

Ações simples, como arquivar documentos, podem ajudar a evitar processos trabalhistas

Há um pet shop para cada mil maringaenses; para sobreviver empresários apostam na diversificação



Caderno Especial Automóveis

R\$ 5,00
setembro/2009
p 491
no 46

Revista

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

É UM SHOW

A produção cultural local motiva investimentos e bons negócios



ISSN 1681-1926

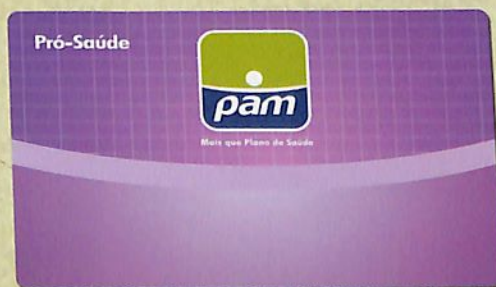
9 17 4 489 4 9849 7 00491

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



a partir de
R\$ 1,25
por dia

=



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

ANS - nº 31526-5

www.dr pam.com.br
(44) 3218 1515



Mais que
Plano de Saúde

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



O tiro poderá sair pela culatra

A classe empresarial brasileira e os trabalhadores poderão ser penalizados, caso seja aprovada a Proposta de Emenda Constitucional (PEC) que reduzirá a carga de trabalho de 44 para 40 horas semanais sem redução proporcional dos salários. A PEC também prevê aumento da hora-extra de 50% para 75% do valor normal. As centrais sindicais defendem que a medida gerará mais empregos, mas diversos estudos feitos por especialistas mostram justamente o contrário. Se aprovada, o custo de trabalho será encarecido em 10% para as empresas, segundo estudos.

Em vez de reduzir a jornada de trabalho, o governo deveria garantir maior competitividade às empresas brasileiras, por meio da redução da carga tributária de maquinários e a desburocratização do Estado, por exemplo. Diminuir a carga horária poderá penalizar principalmente os micro e pequenos negócios que encontram dificuldade para arcar com a já pesada carga tributária e a folha de pagamento. Isso sem contar que elevará os custos das empresas e, conseqüentemente, os produtos e serviços que elas colocam à disposição dos consumidores. Ou seja, mais uma vez a conta vai sobrar para o consumidor final.

Além disso, acreditamos que

são os trabalhadores e empregadores, por meio das convenções coletivas de cada categoria, que devem estabelecer, entre outros, a carga horária semanal de trabalho, conforme acontece atualmente. Tanto que diversas classes já contam com jornadas inferiores a 44 horas semanais, como funcionários públicos. Aliás, a Constituição da República permite e reconhece convenções e acordos coletivos firmados por patrões e empregados.

Preocupada com as consequências de tal medida, a ACIM, em parceria com outras entidades de classe, encaminhou aos deputados da bancada paranaense um ofício pedindo empenho junto aos seus pares para que não aprove a redução da jornada. Os empresários não podem – e muitos não conseguirão – arcar com mais este ônus.

Uma comissão especial da Câmara dos Deputados já aprovou a medida, mas para entrar em vigor a PEC deverá ser aprovada por dois terços dos votos dos deputados e depois por outros dois terços dos senadores. Esperamos que os nossos representantes sejam sensatos e ouçam os clamores da classe empresarial antes de votar esta emenda constitucional.

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

Índice

REVISTA ACIM ANO 46 Nº 491

ENTREVISTA

Edson Crescitelli, publicitário e professor da ESPM, é o entrevistado do mês; ele fala sobre o futuro da comunicação, dá dicas de como contratar uma agência, entre outros temas relacionados ao marketing

3

REPORTAGEM DE CAPA

12

Peças de teatro, festival de cinema e de bonecos, orquestras, artes plásticas: em Maringá, a produção cultural tem se proliferado graças aos investimentos das iniciativas privada e pública

MERCADO DE TRABALHO

34

Contratar universitários ou recém-formados de outros países tem sido a opção de empresários locais para que os funcionários conheçam outras culturas e para ajudar no desenvolvimento de tecnologias para o país de origem destes estudantes

ERRATA

Ao contrário do que foi informado na edição anterior da Revista ACIM, o auditor chefe dos fiscais do Ministério do Trabalho, Fernando de Syllos Junior, não será um dos palestrantes do Fórum Trabalhista Empresarial, que acontecerá em 15 de outubro. Os palestrantes do evento serão: José Cordeiro Calvo, Evaldo Garcia Reinas e Nacif Alcure Neto.

Rafael Silva



O PUBLICITÁRIO E PROFESSOR DA ESPM, EDSON CRESCITELLI, TEM MAIS DE 25 ANOS DE EXPERIÊNCIA EM MARKETING E COMUNICAÇÃO. ELE TRABALHOU EM DIVERSAS EMPRESAS E AGÊNCIAS E ESCREVEU DOIS LIVROS NA ÁREA DE MARKETING. ATUALMENTE CURSA O PÓS-DOCTORADO PELA CHAPMAN SCHOOL OF BUSINESS DA FLORIDA INTERNATIONAL UNIVERSITY. EM RECENTE VISITA A MARINGÁ, QUANDO PARTICIPOU DO CICLO DE ESTUDOS REALIZADO PELA FACULDADE CIDADE VERDE, CRESCITELLI CONCEDEU A SEGUINTE ENTREVISTA À REVISTA ACIM:

QUAL É A DIFERENÇA ENTRE COMUNICAÇÃO E MARKETING?

De uma forma simplificada marketing é uma técnica de gestão que ajuda o empresário a entender mercados: estuda relações de troca, por que as pessoas compram, o que as influencia, quais são os fatores que estão afetando o momento de compra, a macroeconomia. Toda empresa vende e venda é uma troca. Tudo o que envolve esta troca é função do marketing. O marketing se preocupa com a demanda de mercado, comportamento do consumidor, movimento de concorrente, variáveis do ambiente externo, como novas tecnologias, como configurar um produto, como dis-

tribuir esse produto, como cobrar e como divulgar. E neste último item entra a comunicação, na qual encontramos um conjunto de ferramentas, entre elas a propaganda, promoção de vendas, patrocínio, marketing direto e relações públicas. Então, a comunicação é um pedaço do processo de gestão de marketing que visa estabelecer um canal com o mercado para divulgar o produto ou serviço da empresa. Se o empresário conhece bem o mercado que atua, fica fácil entender qual é a melhor ferramenta a ser utilizada. Muitas vezes o empresário investe em comunicação, mas não estuda o mercado e atira para todos os lados. Às vezes acerta, às vezes erra. Tam-

Marketing e

bém é comum um profissional de uma agência de propaganda falar para o empresário: vamos investir neste veículo de comunicação porque consegui um bom desconto: de R\$ 100 por R\$ 50, por exemplo. Mas talvez o empresário esteja jogando R\$ 50 fora, porque não é essa a melhor forma de falar com o cliente. Digo o seguinte: se o empresário não faz uma boa análise de marketing, é difícil fazer uma boa comunicação, porque ele não conhece o mercado. Então como vai se comunicar com alguém que conhece pouco?

