecadação federal representava 22% do Produto Interno Bruto (PIB). Hoje atinge 38% do PIB.

Se a instituição da CSS garantisse um serviço de saúde público de excelência, provavelmente haveria poucas vozes contrárias ao projeto. O problema é que dificilmente a situação da saúde vai melhorar com a criação de um novo imposto, a tomar por base o histórico com a CPMF, que gerou mais de R\$ 200 bilhões enquanto estava em vigor.

O governo alega que precisa deste recurso para “salvar” a saúde pública brasileira, mas esquece de mencionar que a arrecadação tem batido recorde sequenciais e que se houvesse a aplicação correta dos recursos, teríamos um serviço público de país desenvolvido, mesmo sem a criação de um novo imposto.

Outro motivo de preocupação é a redução da carga semanal de trabalho de 44 para 40 horas, sem diminuição dos salários dos trabalhadores. A proposta de emenda constitucional já foi aprovada por uma

comissão especial da Câmara dos Deputados e agora seguirá para o Plenário para as duas votações. Depois irá para o Senado.

Especialistas acreditam que a medida não deverá ajudar a criar novos postos de trabalho. Estudo da Confederação Nacional da Indústria (CNI) diz que a redução da carga horária sem a diminuição proporcional nos salários deverá encarecer em quase 10% o custo do trabalho.

A ACIM como entidade de classe que representa os empresários tem pedido empenho dos deputados e senadores junto às suas bases partidárias para impedir a aprovação de tal projeto. A criação de empregos, na nossa opinião, não se dará pela redução da carga de trabalho e sim pelo aumento de produtividade das empresas. E, para isso, o governo precisa garantir um ambiente mais propício aos negócios, o que inclui redução dos impostos na aquisição de maquinários, redução da burocracia e as tão postergadas reformas tributária e trabalhista.

O governo costuma penalizar a classe produtiva com cada vez mais impostos e medidas que nada contribuem para a geração de renda e esquece de fazer a lição de casa: mandato após mandato as reformas essenciais para garantir maior competitividade aos negócios são postergadas. Reforma administrativa e redução de cargos públicos? Parecem que estas não são nem serão as prioridades do governo, que está mais disposto a criar novos impostos e alíquotas para “cobrir” os gastos públicos crescentes.

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

# Candidato a governador



Rafael Silva

**S**ENADOR PELO SEGUNDO MANDATO (FOI ELEITO EM 1995 E 2003), OSMAR DIAS, DO PDT, ACALENTA A VONTADE DE SER GOVERNADOR DO PARANÁ. EM 2006, QUANDO DISPUTOU O CARGO COM ROBERTO REQUIÃO PERDEU AS ELEIÇÕES NO SEGUNDO TURNO POR POUCO MAIS DE DEZ MIL VOTOS. AGORA, ELE FAZ PLANOS PARA SAIR DAS URNAS VITORIOSO. CONFIRA A ENTREVISTA QUE DIAS CONCEDEU À REVISTA ACIM. ELE FALA SOBRE A CRISE DO SENADO, TRANSPARÊNCIA NOS GASTOS PÚBLICOS, REFORMA TRIBUTÁRIA E SEUS PROJETOS, CASO SEJA ELEITO

## O SENADO FEDERAL TEM SOFRIDO UMA SÉRIE DE DENÚNCIAS. O SENHOR ACREDITA QUE HAVERÁ UMA MUDANÇA NO PARLAMENTO APÓS ESSES PROBLEMAS?

O ponto positivo de todas essas denúncias é que haverá uma reforma forçada do Senado. O que estava errado terá que ser corrigido e quem praticou as irregularidades terá que pagar por elas. O que não pode é a sociedade generalizar e achar que todos os senadores são do mesmo tipo. Eu, por exemplo, nunca fui

para a mesa do Senado, eleita exatamente para administrar a casa. Os senadores elegem o presidente, o vice-presidente até o 4º secretário. Essas pessoas tomam decisões que não temos acesso e depois todos são responsabilizados? Como é que tenho responsabilidade, por exemplo, num convênio assinado ou numa obra feita sem licitação? Estou lá para fazer leis, aprovar o orçamento, discutir políticas públicas, ajudar o Paraná. Se tiver que ficar fiscalizando o presidente e o secretário

do Senado, não poderei exercer meu mandato em defesa do estado. Agora, neste momento tenho obrigações: cobrar que as investigações sejam feitas e que sejam com a ausência do presidente Sarney da presidência. Ele tem que sair do cargo para permitir que as investigações apurem eventuais irregularidades.

**APESAR DA REFORMA TRIBUTÁRIA SER UMA REIVINDICAÇÃO ANTIGA DA SOCIEDADE ELA AINDA NÃO SAIU DO PAPEL. POR QUÊ?**

## **A Revista ACIM ouviu os dois irmãos Dias, ambos senadores e pré-candidatos a governador do Paraná. Osmar Dias é filiado ao PDT e Alvaro Dias ao PSDB. É consenso entre eles que não disputarão as urnas juntos. Será candidato quem estiver melhor posicionado nas pesquisas de opinião**

Estou no Senado há 14 anos e todo ano a reforma é prometida, mas até hoje não foi feita e estou bastante incrédulo que ela possa sair. Talvez a frase que o presidente Lula disse semanas atrás explique. Ele falou que prefere distribuir dinheiro aos pobres a desonerar os ricos. O que ele quis dizer é que prefere aumentar as despesas com o Bolsa Família a reduzir os impostos. Na minha opinião, o presidente comete um equívoco: dá para fazer os dois: continuar com os programas sociais e desonerar o setor produtivo. A carga tributária cresceu 1% ao ano nos últimos 14 anos. Quando Fernando Henrique Cardoso assumiu a presidência da República, ela correspondia a 24% do PIB (Produto Interno Bruto) e cresceu 1% por ano durante o governo dele, o mesmo índice nos mandatos de Lula. Por que cresce? Porque as despesas do governo com funcionários, viagens e as chamadas despesas correntes são crescentes. Então, a reforma tributária só pode ser feita com uma reforma fiscal e administrativa. Sozinha ela não será concluída porque boa parte dos governadores é contra e também vai contra os interesses do Governo Federal, que hoje concentra 64% das receitas do país. Só 14% ficam com os municípios. Essa descentralização poderia trazer maior eficiência na qualidade de aplicação dos recursos. No Brasil, temos uma insegurança tremenda, 54% dos jovens abandonam a escola no ensino médio por falta de estímulo, a saúde pública é precária, tanto que o Hospital Universitário de

Maringá está pedindo socorro. Então, é a qualidade de aplicação dos tributos no Brasil que precisa ser revista.

### **A INFRAESTRUTURA BRASILEIRA ESTÁ DEFASADA. FALTAM INVESTIMENTOS EM PORTOS, ESTRADAS, ENTRE OUTROS E O PAC FOI CRIADO JUSTAMENTE PARA ACELERAR AS OBRAS NECESSÁRIAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO PAÍS, MAS POUCAS FORAM EXECUTADAS...**

O PAC não significa, no meu entendimento, um programa de aceleração do crescimento, e sim de recuperação do tempo perdido. Qual foi a grande obra feita pelo governo de Fernando Henrique Cardoso em relação à infraestrutura? Os portos e as estradas foram sucateados. E o PAC veio para tentar recuperar esse tempo. As obras estão atrasadas, mas pelo menos há o mérito de existir um programa que contará com a parceria da iniciativa privada.

### **MESMO NUM RITMO LENTO...**

Devagar, mas está começando um projeto. E se existir no papel, já é um avanço. Precisamos de portos mais eficientes e não é apenas construir mais cais. A gestão dos portos precisa ser revista. Tem que ser público, mas ter gestão profissional. Um porto não pode levar 35 dias para descarregar um componente de computador que será montado em Pato Branco, quando no Porto de Itajaí o processo leva cinco dias. É preciso ainda revisar as tarifas de pedágio, inclusive foi aprovada uma lei minha que estabelece a obrigatoriedade de publicação a cada três

meses do balanço das empresas de concessões públicas para garantir maior transparência. Os investimentos em infraestrutura só podem ocorrer se houver uma grande parceria do governo federal, do governo estadual e da iniciativa privada.

### **MAS PARA ISSO É NECESSÁRIO QUE A INICIATIVA PRIVADA TENHA GARANTIAS...**

Os marcos regulatórios precisam ser fortalecidos no país. Há quem não concorde, mas como construir, por exemplo, um braço da ferrovia de Maringá a Campo Mourão? Cada quilômetro de ferrovia custa em média R\$ 1,6 milhão. Cem quilômetros significam R\$ 160 milhões. Não dá para prometer, mas dá para assumir um compromisso com empresas privadas para que elas explorem a ferrovia. Para isso, o estado tem que ser o catalisador para a execução dos projetos. Daqui a pouco não teremos como escoar a produção.

### **A DIVULGAÇÃO NA INTERNET DOS NOMES E SALÁRIOS DOS SERVIDORES PÚBLICOS MUNICIPAIS CAUSOU POLÊMICA EM SÃO PAULO. NÃO SERIA OBRIGAÇÃO DOS ESTADOS E MUNICÍPIOS PUBLICAR AS DESPESAS PARA GARANTIR MAIOR TRANSPARÊNCIA?**

É um assunto polêmico. Temos que ter noção do que está sendo gasto com o funcionalismo, mas trazer a público o salário de um servidor traz problemas. Primeiro de desestímulo nas repartições públicas em função das diferenças salariais. Depois, há a quebra de

sigilo daquele funcionário. Preciso entender melhor essa questão de divulgar os salários dos servidores sob o ponto de vista do direito individual. Acredito que não será isso que dará transparência.

### **EM MARINGÁ HÁ O TRABALHO DO OBSERVATÓRIO SOCIAL, QUE FISCALIZA AS LICITAÇÕES PÚBLICAS E COBRA MAIS TRANSPARÊNCIA NOS GASTOS...**

Isso precisa ser feito. Por exemplo, fala-se muito da verba indenizatória dos senadores. Eu viajo e seria uma hipocrisia dizer que estou tirando dinheiro do meu bolso para pagar o hotel, o restaurante, a gasolina do carro que me traz, porque o salário livre de um senador é R\$ 12,4 mil. Eu teria como custear essas despesas? Temos que ter recurso público para garantir o trabalho de um senador. É melhor ter esse dinheiro e prestar conta como eu faço, notinha por notinha, pedágio por pedágio, em vez de pedir dinheiro para as empresas para poder viajar. Nos Estados Unidos, por exemplo, o senador recebe um valor anual e nem presta contas. No Brasil, nós prestamos contas de cada nota, de cada telefonema, está tudo na internet. Quanto ao Observatório Social de Maringá, achei um projeto excelente. Acredito que ele tem que ser ampliado para todas as repartições públicas, porque reduz preços, corrige erros de licitações e diminui a corrupção. E como governador, se um dia chegar a ser, essa é uma ideia que pretendo ampliar para o estado.

### **QUAIS SÃO SEUS PRINCIPAIS PROJETOS COMO CANDIDATO A GOVERNADOR? E QUE ALIANÇAS PRETENDE FAZER PARA GARANTIR VITÓRIAS NAS URNAS?**

Estamos buscando ideias para o projeto Paraná e as alianças com os partidos ocorrerão em cima deste projeto. Também teremos os 12 princípios que nortearão nosso plano de governo, entre eles o fortalecimento das empresas públicas e a continuidade das políticas públicas que estão dando certo. Outro ponto importante é que temos que pensar que o Paraná tem vocação agrícola, tem uma agricultura forte e que precisa de um novo patamar, que seria a industrialização. É um desafio imenso em função da baixa capacidade que o estado tem de investimentos. Também precisamos promover o crescimento do setor de serviços, através, principalmente, de um investimento mais rigoroso e rápido nas empresas de tecnologia de informação. Outro desafio é que as universidades estaduais precisam ser aproveitadas para promover o desenvolvimento regional. Elas não podem ficar voltadas apenas para o espectro acadêmico. Depois há políticas que são obrigações do estado e que vejo um pouco diferente do que está acontecendo. Por exemplo, a política de saúde pública. Não estou falando em privatizar a saúde, mas em permitir que grupos privados possam administrar estruturas públicas. Isto sai mais barato do que contratar equipes de profissionais pelo estado. Acredito que a saúde pública é também uma questão de gestão de recursos.

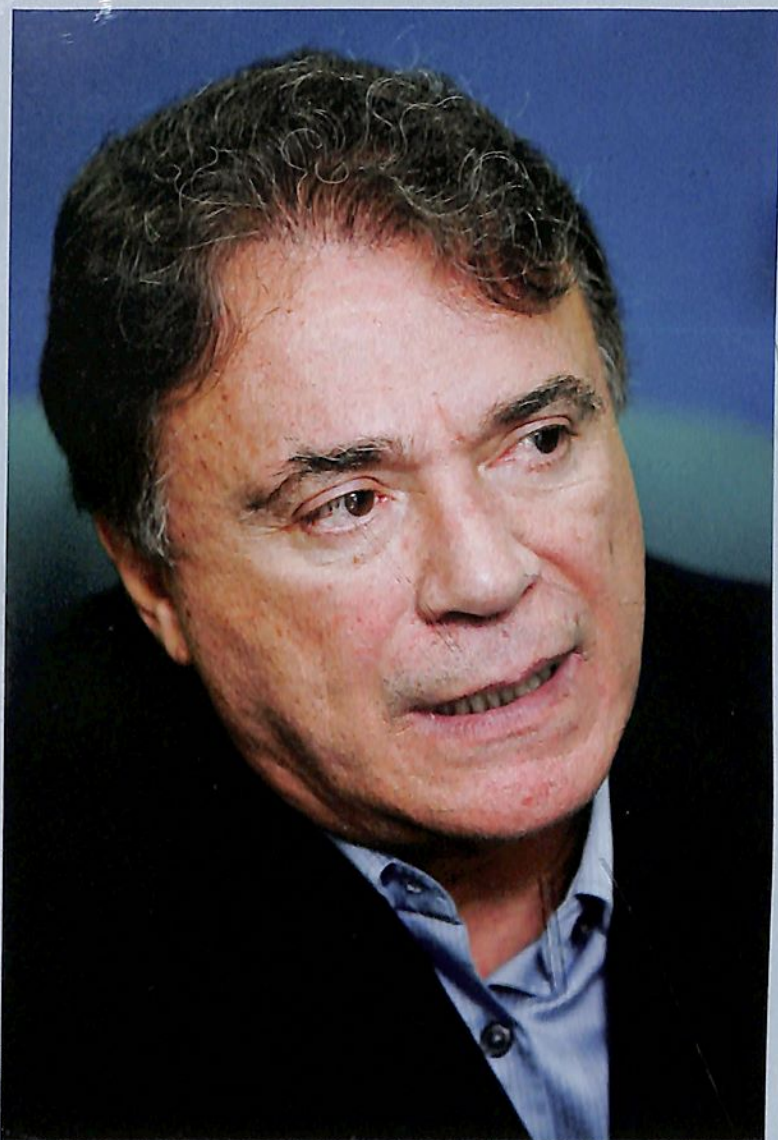
### **A SOCIEDADE LOCAL REIVINDICA O AUMENTO DO EFETIVO POLICIAL. SE O SENHOR FOR ELEITO, AJUDARÁ A REVERTER ESTE QUADRO?**

A última vez que foi feita uma reestruturação da polícia do Paraná foi em 1984. Faz 25 anos. A população naquela época era

mais ou menos a metade do que é hoje e neste período policiais se aposentaram, deixaram o serviço por outras razões. Me lembro que em 2006 houve reposição de 1,5 mil policiais, que não haviam completado o treinamento. Precisamos de uma polícia bem treinada, capacitada e esse efetivo tem que aumentar. Isso exige investimento, mas sozinho o estado não conseguirá. Precisar da ajuda do Fundo de Segurança Nacional.

### **A REGIÃO METROPOLITANA DE MARINGÁ ESTÁ APENAS NO PAPEL. NÃO HÁ INTEGRAÇÃO DE SERVIÇOS E PROJETOS QUE POSSAM BENEFICIAR OS MUNICÍPIOS CONURBADOS. O QUE É POSSÍVEL FAZER PARA REVERTER ESTA SITUAÇÃO?**

Fazer projetos. E eles precisam ser elaborados por quem? Primeiro pelas entidades que representam a sociedade na região, como a Associação Comercial e a Coca-mar. Depois, será necessário procurar as instâncias responsáveis pelas políticas ali colocadas. E quem são elas? O município de Maringá, o governo do estado e o governo federal. Não vou falar nomes, mas recebi um prefeito que queria construir um viaduto em determinado lugar. Quando fui verificar, não havia nem projeto. Como negociar um recurso num ministério sem projeto? Os prefeitos precisam dizer o que é necessário para cada município. Será preciso integrar o transporte, a segurança pública, o serviço de saúde, mas tudo isso tem que ser discutido pela sociedade local. Para dizer com sinceridade, como candidato a governador vou fazer meu projeto da região metropolitana de Maringá, mas gostaria que fosse diferente, que a região metropolitana fizesse o projeto para me apresentar. ■



Rafael Silva

# Senador oposicionista

**N**AS ÚLTIMAS SEMANAS, O SENADOR ALVARO DIAS, DO PSDB, TEM COBRADO MAIS TRANSPARÊNCIA DA PETROBRÁS NA COMISSÃO PARLAMENTAR DE INQUÉRITO (CPI) INSTAURADA PARA INVESTIGAR AS DENÚNCIAS DE IRREGULARIDADES DA EMPRESA PÚBLICA. TAMBÉM TEM CRITICADO A POSIÇÃO DO PRESIDENTE LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA EM RELAÇÃO À ATUAL CRISE DO SENADO. EM SEU TERCEIRO MANDATO, DIAS ALMEJA MAIS UMA VEZ SER GOVERNADOR DO PARANÁ, MAS DIZ QUE ABRIRÁ MÃO DA DISPUTA CASO SEU IRMÃO, OSMAR DIAS, ESTEJA MAIS BEM POSICIONADO NAS PESQUISAS DE OPINIÃO E SE FOR UM CONSENSO DO PARTIDO APOIAR OUTRO CANDIDATO. LEIA A ENTREVISTA QUE ELE CONCEDEU À REVISTA ACIM:

## O EXECUTIVO TEM CULPA DA CRISE NO SENADO?

O Senado era uma casa que apresentava lampejos de independência em relação ao executivo, tanto que derrubou a CPMF e rejeitou algumas medidas provisórias. Isso tudo desgastou a relação com o governo. É inevitável que algum interesse exista do poder executivo na fragilização do Senado e tem havido muita interferência do presidente da república. Se Lula não apoiasse decididamente o presidente do Senado, José Sarney teria renunciado e esta crise estaria superada. O executivo tem

sim responsabilidade em relação à atual crise.

## O QUE FALTA PARA O SENADO CONQUISTAR MAIOR CREDIBILIDADE PERANTE A SOCIEDADE?

O Senado era a casa do legislativo que tinha mais conceito e credibilidade. Estes fatos últimos abalaram a imagem do Senado Federal como instituição, mas os problemas que existem aqui existem no legislativo do mundo todo. É muito bom que isso esteja ocorrendo, porque as reformas estão se procedendo e uma reforma administrativa no Senado

foi proposta pela fundação Getúlio Vargas. Tudo isso pode torná-lo uma casa mais transparente, mais econômica e mais eficiente e certamente a partir daí o Senado começará a recuperar um pouco da credibilidade que perdeu.

## A PETROBRÁS TEM SIDO ACUSADA DE VÁRIAS IRREGULARIDADES. O SENHOR ACREDITA QUE A CPI QUE ESTÁ INVESTIGANDO A MAIOR EMPRESA PÚBLICA DO BRASIL ACABARÁ EM PIZZA, CONFORME ACUSAÇÃO DE MUITOS?

Depende da interpretação. A

meu ver a CPI já é bem-sucedida, mesmo que ela não se instalasse, ela já produziu efeitos, porque hoje mais brasileiros sabem das irregularidades que existem na Petrobrás, e certamente já houve uma contenção desse processo de desmando da empresa. O fato de anunciar a criação de uma CPI já promoveu mudanças de comportamento na própria Petrobrás, então, ela não será pizza por esta razão. As pessoas interpretam a CPI de forma diferente e depois tudo o que o legislativo faz é condenado de modo geral. A CPI é um instrumento de transparência, mesmo que ao final ela apresente um relatório contundente em função da maioria governista, os senadores vão chamar o Ministério Público para que atue desde o início do trabalho da CPI. A cada denúncia que não for investigada pela maioria, pois a maioria pode querer impedir a investigação, nós vamos convocar o Ministério Público que vai investigar.

Rafael Silva



“É inevitável que algum interesse exista do poder executivo na fragilização do Senado e tem havido muita interferência do presidente da república. Se Lula não apoiasse decididamente o presidente do Senado, José Sarney teria renunciado e esta crise estaria superada

#### QUE AVALIAÇÃO O SENHOR FAZ DO GOVERNO FEDERAL?

Considero este um governo que desperdiça oportunidades preciosas. O Brasil poderia estar crescendo mais e desperdiçou num momento bom da economia mundial oportunidades de ouro para crescer. Os que se conformam com isso certamente não promovem as mudanças que o país exige. E o que há de pior no governo é essa complacência com a corrupção.

#### O SENHOR JÁ FOI GOVERNADOR DO PARANÁ ENTRE 1987 E 1991. SEUS PLANOS PARA O FUTURO INCLUEM DISPUTAR O CARGO NAS PRÓXIMAS ELEIÇÕES?

Coloquei meu nome a disposi-

ção, porque acho que deveria dar minha contribuição para retomar o crescimento econômico do Paraná em níveis mais elevados, pela experiência adquirida na primeira gestão, que se deu em um momento delicado, quando vivíamos uma crise com a inflação que chegou a 80% ao mês. Em uma tempestade devastadora da economia nacional, pudemos realizar um governo operoso e realizamos grandes obras. Acredito que poderia contribuir novamente. Meu nome está a disposição, se houver mais possibilidade de êxito eleitoral e administrativo. Quem define mesmo a candidatura é o apoio da população.

#### O SENADOR OSMAR DIAS, IRMÃO DO SENHOR, CONFIRMOU A CANDIDATURA DELE A GOVERNADOR DO PARANÁ NO INÍCIO DESTE MÊS DURANTE VISITA À ACIM. SE OSMAR FOR CANDIDATO, O SENHOR IRÁ ABRIR MÃO DE DISPUTAR O CARGO?

Não é uma questão de abrir mão da disputa. Nosso entendimento é que quem estiver melhor situado eleitoralmente deve ser o candidato com o apoio do outro. Nós temos que verificar em um momento adequado e fazer a avaliação sobre as possibilidades eleitorais e a convergência de forças políticas que possam ser benéficas ao estado e ao país. ■

# DEBITO AUTOMÁTICO SICOOB

**O SICOOB se encarrega de tornar sua vida mais cômoda, segura e prática.**

Todas as facilidades da quitação de suas contas na data de vencimento, sem se preocupar com filas e atrasos.

Cadastre agora suas faturas de água, energia, telefone fixo e telefonia móvel.