COMO SE DETERMINAM OS ORÇAMENTOS DE COMUNICAÇÃO?

Não existe uma receita, existem técnicas, mas acredito que mais importante do que a técnica é definir uma verba. Quanto a empresa pode investir em comunicação neste ano? Isso pode ser determinado com base em métodos tradicionais: em percentual sobre o faturamento da empresa ou na média histórica de investimentos dos últimos anos ou no comparativo com os principais concorrentes de mercado. A empresa pode adotar um critério ou outro conforme a necessidade, conveniência ou cultura. O importante é fixar uma verba e não alterá-la ao longo do ano, porque é muito comum que em momentos de crise as empresas suspendam investimentos em comunicação, e nos momentos em que os negócios estão indo bem decide-se aumentar a verba publicitária. Qual é a função da comunicação? É estimular a demanda. Se o mercado está em crise e a empresa para de investir em comunicação, está refor-

comunicação nos próximos anos

quando esta situação. E quando o mercado está aquecido e ela investe mais em comunicação, está aumentando a demanda.

COMO AVALIAR OS RESULTADOS EM RELAÇÃO AO MARKETING E COMUNICAÇÃO? NEM SEMPRE A COMUNICAÇÃO MAIS CRIATIVA É A QUE APRESENTA MELHORES RESULTADOS...

Em relação ao marketing é possível analisar a performance comercial de vendas. Se as vendas estão indo bem, é um indicador de que as ações de marketing estão sendo praticadas de forma adequada. É possível até remunerar uma consultoria de marketing com base em resultados. O empresário cobre os custos desta consultoria e os ganhos adicionais vêm atrelados ao resultado da empresa. Já em comunicação é mais difícil adotar esta técnica, porque como o empresário vai avaliar se a campanha foi eficiente ou não? As vendas não dependem apenas da comunicação. Dependem de preço, da distribuição, do momento de mercado, da performance do concorrente. O que é possível medir em comunicação de forma segura é o efeito: o que se pretende com uma campanha de comunicação (aumentar a visibilidade no mercado ou gerar fluxo na loja, por exemplo)? E a partir deste objetivo e concluída a campanha compara-se os resultados com os objetivos. É muito importante que isso não seja feito em curto prazo, porque se está trabalhando com a construção da imagem. Às vezes o efeito de uma comunicação vai se converter em compra seis meses depois.

QUAIS OS CONSELHOS DO SENHOR PARA OS EMPRESÁRIOS ESCOLHEREM UMA AGÊNCIA DE PROPAGANDA?

A primeira sugestão é avaliar o currículo, portfólio e perfil da agência, mas os principais critérios são saber o que o empresário precisa, quanto pode investir e qual agência tem o perfil adequado para atendê-lo. Nem sempre a maior agência ou a que tem reputação de mais criativa é a melhor para a empresa. Conhecer a agência, o tipo de trabalho que ela faz e se faz bem feito, as características dela e se isso atende a sua necessidade é a melhor forma de começar um relacionamento.

QUE CONSELHOS O SENHOR DÁ PARA OS MICRO E PEQUENOS EMPRESÁRIOS QUE NÃO DISPÕEM DE MUITOS RECURSOS PARA INVESTIR EM VEÍCULOS DE GRANDE PENETRAÇÃO?

Estar em veículos de comunicação de massa não é necessariamente melhor do que não estar. Tudo depende da necessidade. Se o empresário tem um negócio de grande porte e precisa atingir muitas pessoas, é mais ou menos lógico que use meios de comunicação que falem com um número grande de pessoas. Se ele não tem que atingir tanta gente, mesmo que tenha recursos para investir em veículos de massa, estará jogando dinheiro fora. O que é preciso fazer? Primeiro: saber o que quer falar, qual é a minha mensagem. Segundo: a quem será destinada. E o terceiro fator é quanto há disponível para investir. Se a novela das 20 horas é a melhor forma da empresa se comunicar com o público, mas ela não tem

recurso, deve pensar de que outras formas poderá se comunicar. Que outros programas seu público assiste, quais lugares frequenta? É possível abordar essas pessoas em momentos diferentes e com um investimento muito menor, porque na televisão a empresa se comunica com seu público e com outros que não lhe interessam e estará pagando por isso. O empresário de menor porte deve procurar alternativas de comunicação com custo mais acessível. Uma grande ferramenta é a internet, mas se ele quer se comunicar com a dona de casa da classe C, que não acessa a internet, não adianta. Mas se esta mulher vai ao cabeleireiro ou à feira por que não patrocinar eventos da comunidade? Existem várias ferramentas que têm características diferentes de custo e penetração. Hoje a sociedade é muito sensível às questões sociais e sustentáveis. Patrocinar um evento se o empresário tem um negócio pequeno em um bairro, ao invés de ficar fazendo anúncio, não só torna a marca conhecida, mas a sociedade começa a reconhecer que a empresa está envolvida e comprometida. Isso melhora a imagem e faz com que o cliente dê preferência para esta empresa na hora de comprar um produto. Diria que hoje a tendência de mercado é investir em formas alternativas de comunicação.

É POSSÍVEL SER ÉTICO EM MARKETING?