Para maiores informações acesse [www.sicooobpr.com.br](http://www.sicooobpr.com.br) ou dirija-se a qualquer



**SICOOB**  
Metropolitano

### REGINATO TINTAS

Para agradar os clientes e proporcionar conforto na hora das compras, a Reginato Tintas investiu na mudança da loja, que ganhou nova fachada e o interior foi reformado. A loja ainda oferece estacionamento próprio. De acordo com o proprietário, Nivaldo Reginato, os clientes encontram no estabelecimento produtos de qualidade e marcas tradicionais do mercado. Um dos destaques é o gel de efeitos, que proporciona acabamentos em texturas e efeitos decorativos, como pátina, trapeado, pedra, esponjado, manchado, espatulado e escovado. O produto pode ser aplicado sobre superfícies de alvenaria, madeira e metal. A Reginato Tintas está localizada na avenida Brasil, 4841.

Rafael Silva



### CENTRO DE ONCOLOGIA

A Unimed Regional Maringá traz a cidade um novo serviço para os cerca de 125 mil clientes: o Centro de Oncologia. Com atendimento de excelência, o serviço oferece qualidade, segurança e comodidade aos pacientes durante o tratamento.

A estrutura física, que é exclusiva para clientes Unimed, é composta por três salas de aplicação (sendo duas para adultos, e uma infantil), dois apartamentos privativos com leitos, três salas com leitos para longa duração e recepção com dois consultórios médicos.

O Centro de Oncologia, inaugurado em 3 de agosto, faz parte da estrutura física do Centro integrado de assistência à saúde Unimed (Ciasu), que em breve também será sede de outros serviços da cooperativa, como fisioterapia, fonoaudiologia, nutrição, psicologia e Medicina Preventiva. A central de atendimento e liberação de guias também mudou de endereço e passa a integrar o Ciasu, que fica na avenida Bento Munhoz da Rocha Netto, 750.

### GERENCIAMENTO DE PROJETOS

Maringá passou a contar com um representante oficial do Project Management Institute (PMI), uma instituição internacional sem fins lucrativos que tem o objetivo de disseminar o conhecimento sobre gerenciamento de projetos e conta com mais de 240 mil associados em 160 países. O escritório de representação chama-se PMI Branch NP e tem atuação no norte do Paraná. Ele será presidido por Ayrton Silva, que também é gerente de produtos e serviços da ACIM. No dia 28 de julho foi realizado um evento de lançamento no auditório Ney Marques, da Universidade Estadual de Maringá (UEM), que contou com a presença do vice-presidente de projetos especiais do PMI, Marcos Abreu.

Um levantamento feito pelo Standish Group revelou que apenas 52% dos projetos elaborados por empresas norte-americanas são finalizados com sucesso. "A maioria das empresas não consegue terminar os projetos dentro do prazo, orçamento e qualidade contratada pelo cliente, pois não utiliza as técnicas corretas de planejamento e controle, que são alguns dos tópicos abordados pelo gerenciamento de projetos", diz Rodrigo Giraldelelli, um dos integrantes do escritório local do PMI. Mais informações pelo [www.branchnp.com.br](http://www.branchnp.com.br) ou pelo e-mail [ayrton@pmipr.org.br](mailto:ayrton@pmipr.org.br)

## PROGRAMA DE TV

Com apresentação da jornalista Fernanda Leone, o Programa Destaque, da Rede Massa, está há cerca de um ano e meio no ar e tem quadros variados, com temas como saúde da mulher, sexualidade, astrologia, economia doméstica, moda e gastronomia. O programa, que é exibido de segunda à sexta-feira, das 11 às 12 horas, conta com a participação de convidados para debater os temas e a participação dos telespectadores ao vivo, por e-mail e enquetes gravadas nas ruas. Segundo pesquisa, 52% do público é feminino e 48% é masculino. Cinquenta e oito por cento da audiência são de telespectadores da classe C e 30% pertencem às classes A e B.



Rafael Silva

## ARTHOUSE

De 4 a 20 de setembro Maringá receberá a ArtHouse, primeira Mostra de Tendências de Arquitetura e Decoração. Para isso, uma casa de 550 metros quadrados de área útil está sendo reformada e projetada por escritórios de arquitetura e profissionais da área com equipamentos, móveis e tecnologias de ponta. Serão 22 espaços, incluindo suítes, cozinha, home cinema e jardim.

O evento será uma realização da Jump Comunicação e Contemporânea Arquitetura e deverá receber duas mil pessoas. O ingresso custará R\$ 10 ou R\$ 15, com direito a uma revista sobre a mostra e tendências em arquitetura. A ArtHouse acontecerá na rua Tomé de Souza, 261, zona 2, de terça a sexta-feira das 18 às 22 horas, sábados das 14 às 22 horas e aos domingos das 10 às 18 horas. Mais informações pelo [www.arthousemaringa.com.br](http://www.arthousemaringa.com.br)

## GUERREIROS DO COMÉRCIO

Três comerciantes maringenses receberam o troféu “Guerreiros do Comércio”, concedido pela Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio). Foram eles: Amadeu Leal de Carvalho (foto), da Farmácia Menino Jesus, Francisco Morales, da Ótica Diamante, e Orides Baita, do Depósito Debaita. Eles foram indicados pelos três sindicatos patronais de Maringá filiados a Fecomércio, respectivamente: Sincofarma, Sivamar e Simatec. A cerimônia de entrega da premiação foi em 17 de julho, em Curitiba. Os homenageados ganharam um troféu em bronze, que representa uma figura humana estilizada, com alusão ao deus do comércio, Mercúrio.

Fecomércio PR

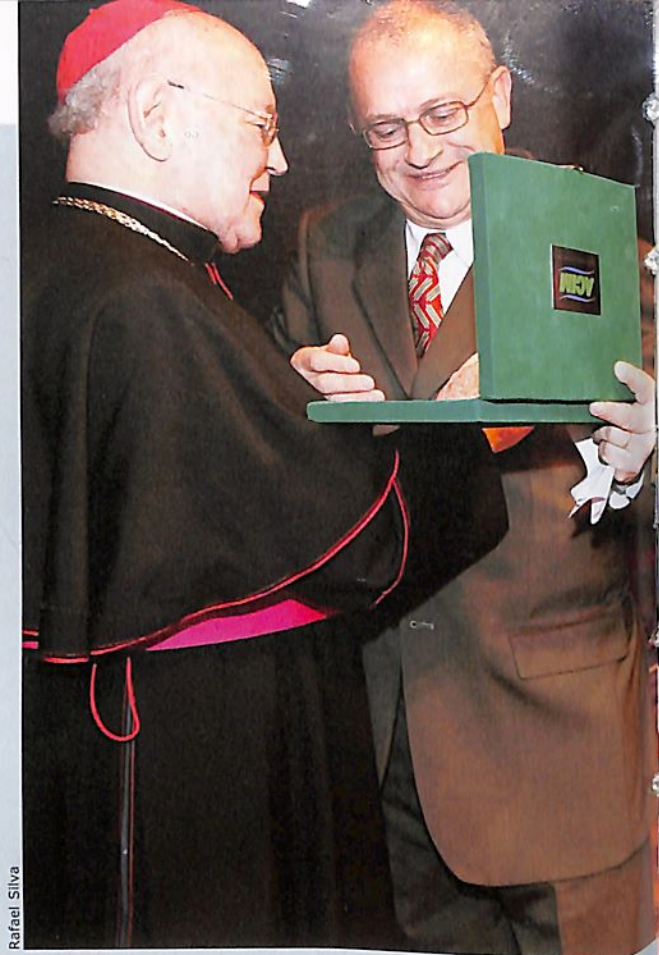


### A HISTÓRIA DE DOM JAIME

A história do primeiro bispo e arcebispo de Maringá, Dom Jaime Luiz Coelho, pode ser conferida num vídeo-documentário produzido pela TV 3º Milênio, que pertence à Fundação Cultural Nossa Senhora de Lourdes, ligada à Arquidiocese de Maringá. O vídeo intitulado "Jaime. Uma história de Fé e Empreendedorismo" foi lançado em 24 de julho no teatro Calil Haddad. No evento de lançamento, o primeiro vice-presidente da ACIM, Paulo Meneguetti, entregou uma placa em homenagem a Dom Jaime (foto).

Trinta pessoas foram entrevistadas para o vídeo, que foi roteirizado pelo jornalista Everton Barbosa. O empresário Ariovaldo Costa Paulo, que foi presidente da ACIM por duas gestões, concedeu entrevista para o documentário em nome da entidade. Segundo ele, Dom Jaime foi o responsável não apenas pela construção do maior símbolo da cidade, que é a Catedral Nossa Senhora da Glória, mas por diversas obras como a fundação da primeira faculdade da cidade, que depois se tornou a Universidade Estadual de Maringá (UEM).

O vídeo está sendo vendido a R\$ 30 na Catedral Nossa Senhora da Glória, TV 3º Milênio e livrarias. A proposta é que em breve ele seja disponibilizado em todas as repartições ligadas à Cultura e à Educação do município.



Rafael Silva

### PÓS-GRADUAÇÃO

Em Maringá, está sendo realizado um curso inédito de pós-graduação no país. Trata-se do MBA em Gerenciamento de Departamento Pessoal, uma parceria entre a Alvo Consultoria e Treinamentos Empresarias e a Faculdade Cidade Verde (FCV). De acordo com o diretor da Alvo, Marcelo Antonio da Silva, a iniciativa se deu devido a necessidade do próprio mercado. "As leis trabalhistas são exigentes. Com isso, as empresas precisam de profissionais treinados e qualificados para a área de gestão pessoal, tendo como foco a redução de passivos trabalhistas e fiscais". A proposta do MBA é reunir professores com experiência prática e conhecimento teórico. O corpo docente conta com juiz, auditores do trabalho e da Receita Federal, entre outros.

O curso tem início neste mês. As aulas acontecem a cada 15 dias nas segundas e quartas-feiras, das 19 às 23 horas, na sede da FCV. O valor do investimento é de R\$ 395 por mês. Mais informações pelo telefone (44) 3029-4188.

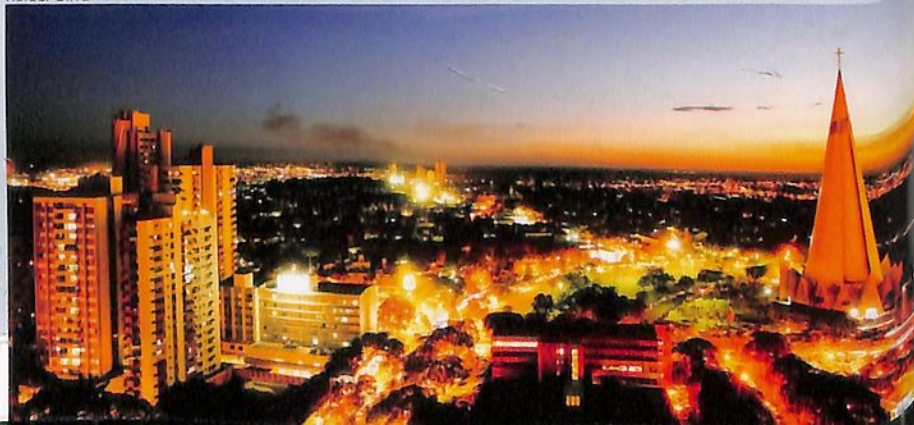
### PARA FAZER CARREIRA

Maringá é a 30ª melhor cidade brasileira para construir carreira, segundo pesquisa coordenada pelo professor Moisés Balassiano, da Fundação Getúlio Vargas, e publicada pela revista Você S/A, da Editora Abril. Foram analisadas 127 cidades entre as mais populosas do Brasil e com maiores depósitos financeiros à vista.

Depois, os municípios foram avaliados com base em indicadores de educação, vigor econômico e saúde, sendo que o item educação recebeu o maior peso na pesquisa e levou em consideração o número de cursos de graduação, de mestrado e de doutorado ofertados, além do número de estudantes matriculados no ensino superior. Foram avaliados ainda o PIB municipal, divulgado pelo IBGE em 2006, e a infraestrutura de saúde.

A Você S/A publicou que de acordo com Roberto Ticino, da consultoria Michael Page de Curitiba, "o norte paranaense tem um parque industrial variado e o estado oferece oportunidades na agroindústria, principalmente nas grandes cooperativas". No estudo, Londrina ocupou a 24ª posição.

Rafael Silva



# KAKOGAWA, UM SONHO DE POSTO

**A cidade ganhou este mês o Posto Kakogawa, dos empresários Paulo Henrique Vital e Rinaldo Rorato. E os dois já anunciaram mais um empreendimento: o Posto Dubai**

Com a bênção do padre Leomar Antonio Montagna, da Paróquia Santo Expedito, foi inaugurado em grande estilo, no dia 31 de julho, o Posto Kakogawa, que fica na região norte da cidade, próximo à Acema. Durante o evento, os empresários Paulo Henrique Vital e Rinaldo Rorato, que já são sócio-proprietários do Posto Canadá, anunciaram que em breve Maringá vai ganhar o Posto Dubai. Todos com a bandeira Petrobrás.

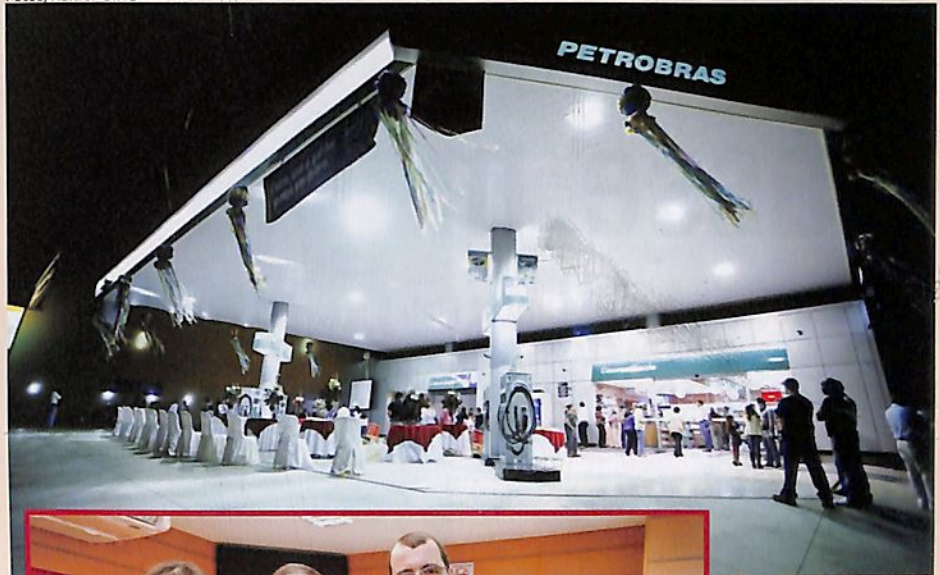
"Um dia, eu, meu sócio e nossas famílias sonhamos nos tornar empresários. Realizamos este sonho. E, graças a muito trabalho, ultrapassamos nossas expectativas iniciais", frisou Paulo Vital em seu discurso. Os dois sócios-proprietários do Posto Kakogawa são de origem humilde. Rorato veio de uma família de agricultores da região de Umuarama e atuou como bancário. E Paulo foi *office-boy*, tendo trabalhado no extinto O Jornal de Maringá (atual *Jornal do Povo*), e na ACIM.

Além dos empreendimentos, os dois sócios construíram muitas amizades. Centenas de pessoas compareceram à inauguração. Entre as autoridades, estavam o presidente da Câmara Municipal, Mario Hossokawa, o Secretário de Desenvolvimento Econômico de Maringá, Valter Viana, o Gerente do Sebrae de Maringá, Luiz Carlos da Silva, além de diretores da Acema e da Associação Parque do Japão. A Petrobrás foi representada pelo Gerente Regional de Curitiba, Romeu José Jankowski, pelo Assessor de Maringá, Márcio Bemabé Guarnieri, e pelo Assessor de Londrina, Juarez da Silva. Durante a inauguração houve apresentação do grupo de Taikô Wakadaiko, da Acema.

## DIFERENCIAL

Os dois sócios não têm medo de

Fotos/Rafael Silva



Posto Kakogawa: promessa de ótimos negócios na região norte da cidade

Paulo Henrique e Rinaldo Rorato, com as esposas, Inês Vital e Márcia Rorato: trabalho e criatividade

investir. Desde os primeiros anos do posto Canadá, eles realizaram parcerias, principalmente vendendo convites de shows e feiras na cidade. "Com uma marca forte, de credibilidade, criatividade e muito trabalho, conseguimos ser um dos postos da Petrobrás que mais vendem combustível na cidade", relatam.

Outro investimento dos sócios é na qualidade da loja de conveniência. "Algumas pessoas até acham que exageramos um pouco na qualidade, mas a loja também faz muito sucesso

junto aos nossos clientes e é motivo de orgulho para nós", dizem.

Antes de se tornar empresário, Paulo Vital foi funcionário do posto Morangueira. "Trabalhei durante 12 anos com José Paulo Urgnani e Moacir Urgnani e devo muito a eles", relata. Ele também agradeceu ao ex-padrão, Verdélirio Barbosa, do Jornal do Povo. Sobre a escolha do nome do posto - Kakogawa, os sócios relatam que é uma forma de homenagear a colônia nipônica, que contribuiu muito com o desenvolvimento da cidade.

**KLÖCKNER**  
LEILÕES

LEILÕES JUDICIAIS E EXTRAJUDICIAIS  
PRESENCIAIS E ONLINE

(44) 3026 8008 - [www.kleiloes.com.br](http://www.kleiloes.com.br)

# A hora e a vez da classe média

**DE ACORDO COM O DEPARTAMENTO DE ECONOMIA DA UEM, O POTENCIAL MENSAL DE CONSUMO DA CLASSE C EM MARINGÁ, QUE SOMA 44,5% DAS FAMÍLIAS, É DE R\$ 89 MILHÕES; CONSULTORES APONTAM ESTRATÉGIAS PARA CONQUISTAR ESSE PÚBLICO**

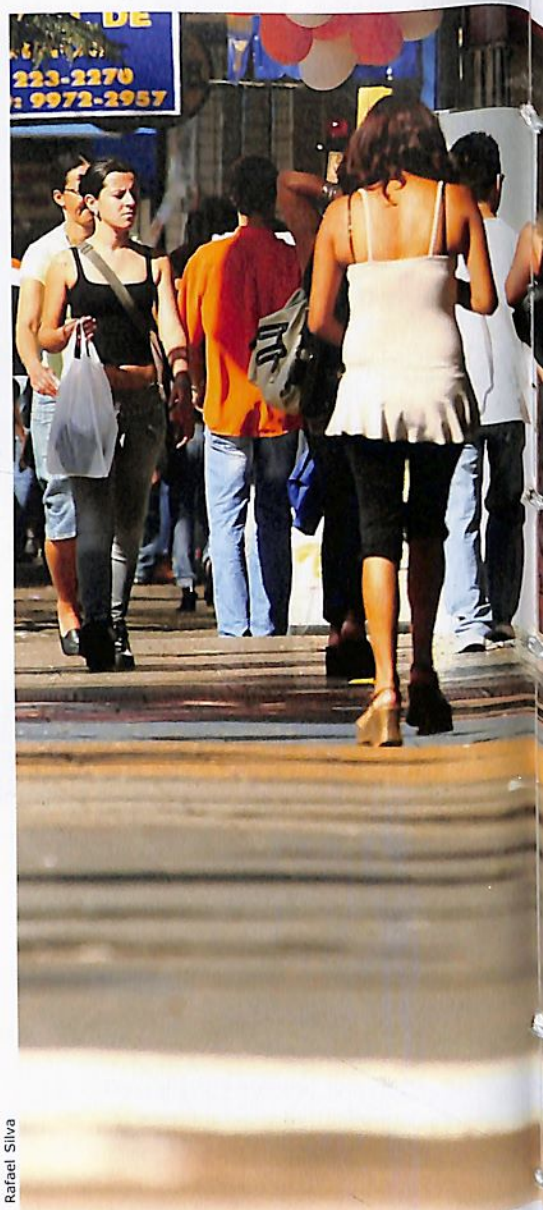
A classe C é a maior do Brasil e abrange 45% da população. Outros 15% dos brasileiros são membros das classes A e B e 40% dos moradores ocupam as classes D e E. Os números se referem a 2008 e foram divulgados pela Celetem, financeira do grupo francês BNP Paribas, em conjunto com a Ipsos, há pouco mais de um mês. O estudo mostra uma estabilidade das classes sociais no último ano, depois de um crescimento significativo da classe C brasileira entre 2006 e 2007, quando foi registrado um salto de 36% para 46%.

Em Maringá, resultados de pesquisas realizadas pelo Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM) e ACIM, entre 2007 e 2008, apresentam uma realidade diferenciada. A classe C diminuiu na cidade: passou de 48,7%, em 2007, para 44,5%, em 2008. No entanto, é uma queda positiva, pois a migração ocorreu para a classe B, que cresceu de 36,5% para 41,7% no mesmo período. “Juntas, as

classes A e B somam 46,6% e são predominantes. E somadas à classe C perfazem 91,1% da massa de consumidores. Isto significa que Maringá tem um padrão de consumo diferente da média do Brasil”, relata o doutor em Economia Joilson Dias.

Mas mesmo sozinha, com 44,5% dos moradores de Maringá, a classe C é mais forte do que muitos imaginam. “Se tomarmos a renda média das nossas pesquisas de R\$ 1.954 mensais, falamos em um poder de consumo equivalente a R\$ 89 milhões”, afirma Dias. O cálculo considera que a cidade conta com aproximadamente 104 mil famílias e 46 mil pertencem à classe C. Neste grupo da população estão pessoas dispostas a gastar e, segundo Dias, é possível dividir estes consumidores em dois grupos.

“Nos estudos, a classe C é considerada a primeira classe de consumo efetivo e pode ser dividida em C1 (superior) e C2 (inferior). É uma classe que se inicia com a aquisição de televisores, geladeiras, ar-



Rafael Silva

**O ENORME POTENCIAL DE CONSUMO DA CLASSE C TEM FEITO COM QUE AS EMPRESAS DEDIQUEM ATENÇÃO ESPECIAL A ESTE CONSUMIDOR**

tigos de beleza (C2) e, especialmente à poupança para aquisição do automóvel e imóvel (C1)”, afirma.

Uma pesquisa do Ibope, encomendada pela agência Nova S/B e divulgada na revista Exame, também divide os consumidores da classe C. No estudo foram identificados dois perfis principais na



classe C. Um foi batizado de consumista, que compra muito e por impulso, por vezes mais do que a renda permitiria, mas acostumou-se a viver com dívidas e não se preocupa muito com isso. O outro perfil detectado no estudo é do planejador, um consumidor parcimonioso, que odeia dívidas, gasta com cautela, se preocupa com o futuro e, sempre que pode, guarda algum dinheiro.

### **PÚBLICO ATRATIVO**

A classe C é forte e tem ajuda-

do a expandir o consumo no Brasil. Na avaliação do diretor de Planejamento da Nação Propaganda, Josimar Farias, esta classe ainda é a melhor aposta para quem quer vender em 2009. “É um público cada vez mais forte e atrativo. As grandes marcas querem estar próximas dele, pois estes consumidores movimentam uma fatia grande, não só de produtos de primeira necessidade”, considera.

Outra característica importante da classe C é o empreendedorismo. O gerente da regional do Sebrae/

PR em Maringá, Luiz Carlos Silva, explica que no ano passado foram abertos cerca de 500 mil novos empreendimentos no Brasil. Cinquenta e três mil no Paraná, segundo a Junta Comercial. “Destes empreendimentos, sabemos que 96% são de micro e pequenos negócios. E se considerarmos que 90% das pessoas que procuram o Sebrae em Maringá para a abertura de micro e pequenas empresas são das classes C e D, podemos deduzir que o número de novos negócios abertos pela classe C é muito significativo”, analisa.

Em entrevista publicada em junho na Revista da ACIM, o consultor de marketing e professor da FGV, Juracy Parente, apontou que um dos melhores recursos para se conquistar os consumidores da classe C é o fortalecimento da autoestima. “Mas o que é este recurso da autoestima? É o atendimento cordial, muito atencioso, um tratamento que possa excluir alguma sensação de desconfiança da honestidade, da integridade destes clientes”, diz.

Segundo Parente, é preciso oferecer produtos que possam ao mesmo tempo atender às necessidades econômicas e sociais do cliente. “Este consumidor gosta de comprar em locais onde possa sentir que respeitam e valorizam seu progresso econômico. Nestas lojas, ele quer encontrar marcas líderes, que têm um padrão médio-alto de qualidade”, orienta.

### **EXIGENTES**

Na avaliação do consultor Hamilton José Borges Sampaio um aspecto que se pode afirmar sobre a classe C é que normalmente este público está disposto a comprar de tudo e de várias formas, seja à vista ou em longas e suaves presta-

veis como eventos, performances e blitz, que caso a caso devem ser analisados e utilizados”, conta.

Farias também ressalta que o preço é importante, mas tem sido superado pela oferta de qualidade. “Este consumidor tem adquirido cada vez mais produtos de informática, entretenimento e eletrodomésticos de linha branca. E vale destacar que 39% destes consumidores compram bens e serviços baseados mais na qualidade do que no preço final”, afirma.

### MAIS DICAS

No Brasil, cerca de 90 milhões de consumidores fazem parte da classe C e, em razão disto, este grupo da sociedade tem recebido mais atenção e despertado a atenção dos varejistas. A parte boa, segundo o gerente regional do Sebrae/PR em Maringá, é que os estudos sobre este público são cada vez mais detalhados. “Alguns dados mostram o potencial de consumo do segmento: de cada dez computadores vendidos no Brasil, quatro são adquiridos pela classe C; 70% dos apartamentos financiados pela Caixa Econômica e 70% dos cartões de crédito emitidos também são destinados a esta classe socioeconômica”, diz.

E estes consumidores querem atenção na hora da compra. Na avaliação de Silva, uma das principais estratégias que pode ser usada pelas empresas é o atendimento. “Muitos dos consumidores que hoje pertencem à classe C vieram das classes inferiores. E alguns produtos têm sido adquiridos pela primeira vez. Por isso, eles necessitam de informações detalhadas. Em muitos casos se os vendedores não esclarecem as dúvidas de forma adequada, o cliente deixa de comprar e diz que vai pensar para voltar depois. O



NA BLOKTON, AS MOTOS MAIS PROCURADAS SÃO AS DE BAIXA CILINDRADA: “MUITOS COMPRAM PARA TER UMA ALTERNATIVA AO TRANSPORTE COLETIVO”, DIZ O GERENTE, CARLOS LUZA

## A cada dia, cinco motos vendidas

Só em Maringá, a Blokton vende em média 150 motocicletas ao mês, o que dá uma média de cinco novas motos nas ruas a cada dia. Se também considerar a região, o volume mensal de vendas sobe para 220. A classe C, segundo o supervisor de vendas da Blokton em Maringá, Carlos Luza, é a principal consumidora. “As motos mais procuradas são da linha Biz, Titan e Fan (todas com baixa cilindrada)”, relata.

Na maioria das vezes, esta compra ocorre na busca de uma opção de transporte para se livrar do ônibus. “A motocicleta tem um valor baixo de manutenção e garante facilidade de locomoção, em razão

disto é uma ótima opção para seus usuários. Muitos compram uma moto para ter uma alternativa ao transporte coletivo”, diz.

O que também atrai consumidores desta classe social é a possibilidade de pagamento parcelado, com prestações acessíveis. “O financiamento é a forma de pagamento mais procurada, pois o cliente leva a moto de imediato e paga em parcelas fixas, em até 50 meses. Embora, o sistema de consórcio também tem atraído muitos clientes, já que permite planejar o momento da compra e possui taxas de administração competitivas e atraentes”, avalia.

consumidor da classe C gosta de atenção e, quando isso acontece, ele fica mais propenso a voltar”, diz Silva.

Para o gerente do Sebrae, o parcelamento das vendas também é uma forma de atrair estes clientes. “É uma forma de pagamento muito usada pelos consumidores da classe C, principal-

mente na aquisição de bens duráveis, como eletrodomésticos e até mesmo para a casa própria. Em alguns casos, os membros da família unem a renda para pagar o financiamento, assim, muitas vezes quem realiza a compra é o pai ou a mãe, mas os filhos colaboram no pagamento das parcelas”, analisa.

## Foco nas classes A e B gera reflexo na C

Uma loja é de estofados, a outra especializada em roupas infantis. Em comum, está o fato de que foram abertas em avenidas localizadas em bairros de Maringá e com foco principal nas classes A e B. Além disto, são gerenciadas por mulheres que trabalham atentas para atrair cada vez mais consumidores.

Há dois anos, na avenida Mandacarú, foi aberta a primeira loja da Essencial Estofados & Decorações. Hoje, já existe uma filial na avenida Kakogawa e, mais recentemente, foi aberta a terceira loja em Nova Esperança. Para a proprietária da empresa, Luciana Nardelli, a filosofia de trabalho é sempre atender bem.

"Todo público nos interessa. Digo sempre aos colaboradores. Temos que atender qualquer cliente da melhor forma possível, não importa quanto ele tenha de dinheiro e nem como chegou à loja", afirma. Luciana diz que a maioria dos clientes é das classes A e B e, que só não atinge mais gente da classe C, por que muitos ficam receosos de entrar na loja.

"Trabalhamos para mudar a mentalidade de algumas pessoas que não entram na loja porque pensam que é caro. Temos até colocado preços em algumas peças para mudar este conceito. Também

explicamos que a diferença de preço é muito pequena perto da qualidade que oferecemos", conta.

A Conceito Kids & Teens nasceu há apenas oito meses e está localizada na avenida das Palmeiras. É uma loja bem estruturada, com potencial de shopping e uma diversidade grande de produtos. "Montamos uma estrutura para atender as classe A e B, mas visamos atender todos os públicos", relata a proprietária da empresa, Adriana Cabral Azevedo.

Neste período de funcionamento, Adriana já percebeu como atrair os clientes da classe C que têm uma impressão de que tudo é caro e que só encontrarão preços altos. "As promoções trazem bastante gente. Periodicamente, fazemos divulgação nos bairros de ofertas com até 40% de desconto e temos percebido bons resultados", diz.

Adriana também afirma que procura oferecer um atendimento diferenciado a todos os clientes, sem se importar com a classe a que pertencem. "Mostramos as mercadorias e deixamos bem à vontade. Oferecemos o melhor atendimento e os melhores produtos. Em muitas situações, o produto buscado pela classe C é o mesmo que a classe A compra."

## Para entender o conceito de classe C

A definição de classes econômicas e sociais é bem variável. A Fundação Getúlio Vargas (FGV), por exemplo, considera como classe E as famílias com renda total de até R\$ 804; classe D são as famílias com renda entre R\$ 804 e R\$ 1.115. A classe C (classe média) é composta por famílias com renda entre R\$ 1.115 e R\$ 4.807 e as classes A e B (alta), por famílias com ganho mensal acima de R\$ 4.807.

Já a Target Consultoria, empresa especializada em potencial de consumo, trabalha, por exemplo, com critérios diferentes da FGV para definir as classes sociais. A consultoria faz a subdivisão das classes em A1, que inclui as famílias com renda mensal de R\$ 14.400; A2 de R\$ 8.100; B1 com R\$ 4.600; B2 com R\$ 2.300; C1 de R\$ 1.400; C2 de R\$ 950; D com R\$ 600 e E, de R\$ 400.

Outra definição é usada na pesquisa Observador Brasil 2009, da Celetem, financeira do grupo francês BNP Paribas, em conjunto com a Ipsos, que avalia mais do que a renda das famílias para subdividir as classes sociais brasileiras. No estudo, também são levados em consideração o nível educacional e a posse de bens. O critério é semelhante ao usado pelo Departamento de Economia da UEM para as pesquisas sobre as classes sociais de Maringá. Esta classificação é feita através de pontos determinados pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP).

"A forma ideal e comparável internacionalmente de medir as classes sociais não investiga a renda, mas sim a quantidade de bens disponíveis nos domicílios. A vantagem deste modelo é descobrir a quantidade de pessoas que poderiam estar na classe social, por exemplo, a C, mas que são classificadas como D devido ao seu comportamento, ou melhor, por não consumirem os bens que seriam o 'padrão' da sua classe social", explica o doutor em Economia Joilson Dias. ■



Rafael Silva

**A MAIORIA DOS CLIENTES DA ESSENCIAL ESTOFADOS & DECORAÇÕES É DAS CLASSES A E B, MAS PARA ATINGIR OS CONSUMIDORES DE CLASSE MÉDIA, LUCIANA NARDELLI TEM EXPOSTO PREÇO EM ALGUMAS PEÇAS**

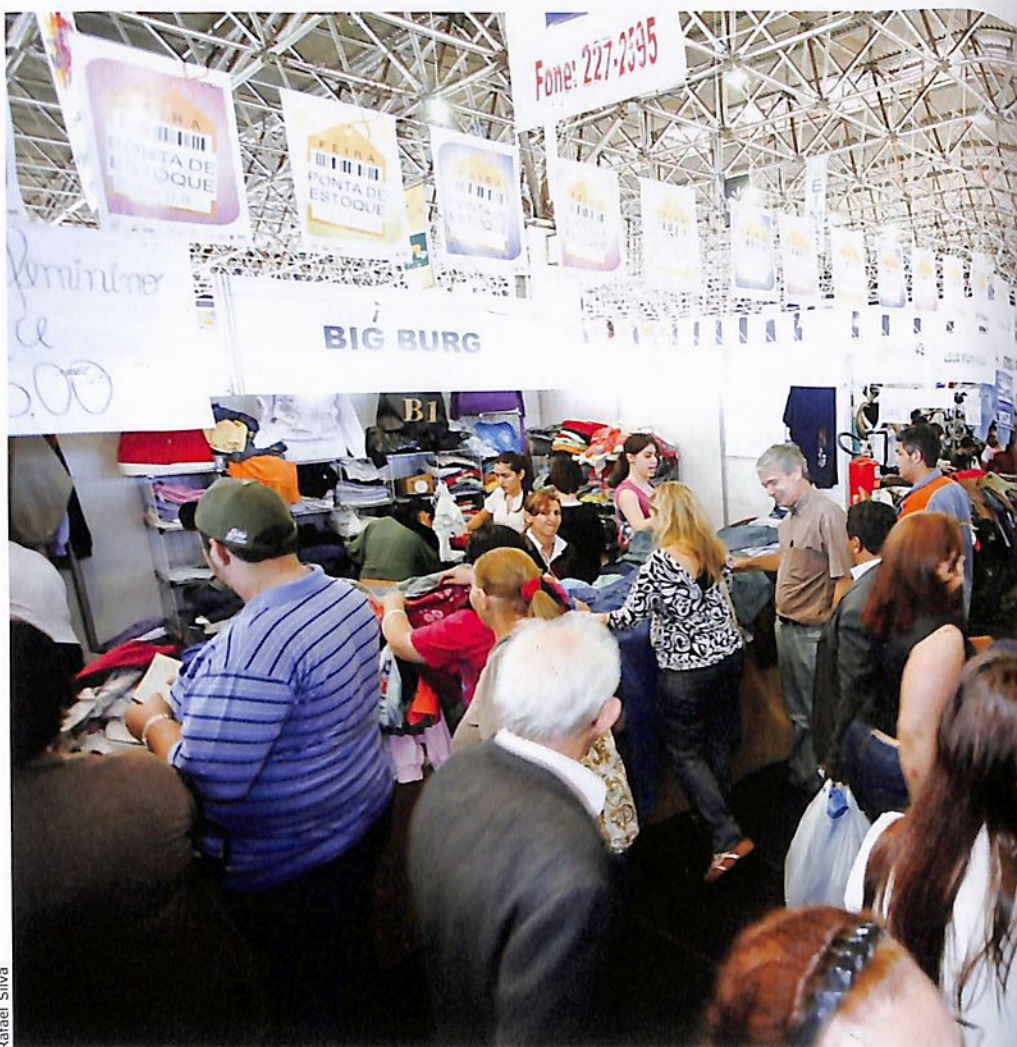
# 270 mil pessoas em busca de de

**ESTE FOI O NÚMERO DE CONSUMIDORES QUE A FEIRA PONTA DE ESTOQUE RECEBEU EM QUATRO DIAS; COMERCIANTES FICARAM SATISFEITOS COM AS VENDAS E CONSUMIDORES TAMBÉM E, ALÉM DE PREÇOS ESPECIAIS, PUDERAM CORTAR CABELO POR R\$ 1**

**A**ssim como nos anos anteriores, a Feira Ponta de Estoque reuniu uma multidão em busca de produtos com descontos de até 70%. Em quatro dias de evento, cerca de 270 mil pessoas estiveram no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá, local onde foi realizada a 19ª edição do evento, entre 15 e 18 de julho.

Os consumidores mais uma vez ficaram satisfeitos com as compras. O aposentado Miltom Felix Barbosa foi dois dias seguidos à feira. Ele comprou sapatos, camisetas, vestidos, entre outras peças, para cinco membros da família. Gastou R\$ 500, mas, pelos cálculos dele, teria gastado R\$ 1.500 se tivesse comprado as cerca de 40 peças fora da promoção.

E não foram apenas consumidores de Maringá que prestigiam a feira. O consultor de gestão Tarcisio Rocha veio de Uberlândia prestar serviço na cidade. Ficou sabendo do evento por um cliente e gastou R\$ 800 em roupas e calçados. “Os produtos estão muito baratos. Acredito que comprei peças por até um terço do preço. Também achei o evento bem organizado e seguro”, diz. Já a dona de casa Terezinha Bar-



**DESCONTOS DE ATÉ 70% LEVARAM MILHARES ÀS COMPRAS, INCLUSIVE CONSUMIDORES DE OUTROS ESTADOS BRASILEIROS**

tassoli veio de Campina da Lagoa, há 200 quilômetros de Maringá, e gastou R\$ 300. “Os preços estão ótimos, em algumas peças o valor não paga nem a costura”.

Os consumidores também puderam aproveitar para cortar o cabelo por R\$ 1, graças a uma parceria com o Senac. Foram mais de 200 cortes apenas no primeiro dia do evento. A faxineira Neide Correia veio de Apucarana e além de ter

comprado roupas para ela e os filhos, aproveitou para mudar o visual. “Amei o corte. E o preço é mais do que em conta. Está de graça”.

Os alunos do curso de cabeleireiro elogiaram a iniciativa. Cilene Camarini faz escova progressiva nas clientes na própria casa, mas resolveu fazer o curso, há quatro meses, para oferecer um serviço a mais. Ela era uma das alunas que estava aproveitando

# scontos



para “praticar cortes novos, inclusive os usados nas novelas mais vistas na televisão. E/ ninguém reclamou, pelo contrário, recebemos elogios”.

## LOJISTAS

A Ponta de Estoque contou com 180 lojistas, divididos em 325 estandes. Além de ser uma oportunidade para desovar o estoque, também serviu para divulgar a marca. O supervisor da Stop Jeans, José Augusto de Oliveira, conta que 11 pessoas trabalha-



Rafael Silva

**CORTES DE CABELO NO ESTANDE DO SENAC: OPORTUNIDADE PARA ALUNOS APRENDEREM NA PRÁTICA O CONTEÚDO DO CURSO E PARA OS CONSUMIDORES “REPAGINAREM” O VISUAL**

ram nos dois estandes para atender os consumidores. A peça mais cara custava R\$ 50, porque fazia parte da nova coleção. “Não trazemos apenas peças de ponta de estoque”, diz. Segundo ele, os quatro dias de vendas equivale-ram a 25 dias de faturamento de uma das lojas. “É a única feira da região que participamos, devido ao volume de vendas. Além disso, o evento teve uma boa divulgação e segurança”.

O empresário Oscar Soares da Silva tem duas lojas em bairros de Maringá, a Osmahy, e também fez bons negócios. Nos estandes dele, as peças custavam a partir de R\$ 2. “Foi excelente, fiquei bastante satisfeito. É uma oportunidade de fazer dinheiro e renovar o estoque”, conta.

Na Emma Fiorezi a participação pela segunda edição foi traduzida em negócios. De acordo com o gerente comercial, Fábio Lima, as vendas representaram um mês de vendas. “A fila de espera na fren-

te do estande era grande. Para agilizar o processo, a equipe, formada por cinco pessoas, teve que atender também no corredor”.

## PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO

No evento, foi montada uma Praça de Alimentação, supervisionada pelos acadêmicos de Nutrição do Centro Universitário de Maringá (Cêsumar). E além de uma oportunidade de negócios teve estande que reverteu as vendas em solidariedade. Pelo terceiro ano consecutivo, o Restaurante CIC HM e a Legião da Boa Vontade se uniram para angariar fundos e ofereceram refeições com a ajuda de 30 voluntários.

Foram comercializadas cerca de quatro mil refeições e de acordo com Márcia Rosa, da Legião, 60% do faturamento veio do buffet e o restante da venda de marmitas.

A Ponta de Estoque teve ainda outras ações sociais. Toda a ren-

da com o estacionamento (ao custo de R\$ 3 por veículo) foi revertida para seis entidades assistenciais. O material reciclado coletado - 4,2 mil quilos - durante os quatro dias foi destinado a uma cooperativa de catadores, a Coopermaringá e, ao final do evento, os lojistas doaram peças não comercializadas para entidades sociais. Foi aproximadamente uma tonelada de peças.

A realização da Ponta de Estoque foi da ACIM e do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), com organização do ACIM Mulher e apoio da prefeitura, Câmara Municipal de Maringá, Sociedade Rural de Maringá, Proe, Fundacim e patrocínio do Sicoob.



Rafael Silva

**JOSÉ AUGUSTO DE OLIVEIRA, DA STOP JEANS: DESOVA DE ESTOQUE E DIVULGAÇÃO DA MARCA; VENDAS NA FEIRA EQUIVALERAM A 25 DIAS DE FATURAMENTO DA LOJA**



**AS CONSELHEIRAS DO ACIM MULHER FIGARAM RESPONSÁVEIS MAIS UMA VEZ PELA ORGANIZAÇÃO DA FEIRA PONTA DE ESTOQUE**

## Feira semelhante será realizada em Caruaru

A Feira Ponta de Estoque servirá de modelo para um evento semelhante que será realizado em março ou abril do ano que vem em Caruaru/PE. Pelo segundo ano consecutivo, um dirigente da associação comercial pernambucana veio a Maringá acompanhar o evento. Neste ano, a responsável

pela cobertura da feira foi Cristiane Teixeira Gabriele, diretora da empresa que deverá ser a organizadora do evento.

“Pelo que percebi muitas pessoas vêm de outras cidades, até de outros estados para participar da feira. Fiquei encantada. Trata-se de um movimento impressionante de

peças. Acho que um evento deste porte atinge seu objetivo quando passa a ser regional, como é o caso da Ponta de Estoque de Maringá”, declara. A ideia, segundo ela, é adaptar o modelo à realidade e especificidade locais, “mas queremos aproveitar ao máximo as informações obtidas aqui”. ■

# Futuros atendentes de *call center*

**A ACIM REALIZA MENSALMENTE, POR MEIO DO PROGRAMA CAPAZ, CURSO PARA FORMAR PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS EM CALL CENTER; EM MÉDIA, SÃO RECEBIDOS 500 CURRÍCULOS DE PESSOAS INTERESSADAS NO TREINAMENTO**

**M**ais de 1,5 mil pessoas já foram capacitadas pela ACIM para trabalhar em *call center*, desde que o programa Capaz entrou em funcionamento, três anos atrás. O programa é uma parceria entre a ACIM e a GVT e visa preparar profissionais para atuar na área. Por mês, a entidade recebe aproximadamente 500 currículos de pessoas interessadas no treinamento, que passam por uma triagem, já que são ofertadas, em média, 55 vagas por mês. O mercado tem absorvido cerca de 80% dos profissionais que são treinados.

De acordo com a psicóloga responsável pela seleção dos candidatos, Elisa Ornelas, vários aspectos são levados em consideração na hora de escolher os participantes. "O candidato precisa ter as características de um atendente de telecomunicação: ser um bom comunicador, saber se relacionar em grupo, ter agilidade, paciência e saber lidar com a pressão, que está diretamente ligada ao dia-a-dia desta área", explica.

Para a analista de recrutamento de seleção da GVT, Carla Jaqueline Volpato, os riscos de um profissional de *call center* não se adaptarem a função são reduzidos, consideravelmente, quando



Rafael Silva

**TREINAMENTO DO PROGRAMA CAPAZ: 80% DOS QUE CONCLUEM O CURSO, QUE É REALIZADO MENSALMENTE, SÃO ABSORVIDOS PELO MERCADO**

ele tem algum tipo de capacitação na área. "Consgo, perfeitamente, verificar a diferença dos colaboradores que participaram ou não do curso. Além da pessoa assimilar o cargo com maior rapidez, ela tem uma visão mais ampla do setor. Quando começa a trabalhar já sabe qual será o ritmo, tendo assim, melhor adaptação".

O gerente de produtos e serviços da ACIM, Ayrton Silva, destaca que a entidade vem contribuindo com a capacitação e inclusão de pessoas no mercado de trabalho, já que os currículos dos participantes ficam à disposição dos associados da ACIM. "Essa é uma excelente oportunidade de reingresso no mercado, no caso de quem está sem trabalho, e de inclusão, para quem está à procura do primeiro emprego. Além disso, trata-se de um curso eficaz, pois através da parceria com a GVT os participantes têm o contato direto com a prática da função de *call center*", argumenta Silva. ■

## AS TRÊS ETAPAS

O curso tem duração de aproximadamente 20 dias, sendo dividido em três módulos. São eles:

- Comportamental: que tem o objetivo de desenvolver as habilidades de atendimento, interação e convivência em grupo;

- Mercado telecom: que discute informações teóricas sobre tecnologia, história da telecomunicação e seu funcionamento;

- Sistemas: que é realizado numa base cedida pela GVT, para que os participantes possam compreender na prática como funciona o sistema *call center* (os outros dois módulos são realizados na ACIM).

As aulas acontecem de segunda a sexta-feira, em horário comercial. O investimento é de R\$ 30, sendo R\$ 10 por módulo, o restante do valor é subsidiado pela ACIM. Informações e inscrições pelo telefone (44) 3025-9640 ou entregar currículo pessoalmente, na rua Basílio Sautchuck, 388. Há também a possibilidade de inscrição via internet, pelo portal [www.acim.com.br](http://www.acim.com.br).