É fácil. Marketing e, consequentemente, a comunicação é a parte visível da empresa na socieda-

de. Se a empresa não é ética, isso é refletido na comunicação que ela fará. É mais ou menos como querer culpar a faca pelo crime. A faca não mata ninguém, quem mata é quem a está manipulando. Porque a mesma propaganda serve para vender cigarro e para desestimular o consumo do cigarro. É possível atuar no mercado de forma ética? Claro que sim, mas vai depender da postura da empresa, que em geral é o reflexo da postura do seu dono. O que está acontecendo hoje é que a sociedade está mais sensibilizada para questões sociais e de sustentabilidade e está cobrando isso das empresas. Recentemente, a Brahma fez um comercial com o Ronaldo Fenômeno, que terminava dizendo: "eu sou brahmeiro e tomo cerveja". O Ronaldo é uma personalidade que tem uma penetração grande junto às crianças, os garotos se espelham nele e mostrar um ídolo tomando cerveja talvez não seja uma forma ética de se comunicar. O comercial foi reeditado e terminava dizendo: "eu sou guerreiro e não tomo cerveja". Isso é postura ética que a empresa tem ou que a sociedade cobra desta empresa.

O QUE O FUTURO RESERVA PARA A COMUNICAÇÃO?

A principal mudança é a comunicação digital. Hoje não temos mais o monopólio dos meios de comunicação no sentido mercadológico. Tradicionalmente a empresa está de um lado, o mercado do outro e os meios de comunicação são os grandes agentes, que a empresa usa para divulgar uma mensagem. Hoje a empresa quer ouvir o mercado e este canal não é mais de mão única. Com o advento da internet, cria-se não um canal de mão dupla, mas um triângulo. Existe o cliente,



Rafael Silva

“Se o empresário não faz uma boa análise de marketing, é difícil fazer uma boa comunicação, porque ele não conhece o mercado. Então como vai se comunicar com alguém que conhece pouco?”

empresa e sociedade e a internet ligando todos. Antes os clientes só sabiam da empresa por aquilo que ela se comunicava. Com a internet a empresa está sujeita a várias opiniões e não têm mais controle sobre o que está sendo dito dela no mercado, seja verdade ou mentira. Enquanto ela está fazendo um anúncio dizendo que o produto que oferece é o melhor, podem existir 300 comunidades na internet falando o contrário. Você pode fazer um vídeo engraçado em casa, colocar no You Tube e ele pode ser mais visto do que muitas revistas. Hoje qualquer pessoa pode se transformar em um veículo de comunicação de

grande repercussão. Recentemente houve o caso de dois funcionários do Domino's Pizza, nos Estados Unidos, que fizeram um filme na cozinha por brincadeira. Eles adulteraram os alimentos, filmaram e disponibilizaram no You Tube. Em algumas horas, milhares de pessoas assistiram ao vídeo. A reputação da empresa construída ao longo de anos foi prejudicada por dois funcionários que talvez nem tinham consciência do que estavam fazendo. A internet de uma certa forma é o conceito de comunicação boca-a-boca só que em escala global. Nenhuma empresa controla mais este processo e isso muda totalmente a forma de se fazer comunicação, permitindo inclusive que as empresas se comuniquem de forma personalizada, rápida e barata com os clientes, mas também permite que qualquer um possa falar mal dela.

NA AVALIAÇÃO DO SENHOR AS EMPRESAS E OS PROFISSIONAIS ESTÃO PREPARADOS PARA A COMUNICAÇÃO DIGITAL?

Tempos um longo caminho pela frente. Nós até entendemos que as empresas são mais lentas neste processo, mas as agências, que são especialistas em comunicação, não deveriam ser. Há até agências de marketing viral (especializadas em campanhas de marketing na internet), mas a maioria ainda está usando o formato tradicional de mídia, de divulgação em veículos de comunicação de massa e não está dando a devida atenção à internet. O gestor de comunicação, seja ele de uma empresa ou de uma agência, tem que aprender a lidar com essas ferramentas. Não digo que será o fim das mídias convencionais, mas isso muda a forma de se relacionar com o mercado. É um processo irreversível. ■

SICOOBNET PESSOAL

ativa

Tecnologia prática e segura
usada a seu favor.



O SICOOBNET é a maneira rápida e segura para ter acesso aos serviços do SICOOB pela internet. Com o SICOOBNET, você pode realizar consultas e movimentações financeiras com toda a comodidade que somente o SICOOB pode lhe oferecer.



SICOOB
Metropolitana

APAE: 45 ANOS

Desde sua fundação, em 1964, a Escola Modelo Companheiro Leonino Diogo Zuliani (Apae Maringá) tem o objetivo de promover o bem estar e o desenvolvimento de pessoas com deficiência intelectual ou múltipla e de estimular os estudos e pesquisas relativas à causa. A entidade trabalha com educação infantil, ensino fundamental, educação profissional e alfabetização de jovens e adultos e atende 929 alunos (quando foi fundada eram apenas quatro professores e 13 alunos). Saiba mais sobre a escola, como ser voluntário e como ajudar por meio do site www.maringa.apaebrasil.org.br ou agendando uma visita pelo telefone (44) 3227-4128.

INAUGURAÇÃO DO CATUAÍ

Está marcada para outubro do ano que vem a inauguração do Catuaí Maringá, que deverá gerar dois mil empregos diretos e seis mil indiretos. O anúncio foi feito pelo diretor-presidente do grupo, Alfredo Khouri, durante coletiva de imprensa em 25 de agosto. O empreendimento está sendo construído em um terreno de 130 mil metros quadrados, sendo 51 mil metros de área do shopping. Serão 215 lojas, além um centro de diversão, seis salas de cinema e estacionamento com 1.650 vagas. Serão investidos R\$ 180 milhões.



PUBLIFEST

Entre 19 e 21 de outubro será realizada mais uma edição do Publifest – Festival de Propaganda de Maringá. Será das 19 às 23 horas, no auditório Dona Etelvina, no Centro Universitário de Maringá (Cesumar). São esperadas dezenas de profissionais do mercado publicitário e estudantes de Maringá e região. Mais informações pelo telefone (44) 3031-2244.

SEGUNDA EM GERAÇÃO DE EMPREGOS

Maringá foi o segundo município paranaense que mais gerou empregos entre setembro de 2008 e junho deste ano. A constatação é do Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (Ipardes). O primeiro lugar no ranking ficou com Curitiba. A análise do instituto ainda apontou que 242 municípios do Paraná tiveram saldo positivo de empregos ou permaneceram estáveis, totalizando 13.922 novos postos de trabalho. Aproximadamente 80% deste saldo foi gerado por 43 municípios, como Araucária, Londrina, Cascavel, Campo Mourão, Foz do Iguaçu e Pato Branco.