# A gestão profissionalizada no esporte

**E**X-JOGADOR E EX-TÉCNICO DA SELEÇÃO BRASILEIRA DE VÔLEI, JOSÉ CARLOS BRUNORO SE DEDICA ATUALMENTE NA ADMINISTRAÇÃO DE SUA EMPRESA DE MARKETING ESPORTIVO, QUE LEVA SEU SOBRENOME, E A MINISTRAR PALESTRAS NO BRASIL E EXTERIOR. ELE, QUE PREGA A IMPORTÂNCIA DA PROFISSIONALIZAÇÃO NA GESTÃO DO ESPORTE, ESTEVE EM MARINGÁ EM 3 DE JULHO MINISTRANDO UMA PALESTRA PARA EMPRESÁRIOS E CONCEDEU A SEGUINTE ENTREVISTA À REVISTA ACIM:



Rafael Silva

## NA OPINIÃO DO SENHOR, DE MANEIRA GERAL, NO BRASIL SE FOMENTA A PRÁTICA DO ESPORTE PROFISSIONAL?

Acho que agora estamos no caminho certo. Era necessário um pouco de apoio governamental, que veio com a criação da lei de incentivo ao esporte. O que falta, às vezes, em algumas modalidades é um pouquinho mais de gestão profissional: mais profissionais trabalhando nas áreas técnicas, de marketing e financeira.

## MUITOS ATLETAS SE MUDAM PARA OUTROS PAÍSES EM BUSCA DE MELHOR REMUNERAÇÃO. POR QUE ELES SÃO MAL REMUNERADOS NO BRASIL?

Se comparar o futebol brasileiro com os clubes europeus, veremos que ainda estamos engatinhando, até pela tradição e situação econômica do futebol europeu. Um jogador que aqui ganha, por exemplo, R\$ 10 mil, ganha 30 mil euros lá. A diferença é muito grande e por isso os clubes europeus podem ter os melhores jogadores e, por consequência, maiores receita em bilheteria e patrocínio. Então, não é só uma deficiência do futebol brasileiro, é a qualidade da estruturação europeia que é diferente. Essa estruturação no Brasil pode melhorar, mas não vai se equivaler à europeia. Só agora o futebol dos países do BRIC (Brasil, Rússia, Índia e China) está começando a diversificar receitas. Os recursos vinham apenas com a venda de jogador e hoje os dirigentes estão preocupados em ter um estádio adequado, em vender camarotes, bilhetes antecipados, em ter um bom pa-

trocínio de camisa, quer dizer, o leque de faturamento aumentou. E em relação a outros esportes, nem sempre o salário é o único caminho. É preciso dar condições para o atleta ter uma profissão e oferecer bolsas de estudo e dinheiro para ele se manter pode ser uma opção. A remuneração depende muito da visibilidade da modalidade e só se consegue maiores recursos quando a modalidade está na mídia.

## QUE TIPO DE VANTAGEM O ESPORTE TRAZ AOS PATROCINADORES?

São inúmeras, como o retorno de mídia espontânea muito alto. Cada dólar investido no esporte significam mais ou menos quatro dólares de retorno, isso em uma situação bem conservadora. E o empresário agrega os valores do esporte à sua marca, como juventude, garra, audácia, saúde e responsabilidade social. O marketing esportivo é muito completo e oferece várias plataformas, como o endomarketing (com foco nos colaboradores), degustações dos produtos em eventos esportivos, a utilização do marketing de relacionamento, por meio do convite de clientes potenciais para os eventos que a empresa patrocina, entre outros.

## QUE CRITÉRIOS A EMPRESA PODE USAR PARA ESCOLHER QUE ESPORTE PATROCINARÁ?

Há alguns caminhos. Quem vai dar o direcionamento inicial é a agência da publicidade, que determinará que público será preciso atingir. A partir daí serão levantadas as modalidades mais adequadas. Se o público é

muito jovem, por exemplo, pode-se investir em esportes radicais. Também é importante determinar quanto há para investir. Daí será verificado se com esse recurso, é possível patrocinar um atleta ou um time. E tem o lado emocional do dono da empresa. Se ele gosta de judô, independente do produto casar ou não com este esporte, é ele quem está determinando onde irá seu investimento.

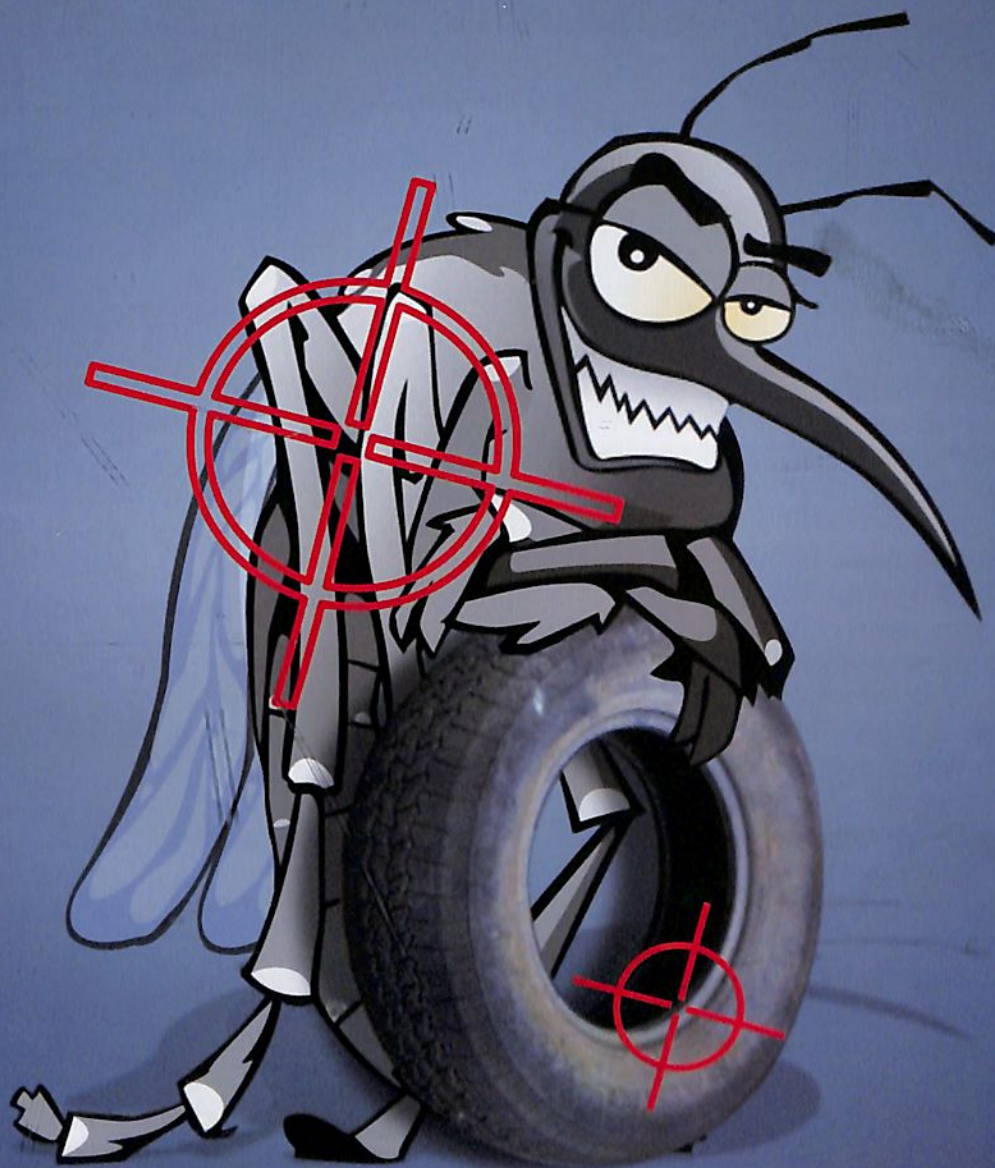
## QUE DICAS O SENHOR DÁ PARA UM TÉCNICO OU DIRIGENTE ESPORTIVO PARA CONSEGUIR PATROCÍNIO?

Em primeiro lugar, é preciso ter um projeto de médio prazo, para os próximos três anos, por exemplo, estipulando quantos campeonatos serão disputados, média de público e outras projeções. Este projeto não deve ser elaborado pelo atleta ou dirigente, tem que ser feito por um profissional. E dizer "me ajuda com esse time" é o maior erro que se pode cometer perante uma empresa. O empresário não quer mais ajudar ninguém. Ele quer investir e ter retorno. Outro ponto importante é abrir leques de patrocínio, com vários valores de cotas, mas todas as empresas devem ter sua fatia de visibilidade.

## O BRASIL ESTÁ PREPARADO PARA SEDIAR A COPA DO MUNDO?

O Brasil está estruturado e preparado. É só não querer fazer loucuras de se comparar a um país europeu. Temos que fazer um torneio mais com o pé no chão, atender as normas da Fifa de maneira simples. Acho que aprendemos muito com os jogos Pan-americanos em termos de planejamento financeiro. ■

**A DENGUE SE COMBATE TODOS OS DIAS,  
INCLUSIVE NO INVERNO!**



Muita gente acha que o frio mata o mosquito da dengue.  
Não é bem assim. Os ovos podem durar até um ano. Por isso, inclusive  
no inverno, elimine a água parada e acabe com as chances deste perigo.

**Maringá sem dengue, cada vez melhor.**

Informe situações de risco: 3218-3191.



SAÚDE  
Secretaria de  
Saúde



[www.maringa.pr.gov](http://www.maringa.pr.gov)

# Assédio chega aos tribunais

**AGRESSÕES VERBAIS E O ESTABELECIMENTO DE METAS IMPOSSÍVEIS DE SEREM CUMPRIDAS PELOS FUNCIONÁRIOS PODEM RESULTAR EM PROCESSOS POR ASSÉDIO MORAL; ESPECIALISTAS EXPLICAM QUAIS OS TIPOS MAIS COMUNS DE SITUAÇÕES QUE PODEM ACABAR NA JUSTIÇA**

**A**pós investigação de um perito em crimes cibernéticos e com um laudo técnico em mãos, a promotora Arisângela Cristina Tibeletti Vargas da Silva, da 4ª Vara Criminal de Maringá, tornou público, em 27 de abril deste ano, o nome dos autores do Blog da Candinha. Num dos maiores casos de crime contra a honra de moradores da Cidade Canção, o próprio Ministério Público incentivou as pessoas difamadas a buscar na Justiça reparação pelos danos sofridos.

Em situações como a do Blog da Candinha, cabe contra os autores da ofensa um processo por assédio moral. Foi a providência tomada, em um outro caso, pelo presidente da Cooperativa Agroindustrial (Cocamar), Luiz Lourenço. "O uso da internet para esse fim é abominável e precisa ser combatido com rigor", diz.

Também vítima de ataques anônimos pela internet, Lourenço batalhou para que o autor das calúnias fosse identificado. Feito isso, processou o indivíduo por assédio moral e, algum tempo depois, a Justiça determinou ao réu, em última instância, o pagamento de indenização e também das custas do processo, valor que Lourenço diz que doará a alguma instituição.

Mas, normalmente são as empresas e seus proprietários que respondem a processos por conduta abusiva que ferem a integridade *psíquica ou física de outra pessoa.*



Rafael Silva

**AGRESSÕES VERBAIS E APELIDOS PEJORATIVOS SÃO ALGUMAS DAS SITUAÇÕES QUE GERAM PROCESSOS POR ASSÉDIO**

Como defendem alguns teóricos, assédio moral é quase tão antigo quanto o trabalho, porém, nunca antes a Justiça foi tão acionada por atos ilícitos como esse.

A Revista ACIM consultou cinco advogados sobre o assunto e constatou que boa parte dos processos por assédio moral decorre de fa-

tos banais, que poderiam ter sido evitados com alguma cautela na relação patrão-empregado no ambiente de trabalho. "O que mais tenho visto são chefes xingando o funcionário de incompetente, burro e proferindo palavras de baixo calão perante colegas de trabalho", comenta o advogado Cesar

Eduardo Misael de Andrade.

Assessor jurídico da ACIM, Andrade explica que ao agir desta forma, o empresário além do risco de ser processado, contribui para uma queda de produtividade de seu negócio. “O assediador tem a firme convicção de que está agindo em prol da empresa, de uma melhoria na produtividade, mas desconhece que a vítima do assédio perde em desempenho e, conseqüentemente, causa prejuízo à empresa”, explica.

Recentemente, a Calçados Hispana Ltda. (sucessora da Azaléia), foi condenada pela Justiça do Trabalho a pagar indenização a um grupo de trabalhadores, que moveu ação por assédio moral após ter a ida ao sanitário restringida por seus superiores. Conduta que figura na lista de situações que mais geram assédio moral (*ver quadro*). “Os empresários precisam inibir a prática desses procedimentos, que configuram assédio moral e que geram processos que muitas vezes dão prejuízos enormes”, explica o advogado Wilson Claudio da Silva, que se mudou de Maringá para o Mato Grosso.

### RECOMENDAÇÃO

Advogada especialista em assédio moral, Angélica Carnovale Marçola sugere que os empresários adotem medidas preventivas, tais como promover palestras sobre o assunto, disponibilizar atendimento com psicólogos, ter um canal aberto a denúncias e investir em uma consultoria jurídica. “Se pessoas com cargo de chefia tiverem as informações adequadas sobre as conseqüências que atos de abuso e violência acarretam, certamente terão mudanças em seus comportamentos”, comenta.

Quanto maior o porte da empre-



Rafael Silva

**CESAR MISAEL DE ANDRADE, ADVOGADO: “O QUE MAIS TENHO VISTO SÃO CHEFES XINGANDO O FUNCIONÁRIO DE INCOMPETENTE, BURRO E PROFERINDO PALAVRAS DE BAIXO CALÃO PERANTE COLEGAS DE TRABALHO”**

sa e o número de funcionários, diz Silva, mais indicada é a contratação de uma assessoria especializada ou, até mesmo, a criação de um departamento jurídico. “Esse é um dos mecanismos mais eficazes para a prevenção de litígios, não exclusivamente em relação ao assédio moral, mas também em toda a área administrativa da empresa”, garante.

### NA JUSTIÇA

O crescente número de processos por assédio moral não significa que esse tipo de ilícito tenha, necessariamente, caído na banalização. Embora com algumas divergências, essa é a avaliação dos advogados ouvidos pela Revista ACIM. “Por enquanto, os tribunais têm sido cautelosos, inclusive, com relação aos valores das condenações”, comenta Cesar Andrade.

Para Angélica Marçola, quem passa por uma situação de humilhação no trabalho está mais encorajado a buscar reparação na Justiça. “As pessoas estão denunciando mais, porém, por ser sub-

jetivas as conseqüências do assédio moral e sexual, fica difícil de provar o dano. É a palavra do assediado contra a do assediador”, diz.

Wilson da Silva e Moacir Gusso, advogado e autor de um livro sobre o assunto, concordam que não há banalização, porém, polarizam o debate. O primeiro alega que esse tipo de processo é utilizado, muitas vezes, como forma de enriquecimento ilícito. “É muito fácil uma pessoa dizer que está sendo assediada moralmente, e muito complicado para uma empresa provar o contrário”, opina Silva.

Gusso vai na linha de que os patrões prosseguem cometendo exageros e que, quando acionada, a Justiça tem “punido exemplarmente” o empregador. “Ocorre que ainda são poucas as vítimas que buscam a Justiça. Tal fato faz com que os chefes se sintam a vontade para assediar seus subordinados”.

### DANO X ASSÉDIO MORAL

Há diferenças entre assédio

moral e dano moral. E quem explica é Moacir Gusso, advogado especialista no assunto, autor do livro "Dano Moral", publicado pela editora LED.

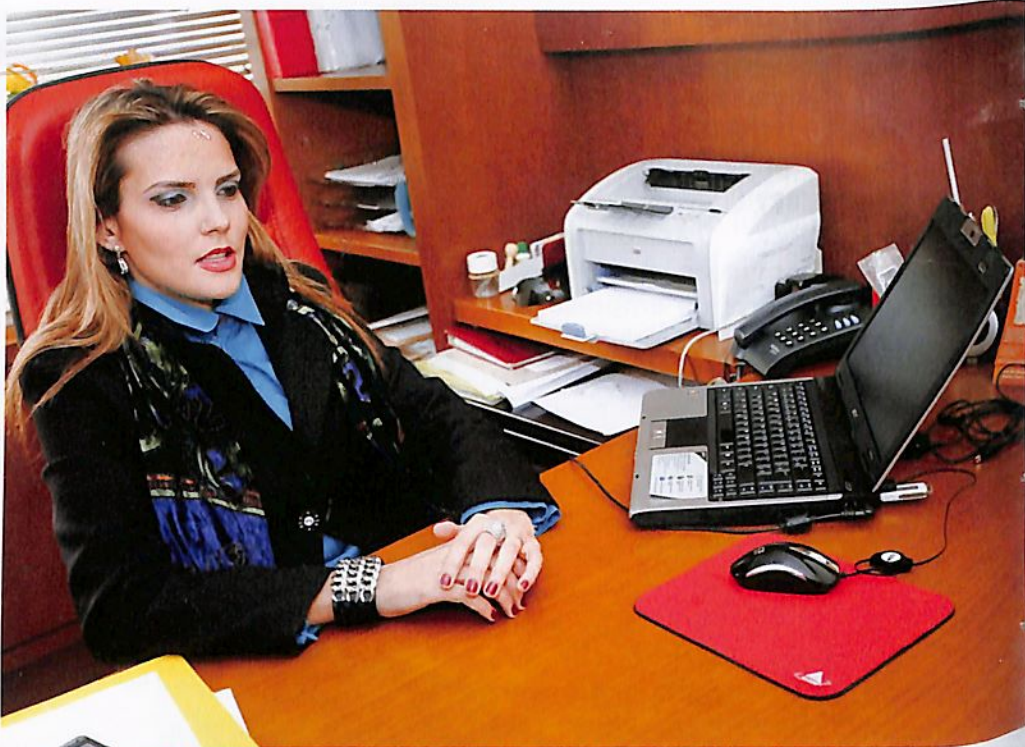
Dano Moral, segundo o advogado que atua em Dois Vizinhos (PR), "refere-se a todo o sofrimento injusto experimentado por pessoa física ou jurídica, em decorrência de um ato ilícito cometido por terceiro, que violentou profundamente os sentimentos éticos e morais do ofendido, ou abalou o crédito e conceito da empresa".

Assédio moral, diz Gusso, "caracteriza-se por comportamentos abusivos e humilhantes, que podem ser expressados por gestos, ações e palavras e que prejudicam a integridade física e psíquica da vítima e que ocorrem de maneira repetitiva, transformando negativamente o ambiente de trabalho. As agressões se dão tanto por parte de colegas do mesmo nível hierárquico, quanto por parte dos superiores".

### ASSÉDIO SEXUAL

Embora possam ser classificadas no mesmo gênero, há diferenças significativas entre assédio moral e assédio sexual, a começar pelo fato de que o segundo é, como explica o advogado Cesar Eduardo Misael de Andrade, crime tipificado pelo Código Penal:

Assédio sexual, esclarece Andrade, "só se caracteriza caso o agente tenha poderes hierárquicos sobre a vítima. Quando dois empregados estão no mesmo nível, não há o assédio sexual". Situação que não acontece em casos de assédio moral, que, acrescenta o advogado, "pode ser praticado por um funcionário hierarquicamente inferior, e seu chefe ser a vítima".



Rafael Silva

**A ADVOGADA ANGÉLICA CARNOVALE ACONSELHA QUE EMPRESÁRIOS ADOTEM MEDIDAS PREVENTIVAS PARA EVITAR AÇÕES POR ASSÉDIO, COMO PROMOVER PALESTRAS SOBRE O ASSUNTO E OFERECER UM CANAL PARA DENÚNCIAS**

## A opinião do presidente da OAB Maringá, César Augusto Moreno

**VISTO O CRESCENTE NÚMERO DE PROCESSOS POR ASSÉDIO MORAL, O SENHOR ACREDITA QUE O TEMA CAIU NA BANALIZAÇÃO?**

O número de processos não indica que o assédio moral caiu na banalização ou que os patrões estejam cometendo mais excessos, indica sim um maior conhecimento do assunto por parte das pessoas e principalmente maior atuação do Ministério Público do Trabalho em defesa de um ambiente do trabalho saudável. Antes, o empregado aceitava como normal o comportamento agressivo de seu patrão ou colegas, se sentia rebaixado, humilhado, havia o receio de perder o emprego, hoje não. O conhecimento sobre seus direitos abre mais oportunidades para se lutar por eles.

**COMO OS EMPRESÁRIOS PODEM SE PRECAVER DE PROCESSOS DESTES TIPO?**

Informando e orientando seus empregados. O empregador deve pautar sua conduta pelo respeito a seus subordinados, bem como se manter atento ao ambiente de trabalho a fim de evitar o assédio por parte de seus empregados. E deve ficar atento àquela perseguição discreta de um empregado contra outro, ou até mesmo de um grupo contra um único, por meio de isolamentos, piadas ou outras formas de ataque. ■

## Situações que mais geram processos por assédio moral



\* Chefe "xingar" o funcionário, chamar de incompetente, burro, desferindo palavras de baixo calão perante colegas de trabalho e clientes;

\* Apelidos pejorativos em ambientes cuja utilização destes nomes vulgares não é adequada;

\* Disponibilizar empregado em determinado departamento sem exercer tarefa alguma;

\* Ameaça de perda de emprego e existência de controles de horários em razão da utilização dos sanitários pelos empregados;

\* Retirar direitos de recebimento de benefícios antes concedidos a todos os trabalhadores e que tal cessação ocorra de forma humilhante;

\* Imputação, ainda que implícita, de desonestidade do empregado;

\* Imposição de metas impossíveis;

\* Advertências e cobranças desrespeitosas dirigidas ao empregado, por meio de ofensas de caráter pessoal, e a exposição gratuita do trabalhador, advertido em relação aos demais colaboradores;

\* Agressões verbais, ameaças de vias de fato e atos lascivos;

\* Determinar atividades incompatíveis com as condições físicas;

\* "Corredor do trote", prática de estímulo às vendas que expõe o empregado que não atingiu metas à situação vexatória e degradante. Caracterização: empregado passa por um corredor formado pelos demais vendedores e leva "apalpadinhas", "pedaladas" e tapas.

Exemplos que com frequência resultam em processos por assédio moral. A lista elaborada pelo assessor jurídico da ACIM, o advogado Cesar Eduardo Misael de Andrade, não obedece necessariamente uma ordem de importância.



# Seven

O Software para sua Indústria

- VENDER MAIS
- PRODUZIR MAIS
- GERENCIAR CUSTOS
- CONTROLAR ESTOQUES
- PLANEJAR PRODUÇÃO (PCP)
- NOTA FISCAL ELETRÔNICA
- E MAIS...



A OPORTUNIDADE que você procura em sistema ERP para sua empresa com O ATENDIMENTO que sempre desejou!



44 | 3225-8686

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



SOLUÇÃO  
EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO



### LINHA COMPLETA DE SOLUÇÕES PARA NOTA FISCAL ELETRÔNICA



**TECNOSPEED**  
Componentes e Ferramentas para Software

PR: (41) 3028-3749  
SP: (11) 4063-5516  
RJ: (21) 4063-7526  
SC: (48) 4052-8516  
[www.tecnospeed.com.br](http://www.tecnospeed.com.br)

NOTA FISCAL ELETRÔNICA



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

A vida pode ser simples.



Algumas coisas na vida podem ser simples e ter um resultado incrível.

Sistema **Fácil**  
Simplicidade que surpreende

CONTROLE IDEAL PARA LOJAS DE CONFECCÕES E CALÇADOS



44 3029 4327  
www.idbrasil.com

software  
by maringá



SEBRAE/PR LANÇA PROSPERAR-TI

O Sebrae/PR lançou em julho o Programa de Excelência em Performance Empresarial - Prosperar, voltado especialmente para o setor de TI. O programa ajuda os empresários a medir a evolução de seus negócios por meio de indicadores e critérios de qualidade. O lançamento teve total apoio da Software By Maringá e APL de Software de Maringá e Região. A previsão é que o Prosperar comece na segunda quinzena de agosto. As inscrições podem ser feitas pelo e-mail [secretaria@softwarebymaringa.com.br](mailto:secretaria@softwarebymaringa.com.br) ou pelo telefone (44) 3026-1562.

**AUTODIAGNÓSTICO**

O Prosperar utiliza os critérios da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ): liderança, estratégias e planos, clientes, sociedade, informação e conhecimento, pessoas, processos e resultados. As empresas que participarem do Prosperar terão condições de levantar os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças do negócio, que são a base para a elaboração de um planejamento estratégico. Também são gerados indicadores de competitividade das empresas participantes, e do setor representado por elas. Esses indicadores permitirão a comparação da situação da empresa com a média do setor.

**NF e MANAGER**

A TecnoSpeed lançou no mês de julho o NFe Manager, um produto que tem a capacidade de gerenciar todo o processo de emissão de notas fiscais eletrônicas e integra-se com qualquer ERP (sistema de gestão empresarial). O NFe Manager proporciona aos desenvolvedores de software todos os recursos necessários para atender a obrigação legal com baixo custo. Apesar de recente no mercado, o produto conquistou muitos clientes, entre eles o Grupo Gazin, e estará em 17 unidades industriais, lojas e atacados da empresa, distribuídos em 8 estados brasileiros.

**CARTÃO BNDES**

O Cartão BNDES está financiando a contratação de serviços de instituições reconhecidas que atuam na avaliação e na implementação da qualidade de produtos e de processos de software. O cartão é um produto que visa financiar os investimentos das micro, pequenas e médias empresas. O produto consiste em uma linha de crédito rotativo e pré-aprovada, com limite de até R\$ 500 mil por banco emissor (Banco do Brasil, Bradesco e Caixa Econômica Federal), taxa de juros atrativa (de 1% ao mês em julho/09) e pagamento em até 48 prestações mensais fixas, sem cobrança de tarifa e de anuidade.

software  
by maringá

Associação das empresas de Software de Maringá e Região  
[www.softwarebymaringa.com.br](http://www.softwarebymaringa.com.br)

EMPRESAS ASSOCIADAS





## CAMPANHA DO AGASALHO DA ACCION

A Accion realizou neste inverno mais uma edição de sua tradicional campanha do agasalho, encerrada no dia 27 de julho com a entrega de 3.700 peças ao Provopar de Maringá. O prefeito Silvio Barros e a presidente do Provopar, Bernadete Barros, participaram de um café da manhã na Accion, quando receberam os donativos. A campanha deste ano foi "Quanto mais Amor, mais Calor. Pior que o frio, é a indiferença". O diretor da empresa, Edney Mossambani, frisou que a promoção contou com apoio dos funcionários, clientes e da comunidade em geral.

## SETOR DE TI É DESTAQUE EM O DIÁRIO

O jornal O Diário do Norte do Paraná vem realizando reportagens sobre o setor de TI, mostrando a força das empresas de Maringá. Em matéria publicada no dia 26 de julho, o jornal frisa que "o processo de organização do setor, com a criação da associação Software By Maringá e do APL de Software de Maringá e Região, tem contribuído para diminuir a falta de mão-de-obra qualificada e garante maior visibilidade dos serviços maringaenses no mercado nacional". São citados os cursos Saber TI e Planteq, responsáveis pela qualificação de dezenas de jovens.

## CESUMAR E UEM

A matéria de O Diário destaca as parcerias da Software by Maringá e APL com o Cesumar e UEM para o desenvolvimento do setor. Também há destaque para o lançamento do Programa Prosperar, lançado pelo Sebrae-Pr em julho. As parcerias com o CTM-Senai e a Secretaria Estadual do Trabalho, Emprego e Promoção Social são fundamentais para o setor.



Soluções Gerenciais  
(Com Controle Centralizado)



• Solução de Gestão para Supermercados, Atacados, Distribuidoras e Lojas de Varejo em Geral. (LINUX)



• Solução que atende ao Ramo de Alimentação: Restaurantes, Pizzarias, Chopperias, Lanchonetes e Casas Noturnas.



• Utilize a solução SG Card Private Label para Fidelizar o seu Cliente e aumentar suas vendas através de convênios.



• Solução em Mobilidade para Equipes de Vendas (Palm/Notebook).



• Solução de Vendas através da Internet, integrado com Gestão.



• Sistema Emissor de Nota Fiscal Eletrônica.



• Sistema de Frente de Caixa, que pode ser integrado com outros Sistemas de Gestão. (LINUX)

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

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



**A MANEIRA  
MAIS FÁCIL  
E CONFIÁVEL  
DE ORGANIZAR  
SUA EMPRESA.**

Contabilidade Fiscal  
Folha de Pagamento Imobilizado  
Lalur  
Controle de Tributos  
Arquivos Magnéticos  
Inventário  
Faturamento e Financeiro  
Controle Organizacional

**CENTRAL SOFT**  
INFORMÁTICA

Av. Brasil, 4312 - Ed. Transamérica  
Sala 606/608 - Centro

**(44) 3026-6136**





Soluções Jurídicas

21  
anos

Cartórios Judiciais

Tribunais Arbitrais

Órgãos Públicos

Advogados

comercial@processinformatica.com.br

Av. Tiradentes, 1008 sl. 2106  
Maringá PR

44 3226-1104

# É hora de aplicar

**SAIBA COMO COMEÇAR A INVESTIR EM AÇÕES E O PERFIL MAIS ADEQUADO DE INVESTIDOR; ESPECIALISTAS DÃO DICAS DAS AÇÕES QUE TENDEM A SE VALORIZAR E COMPARAM COM A RENTABILIDADE DE OUTROS TIPOS DE APLICAÇÕES NOS ÚLTIMOS ANOS**

**R**enda fixa ou variável, qual o melhor investimento? Esta é uma pergunta que deve incomodar investidores que não sabem qual destino dar ao dinheiro que está sobrando. A resposta não é tão simples, porque tudo depende do valor do investimento e de quanto tempo ele poderá ficar aplicado sem fazer falta no orçamento.

Com a decisão de grandes empresas de lançarem a oferta pública inicial de ações (IPO, na sigla em inglês), como a Visanet semanas atrás, é possível ver um cenário menos sombrio na Bolsa de Valores, sinal de que a crise econômica pode estar ficando para trás.

Mas para investir em ações, também chamada renda variável, é necessário ter estratégia, disciplina e paciência, de acordo com o economista e gerente da XP Investimentos, filial de Maringá, Dante Francisco D' Agostini. Ele explica que o primeiro passo é abrir uma conta em uma corretora, pré-requisito para o investimento em bolsa. A taxa de administração mensal, R\$ 14,50, só começará a ser cobrada a partir do momento que o cliente faz a primeira compra. Não é permitida a cobrança de porcentuais sobre a rentabilidade obtida pelo cliente e normalmente essas empresas, segundo ele, têm profissionais capacitados para orientar sobre o mercado, setores e empresas que estão em boa situação.

A disciplina é exigida quando a pessoa decide investir em ações e tem de passar a direcionar todo mês uma quantia para esse tipo de aplicação. A estratégia é estar sempre atento ao mercado e verificar a movimentação de compras e vendas das ações. A paciência é um dos pontos mais difíceis, principalmente para quem não segue nenhuma das regras acima ou está querendo obter lucro em curto prazo.

Segundo o professor do Departamento de Econo-

## Conecte-se ao Conhecimento!

PROMOÇÃO PARA  
AGOSTO 2009



CORELDRAW



PHOTOSHOP



LÓGICA  
DE PROGRAMAÇÃO



AUTOCAD

DE R\$ 740,00  
POR R\$ 708,00

1+4X  
R\$

\* 141,60

**SERGIO YAMADA**  
c o m p u t a ç ã o

44. 3304-1110

www.sergioyamada.com.br

# na Bolsa de Valores?



Rafael Silva

**INVESTIR EM AÇÕES DA BOLSA PODE GARANTIR MAIOR RENTABILIDADE DO QUE RENDA FIXA**

mia da Universidade Estadual de Maringá, Antônio Zotarelli, não se pode pensar em utilizar o lucro com os dividendos das ações para pagar a conta de luz, por exemplo. "Esse tipo de investimento é mais arriscado em curto prazo e, por isso, não pode ser visto como única fonte de renda". O gerente da XP diz que usa a tática de investir 70% do seu capital em renda variável e 30% em renda fixa.

## PERFIL

Qualquer pessoa pode investir em ações, independente do capital que possui. Zotarelli lembra que dependendo do valor, às vezes compensa aplicar em renda fixa, como poupança, porque os riscos são menores. Ele recomenda começar a investir em ações pelo menos R\$ 5 mil, mas isso não significa que é só deixar o dinheiro aplicado. É necessário acompanhar a movimentação dos negó-

cios e todo mês investir mais, assim como se faz com uma previdência privada.

O professor adverte que o investimento na bolsa de valores

### OPERAÇÕES SÃO GARANTIDAS

Todo o dinheiro movimentado na Bovespa é guardado com total segurança pela Companhia Brasileira de Liquidação e Custódia (CBLC). É uma espécie de cofre responsável pela liquidação de operações de todo o mercado brasileiro de ações. A CBLC é quem repassa os dividendos mensalmente aos acionistas e envia um extrato individual mensal aos investidores. Para garantir esse serviço, é cobrada uma taxa sobre o valor que está depositado.

não pode ser encarado com um jogo, como algumas pessoas fazem ao colocar e tirar dinheiro de uma empresa de um dia para o outro porque o valor das ações aumentou ou diminuiu. "A pessoa que age assim na verdade está especulando e, segundo observações, o ato de especular resulta em perda de até 70% e empate



Rafael Silva

**DANTE D'AGOSTINI, DA XP INVESTIMENTOS: PARA INVESTIR EM AÇÕES É PRECISO ESTRATÉGIA, DISCIPLINA E PACIÊNCIA; PRÉ-REQUISITO É ABRIR UMA CONTA EM UMA CORRETORA**

em 25% dos negócios, principalmente se não tiver experiência", exemplifica. Portanto, o importante é olhar a bolsa de valores como oportunidade de investimento de longo prazo.

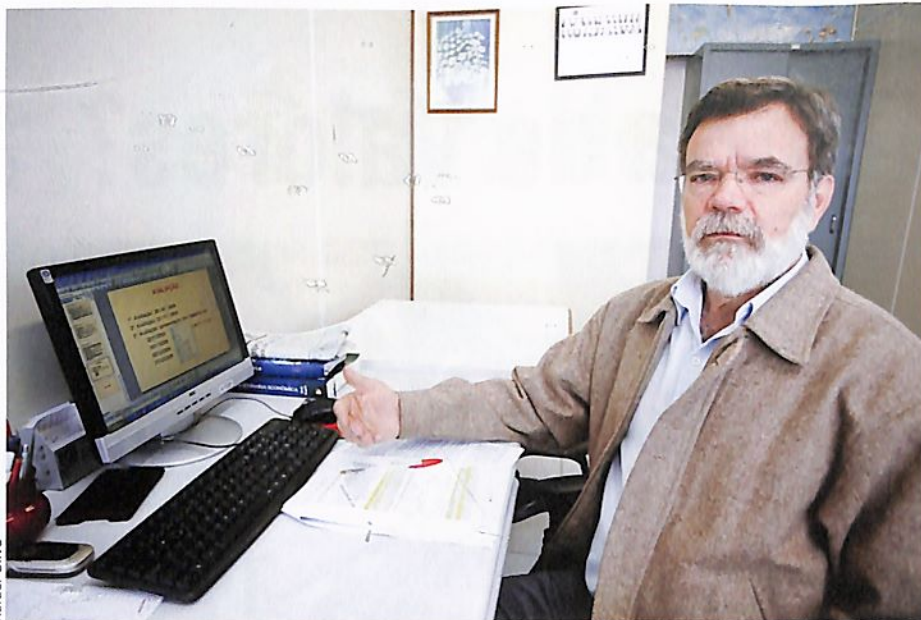
### ASCENSÃO

O gerente da XP, D' Agostini, ressalta que neste ano a bolsa já subiu mais de 40% e que as empresas continuam trabalhando para uma ascensão ainda mais expressiva. No início do ano a pontuação da Bovespa estava em 38 mil e agora está acima de 50 mil. Ele comenta ainda que quem tinha capital e boa estratégia de negócio no auge da crise, no ano passado, teve chances excelentes de comprar ações a preços baixos e que hoje estão valorizadas. "Quando está tudo na normalidade pode ter certeza de que os valores das ações são altos, por isso, o interessante é ficar atento às oportunidades do mercado e não se desesperar diante de uma situação inesperada".

Na opinião do professor Zotarelli a tendência agora é de que o Produto Interno Bruto (PIB) comece a crescer mais no Brasil e, por isso, as empresas de bens de consumo são boas apostas para investidores. Além de empresas de outros setores da economia como mineração, siderurgia, bancário, petróleo, gás, energia elétrica e ligadas à construção civil, por causa do incentivo que o governo federal tem dado ao setor.

### NEGÓCIO PRÓPRIO

Durante a faculdade de Ciência da Computação, Roberto Francischini Júnior começou a utilizar simuladores da bolsa de valores por diversão. "No início não levei tanto a sério, mas depois percebi que a renda variável é a melhor for-



**PROFESSOR ANTÔNIO ZOTARELLI, DA UEM: "ESSE TIPO DE INVESTIMENTO É MAIS ARRISCADO EM CURTO PRAZO E, POR ISSO, NÃO PODE SER VISTO COMO ÚNICA FONTE DE RENDA"**

ma de se obter mais lucro", diz.

Em 2007, além de já trabalhar com corretagem de *commodities*, Francischini Júnior resolveu abrir a Base Invest, para atuar de forma profissional no mercado de ações. Questionado sobre os efeitos que a crise econômica mundial causou em suas finanças, ele deixa claro que teve prejuízo, assim como outros investidores, mas perto do que já lucrou com esse tipo de investimento, as perdas foram pequenas.

Sempre atento ao que ocorre na economia, o jovem empresário comenta que, com a tendência da queda da taxa dos juros, fica cada vez mais evidente que a possibilidade de lucro é maior ao investir na renda variável em vez de renda fixa, como poupança e outras opções que os bancos apresentam e cobram taxas altas para administrar o dinheiro poupado.



## O ganho com as ações na Bolsa

De acordo com o professor do Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM) Antônio Zotarelli, estudos feitos no Brasil revelam a diferença dos lucros apresentados pela renda fixa e pela renda variável oferecida pelo mercado de ações. Confira abaixo:

#### De 1968 a 2003

- \* Um dólar investido em janeiro de 1968 (quando foi criada a primeira bolsa de valores no Brasil) na bolsa virou 28 dólares em outubro de 2003;
- \* Um dólar investido em imóveis em São Paulo no mesmo período virou 10,07 dólares;
- \* O mesmo investimento em poupança virou 3,84 dólares;
- \* Quem resolveu poupar em dólar lucrou apenas 0,74 dólar.

#### De 1980 a 2005

- \* Quem investiu R\$ 1 em janeiro de 1980 na bolsa tinha R\$ 10,04 em dezembro de 2005;
- \* Quem acreditou na Selic (Sistema Especial de Liquidação e Custódia) lucrou R\$ 4,97;
- \* O mesmo valor depositado na poupança rendeu R\$ 0,91.

# Informatização democratizou mercado de ações

Com a informatização das bolsas de valores no mundo todo, inclusive no Brasil, houve uma democratização na participação neste tipo de mercado. O economista e gerente da filial da XP Investimentos, em Maringá, Dante Francisco D'Agostini lembra que antes, quando as operações eram centralizadas no Rio de Janeiro e em São Paulo e não disponíveis na internet, era necessário estar nestes locais para fazer negociações, situação que mudou hoje, já que pode-se acompanhar as operações de qualquer cidade do interior pela internet. "Este foi, sem dúvida, um grande avanço para o setor."

D'Agostini acredita que o próximo passo será a redução do número de bolsas no mundo, porque a tendência é haver fusões, como a que houve entre

a Bovespa Holding e a BM&F (Bolsa de Mercadorias e Futuros) no ano passado. Desta junção, surgiu a maior bolsa das Américas.

Segundo o professor do Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Antônio Zotarelli, o IBovespa (Índice da Bovespa) é o responsável por apresentar a média ponderada dos negócios feitos pela bolsa no dia. É o índice de referência do Brasil. Cerca de 60 empresas participam desta avaliação e todas devem ter pelo menos 80% de seu capital negociado durante o pregão, caso contrário, estão fora do quadro das vistas com maior potencial de lucro. E tudo isso pode ser acompanhado de casa ou de qualquer lugar por um computador com internet. ■



Rafael Silva

**A COMPRA DE AÇÕES DEU ORIGEM AO NEGÓCIO PRÓPRIO PARA ROBERTO FRANCISCHINI JÚNIOR, DA BASE INVEST; SEGUNDO ELE, A QUEDA NA TAXA DE JUROS TORNA O INVESTIMENTO NA BOLSA AINDA MAIS ATRATIVO**

## INFORME PUBLICITÁRIO

# Consórcio, um ótimo investimento

Quando você compra seu bem financiado, acaba pagando mais do que o dobro por causa dos juros. O consórcio tem sido uma alternativa para quem quer economizar ou investir seu dinheiro.

Por não captar recursos no mercado financeiro, o consórcio é isento de juros e não sofre as oscilações verificadas em outras modalidades de financiamento.

Outras vantagens dos consórcios: não há previsão de incidência de juros sobre o valor do bem, é possível utilizar o saldo do FGTS como lance, e as parcelas pagas antecipadamente são válidas como lance.

Com tantas vantagens, as vendas de consórcio têm aumentando muito no Brasil. No caso de imóveis, há previsão de crescimento de 40% este ano. Hoje são 513 mil consorciados de imóveis em todo o país.

No caso dos consórcios de veículos, também há aumento nas vendas. É que ao optar por esta modalidade, o cliente terá a certeza de pagar bem menos do que se tivesse optado por comprar um

bem através de financiamento via financeira ou leasing. Por exemplo: no financiamento de um carro de R\$ 20.000,00 você paga ao consórcio uma taxa de administração de aproximadamente 15%, totalizando R\$ 23.000,00, com parcelas de em torno de R\$ 383,34. Se a mesma operação for feita em um banco, os mesmos R\$ 20.000,00 representarão parcelas mensais de cerca de R\$ 683,00.

### INVESTIMENTO

Parte do crescimento do mercado de consórcio se dá porque esta modalidade de financiamento tem sido vista como uma excelente forma de investimento.

Os investidores que optam pelo consórcio têm três perfis diferentes. O primeiro não tem pressa, podendo esperar pelo sorteio. O segundo, pode aguardar o pagamento de todas as parcelas para receber a carta de crédito. E o terceiro consegue economizar para oferecer um lance e retirar antecipadamente o bem.



**Informações:** Consórcio Triângulo – Avenida Caneiro Leão, 135, Sobroloja – Zona 01, Maringá -PR. Fone: (44) 3344-1515. [www.consorciotriangulo.com.br](http://www.consorciotriangulo.com.br)

CONSÓRCIO  
**Triângulo**

## INTERNACIONALIZAÇÃO DO AEROPORTO REGIONAL DE MARINGÁ PARA O TRANSPORTE DE CARGAS CRIA NOVA ROTA

COMERCIAL PARA EMPRESÁRIOS; A EXPECTATIVA É QUE AS OPERAÇÕES MOVIMENTEM R\$ 25 MILHÕES POR MÊS

Neste mês, devem pousar no Aeroporto Regional de Maringá Silvio Name Júnior os primeiros aviões com cargas internacionais. A chegada de produtos importados de alta tecnologia diretamente a Maringá é um marco na história do comércio exterior da região, que passa a contar com uma conexão direta com Miami, nos Estados Unidos e, conseqüentemente, com o resto do mundo.

É ainda difícil mensurar o que este novo canal de logística internacional representará para o futuro da região, mas serão criadas várias possibilidades de negócios, já que ficará mais fácil transportar produtos vendidos ou comprados em outros países. Por conta disso, as cidades da região se tornam atrativas para a instalação de empresas que utilizam peças ou componentes importados na montagem de um produto.

“Até então, uma carga embarcada na China trocava de aeronave na Europa e seguia para Guarulhos, onde era feita uma Declaração de Trânsito Aduaneiro (DTA) para Curitiba. Só depois, ocorria o envio para Maringá. Agora, temos a opção de embarcar da China para Miami e de Miami para Maringá. É uma re-

# Conexão direta com o



Rafael Silva

**PRIMEIRO AVIÃO INTERNACIONAL POUARÁ NA CIDADE NESTE MÊS, VINDO DE MIAMI; EMPRESA MARINGÁ ARMAZÉNS GERAIS É QUEM ADMINISTRA O TERMINAL DE CARGAS E JÁ INVESTIU R\$ 4 MILHÕES**

dução significativa no tempo de trânsito aduaneiro”, exemplifica a presidente do Instituto Mercosul, Renata Mestriner.

A presidente do Instituto, que é ligado à ACIM e trabalha para fomentar a exportação entre as empresas da região, avalia que ter o aeroporto internacional é importante, principalmente para o norte e o noroeste do Paraná. “Esta logística permite incremen-

tar o fluxo de importações e exportações na região, que antes precisavam ser direcionadas para os aeroportos de Curitiba, Guarulhos e Campinas”, diz.

Num primeiro momento, a conexão será usada por cerca de dez empresas, com foco principal na importação. A estimativa é que o volume mensal destas operações seja de aproximadamente R\$ 25 milhões. “Vamos ter dois voos por

# resto do mundo



mês e a expectativa é que, no futuro, tenhamos um voo a cada semana”, afirma o superintendente do Porto Seco e do Terminal Internacional Maringá Armazéns Gerais, Marcos Capellazzi.

O próprio superintendente avalia que, se houver demanda, o crescimento pode ser maior. Mas isto depende da atração de empresas e de como a região reagirá à internacionalização. “A operacionalização do Aeroporto Internacional de Maringá mudará o perfil econômico regional. Embora, isto

também depende da participação concorrente dos agentes públicos”, considera Capellazzi.

Segundo o agente de cargas da Senator, Celso Nakagawa, “passaremos a ter uma porta aberta de entrada e saída de mercadorias para toda América do Norte, Europa e Ásia. É importante também porque Miami conecta os Estados Unidos à América do Sul e Maringá estará interligada a esta cidade”, afirma.