ENCONTRO DE PROFISSIONAIS CRISTÃOS

O Instituto Paqto realizará nos dias 16 e 17 de outubro o III Encontro de Profissionais Cristãos. Será na sede do Sindicato do Vestuário de Maringá e deverá reunir empresários, executivos e profissionais liberais de qualquer religião. O objetivo será discutir valores éticos e de cidadania e promover uma plataforma de networking entre empresários e profissionais cristãos. Haverá palestras e debates. Estão confirmadas as presenças do presidente da Câmara de Comércio Cristão Internacional do Brasil, Klaus Dieter Siebert, e do empresário curitibano Haroldo Isaak. Mais informações e inscrições (que custam R\$ 90) pelo telefone (44) 3033-4060 e pelo www.encontro.paqto.com.

NOVA GERAÇÃO DE BANDA LARGA

A GVT lançou uma nova geração de banda larga no início de agosto. São seis velocidades, de 3Mbps a 100 Mbps, com valores a partir de R\$ 49,90 por mês. Os preços são válidos para aquisição dos serviços nos pacotes Unique e Smart Maxx e, dependendo da velocidade escolhida, o cliente ganha o modem e conta com instalação assistida. O serviço está disponível em 73% das cidades cobertas pela empresa, inclusive Maringá, e 90% do mercado de banda larga da GVT.



Bulla Jr.

MODA MIX

Cerca de 15 mil compradores de cinco estados brasileiros, incluindo o Paraná, participaram da 4ª edição do Maringá Moda Mix, realizado pela Associação dos Shoppings Atacadistas do Vestuário de Maringá entre 2 e 7 de agosto. O evento contou com a participação dos shoppings Vest Sul, Avenida Fashion, Maringá Vest, Feira Vest Mercosul e Portal da Moda e teve como objetivo apresentar a coleção verão 2010, que foi inspirada na cultura tribal. Os atores globais Murilo Rosa e Flávia Alessandra participaram dos desfiles das coleções. Os participantes também puderam comprar as peças criadas pelas indústrias locais a pronta entrega. Os shoppings atacadistas de Maringá contam com 500 lojas e geram cerca de 15 mil empregos diretos. A próxima edição do Moda Mix está agendada para março do ano que vem.

PRIMEIRA CARGA INTERNACIONAL

Maringá recebeu o primeiro avião de cargas internacionais em 11 de agosto. A aeronave, que fez conexão direta de Miami, pousou com 38 toneladas de equipamentos eletrônicos e retornou para a cidade norte-americana com quatro toneladas de materiais de confecção. O pouso foi acompanhado por lideranças políticas e empresariais. Em princípio, os voos serão quinzenais e a expectativa é receber cem toneladas de cargas por mês. Quem administra o Terminal de Cargas é a empresa Maringá Armazéns Gerais, que ganhou uma licitação e investiu cerca de R\$ 4 milhões na reforma e aquisição de equipamentos. O aeroporto de Maringá é o terceiro do sul do país a operar cargas internacionais.



Rafael Silva

OLIMPÍADAS ESCOLARES

Maringá será uma das sedes das Olimpíadas Escolares 2009, considerada a maior competição estudantil do Brasil. Também realizada em Londrina, as Olimpíadas acontecerão de 5 a 15 de novembro e ocuparão as principais praças de esportes do município. São esperados cerca de 1,5 mil atletas de todo o país em nove modalidades: atletismo, basquete, futsal, handebol, judô, natação, tênis de mesa, vôlei e xadrez. Cada delegação será composta, em média, por cem estudantes, de 15 a 17 anos. A competição será uma iniciativa do Ministério dos Esportes em parceria com o Comitê Olímpico Brasileiro (COB), com o apoio das Secretarias Municipais de Esporte.

Heltor Marcon



MOSTRA DE DECORAÇÃO

Até o dia 20 de setembro está sendo realizada a ArtHouse, primeira Mostra de Tendências de Arquitetura e Decoração. São 23 espaços, incluindo cozinha, jardim, spa e *home office* projetados por arquitetos e designers de interiores de Maringá e região. O evento, que é uma realização da Jump Comunicação e Contemporânea Arquitetura, acontece na rua Tomé de Souza, 261, zona 2, em Maringá. O ingresso custa R\$ 10 ou R\$ 15 com direito a uma revista sobre a mostra e tendências em arquitetura. O horário de funcionamento da mostra é 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 site www.arthousemaringa.com.br

DE OLHO NO MERCADO EXTERIOR

Com o objetivo de fomentar as exportações entre as empresas locais de tecnologia da informação, foi realizado em Maringá no dia 12 de agosto, na sede da ACIM, o primeiro Workshop de Exportação de Software. O evento foi uma realização do Arranjo Produtivo Local (APL) do setor, da Software By Maringá e do Sebrae-PR. Com participação gratuita, o workshop reuniu representantes de 30 empresas locais e teve entre os palestrantes a gerente da Sociedade Brasileira para a Promoção da Exportação de Software (Softex), Ana Lúcia Roth, o consultor regional do Brazil It, Izoulet Cortes, e o também gerente da Softex, Austregésilo Gonçalves.

E se depender dos números, as empresas estão certas em apostar no mercado internacional. Segundo dados da Softex, o mercado de tecnologia da informação brasileiro ocupa a 12ª posição no ranking de empresas mundiais do setor, mas mais de 60% das empresas paranaenses vendem exclusivamente para o mercado interno.



Rafael Silva

VOCÊ FAZ PARTE DE MUITAS HISTÓRIAS.
UMA ESPECIAL ESTÁ DE VOLTA.



VOCÊ É PARTE DA NOSSA HISTÓRIA.

Agora
é hora!

Praça Manoel Ribas, 194 - Informações: 44 3025 7373 - www.carwash.com.br

Mercado cultural pulsante

MARINGÁ CONSOLIDA UMA AGENDA CULTURAL: HÁ ORQUESTRAS, FESTIVAIS DE MÚSICA, DE CORAIS E DE CINEMA E, EM BREVE, CIDADE CONTARÁ COM CURSOS DE GRADUAÇÃO EM ARTES CÊNICAS E ARTES VISUAIS; LEI DE INCENTIVO ABRE CAMINHO PARA AUMENTAR A PRODUÇÃO, MAS ARTISTAS AVALIAM QUE É PRECISO CONQUISTAR MAIS PÚBLICO E APOIO DA INICIATIVA PRIVADA

No decorrer da última década, a produção cultural de Maringá se fortaleceu, surgiram novos festivais e eventos permanentes, mais produtores culturais passaram a atuar na cidade, duas orquestras foram consolidadas e vários músicos começaram a levar o nome de Maringá para todo o país. No meio do caminho, a criação da Lei Municipal de Incentivo à Cultura injetou recursos importantes para fomentar o trabalho dos artistas.