## AMPLIAÇÃO À VISTA

O superintendente do Aeroporto de Maringá, Marcos Valêncio, também se mostra otimista com as mudanças que a internacionalização pode trazer. “Vamos ter um diferencial grande em relação a outras regiões, que é esta logística internacional para produtos com alto valor agregado. É uma importante ferramenta de desenvolvimento regional que está consolidada”, diz.

Valêncio conta que as primeiras aeronaves que desembarcarão na cidade serão aviões 767-200, com capacidade para até 40 toneladas. “Aos poucos, com o crescimento do volume e da frequência, poderemos atrair aeronaves maiores e de outros destinos. É difícil dimensionar onde se pode chegar”, considera.

Em relação à infraestrutura, Valêncio afirma que até o fim do ano deve ser licitada a construção de um pátio exclusivo para aeronaves de cargas. O projeto existe desde 2007 e, agora o dinheiro para a obra foi liberado através de portaria do Ministério da Defesa. “Conseguimos R\$ 2,5 milhões do



Rafael Silva

**MARCOS VALÊNCIO, SUPERINTENDENTE DO AEROPORTO: ATÉ O FINAL DO ANO DEVERÁ SER LICITADA A CONSTRUÇÃO DE UM PÁTIO PARA AVIÕES DE CARGA, COM RECURSOS JÁ LIBERADOS PELO GOVERNO FEDERAL**

Governo Federal e o Governo do Estado vai pagar a contrapartida de R\$ 1,1 milhão”, relata.

Depois desta obra, o objetivo é conseguir recursos para a ampliação da pista, que tem hoje 2,1 mil metros. Existe o espaço disponível, o desafio é viabilizar o projeto. “O objetivo é buscar recursos para ampliarmos para 3,6 mil metros. Com esta dimensão, a pista de Maringá passaria a ser uma das maiores do país e teríamos como receber grandes aviões de cargas diretamente da Ásia e da Europa”, diz.

## SONHO CONCRETIZADO

O processo para conseguir a internacionalização demorou cerca de três anos. O primeiro passo se deu com a conquista da habilitação da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) para o tráfego internacional. Depois disto, foi aber-

ta uma licitação para definir quem administraria e faria as adequações necessárias no terminal de cargas.

A empresa vencedora foi a Maringá Armazéns Gerais, que investiu até agora cerca de R\$ 4 milhões na reforma e na aquisição de equipamentos. Perto de R\$ 1,2 milhão foram gastos apenas na aquisição de um equipamento francês, com capacidade operacional de 14 toneladas, que será utilizado na movimentação de carga e descarga dos produtos das aeronaves. Os investimentos garantiram a assinatura, em 12 de julho, do ato declaratório da Receita Federal do Brasil para a fiscalização aduaneira do local de forma ininterrupta até 30 de dezembro de 2039. Foi o último pré-requisito para garantir o funcionamento efetivo do terminal de cargas.

O superintendente do aeroporto, Marcos Valêncio, diz que a concretização deste processo se deve à mobilização da sociedade civil: ACIM, Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), universidades, poder público e o envolvimento de políticos. "Há 15 anos se falava nisso. É um projeto de muitos anos que agora se tornou realidade", afirma.

### NOVAS INDÚSTRIAS

O secretário de Desenvolvimento Econômico da Prefeitura de Maringá, Valter Viana, ressalta a importância desta logística internacional para os empresários da cidade e da região. Além disso, afirma que a prefeitura trabalhará para atrair negócios. Para isto, segundo ele, existe um estudo para a criação de um novo parque industrial na cidade, o que seria mais um atrativo



Rafael Silva

**MARCOS CAPELLAZZI, SUPERINTENDENTE DO TERMINAL INTERNACIONAL E DO PORTO SECO: "VAMOS TER DOIS VOOS POR MÊS E A EXPECTATIVA É QUE, NO FUTURO, TENHAMOS UM VOO A CADA SEMANA"**

às empresas.

"Vamos colocar a lei municipal que criou o Programa de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Prodem) à disposição dos empresários. Podemos usar este mecanismo na atração de novas empresas e para que os empresários já instalados na cidade possam aumentar os investimentos", afirma.

Viana também afirma que um grande desafio neste momento é ampliar a divulgação da cidade. "Temos que mostrar os potenciais de Maringá, como a qualidade de vida. Também devemos aproveitar os eventos de grande porte que são realizados aqui, para que os empresários conheçam as potencialidades do município e da região."

Outro mecanismo que também pode ser usado na atração de empresas para a região, na avaliação do superintendente da Maringá Armazéns Gerais, são os incentivos fiscais do Governo do Paraná, previstos no programa Bom Em-

prego, para a instalação de empresas de alta tecnologia no interior do estado.

Além disso, as empresas importadoras instaladas ou com sede ou sucursal no Estado do Paraná podem usufruir da redução no pagamento do ICMS devido nas importações para mercadorias que entram no país por portos, aeroportos ou rodovias do Paraná. "A alíquota, que normalmente é de 12%, passa a ser de 3%. É uma redução significativa, de 75%, no ICMS a pagar", considera Capellazzi.

### MAIS IMPOSTOS

Com as importações via aeroporto de Maringá, a cidade também se beneficia com a arrecadação de impostos, já que a incidência tributária sobre a transação comercial passa a ser contabilizada no município. Se considerar a movimentação inicial de R\$ 25 milhões ao mês, serão pagos cerca de R\$ 6 milhões em impostos federais e mais R\$ 1,8 milhão em impostos estaduais.

Entre as empresas que contribuirão para o aumento da arrecadação em Maringá está a Aldo Componentes Eletrônicos, que até então concretizava as importações através do Aeroporto de Curitiba, onde também recolhia os impostos.

Segundo o superintendente da Aldo, Ritchard Michels Stier, além dos tributos, também passam a ser pagas em Maringá as taxas aeroportuárias. “E vamos usar empresas daqui para o transporte e a escolha dos produtos”, diz. Outra vantagem é a redução de 500 para dez quilômetros no transporte terrestre das mercadorias do aeroporto até a sede empresa. O ganho de tempo na logística será de pelo menos um dia.

Stier avalia que Maringá tem

muito a ganhar com o aeroporto e passa a ter condições de atender empresários não apenas da região, mas de todo Paraná. “Esta estrutura logística para o envio e o recebimento de mercadorias cria mais chances para a atração de outras empresas, o que significa mais empregos e renda. Acredito muito que empresas saiam de outros centros e venham para cá”, aponta.

O superintendente da Aldo diz ainda que o mercado que se abre com este novo canal logístico deve influenciar muitas exportações. “Abre uma gama enorme para levar produtos de moda, alimentícios e tecnológicos para a Europa e Estados Unidos. É um caminho sem volta para o progresso vinculado à globalização”, considera. ■



Rafael Silva

**ALDO COMPONENTES ELETRÔNICOS SERÁ UMA DAS EMPRESAS QUE USARÁ O AEROPORTO DE MARINGÁ; ECONOMIA COM CUSTOS DE TRANSPORTE TERRESTRE E DE TEMPO, SEGUNDO O SUPERINTENDENTE, RITCHARD STIER**

## CONECTE SUA EMPRESA À COMUNIDADE DO CONHECIMENTO.

45 CURSOS DE GRADUAÇÃO | 50 CURSOS DE PÓS-GRADUAÇÃO | MESTRADO EM DIREITO | EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA



O Cesumar é uma instituição de ensino reconhecida em todo o Brasil, com a maior e melhor infraestrutura da região e um corpo docente formado em sua maioria por mestres e doutores. Realiza investimentos contínuos na qualidade de ensino e mantém um forte relacionamento com a sociedade, por meio de projetos e parcerias que contribuem para o benefício de vários segmentos, com destaque para o Cesumar Empresarial, que assessoria empresas e indústrias de Maringá e região e contribui na qualificação de profissionais para o mercado de trabalho. Torne sua empresa também uma parceira do Cesumar e venha fazer parte da Comunidade do Conhecimento.

Para mais informações, acesse [www.cesumar.br](http://www.cesumar.br) ou ligue (44) 3027-6360



**R**eceber e aprimorar conhecimentos são algumas das melhores ferramentas para quem quer se manter atualizado e atuante no mercado de trabalho. E para ajudar nestes objetivos, a ACIM oferece uma série de cursos e treinamentos com temas variados para empresários e seus colaboradores.

Entre 2006 e 2008 o número de participantes nos cursos oferecidos pela entidade aumentou de 1.372 para 2.062 e o número de cursos cresceu de 56 para 86. Segundo o professor Sérgio Gini, que presta serviços de consultoria para a ACIM, “nossa meta é chegar a cem cursos até o final do ano. Estamos remodelando a grade com temas que não vinham sendo atendidos, mas que têm grande procura como o de fotografia digital”. Entre os temas discutidos nos cursos já ministrados pela entidade para desenvolver as potencialidade e talentos dos participantes estão escrita fiscal, atendimento telefônico e liderança.

A avaliação dos empresários sobre a qualidade e temas dos cursos é positiva. “Fazemos questão de que nossos funcionários participem, inclusive é a empresa quem custeia. É, sem dúvida, um investimento para a empresa”, diz Fernando Serrano, sócio da empresa de leilões que leva seu sobrenome. Segundo ele, o conhecimento é uma ferramenta que impulsiona e aperfeiçoa o trabalho. “Precisamos estar sempre preparados para as mudanças que ocorrem no mercado de trabalho e a ACIM tem feito seu papel de atender os associados. A entidade se mostra realmente preocupada em oferecer o suporte que precisamos”, conclui.

#### AUMENTO DO RENDIMENTO

Poliana Teixeira dos Santos, encarregada de Recursos Humanos do Hotel Deville, partilha da

# Conhecimento para empresários e colaboradores

**CENTRO DE CAPACITAÇÃO DA ACIM OFERECE CURSOS EM DIVERSAS ÁREAS; AVALIAÇÃO DOS PARTICIPANTES É POSITIVA, INCLUSIVE SOBRE A APLICABILIDADE DO QUE É ENSINADO**



**A ACIM REALIZOU NO ANO PASSADO 86 CURSOS DE QUALIFICAÇÃO COM TEMAS VARIADOS; META É CHEGAR A CEM NESTE ANO**

mesma opinião. Ela inclusive já participou de diversos cursos oferecidos pela ACIM. “Eu vejo mudanças de comportamento e de rendimento dos participantes. Por menor que seja, qualquer atitude que venha somar como benefício à empresa é válida”, diz.

O benefício não se limita apenas à qualidade, mas também na proposta do Centro de Capacitação. É o que diz o gerente de Recursos Humanos da BJ Santos, José Rodolfo Grou. “Os cursos são rápidos e têm focos específicos. Desta forma, os funcionários identificam pequenos problemas e, depois, desenvolvem a solução com base no que foi apresentado.” De acordo com Grou, “de-

## NOVAS INSTALAÇÕES

Em junho, foram inauguradas as novas salas do Centro de Capacitação. Todas são equipadas com poltronas confortáveis, ponto de internet e contam com revestimento acústico. São salas com capacidade para 35 a 50 pessoas e um auditório com 110 lugares.

pendendo do curso, a empresa custeia de 50% ao valor integral. Além disso, incentivamos a multiplicação do conhecimento, ou seja, os funcionários que frequentam os treinamentos repassam aos outros o que aprenderam”, revela. ■

Agosto/2009  
Ano 1 - 005

# Caderno Especial *Estética*

**ACIM**



# BELEZA COM UM RETOQUE DA M

**NAS PRÓXIMAS PÁGINAS, A REVISTA ACIM TRAZ QUATRO REPORTAGENS SOBRE ESTÉTICA: CIRURGIAS PLÁSTICAS, REJUVENESCIMENTO, ACADEMIAS E SALÕES DE BELEZA; ENTREVISTAMOS ESPECIALISTAS E TROUXEMOS NÚMEROS SOBRE O SETOR, QUE TEM REGISTRADO CRESCIMENTO**

Aquele corpo perfeito que o leitor encontra numa revista de moda ou beleza provavelmente sofreu retoques, ou de um software de informática (o tal efeito *photoshop*) ou de um bisturi, graças às mãos de um cirurgião plástico. E também na vida real, as pessoas recorrem aos procedimentos estéticos para esconder imperfeições (que nem sempre são perceptíveis aos olhos dos outros) e conquistar medidas diferentes das quais veio ao mundo.

A Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBPCP) foi buscar um diagnóstico do setor e encomendou um estudo ao Datafolha. Segundo a pesquisa, os profissionais plásticos realizaram, individualmente, no Brasil, no prazo de um ano (entre setembro de 2007 e agosto de 2008) em média 132 cirurgias estéticas, o que equivale a 73% das cirurgias plásticas realizadas por cada médico. O restante - 27% - refere-se a intervenções reparadoras (cerca de 58 por médico). Multiplicando o número de cirurgias plásticas pela quantidade de profissionais habilitados (3.533), conclui-se que são realiza-



Rafael Silva

**A BUSCA PELO CORPO PERFEITO TEM LEVADO MILHARES DE PESSOAS AOS CONSULTÓRIOS MÉDICOS; ENTRE 2007 E 2008 FORAM REALIZADAS 629 MIL CIRURGIAS PLÁSTICAS NO BRASIL**

## As cirurgias plásticas no Brasil



**629**  
mil cirurgias são realizadas por ano

**132**  
cirurgias estéticas são realizadas anualmente, em média, por cada médico

**21%**  
das cirurgias são de aumento de mama

**20%**  
das cirurgias são lipoaspirações

**38%**  
dos pacientes que se submetem a estes procedimentos têm entre 19 e 35 anos

**22%**  
das cirurgias são realizadas em homens

**3.533**  
médicos cirurgiões plásticos estão cadastrados no Conselho Federal de Medicina

**23**  
cirurgiões plásticos estão habilitados em Maringá

Fonte: Instituto Datafolha e CRM-PR

# EDICINA



das no Brasil, aproximadamente, 629 mil cirurgias plásticas por ano.

As intervenções estéticas mais realizadas são: aumento de mama, com 21%, lipoaspiração, 20%, e abdômen, com 15%. Seguidas das cirurgias de redução de mama, com 12%, pálpebras, 9%, nariz e plástica de face, com 7% cada.

Apesar de ter aumentado a procura do público masculino por este tipo de cirurgia, os homens ainda representam 22% dos pacientes.

E quase três quartos das cirurgias - 72% - são feitas em pessoas com faixa etária entre 19 e 50 anos, sendo que os pacientes com 19 a 38 anos representam 38% da clientela.

## PACIENTES DA REGIÃO

O cirurgião plástico Paulo Padovez, de Maringá, confirma os números da pesquisa Datafolha. As cirurgias de aumento de mama e lipoaspiração representam 50% dos procedimentos feitos por ele. Números que, segundo o médico, já foram bem diferentes. "Antigamente a tendência era a redução de mama. A cada dez ou 15 cirurgias, apenas uma era aumento de mama. Hoje, é exatamente o contrário".

Em média, Padovez realiza entre 15 e 20 cirurgias por mês, ex-



**AS CIRURGIAS DE AUMENTO DE MAMA E LIPOASPIRAÇÃO REPRESENTAM 50% DOS PROCEDIMENTOS FEITOS PELO CIRURGIÃO PAULO PADOVEZ; OS HOMENS REPRESENTAM DE 10 A 15% DA CLIENTELA DELE**

ceto em períodos de férias, quando estes números praticamente dobram, passando para 32 cirurgias plásticas.

No consultório dele, os homens representam de 10 a 15% dos pacientes. Isso porque, na opinião do médico, eles ainda têm mais medo de se submeter a procedimentos cirúrgicos, além disso, há o agravante de que o vestuário feminino é muito exigente. "A moda deixa o corpo muito a mostra. São decotes, blusas curtas, calças baixas. Com isso, para poder se enquadrar no padrão de beleza, as mulheres recorrem mais às cirurgias", diz.

Maringá, conforme Padovez, assim como em outras especialidades da medicina, é polo em cirurgia plástica. O que traz todos os meses pacientes de outras regiões para realizar procedimentos cirúrgicos e estéticos. "Metade dos meus pacientes é proveniente de outras cidades. Muitos vêm do Mato Grosso, de outras cidades do Paraná e alguns do exterior. Estes, na maioria são brasileiros que moram fora do país e aproveitam as férias para

se submeter à cirurgia. Além do preço do procedimento ser menor no Brasil, tem a taxa cambial, que se torna uma vantagem para o paciente".

Mas é importante não abdicar dos estudos. Padovez defende que o profissional deve estar em constante busca por conhecimento. "Nesta área temos muitos congressos, jornadas e simpósios que nos permite conhecer as novidades. Além disso, nestes encontros podemos nos programar para posteriormente realizar intercâmbio de troca de informações e experiências com outros profissionais e decidir o que é interessante ou não aprofundar".

Padovez conta que a mudança do conceito de cirurgia plástica foi gradativa. "O que antes era um luxo, agora se popularizou", completa o médico. Apesar de não ser barata - aumento de mama custa, por exemplo, R\$ 7,5 mil - a cirurgia pode ser parcelada. "As pessoas estão bem informadas, já têm uma ideia de quanto terão que gastar, então costumam se pro-

gramar. Além disso, é possível parcelar. Claro, que não como um consórcio, mas é possível, sim, parcelar”.

## MEDICINA X ESTÉTICA

Em Maringá, segundo o Conselho Regional de Medicina (CRM), do Paraná, 23 médicos estão habilitados para realizar cirurgia plástica e 28 em dermatologia. Estas são, de acordo com o CRM, as especialidades que podem atuar na área, lembrando que medicina estética não é especialidade médica. “Para ser reconhecida, a cirurgia plástica no Brasil deve estar representada frente às instituições do Conselho Federal de Medicina (CFM), da Comissão Nacional de Residência Médica (AMP) e da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (SBCP). Caso contrário, a especialidade não é reconhecida”, esclarece o cirurgião plástico Marcos Juliano Tudela.

Tudela alerta para a necessidade de se observar a formação do profissional. Segundo ele, no caso da cirurgia plástica, trata-se de uma preocupação da SBCP, já que há profissionais não-habilitados ou não-registrados junto aos órgãos competentes realizando esse tipo de procedimento. “Hoje, o padrão de beleza explorado pela mídia é quase impossível de ser conquistado naturalmente. Desta forma, mais pessoas, na maioria mulheres, têm recorrido a cirurgias plásticas. No entanto, muitas intervenções estão sendo feitas por profissionais não-qualificados e sem as devidas condições. Muitos se formam nos chamados ‘cursinhos de fim de semana’”, argumenta Tudela, que ainda complementa que para atuar na área da cirurgia plástica é necessário o diploma de médico, dois anos de prática em cirurgia geral, além da formação específica e prática cirúrgica de três anos. “A cirurgia plástica é uma ciência

que procura trazer inovações e informações, bem como melhorar técnicas existentes que jamais perderão seu espaço dentro do armamento técnico dessa especialidade”, finaliza Tudela.

No caso de outros tipos de tratamentos estéticos, a farmacêutica bioquímica Kelly Cristine Matos explica que os profissionais graduados em diferentes áreas da saúde ou qualificados em cursos de estética podem atuar apenas com métodos não-invasivos, ou seja, que não utilizam recursos como cortes ou perfurações no paciente, incluindo bisturis e injeções.

E estes procedimentos também contam com clientela cativa. “Diferente de alguns anos quando as pessoas esperavam o problema para buscar a solução, hoje elas estão mais preocupadas com a prevenção. Por isso, as drenagens linfáticas estão se popularizando tanto”, comenta Kelly. Mas ela ressalta que não existe milagre, é preciso aliar os procedimentos estéticos e cosméticos a atividades físicas e a uma alimentação saudável.

## Curso superior em estética

Desde o ano passado, em Maringá é oferecido um curso de graduação na área de estética. Trata-se do curso de tecnologia em Estética e Cosmética do Centro Universitário de Maringá (Cesumar), que forma profissionais que podem atuar com estética corporal e facial, terapias capilar e alternativa, além de embelezamento pessoal. Todos são executados sem a utilização de métodos invasivos.

O curso teve início com duas turmas. Já neste ano, devido à procura, foram abertas mais quatro turmas. “Costumo dizer que, para atender a demanda, se abrissemos seis turmas por ano, todas estariam lotadas. Trata-se de uma área nova que vem ganhando espaço no mercado”, diz a coordenadora do curso, Jackeline Tiemy Siraichi. O profissional terá uma formação com ênfase à abordagem preventiva e reparadora.

O curso prepara para a atuação de forma efetiva na estética, cosmetologia e imagem pessoal, por meio de produtos e técnicas como modelagem de sobancelha, massagens e conhecimentos de reações químicas.



**ANTES DE RECORRER À CIRURGIA PLÁSTICA, MARCOS JULIANO TUDELA ACONSELHA QUE O PACIENTE SE CERTIFIQUE QUE O MÉDICO SEJA HABILITADO E TENHA REGISTRO JUNTO AOS ÓRGÃOS COMPETENTES**

# Embaixo dos caracóis do seu cabelo...

**MASSAGENS ESTÉTICAS, LIMPEZA DE PELE, NOVAS TÉCNICAS DE ALISAMENTO E ALONGAMENTO DE CABELO FAZEM PARTE DA EXTENSA LISTA DE SERVIÇOS** OFERECIDOS PELOS SALÕES DE BELEZA PARA ATENDER A EXIGENTE CLIENTELA

**A** barbearia que oferecia serviços de barba e bigode milimetricamente aparados, numa sala sem muitos artefatos tecnológicos e com revistas e jornais antigos para folhear, praticamente faz parte do passado. Aos poucos, os salões de cabeleireiro foram substituídos por salões de beleza, já que estes estabelecimentos oferecem mais do que apenas cuidados com cabelo e unha. Os serviços foram ampliados para atender a estética do corpo e o bem estar do cliente.

A mudança impulsionou a transformação do Salão Monika Ganem, no mercado há 18 anos. No início, os serviços eram básicos e a clientela era formada quase que exclusivamente por mulheres. O salão tinha apenas um cabeleireiro, uma manicure e a proprietária, Monika Ganem Fráguas. Hoje, com a ampliação da estrutura e dos serviços, a equipe é formada por 32 pessoas, sendo cinco para o atendimento no SPA.

“Os investimentos não param, já que precisamos agregar as novidades do mercado aos serviços”, comenta Monika. “Antes tudo era



Rafael Silva

**MONIKA GANEM, PROPRIETÁRIA DO SALÃO QUE LEVA SEU NOME: EQUIPE DE 32 PESSOAS, ESTABELECIMENTO INFORMATIZADO, CLIMATIZADO E ATÉ SERVIÇO DE MANOBRISTA PARA OS CLIENTES**

muito simples. Não tínhamos nem central telefônica. Agora, o salão é informatizado e climatizado. Temos ainda um espaço reservado para atendimento de noivas, além de uma loja que comercializa maquiagens e xampus, um café-bar e serviços de manobrista sem custos para o cliente”. No SPA, são realizados tratamentos estéticos oferecidos por duas dermatologistas, massagens e terapias manuais, banhos em ofurô, bronzamento a jato e orientação nutricional.

Monika conta que quando o salão foi aberto eram atendidos menos de 50 clientes por mês. Número que, atualmente, passa de 800. “Temos mais de seis mil cli-

entes cadastrados, sendo que os homens representam mais da metade do número de cortes de cabelo. Além disso, são consumidores de nossos xampus e de serviços do SPA”, acrescenta.

## ATUALIZAÇÕES

Quem também investe em novidades é o salão D. Studio. Em agosto, por exemplo, os proprietários, Dimy e Ivy Refundini, viajarão para Miami em busca de atualização profissional. “A intenção é trazer para a cidade o que estará em alta na primavera/verão do ano que vem. Conhecendo novos produtos, técnicas, cores, cortes”, explica Dimy.

De acordo com ele, depois de

conhecer as tendências é hora de colocar em prática com um toque de estilo próprio. “Aprendo a técnica, novos cortes, modelos e cores, mas cada profissional tem seu estilo e identidade”, explica.

Refundini participa frequentemente de feiras voltadas para salões de beleza em São Paulo. “Existem três grandes feiras do segmento, que disponibilizam centros técnicos para treinamentos com as linhas de tratamento de cabelos. Assim, além de conhecer as novidades, temos a oportunidade de aprofundar as técnicas de aplicação”, comenta. “Antes de aplicarmos nos clientes, todos os produtos são testados, para conhecermos bem o que vamos oferecer no salão”.

Segundo ele, as linhas profissionais de tratamento capilar se difundiram entre os clientes. “Antes o cliente vinha no salão, fazia o tratamento, mas não comprava os produtos. Nos últimos anos, isso mudou”, destaca Refundini, acrescentando que de 15 a 20% do faturamento vem da venda destes produtos. Também faz sucesso no salão o Dia da Noiva. Já há reserva até dezembro de 2010.

Atualmente, a equipe da D.Studio conta 17 pessoas. O salão mudou de endereço há quatro anos e a área de atendimento aumentou de 180 metros para 440 metros. O próximo passo, segundo Refundini, é oferecer uma gama ainda maior de serviços, mas, para isso, ele pretende pesquisar o mercado.

## CLIENTELA FIEL

A empresária Carmen Miranda Gonçalves de Freitas, do salão Loka Fashion, que está há nove anos no mercado, diz que o crescimento do setor refletiu negativamente no seu negócio nos últimos dois anos, resultando na queda de aproxima-



**CONCORRÊNCIA TEM AUMENTADO, O QUE RESULTOU NA QUEDA DO MOVIMENTO, SEGUNDO A EMPRESÁRIA CARMEN DE FREITAS, DO LOKA FASHION, “MAS MESMO ASSIM TEMOS NOSSA CLIENTELA FIEL”**

damente 20% no movimento. “Como aumentou a demanda por clientes, muitos profissionais perceberam um mercado promissor e migraram para a estética. Com isso, a concorrência tem aumentado. Mas mesmo assim temos nossa clientela fiel e mantemos um fatura-

mento positivo”.

De acordo com ela, o salão conta com oito profissionais, sendo um na área de estética corporal e facial, três cabeleireiros, três manicures e uma recepcionista. Profissionais responsáveis por atender, em média, 36 clientes por dia.

## Sobre o setor de cabeleireiros em Maringá



**10 mil**

é o número de autônomos que trabalham na cidade



**1.850**

é o número de estabelecimentos informais instalados



**150**

microempresas estão em funcionamento

Fonte: Diagnóstico elaborado pelo Banco do Brasil

# Linhas de crédito para salões de beleza

Para estimular o crescimento dos salões de beleza de Maringá, o Banco do Brasil está disponibilizando o programa Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS), que oferece linhas de crédito para os estabelecimentos da área, treinamentos, entre outros.

De acordo com a assistente do Banco do Brasil, agência Maringá Velho, Cíntia Maldonado Barbosa, o DRS é uma estratégia de negócio. "Ele atua por segmentos, já existe na área de cafeicultura, por exemplo. Agora, estamos oferecendo para os empresários do setor de cabeleireiro".

Para concretizar o programa,

Cíntia diz que o banco tem contado com parceiros como o Núcleo de Cabeleireiros, do programa Empreender da ACIM, o Sindicato dos Salões de Beleza, dos Cabeleireiros, Manicures e Esteticistas de Maringá e Região (Sincamar) e outros que estão em negociação. Ela ainda explica que cada agência bancária atende empresários de um determinado segmento e que no caso do DRS para empreendedores na área de cabeleireiros, a agência responsável é a do Maringá Velho.

Segundo o presidente do Sincamar e membro do Núcleo Setorial de Cabeleireiro, Edson Idogawa, o objetivo é buscar recursos e desenvolver projetos para

fortalecer o setor. "Inicialmente, queremos desenvolver um selo, chamado 'Salão Legal', para salões juridicamente constituídos e que sigam as normas estipuladas na área da saúde e pela vigilância sanitária. Para concretizar esta ação, contaremos com recursos do DRS e parceiros, como instituições de ensino superior. O projeto terá início com os salões que integram o núcleo da ACIM, mas pretendemos estender para os demais estabelecimentos", explica.

O cadastro para participar do programa é gratuito, sendo necessário entrar em contato com o Sincamar pelo telefone (44) 3305-8910.

## 27 Agosto

\*Curso ministrado em inglês. Recomenda-se conhecimento básico para um melhor aprendizado e interação.

Curso

# NEGOCIAÇÃO ESTRATÉGICA INTERNACIONAL\*

(ADVANCED NEGOTIATION)

COM  
MARCUS K. JONES



## O curso de maior Sucesso em São Paulo agora em apresentação inédita no Paraná

### Tópicos de Treinamento

- ▶ 01. Planejamento da Negociação
- ▶ 02. Estágios da Negociação
- ▶ 03. Estratégias de Negociação
- ▶ 04. Administração de Conflitos
- ▶ 05. Estudo de Casos

Duração do treinamento: 8 horas

Haverá Coffee Break, e todos os participantes receberão Material Didático de apoio, apostila e certificado de participação.



### MARCUS K. JONES

Nascido nos Estados Unidos, residente no Brasil nos últimos 14 anos, Marcus K. Jones é Bacharel em Economia e Literatura Francesa pela Universidade de Kalamazoo - Michigan - EUA. MBA em Marketing Internacional pela Universidade de Michigan, "com 13 anos de experiência empresarial vivendo na Europa, América do Norte e América do Sul e experiência em negociação em mais de 50 países".

27/08 - Quinta-feira - 8h30 às 17h30 - ACIM  
Auditório Ângelo Planas  
Informações: Instituto Mercosul  
Investimento: Consulte-nos  
Contato: (44)3025-9615 ( Johny / Álida )  
eventos@institutomercosul.org.br

### Vagas Limitadas!

\*Desconto especial para empresas associadas à ACIM e Estudantes.

realização

Instituto  
**MERCOSUL**  
Maringá - PR - Brasil  
Sua ligação com o NOROESTE

Aceptiva

apoio

**ACIM**  
Associação Setorial de Cabeleireiros de Maringá

MARCA & PRETENS  
**Baden**  
Maringá - PR  
(44) 3025-7031

# Entre suor e aparelhos de gi

**EM BUSCA DE ALUNOS, ACADEMIAS PRECISARAM SE PROFISSIONALIZAR SE OFERECER VÁRIAS ATIVIDADES FÍSICAS; E PARA “ATLETAS” QUE DESEJAM EXCLUSIVIDADE DOS SERVIÇOS, HÁ CLINICAS DE *PERSONAL TRAINER***

**D**e acordo com a Secretaria Municipal de Fazenda estão instaladas 69 academias em Maringá. Um setor que precisou se profissionalizar para atrair alunos e continuar crescendo, na opinião do presidente do Sindicato das Academias e Atividades Afins (Sinacad), Roberto Nagahama. Ele também acredita que o aumento no número de praticantes é resultado da divulgação da mídia sobre a importância dos exercícios físicos para a saúde. “As pessoas têm procurado fazer mais atividade física, não só em academias. Prova disso são os espaços públicos para caminhadas e corridas cada vez mais frequentados. As pessoas buscam bem-estar e ganham resultado na imagem”, diz.

O motivo é de comemoração não apenas para os empresários da área, mas para os praticantes de esporte que encontram mais qualidade no serviço prestado. “Há alguns anos, os empreendimentos eram divididos por segmento: academia de dança, de artes marciais, de musculação, entre outros. Isso mudou. Atualmente, vários tipos de atividades físicas são oferecidos num único estabelecimento. É



Rafael Silva

uma tendência de mercado incentivada pela concorrência”, argumenta Nagahama, que acrescenta que a tendência é melhorar ainda mais a qualidade dos serviços, mas isso depende dos gestores das academias.

A Fitness Academia vive uma fase próspera, o melhor momento de sua trajetória, segundo a proprietária, Maricy Rocha Malvezzi, que acompanhou ao longo de uma década da academia a mudança do setor. “No começo foi difícil. Éramos só três profissionais para dar conta das aulas e

da faxina. Aos poucos fomos crescendo e mudamos de endereço no ano passado, quando registramos um aumento de 150% no número de alunos”.

Maricy trocou o espaço de sobreloja, com 500 metros quadrados, por um térreo de 980 metros quadrados, com área para piscina. Para atender os mais de 400 alunos, a Fitness conta com 17 profissionais da área e mais dois atendentes. A empresária também abriu uma filial em Mandaguáçu, que conta com cem alunos e sete funcionários.

# gínastica



**EM BUSCA DE SAÚDE E PARA MANTER A FORMA, ALUNOS PRATICAM ATIVIDADE FÍSICA; EM DEZ ANOS A EQUIPE DA FITNESS DE MARINGÁ SALTOU DE TRÊS PARA 17 PESSOAS E EM 2008 FOI PARA UMA SEDE COM O DOBRO DO TAMANHO**

## EXCLUSIVIDADE

E como conquistar o aluno que tem pouco tempo e não quer esperar sua vez para usar os aparelhos de ginástica? Para quem prefere um professor exclusivo, ou



**CERCA DE 150 ALUNOS SÃO ATENDIDOS DIARIAMENTE NA PERSONAL CLINIC, SEGUNDO A SÓCIA FERNANDA VICENTINI**

quase exclusivo, há as clínicas de *personal trainer*. Na Personal Clinic, por exemplo, cada professor atende simultaneamente no máximo dois alunos. Com seis profissionais, no espaço passa cerca de 150 alunos por dia. “Os horários mais procurados são antes e depois do expediente comercial. As pessoas querem treinar e, por isso, buscam adequar a academia à rotina”, afirma a sócia Fernanda Vicentini.

Para sentir a diferença no visual e estar satisfeito com a imagem do espelho, Fernanda explica que é preciso, primeiro disciplina. “Os resultados variam em cada pessoa. Mas de forma geral, avaliamos que alguém sedentário que treine duas vezes por semana demorará dois meses para sentir os resultados. Isso, aliado a alimentação balanceada e saudável”, informa Fernanda, que ressalta que a clínica oferece orientação nutricional para os alunos.

## De concorrente a parceiro

O Núcleo Setorial de Academias (Nusa) é um dos que integra o programa Empreender, da ACIM. Constituído em 2003, o Nusa conta com 14 academias, que juntas fortaleceram a marca, criaram eventos de estímulo à prática esportiva e para a divulgação das empresas, como o festival de natação, e recentemente passaram a investir no treinamento para formação de professores, uma deficiência do setor.

Graças ao Nusa também foi constituído o Sindicato das Academias e Atividades Afins (Sinacad), atualmente composto por 26 empresas. Para o presidente do sindicato, Roberto Nagahama, o núcleo setorial ajudou a mudar o conceito de que a concorrência pode ser prejudicial. “Hoje, os gestores de academias têm um espírito de cooperativismo e empreendedorismo, o que fortalece, e muito, o setor”. Os empresários se reúnem frequentemente na sede da ACIM para trocar informações e discutir soluções para os problemas do setor.

# Medicina aliada contra as marcas

**O DESEJO DE MANTER A APARÊNCIA JOVEM TEM LEVADO MAIS PACIENTES AOS CONSULTÓRIOS E CLÍNICAS DE ESTÉTICA DE MARINGÁ; TECNOLOGIA É IMPORTANTE ALIADA E, EM ALGUNS CASOS, NÃO COMPENSA COMPRAR EQUIPAMENTOS E SIM LOCAR, EM VIRTUDE DAS CONSTANTES INOVAÇÕES**



Rafael Silva

**DANIEL MARCHIOTTI: PACIENTES QUEREM LONGEVIDADE E APARÊNCIA JOVIAL; ELE PREGA O TRATAMENTO DE DOENÇAS, COMO OBESIDADE, ALIADO À ESTÉTICA**

A medicina tem deixado de ser apenas curativa para ser preventiva. O médico nutrólogo Daniel Marchiotti, que atua há 26 anos na área da obesidade e prevenção de doenças, lembra que no passado as pessoas se preocupavam em tratar doenças após a manifestação dos sintomas. “Hoje, elas querem a longevidade, viver mais sem adoecer, além, é claro, de manterem uma aparência jovial”, diz Marchiotti.

Atualmente 25% dos clientes dele são de moradores da região. “Maringá é, sem dúvida, polo na área de medicina. E nas especialidades voltadas à prevenção e estética também. Temos profissionais capacitados e clínicas equipadas para efetuar muitos procedimentos”, diz ele.

Para oferecer aos pacientes novidades, Marchiotti realiza, em média, duas viagens internacionais por ano. “Meu objetivo é trazer as tendências da medicina ligadas à prevenção, unindo o útil ao agradável, ou seja, tratando doenças como a obesidade, sem deixar de lado a melhoria no visual. Nosso di-

recionamento é para uma vida saudável, afinal, a pessoa é o que ela come. É preciso ter uma alimentação balanceada para envelhecer com saúde e boa aparência”, ressalta.

Através da nutrologia, Marchiotti diagnostica deficiências e excessos de nutrientes que influenciam diretamente no controle do peso, constituição dos cabelos, equilíbrio hormonal e rejuvenescimento. “Estar satisfeito com a imagem é o principal motivo que leva as pessoas ao consultório, mas, para isso, é preciso estar saudável por completo. A beleza estética vem de dentro para fora”, apregoa.

## DERMATOLOGIA

E já que a estética é um fator importante para os pacientes, a tecnologia “dá uma mãozinha”. Com a evolução dos métodos e técnicas

para rejuvenescimento, é possível prevenir e eliminar as linhas de expressão, como os famosos e indesejáveis “pés de galinha” e “bigode chinês”, sem a necessidade de recorrer à cirurgia plástica convencional. Atualmente, a medicina oferece um arsenal de tratamentos menos invasivos. Eles são baseados em uma sutil transformação do rosto e da pele por meio de preenchimentos faciais, injeções, aliados a *peelings* e tratamentos a laser, que agem diretamente na saúde da pele, reduzindo manchas e outras marcas da idade.

Uma das especialidades responsáveis por estes tratamentos é a dermatologia. A médica Fabíola Tasca atua há cinco anos na área e, segundo ela, nos últimos três registrou um aumento de pacientes que buscam tratamentos estéticos. Ela destaca que assim que os efeitos da toxina botulínica, o famoso botox,

# da idade

se difundiram, os pacientes queriam eliminar todas as marcas de expressão. Comportamento que mudou. “Hoje, as pessoas querem eliminar as linhas de expressão, como os ‘pés de galinha’, mas não querem que o procedimento fique perceptível”, conta.

Os principais tratamentos, explica a médica dermatologista, estão divididos em seis grupos. O primeiro é a toxina botulínica, utilizada na testa e ao redor dos olhos. Há o ácido hialurônico, voltado para procedimentos de preenchimento de sulcos, ‘bigode chinês’ e rugas nos lábios, e os *peelings* químicos fazem parte de outro grupo, que prevê a aplicação de ácidos para a escamação e renovação celular. Há ainda os *peelings* de cristal ou de diamante que integram o quarto grupo, que age por meio de um aparelho que promove uma esfoliação mais intensa que os *peelings* químicos. E os dois últimos grupos são os de lasers (luz pulsada ou laser fracionada), que estimulam a produção de colágeno, reduzindo a flacidez e promovendo o clareamento da pele, e os chamados dermocosméticos, em que o médico orienta o paciente na utilização de produtos cosméticos e vitaminas via oral.

“A resposta a esses procedimentos é individual. Por isso, é importante procurar um médico especialista, para que ele avalie o procedimento correto e mais eficaz para cada caso, evitando insatisfação e erros”, frisa a dermatologista Fabíola.

## PÚBLICO MASCULINO

Quem imaginaria anos atrás que os homens estariam tão preocupados com a imagem? De acordo com



Rafael Silva

**NO CONSULTÓRIO DA DERMATOLOGISTA FABIOLA TASCA, OS HOMENS FORMAM 30% DA CLIENTELA, MAS EM UM ANO DEVERÃO REPRESENTAR 50%: POR QUESTÕES PROFISSIONAIS, ELES PROCURAM AMENIZAR EXPRESSÕES DE TENSÃO**

Fabíola, o público masculino representa 30% dos pacientes que procuram o consultório em busca de tratamentos estéticos e, na estimativa dela, em um ano eles representarão 50% da clientela. No entanto, o objetivo dos homens, diferente das mulheres, é na maioria das vezes por questão profissional. “A aparência influencia no trabalho. O que os homens geralmente querem é amenizar as expressões que os deixam com imagem de bravos e tensos, como marcas na testa. Eles querem uma aparência mais tranquila e serena. Claro que também são vaidosos, mas, neste requisito, as mulheres ganham”, afirma Fabíola.

Quem também tem clientela cativa é a médica dermatologista Sineida Berbert Ferreira, que está sempre atenta às novidades para oferecer equipamentos e tratamentos de última geração aos pacientes. Sua próxima aquisição deverá acontecer em setembro, quando ela trocará o Dermalpulse (Luz Intensa Pulsada), utilizado há dois, por um equipamento mais moderno que, na opinião dela, “traz resultados satisfatórios no tratamento de rugas, manchas e

flacidez. Trata-se de uma tecnologia israelense, tendo os Estados Unidos como agente exportador”.

Como são equipamentos importados geralmente cotados em moeda norte-americana, a aquisição está sendo facilitada pela taxa cambial. A baixa do dólar é traduzida em economia na hora de importar. “O ideal é ter o dinheiro na mão, assim fica mais fácil negociar e conseguir um bom desconto”, afirma a dermatologista.

No entanto, Sineida conta que nem sempre compensa ter todos os equipamentos na clínica. Em alguns casos, a opção é pela locação, já que alguns aparelhos ficam obsoletos com rapidez. “Como o investimento é alto, não compensa adquirir uma máquina que em pouco tempo se tornará ultrapassada”. Ela cita o exemplo de equipamentos para cicatriz de acne, que vêm de Curitiba ou São Paulo. “Trago para a cidade a cada 15 dias, até somar o volume necessário de pacientes”, explica Sineida, que além de não precisar comprar o equipamento, evita despesas com manutenção ou reposição de peças. ■

**S**er competente e bem informado na área de atuação é mais do que fundamental. O segundo passo é cuidar bem da “embalagem” para que a apresentação seja perfeita. E isso não deve ficar restrito às paredes do escritório. Cada evento profissional, por mais simples que seja, exige uma dose extra de capricho, tanto para mulheres, quanto para os homens, na hora de escolher a melhor roupa. Seguindo dicas simples é possível estar bem vestido para enfrentar a maratona de *happy hours*, coquetéis e jantares.

Quando você sabe o que lhe espera no final do expediente, melhor. Assim é mais fácil sair de casa preparado. Os homens já devem ir para o escritório bem barbeados e levar uma camisa extra no carro, o mais importante é que ela combine com a calça, com o sapato e com o cinto. É preciso ser criterioso ao escolher para não se arrepender em cima da hora, pois pode ser tarde para mudar todo o *look*. Para arrematar a produção, rosto bem lavado, um bom perfume e cabelo penteado. E antes de sair para o evento confira se os sapatos estão bem limpos – um detalhe fundamental.

Mas para não ser pego de surpresa, o bom profissional pode ter sempre uma camisa curinga estrategicamente guardada no escritório, de uma cor básica, a branca é uma das melhores opções. Também é indicado deixar no escritório um perfume, desodorante e todos os acessórios para uma barba perfeita, tudo na gaveta. E, é claro, uma escova de dentes. Com tudo isso, fica bem mais fácil estar apresentável e, conseqüentemente, mais seguro para buscar bons negócios.

Já a mulher que não quer ser pega de surpresa ao ter que jan-

# Não perca a pose após o expediente

**ESTAR SEMPRE ELEGANTE PODE GARANTIR CONFIANÇA EXTRA EM UM EVENTO OU REUNIÃO DE NEGÓCIOS; A DICA É TER PEÇAS-CHAVE (NA GAVETA) PARA SAIR DO ESCRITÓRIO DIRETO PARA UM EVENTO DE TRABALHO**



Rafael Silva

tar com um cliente, por exemplo, deve ter também um estojo de maquiagem básico com base, pó, batom, máscara para os cílios, lápis e blush. Perfuminho, desodorante, escova de dentes, lençinhos umedecidos e outras coisinhas necessárias para a alegria do universo feminino. Para não escorregar no estilo, cabelos escovados e unhas bem feitas são essenciais para estar sempre bem apresentável.

E para incrementar o visual escritório, um sapato ou sandália de salto fino e um lenço ou colar mais

vistoso podem ser transformadores. Um anel grande, brincos ou uma pulseira em cor vibrante também desempenham muito bem esse papel, mas não use tudo de uma vez só. Vale ainda deixar no carro a bolsa grande e apostar em uma carteira de mão. Aqui a ordem é ousar um pouco, mas nada de roupas brilhosas ou transparentes. Invista sem medo em um visual mais feminino, mas nada de querer parecer *sexy*. Tenha bom senso.

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

Vale a pena  
**OUVIR**

**FLORINDO MONDADORI FILHO – SUPERVISOR COMERCIAL**



**TITÃS - ACÚSTICO MTV**

Produzido pelo velho camarada Liminha e cercado de amigos como Marisa Monte, Arnaldo Antunes e Jimmy Cliff, o septeto paulistano passa a limpo sucessos como "Comida" e ótimas novidades como "Para Dizer Adeus".

**EDSON & HUDSON - DESPEDIDA**

Como o nome sugere, este álbum representa a despedida da dupla Edson & Hudson, que durante a bem sucedida carreira mostrou ao público um estilo diferente de música sertaneja. Com um toque de rock, os cantores atraíram uma nova geração de fãs para o segmento. Um disco que não pode ficar de fora da sua coleção.



Vale a pena  
**ASSISTIR**



**QUELI AMARAL – ADMINISTRADORA DE EMPRESAS**

**SE EU FOSSE VOCÊ 2 – DANIEL FILHO (2009)**

Cláudio (Tony Ramos) e Helena (Glória Pires) estão prestes a se separar, o que faz com que ele passe a morar na casa do amigo Nelsinho (Cássio Gabus

Mendes). Porém, após a primeira reunião do divórcio, eles discutem em pleno elevador e, repentinamente, trocam de corpos mais uma vez. Isto faz com que ambos tenham que viver a vida do outro. Paralelamente, Bia (Isabelle Drummond), filha adolescente do casal, está grávida e não sabe como contar aos pais.

**A ERA DO GELO 3 - CARLOS SALDANHA (2009)**

Em "A era do gelo 3", Scrat continua tentando agarrar a noz fujona, Manny e Ellie aguardam o nascimento de seu minimamute, a preguiça Sid cria sua própria família, mesmo que isso signifique "desviar" alguns ovos de dinossauro e o tigre Diego começa a se perguntar se a convivência com os amigos não o está deixando muito preguiçoso. Numa missão para resgatar Sid, a turma encontra pelo caminho dinossauros, plantas assassinas e conhecem Buck, uma caçadora de dinossauros.