Realizado há 31 anos, o Festival de Música Cidade Canção (Femucic), o evento cultural mais tradicional de Maringá, já havia deixado de ser o único grande festival da cidade com projeção nacional em 1995, quando aconteceu o primeiro Festival Internacional de Corais, que este ano chegará à 14ª edição. Com uma história um pouco mais longa, de 20 anos, o Festival Nipo-Brasileiro também tem crescido e possui todos os ingredientes para ganhar fama nacional.

Projetos mais alternativos, como o Festival de Bonecos de Maringá (Festebom), que em agosto trouxe grupos de várias cidades do Paraná, São Paulo e Santa Catarina, também têm perspectivas

de crescer e incentivar a participação de mais gente na arte dos bonecos. Com três anos, o Festebom poderá percorrer o mesmo caminho de crescimento trilhado há seis anos pelo Festival de Cinema de Maringá, um dos principais do gênero no sul do Brasil.

“É um projeto que tem sido visto com credibilidade, conta com a participação de vários nomes de peso e já conquistou importância nacional”, avalia o consultor cultural, cineasta e coordenador do Festival de Cinema, Pery de Canti. Ele afirma que o Festival é um projeto complexo, que só existe em razão da participação pública e dos empresários, por meio da Lei Nacional de Incentivo à Cultura. “É preciso captar recursos incentivados e não incentivados. Mas hoje, apesar das dificuldades deste processo, estou otimista com o mercado e torço para que os colegas da área tenham êxito. Na cadeia da produção cultural, quanto

MARINGÁ CONTA COM VÁRIAS OPÇÕES DE APRESENTAÇÕES CULTURAIS, ORGANIZADAS PELO PODER PÚBLICO, INSTITUIÇÕES DE ENSINO E INICIATIVA PRIVADA

Fotos/Arquivo UEM e Prefeitura





mais público se consegue, mais os empresários se interessam em apoiar”, considera.

Dentro deste conceito de formação de plateia, além da iniciativa dos produtores, vale destacar em Maringá eventos que se tornaram permanentes como o Convite à Música, Convite à Dança e Convite ao Teatro realizados pela Secretaria Municipal de Cultura. “É importante manter a oferta de vivência cultural para a população, que vai se habituando cada vez mais”, avalia a secretária da Cultura, Flor Duarte.

Ela acredita que o calendário cultural de Maringá tem se fortalecido a cada ano, tanto por conta dos espetáculos que passaram a incluir a cidade nas turnês, como pela existência de uma maior oferta de produções locais. “Temos muitos artistas com talento e podemos perceber que a produção aumenta nitidamente. Também acredito que sempre é possível incentivar mais gente a fazer arte. Um ponto positivo que temos é a grande diversidade. A lei municipal de incentivo beneficia cerca de 20 projetos a cada edição e temos produções teatrais, de dança, música, literatura, cultura popular, entre outros”, exemplifica.

Na avaliação de Canti, que participou das discussões para a concepção da lei municipal de incentivo e da criação do Conselho Municipal de Cultura, a cidade vive um momento favorável. “A cultura em Maringá, como um todo, registrou um crescimento exponencial nos últimos oito anos, em grande parte, motivada pela lei de incentivo”, diz. Para melhorar, considera o produtor, bastam mais investimentos e a descentralização das políticas de cultura. “Tem que aplicar mais recursos, conseguir mais espaço na mídia e levar

a produção onde a comunidade se encontra”, considera.

FAMOSOS

Há dez anos, quando chegou a Maringá, o empresário e ator Ben-Hur Prado tinha a intenção de se afastar do teatro. Não conseguiu, já que poucos meses depois de se estabelecer na cidade recebeu uma ligação do ator e amigo Luís Gustavo. “Ele estava em cartaz com a peça ‘Luís Gustavo em Saíndo de Baixo’ e se ofereceu para fazer uma apresentação em Maringá. Eu havia notado que aqui praticamente não existiam espetáculos e decidi apostar”.

O negócio deu certo, Ben-Hur não parou mais e dezenas de atores famosos vieram se apresentar na cidade. Atualmente, a cada ano, o produtor traz a Maringá em média seis apresentações teatrais com atores famosos ou superproduções. Além disso, ele realiza cerca de sete shows dentro do projeto “Pizza com Graça”, no Farol Brasil, pizzaria que abriu logo que mudou para a cidade.

A infraestrutura do Teatro Marista e do Teatro Calil Haddad, na avaliação do empresário, permite a realização de grandes espetáculos. “Raramente estes dois teatros não comportam uma peça. Eles são fantásticos e ajudaram muito a colocar Maringá no roteiro das grandes peças”, avalia.

E a cidade também tem público suficiente para garantir a viabilidade das apresentações, considera Ben-Hur. “Há dez anos, quando comecei, conseguíamos um público de cem a 150 pagantes. Construímos o hábito e hoje são raras as peças que não lotam o teatro”, considera.

O organizador de eventos e proprietário da Tasa Eventos, Sérgio Takao Sato, avalia que a cidade



Rafael Silva

RONALDO GRAVINO, REPRESENTANTE DA ORDEM DOS MÚSICOS, CONSIDERA QUE A CIDADE VIROU VITRINE DA MÚSICA SERTANEJA E DESTACA A IMPORTÂNCIA DOS ESTÚDIOS PROFISSIONAIS, DESCONHECIDOS PELA MAIORIA DOS MORADORES

cidade, que ficam nos bastidores. “Artistas vêm gravar em Maringá e o próprio maringaense nem fica sabendo. Recentemente, estivemos no estúdio com os músicos do Bruno e Marrone e do Chitãozinho e Xororó”, conta.

O rock também encontrou seu filão. Nas garagens, centenas de músicos buscam espaço para mostrar os acordes e solos das guitarras, baixos e baterias.

Algumas bandas se destacam, como a Neilton e Hospital Doors. Segundo o produtor artístico e coordenador da Sonic Flowers, Flávio da Silva, tem ganhado projeção também as bandas Inimitável Fábrica de Jipes, que tem dois CD’s e recentemente gravou um DVD, a Betty By Alone, que tem três CD’s gravados, e a Rádio Bandas. “São grupos que são mais valorizados em outras cidades do que em Maringá”, diz.

O que começou como uma noite de discotecagem, em 2004, se transformou em assinatura do rock independente. Silva realiza em média dez shows com bandas de rock do cenário brasileiro mais “alternativo”. “No ano passado registramos uma média de 400 pessoas por show. Existe público, o que ainda falta na cidade são novos locais com uma estrutura apropriada para receber estes shows e também abrir espaço para as bandas de Maringá”, avalia.

O produtor se orgulha que durante o Junho do Rock, realizado pela primeira vez este ano numa parceria da Sonic Flowers com o Programa Credencial, ele conseguiu fazer um show de rock no teatro Calil Haddad. “No total foram 15 shows, além de palestras e sessões de autógrafos. No ano que vem, faremos a segunda edição”, afirma.

Música em evidência

O mesmo sertanejo que faz os jovens dançarem nas festas universitárias também tem levado o nome de Maringá para o cenário nacional. É o ritmo que consegue atrair mais público e tem a maior evidência atualmente na cidade, que vai ganhar um Festival de Violeiros. “Maringá virou vitrine da música sertaneja. Já temos a dupla Hugo Pena e Gabriel no cenário nacional e temos Léo e Giba chegando lá. Além disso, a cidade conta com cerca de 80 duplas que disputam um lugar ao sol”, diz o músico, produtor e representante da Ordem dos Músicos em Maringá e região, Ronaldo Gravino.

Ele relata que vários outros artistas da cidade tentam ganhar o Brasil. Gravino, que há 22 anos trabalha com música, também luta por espaço. O cantor tem três músicas dentro do projeto “Garagem do Faustão”, da Rede Globo.

Mas, além do que aparece na mídia, ele destaca a importância dos estúdios profissionais existentes na

ainda tem potencial a se explorar. No começo do mês passado, Sato fez a primeira incursão nesta área. Trouxe a Maringá o espetáculo "Cruel", da Companhia de Dança da coreógrafa Deborah Colker.

O empresário relata que a oportunidade de trazer um espetáculo da premiada coreógrafa surgiu de amizades com produtores culturais de Curitiba, que buscavam cidades que comportassem uma apresentação. "Para mim, foi gratificante produzir um espetáculo deste nível em Maringá. Gostei da receptividade do público e já comecei a fazer os contatos para que a Companhia volte a Maringá no próximo ano com o espetáculo '4x4', que em outubro se apresenta em Nova Iorque", afirma.

ORQUESTRAS

A cidade também conta com duas orquestras: do Centro Universitário de Maringá (Cesumar) e da Universidade Estadual de Maringá (UEM). O coordenador do curso de Cultura e Artes e regen-



Rafael Silva

FLOR DUARTE, SECRETÁRIA DA CULTURA: "TEMOS MUITOS ARTISTAS COM TALENTO E PODEMOS PERCEBER QUE A PRODUÇÃO AUMENTA NITIDAMENTE. TAMBÉM ACREDITO QUE SEMPRE É POSSÍVEL INCENTIVAR MAIS GENTE A FAZER ARTE"

te da orquestra do Cesumar, Davi Oliveira, veio de Belo Horizonte, em 2003, com o desafio de consolidar uma orquestra. "Nestes seis anos conquistamos o prestígio do público. Hoje temos uma orquestra profissional que tem feito grandes apresentações para os moradores de Maringá e de toda a região", afirma.

Rafael Silva

Maringá conta com 200 artesãos

O artesanato é outra arte que busca espaço e reconhecimento. E como acontece com as artes plásticas é a venda do trabalho artístico que permite a continuidade da criação. De acordo com a secretaria de Desenvolvimento Econômico, existem cerca de 200 artesãos em Maringá, distribuídos em associações como a Artemar, Arte da Terra, Artcic, Santo Antônio, Maria do Ingá, além do grupo TEMM, sigla que vem do projeto Trabalho de Encaminhamento de Menores de Maringá.

Os produtos são diversificados e podem ser vistos nas Feiras da Agroindústria, na Festa da Canção, na Expoingá, na Festa das Nações, além de outros eventos como o Natal Ingá e a Feira Nacional e Internacional do Artesanato, que teve a primeira edição realizada neste ano.

"Também é interessante destacar a Feira da Seresta, realizada todas as quartas-feiras, que foi criada para estes artistas. E que em breve, com a inauguração do Mercado Popular, será incrementada", avalia o secretário de Desenvolvimento Econômico, Valter Viana.



O CINEASTA PERY DE CANTI, QUE ORGANIZA O FESTIVAL DE CINEMA, ACREDITA QUE É PRECISO MAIS INVESTIMENTOS EM CULTURA E "LEVAR A PRODUÇÃO ONDE A COMUNIDADE SE ENCONTRA"

Com um repertório que privilegia as músicas sinfônicas, a orquestra também apresenta temas de filmes e músicas mais populares, mais conhecidas pelo público em geral. Sem contar detalhes, Oliveira diz que haverá novidades. “O que posso dizer, por enquanto, é que faremos várias apresentações com entrada gratuita até o fim do ano”, diz.

A Orquestra do Cesumar tem cerca de 40 integrantes, aproximadamente o mesmo número de músicos que compõem a Orquestra da UEM, criada informalmente em setembro de 2008 por alunos do Departamento de Música da instituição e que no primeiro semestre deste ano realizou a primeira apresentação oficial. O objetivo é ofe-

Do cinema ao teatro

Há nove anos o produtor cultural Paulo Campagnolo criou em Maringá o projeto “Outro Olhar”. Uma proposta que já possibilitou a exibição de 750 filmes de arte, entre obras clássicas e contemporâneas, em cinemas e anfiteatros de Maringá. Atualmente, as exibições acontecem no Auditório Hélio Moreira, mas em breve devem voltar para as grandes telas. “As sessões são seguidas de debates. Buscamos uma aproximação do público com as obras e uma reflexão do trabalho”, conta.