Indicações para a Cultura Empresarial podem ser enviadas para o e-mail [textual@textualcom.com.br](mailto:textual@textualcom.com.br)

<http://www.livrariasaraiva.com.br/digital/home.htm>

A livraria Saraiva oferece locação e compra de filmes on-line. Com mais de 600 títulos para alugar com preços a partir de R\$ 1,90 e mais de 700 para comprar a partir de R\$ 4,90

<http://www.sub100.com.br/home.php>

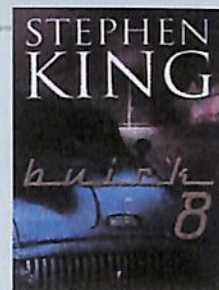
Portal com indicações e links de diversas empresas. Possui um sistema de busca de fácil operação para identificar ofertas de veículos e imóveis em vários estados

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

Reclame Aqui se tornou um dos maiores sites independentes na defesa do consumidor da América Latina. Seu principal objetivo é ser um canal de comunicação entre os clientes e fornecedores, desde que haja uma relação de consumo entre eles

O que estou  
**LENDO**

**CLÓVIS AUGUSTO MELO - JORNALISTA E CRONISTA**



**BUICK B**  
**STEPHEN KING**  
EDITORA OBJETIVA  
384 PÁGINAS

O livro do mestre do terror segue a linha do famoso *thriller* "Christine". Trata de um misterioso carro antigo, um Buick Roadmaster da década de 50, que reúne poderes sinistros e está guardado há anos em um galpão da polícia da Pensilvânia. Após a morte do pai patrulheiro, o filho adolescente passa a frequentar o batalhão e descobre o terrível mistério que o carro guarda.

**SILVIO LEE**  
**PROFESSOR**

**KEN FOLLETT**  
**Os Pilares da Terra**



**OS PILARES DA TERRA**  
**KEN FOLLETT**  
EDITORA ROCCO  
496 PÁGINAS

Emocionante, complexo, pontilhado de coloridos detalhes históricos, "Os pilares da terra" traça o painel de um tempo conturbado, varrido por conspirações, jogos intrincados de poder, violência e surgimento de uma nova ordem social e cultural. A figura que melhor expressa os ideais que inspiraram Ken Follett a escrever este livro é Philip, um homem que luta contra tudo e todos para construir um templo grandioso a Deus. Épico que consegue captar simultaneamente o que acontece nos castelos, feiras, florestas e igrejas, o livro é a recriação magistral de uma época que nossa imaginação não quer esquecer.

## CURSOS

Informações e inscrições: [capacitacao@acim.com.br](mailto:capacitacao@acim.com.br) ou pelo fone 44-3025-9640

### LOGÍSTICA DA DISTRIBUIÇÃO

Instrutor: Tarcisio Marcelo Menezes

Data: 3, 10, 17, 24 e 31 de agosto, das 19 às 23 horas

### BUSCANDO SOLUÇÕES E MELHORANDO OS RESULTADOS ORGANIZACIONAIS

Instrutor: Vera Lucia Negrão

Data: 4, 5 e 6 de agosto, das 19 às 23 horas

### EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO

Instrutor: Adriano Cipriano

Data: 5, 6 e 7 de agosto, das 19 às 23 horas

### CERIMONIAL E PROTOCOLO

Instrutor: Sergio Gini

Data: 5, 6 e 7 de agosto, das 19 às 23 horas, e 8 de agosto, das 8 às 12 horas

### NOTA FISCAL ELETRÔNICA

Instrutores: Gilberto Favato e Edson Molimoto

Data: 10 e 11 de agosto, das 19 às 22 horas

### ORGANIZAÇÃO DE SHOWS

Instrutor: Miguel Fernando Perez Silva

Data: 10, 11, 12 e 13 de agosto, das 19 às 23 horas

### GESTÃO COMERCIAL

Instrutor: Carlos Eduardo Dalto

Data: 11 e 12 de agosto, das 19 às 23 horas

### TELEMARKETING – ESTRATÉGIAS DE VENDAS DE FORAM EFICIENTE E EFICAZ

Instrutora: Maria Alice Pinatti

Data: 12, 13 e 14 de agosto, das 19 às 23 horas

### CÁLCULO EM DEPARTAMENTO PESSOAL

Instrutor: Claudinei de Oliveira

Data: 17, 18, 19, 20 e 21 de agosto, das 19 às 23 horas

### PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO - GESTÃO ESTRATÉGICA COM O BSC

Instrutora: Ana Cristina de Liz

Data: 17, 18, 19, 20 e 21 de agosto, das 19 às 23 horas

### ORATÓRIA - A COMUNICAÇÃO NA PROFISSÃO

Instrutora: Elizabete Willemann

Data: 18, 19, 20 e 21 de agosto, das 19 às 23 horas

### COMO FORMAR PREÇOS DE VENDAS E ANÁLISE DE CUSTOS

Instrutor: Jovi Barbosa

Data: 24, 25, 31 de agosto e 1 de setembro, das 19 às 23 horas

### COMO REDUZIR A INADIMPLÊNCIA DA SUA EMPRESA

Instrutor: Braz Ismael Vendramini

Data: 25, 26, 27 e 28 de agosto, das 19 às 23 horas



Rafael Silva

## EMPRESÁRIOS DE ALAGOAS

Uma comitiva de 25 pessoas formada por empresários e presidentes de entidades de classe do comércio e do turismo de Alagoas visitou a ACIM em 22 de julho. O objetivo foi conhecer mais detalhes do comércio paranaense e projetos da Associação Comercial. Também foi apresentado aos integrantes da comitiva o trabalho de entidades locais como a Sociedade Eticamente Responsável (SER) e o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem).

Os empresários foram recepcionados por diretores da ACIM e pelo presidente da Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio). A viagem incluiu ainda visita a sede do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) para apresentação de projetos da entidade, ao gabinete da prefeitura e ao comércio local.

## LARS GRAEL EM MARINGÁ

O velejador Lars Grael, bicampeão olímpico, estará em Maringá em 24 de agosto. Ele vem a convite da ACIM e da Ric/Record e ministrará uma palestra, às 19 horas, no teatro Marista sobre a carreira e história de superação, depois que o atleta sofreu a amputação de uma das pernas. Cada associado terá direito a um convite gratuito, que deverá ser retirado na sede da ACIM a partir do dia 17 deste mês.

## ADEUS A BOLFER

Ermelindo Bolfer que foi o empresário que mais vezes presidiu a ACIM – por três gestões – faleceu no dia 5 de julho, aos 82 anos. No mês anterior, ele havia sido homenageado pela ACIM e emprestou seu nome à sala do Conselho Superior. Bolfer também foi um dos fundadores da Cocamar e da Sociedade Rural de Maringá.

## EMPRESÁRIO DO ANO

A entrega do prêmio Empresário do Ano a José Sendeski Neto está agendada para 20 de agosto. Será às 20 horas, no Clube Hípico. São esperadas 400 pessoas, entre familiares do homenageado, lideranças e empresários. O prêmio é concedido pela ACIM, Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) e Associação Paranaense de Supermercados (Apras). Os convites são por adesão e deverão ser adquiridos pelo telefone (44) 3025-9595.

## COMÉRCIO ELETRÔNICO

Empresários e profissionais liberais, associados ou não a ACIM, podem anunciar gratuitamente produtos e serviços no portal da entidade ([www.acim.com.br/compreacim](http://www.acim.com.br/compreacim)). É necessário apenas que o que for anunciado esteja com desconto ou algum tipo de promoção. As empresas têm duas opções: anunciam o preço do produto/serviço com o valor promocional ou com o preço normal e disponibilizam o número de um cupom de desconto no site. E quando o consumidor entrar em contato com o anunciante deverá informar o número deste cupom para ter acesso à promoção.

Os associados têm direito a 50 anúncios e os não-associados a cinco, de preferência com foto. Para mais informações, entre em contato pelo telefone (44) 3025-9595. O site foi desenvolvido em parceria com a Buscatech.

## CRÉDITO PARA FUNCIONÁRIOS

Funcionários das empresas associadas à ACIM e filiadas a Apoio à Iniciativa Empreendedora podem contrair empréstimos com juros acessíveis e descontados em folha de pagamento. Por meio da Apoio, uma organização sem fins lucrativos ligada à ACIM, já foram liberados mais de R\$ 4 milhões em empréstimos, num total de mais de quatro mil contratos. Os funcionários podem emprestar até 20% do salário bruto e têm até 12 meses para pagamento. O cadastramento das empresas junto a Apoio é gratuito. Mais informações pelos telefones (44) 3025-9656 e 3025-9608.

## ASTRONAUTA BRASILEIRO

A First do Brasil, uma organização sem fins lucrativos, promoveu uma palestra com o primeiro astronauta brasileiro, Marcos Pontes, sobre "Do sonho à realidade, uma missão possível para as próximas gerações". O evento aconteceu em 29 de julho no auditório Hélio Moreira e teve o apoio da ACIM.

Rafael Silva



## IMPORTAÇÃO DA CHINA

O desembaraço de equipamentos chineses destinados a construção civil paulista poderá ser feito em breve pelo Porto Seco Norte do Paraná, que fica em Maringá. Em 21 de julho, empresários de uma construtora paulista (Sivercon) e da China estiveram na cidade para conhecer a estrutura do terminal de cargas internacional, do Porto Seco e do grupo de empresas de transporte G-10. Os empresários também visitaram a ACIM, onde foram recepcionados por diretores da entidade, do Porto Seco e pelo prefeito de Maringá, Silvio Barros. O empresário Murilo Eugênio, que integrou a comitiva, elogiou a estrutura do Porto Seco e do posto de serviços do G-10.

## TREINAMENTO EM INGLÊS

O Instituto Mercosul realizará um curso inédito no Paraná: Negociação Estratégica Internacional (Advanced Negotiation). Ele está agendado para o dia 27 de agosto, das 8h30 às 17h30, e será ministrado em inglês, por isso, é recomendado que os participantes tenham conhecimento básico da língua. Quem ministrará será Marcus Jones, economista norte-americano que mora há 14 anos no Brasil. Serão discutidos planejamento, estágios e estratégias de negociação, administração de conflitos e estudos de casos. O curso terá como parceiro a Aceptiva empresa de treinamentos organizacionais e acontecerá na sede da ACIM. Mais informações pelo telefone (44) 3025-9615.

## KITS DA MARINGÁ LIQUIDA

Já estão sendo comercializados os kits da 14ª edição da Maringá Liquida. E os empresários que aderirem concorrerão a 50 passagens aéreas de ida e volta para São Paulo. Os kits incluem bandeirola, crachás, cartazes e tags de preço. Associados da ACIM ou Sivamar, que são os realizadores da promoção, pagam R\$ 70 e não-associados pagam R\$ 120. A Maringá Liquida será realizada em setembro. Mais informações pelo telefone (44) 3025-9595. O evento tem apoio do Copejem, ACIM Mulher, prefeitura e Câmara Municipal de Maringá. O patrocínio é da Azul Linhas Aéreas.



Rafael Silva

## VISITA DO DEPUTADO NISHIMORI

A ACIM recebeu a visita do deputado estadual Luiz Nishimori em 13 de julho. Ele falou sobre seu trabalho na Assembleia Legislativa e convidou os empresários para participar de uma missão econômica com destino a China e Japão, que acontecerá entre 10 e 25 de outubro, com o objetivo de atrair investimentos.

Segundo ele, em seis anos de mandato como deputado aprovou mais de 70 projetos de lei, com destaque para os voltados para agricultura, meio ambiente e educação. Também falou que seu partido, o PSDB, conta com sete deputados estaduais e deverá lançar candidato próprio para presidente da República e governador do estado. O deputado comentou ainda sobre o empenho para que Maringá se candidate a sub-sede da Copa de Mundo de 2014.

Ao final do encontro, o presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, solicitou a Nishimori o empenho para discutir com sua base política o veto ao projeto que prevê a redução da carga horária de trabalho de 44 para 40 horas semanais.

## LINHA DE CRÉDITO BB

Associados da ACIM podem se beneficiar do Cooperfat, uma linha de crédito do Banco do Brasil (BB) voltada para investimentos. Qualquer empresa com faturamento anual de até R\$ 5 milhões pode utilizar o convênio. A taxa de juros é de 4% ao ano mais TJLP e, dependendo do caso, há carência para pagamento. O prazo de pagamento é de até oito anos.

Para ter acesso à linha de crédito, é imprescindível que o empresário apresente um projeto de viabilidade. Os recursos podem ser usados para aquisição de maquinários, mobiliários e execução de obras. O valor máximo de financiamento é R\$ 400 mil, e o empréstimo pode ser feito em qualquer uma das agências do BB em Maringá.

### VEM AÍ!!!

### FÓRUM TRABALHISTA EMPRESARIAL

## FÓRUM TRABALHISTA

A segunda edição do Fórum Trabalhista Empresarial está marcada para 15 de outubro no Bristol Metrópole Hotel. O evento será realizado pela DP Total, com apoio da ACIM, e terá como palestrantes o auditor chefe dos fiscais do Ministério do Trabalho, Fernando de Syllos Junior, o juiz corregedor do Trabalho da 9ª região, Nacif Alcure Neto, e o advogado José Antonio Calvo, de Londrina. Filiados a ACIM pagam preço especial na inscrição. Mais informações e inscrições pelos telefones (44) 3222-8154 e 3025-3593) e pelo e-mail [forum@dptotal.com.br](mailto:forum@dptotal.com.br)

## ESPAÑHÓIS NA ACIM

Representantes da Taitet Brasil Investimentos, - empresa de capital espanhol que concentra suas atividades em negócios e investimentos no Brasil, reuniram-se com autoridades e empresários de Maringá, na ACIM, no final de junho. O prefeito Sílvio Barros também participou do encontro, que foi intermediado pela Agência de Desenvolvimento Terra Roxa. A articulação das relações comerciais e oportunidade de negócios entre empresários espanhóis e brasileiros deverá ser intermediada pela ACIM. Segundo o diretor executivo da Terra Roxa, Alexandre Farina, durante o encontro foi constatado que a cidade espanhola de Terrassa e Maringá possuem características em comum. "Como já havia ocorrido uma aproximação entre estas cidades no passado, foi consenso de que uma nova tentativa deveria ser efetuada, para criar assim, a proposição de co-irmandade entre elas", informa Farina.

Rafael Silva



**Consultar e confirmar,  
simples assim.**

Nunca foi tão fácil obter informações sobre **Pessoa Jurídica** para realização da venda ou atualização cadastral do seu cliente.

Com o **PROTEGE EMPRESARIAL**, sua empresa tem uma consulta completa com as principais informações sobre o seu parceiro comercial.

**Não arrisque. Informações seguras são fundamentais na hora da venda.**

Informe-se:  
[44] 3025-9595  
[www.acim.com.br](http://www.acim.com.br)

www.acim.com.br



## A arte de ser votado e a arte nos negócios

MUITAS VEZES, O CANDIDATO SE SENTE PREPARADO, PORTADOR DAS MELHORES PROPOSTAS E, MESMO ASSIM, NÃO CONSEGUE SUCESSO. É AÍ QUE RESIDE A ARTE. ESSE É O DIFERENCIAL. FIDELIZAR O ELEITOR, ENTÃO, É A ARTE DAS ARTES

Quando escrevi o livro "Da arte de votar e ser votado", que conta a história das eleições em Maringá, fiquei atento às múltiplas formas de relacionamento do empresário com a cena política. Um aspecto que salta aos olhos, por exemplo, diz respeito à origem profissional dos prefeitos eleitos. Entre 1952 e 2004, período abarcado pelo livro, houve 13 eleições. Se considerarmos as atividades de medicina e de advocacia como ramos da prestação de serviços, todos os prefeitos eleitos tinham mantido alguma atividade empresarial, nos agronegócios, na indústria, no comércio ou nos setores de serviços.

Dialogar com a comunidade empresarial sempre foi pauta obrigatória para os candidatos, interessados em adensar seu programa de governo e obter apoio político e logístico. Se tal diálogo faz parte das estratégias políticas bem-sucedidas, há outros pontos de contato entre esses dois universos que ensejam reflexões.

O motivo de eu ter usado a noção de arte para fazer referência ao processo eleitoral não foi apenas um recurso literário. Essa noção diz muito sobre a natureza da difícil relação de conquista da legitimidade por meio do voto. Creio que, sem menosprezar as especificidades de cada universo, o mesmo pode ser dito do mundo dos negócios.

A estratégia eleitoral, faz muito tempo, incorporou os sofisticados instrumentos do marketing, muito usuais na relação dos empresários com os mercados. Ao contrário do que se apregoa no senso comum, o marketing político não é a imposição publicitária de uma ideia. Supõe medição das expectativas dos eleitores, um diálogo com elas e a apresentação de soluções na linguagem adequada. Qualquer semelhança com o que acontece no mundo dos negócios não é mera coincidência.

Entretanto, esses instrumentos estão disponíveis para todo o mundo. Se os competidores fizerem o dever de casa e se prepararem adequadamente, pergunta-se: o que vai desequilibrar a disputa? Muitas vezes, o candidato se sente preparado, portador das melhores propostas e, mesmo assim, não consegue sucesso. É aí que reside a arte. Esse é o diferencial. Fidelizar o eleitor, então, é a arte das artes.

Tal como na política, o mundo dos negócios tem muito conhecimento sistematizado, analistas de mercado, consultorias para as mais diversas demandas. Usar essas ferramentas é uma condição necessária, mas não é suficiente. Não é garantia última de sucesso. Daí também existir, eu presumo, uma arte que equilibra a relação.

Em uma divertida passagem do romance "Memórias Póstumas de Brás Cubas", Machado de Assis filosofa sobre a angústia que nos faz mirar a ponta do nosso nariz. Ele cita o exemplo do dono de uma loja de chapéus que assiste à prosperidade de seu concorrente. Ele se considera o melhor chapeleiro do que o outro, pensa que oferece produtos tão bons e pelo mesmo preço. No entanto, o concorrente cresce e ele fenece. Nesse momento, perplexo e contrariado, ele lança um olhar enigmático para a ponta do nariz. Respeitada a licença poética do grande escritor, situações assim são vividas na política. Para não ficar a ponta do nariz, em um caso e no outro, o melhor mesmo é tentar desenvolver a arte.

**Reginaldo Benedito Dias** é professor do Departamento de História da UEM, doutor em História Política e autor do livro "Da arte de votar e ser votado: as eleições municipais em Maringá", publicado pela Clichetec Gráfica e Editora

REVISTA

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 46 Nº 490 AGOSTO/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**  
Adriana Franco, Giovana Campanha,  
Liliane Danas, Luiz Fernando Cardoso, Murilo Gatti  
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

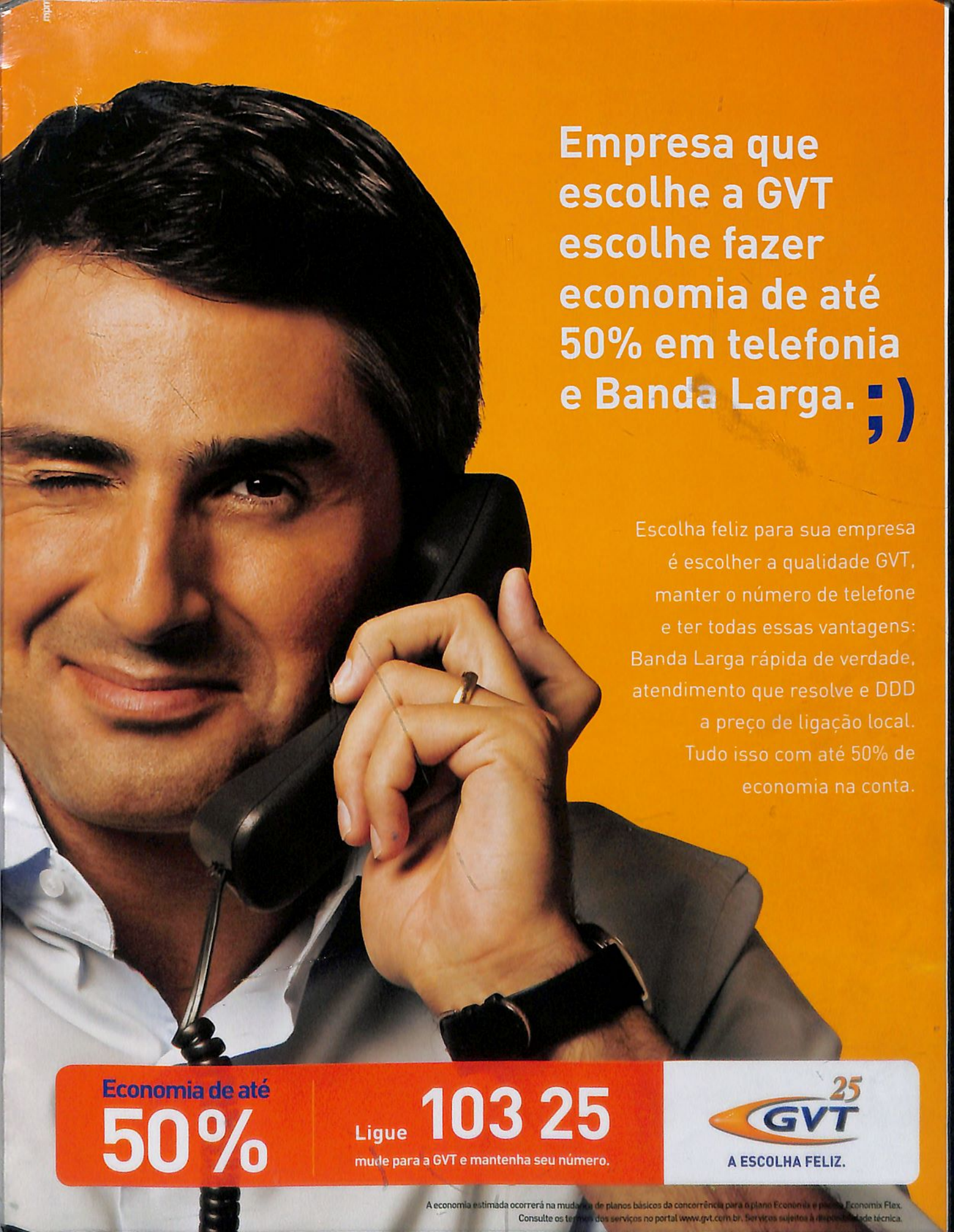
**CONTATO COMERCIAL**  
9921-2999/3025-4983  
herrero@wnet.com.br

**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.

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



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.

ANS - n.º 371254

# Inauguramos conforto

É esta a sensação que você vai ter quando estiver na nova Central de Liberação de Guias e Centro de Oncologia Unimed.

Estamos de casa nova. Um lugar amplo, moderno e projetado para os clientes Unimed se sentirem acolhidos e desfrutarem de um atendimento de excelência na **Av. Bento Munhoz da Rocha Netto, 750**. Anexo ao Pronto-atendimento.

Exclusivo para clientes Unimed

Amplo estacionamento

Fácil acesso



[www.unimedmaringa.com.br](http://www.unimedmaringa.com.br)  
0800 643 0027