Com o mesmo objetivo de levar a reflexão sobre temas mais sérios

que na maioria das vezes são deixados de lado, Campagnolo conseguiu aprovar através da Lei Municipal de Incentivo à Cultura o espetáculo “Em meio aos escombros – um projeto para teatro”. “São escombros de sentimentos, histórias, fatos e da violência cotidiana”, pincela. O produtor que assina a maioria dos textos e a direção do espetáculo, que é dividido em cinco atos, afirma que o apoio público e privado é fundamental. “Em agosto, cumprimos nosso compromisso com a lei de incentivo. Para setembro, deveremos ter novas apresentações”.

Rafael Silva



recer oportunidades no mercado de trabalho e desenvolver música de qualidade com um repertório camerístico e sinfônico.

O chefe-adjunto do Departamento de Música da UEM e regente da orquestra, Rael Bertarelli Gimenes Toffolo, afirma que além de fortalecer o curso e abrir espaço para os estudantes, a orquestra chegou para propiciar um produto cultural diferenciado. “As apresentações de orquestras em Maringá sempre foram raras e, quando aconteciam, fal-

tava espaço para acomodar o público. No nosso concerto de lançamento muita gente não conseguiu entrar. Existe uma demanda reprimida na cidade”, considera.

Ainda neste ano, a Orquestra da UEM fará uma turnê em todos os campi da instituição. “Também pretendemos fazer mais concertos na cidade”, relata. Outra oportunidade, mais informal de ver e ouvir o trabalho dos músicos é no Teatro Oficina da UEM, onde a orquestra faz ensaios abertos ao público nas noites de quinta-feira.

GRADUAÇÃO EM ARTE

A mesma UEM que conta com uma orquestra também deverá oferecer cursos de graduação de Artes Cênicas e de Artes Visuais a partir de 2011. São duas propostas didáticas que devem fomentar ainda mais o mercado cultural da cidade. O ator da Companhia Circo Teatro Sem Lona e diretor de Teatro da UEM, Pedro Ochôa, que participa da comissão para a criação do curso de Artes Cênicas, se

O EMPRESÁRIO BEN-HUR PRADO TINHA PLANOS DE SE AFASTAR DO TEATRO, MAS NÃO CONSEGUIU; HOJE ELE TRAZ À CIDADE SEIS APRESENTAÇÕES COM ATORES FAMOSOS POR ANO: “SÃO RARAS AS PEÇAS QUE NÃO LOTAM O TEATRO”

mostra otimista. “Estamos idealizando este curso com as melhores condições e acreditamos que tenhamos uma boa estrutura”, diz.

Ochôa relata que uma das primeiras lutas indiretas do curso é para que seja construída a Concha Acústica da UEM, próxima ao Restaurante Universitário. “O custobenefício de uma obra desta é muito grande. O local poderia receber eventos e propiciar arte para os universitários e para a cidade”, avalia. De acordo com o ator e diretor de teatro, a universidade já é uma grande produtora de cultura da cidade e a tendência é o crescimento. “Em outubro mesmo teremos a quinta edição da temporada universitária, com apresentações de teatro, danças e música”.



Rafael Silva

COM DIFICULDADE PARA VENDER SUAS OBRAS, A ARTISTA LILIA LOBO DECIDIU PARAR DE PRODUIR: “NINGUÉM PAGA O QUE VALEM OS QUADROS”



**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.

ACIM

Informe-se:
[44] 3025-9595
www.acim.com.br

www.acim.com.br



Rafael Silva

O ARTISTA PLÁSTICO ADEMIR KIMURA ACREDITA QUE FALTA UMA EDUCAÇÃO VOLTADA PARA A ARTE NO BRASIL: "O PÚBLICO VAI VER AS OBRAS, APRECIA O TRABALHO, MAS NÃO ENTENDE QUE UMA OBRA É PARA SE CONSUMIR"

Segundo Ochôa, entre o final dos anos 70 e o final dos anos 80, Maringá chegou a ter um cenário interessante de teatro, que só nos últimos anos, começa a ser retomado. "A lei de incentivo trouxe um amadurecimento das pessoas em relação à política cultural. A cidade é bem servida de teatros, mas esta arte poderia ser mais prestigiada. Acredito que falta divulgação das produções locais para atrair o público", afirma.

ARTES PLÁSTICAS

E há quem encontre dificuldades para sobreviver da arte. Auto-didata, a artista Lilia Lobo, que trabalha com a pintura primitiva, afirma que parou de produzir há pouco mais de um ano. O desânimo veio do acúmulo de obras nas paredes da sala e do quarto da casa onde mora. Ela diz que cansou de participar de exposições, onde todos admiram, mas ninguém ou quase ninguém compra. "Tenho trabalhos que foram leva-

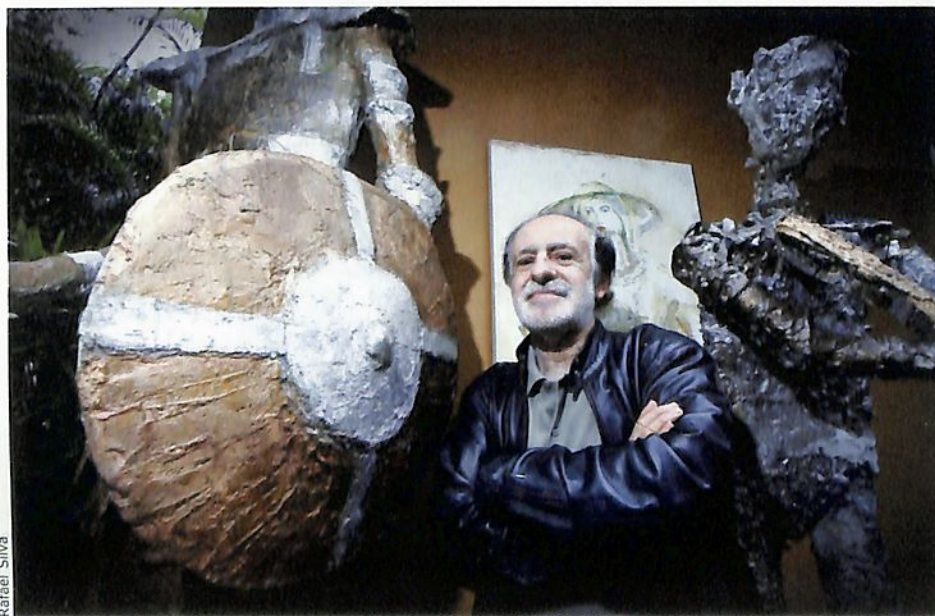
dos para várias partes do mundo, de gente que visitou Maringá e comprou um quadro".

Mas a artista, que há alguns anos passou por um momento mais difícil que o atual, diz que durante uma feira à qual havia sido convidada a mostrar os quadros, preferiu reco-

lher latinhas. "Era mais difícil vender um azulejo pintado de R\$ 10 do que recolher quatro quilos de alumínio para ganhar R\$ 16. Os quadros, então, ninguém paga o que valem", diz. Na avaliação de Lilia, seria interessante criar um projeto para transformar o trabalho dos artistas maringaenses em *souvenir* e quem sabe em material escolar. "Os artistas poderiam ganhar um percentual pelo uso da imagem da obra", considera.

O artista plástico e empresário Ademir Kimura diz que viver de arte seria um sonho. Ele concorda com Lilia sobre a dificuldade de vender um trabalho. Na opinião de Kimura, esta dificuldade ocorre em todo o país, porque falta uma educação para a arte, que deveria ser contemplada nas escolas. "O público vai ver as obras, aprecia o trabalho, mas não entende que uma obra é para se consumir, para levar para casa", diz.

Kimura acredita que se 1% das famílias de Maringá comprassem ao menos uma obra ao ano, já se criaria um mercado e abriria portas para outros artistas se dedicarem à arte.



Rafael Silva

O PINTOR E ESCULTOR ZANZAL MATTAR APOSTA NA DIVULGAÇÃO DO TRABALHO NA INTERNET E ACREDITA QUE O ARTISTA SEMPRE TEM QUE OFERECER NOVIDADE PARA ATRAIR O PÚBLICO

“Na entrada dos prédios da cidade, normalmente têm quadros de mau gosto nas paredes. Se todos consumissem obras de arte realmente, já se abriria um mercado”, avalia.

Com 35 anos de história no mundo das artes, o pintor, muralista e escultor Zanzal Mattar avalia que houve uma evolução nos últimos anos. Para ele, ser artista é como se dedicar a qualquer outra profissão. “Tem que participar e criar novidades. Mostrar o trabalho para o público. O resultado é o reconhecimento e, se agrada 10%, já está bom”, diz. Além das obras espalhadas por Maringá e dezenas de outros lugares, Zanzal também aposta na internet como caminho de divulgação. “As obras ficam mais conhecidas. Já o resultado financeiro, vai depender de cada trabalho”. ■

Leis e empresas em prol da arte

Em Maringá, a Lei Municipal de Incentivo à Cultura tem um edital, normalmente lançado a cada ano, em que os empreendedores culturais são convidados a apresentar os projetos, que são analisados por uma comissão. Os aprovados realizam o projeto com o patrocínio da prefeitura. “A lei é para produtores culturais residentes em Maringá há pelo menos dois anos. O programa contempla tanto produtores profissionais como iniciantes”, explica a secretária da Cultura, Flor Duarte.

Na avaliação do consultor cultural Pery de Canti, o uso da legislação exige conhecimento. “Como qualquer lei é uma interpretação e isto demanda certificação profissional. O bom uso desta lei cresceu muito no mercado e vários produtores se qualificaram. Agora, como em qualquer mercado, existe a competitividade pelos recursos”, avalia.

Para o regente da Orquestra da UEM, Rael Bertarelli Gimenes Toffolo, a continuidade da evolução da cultura no Brasil demanda uma mudança de conceito da iniciativa privada, que já começa a entender que investir em arte dá retorno. “Os empresários não se acostumaram que a cultura também é um negócio profissional e quem investe num produto cultural bem feito, com rigor ético e técnico, tem retorno”, afirma.

Personalizados 2009

Emocione!
Conquiste! *Surpreenda*

PRESENTEIE NESTE FIM DE ANO COM VINHOS PERSONALIZADOS.

Além de divulgar sua marca, você surpreende, emociona e conquista clientes, parceiros, amigos e colaboradores.

Faça seu pedido

De 20/08 a 30/11

(44) 3262-0082

personalizados@intervin.com.br - 0800-44-8008



ADEGA BRASIL
Vinhos e Destilados



Av. Dr. Luis Teixeira Mendes, 952 - (44) 3262-0082 - Maringá/PR - www.intervin.com.br - intervin@intervin.com.br

O MERCADO DE PET SHOPS TEM CRESCIDO NA CIDADE, ONDE JÁ EXISTE QUASE UMA LOJA PARA CADA MIL HABITANTES;

EMPRESÁRIOS PROCURAM OFERECER DIFERENCIAIS PARA CONQUISTAR E MANTER CLIENTES DIANTE DA CONCORRÊNCIA APERTADA

Um saco de ração de boa qualidade, dois banhos por mês e um pacote de biscoitos são cuidados básicos para um cão e custam cerca de R\$ 150, Mas quem tem um animal de estimação pode gastar mais. O valor ajuda a explicar o grande número de pet shops abertos nos últimos anos em Maringá. A estimativa é que existam de 250 a 300 empresas do gênero na cidade. É uma média de quase uma loja para cada mil habitantes.

Mas ao mesmo tempo em que a concorrência começa a acirrar, donos de pets avaliam que ainda há mercado a ser conquistado. “Ainda vemos muitos cães mal cuidados nos quintais, que não tomam banho e são alimentados à base de comida, e não de ração”, afirma a sócia do Cat Dog Pet Shop, Cássia Tatiana Merlotto. A empresa fica no Jardim América, onde existem mais quatro pets em funcionamento.

Para driblar a concorrência, Cássia se concentra em dois aspectos principais: ter sempre um diferencial para oferecer aos clientes e participar do Núcleo Setorial de Pet Shops, do Programa Empreender, ligado a ACIM, onde cultiva uma parceria sadia e van-

Serviços especializados



Rafael Silva

TRATAMENTO VIP: EM MARINGÁ, OS BICHOS DE ESTIMAÇÃO PODEM CONTAR COM VÁRIOS MIMOS OFERECIDOS PELAS EMPRESAS LOCAIS; ATÉ UM SPA DEVERÁ SER ABERTO NO ANO QUE VEM

tajosa com outros empresários do ramo. Criado em maio de 2007, o grupo é formado atualmente por nove empresas. É pouco pela quantidade de pet shops da cidade, mas quem participa garante que vale à pena.

“O Empreender é muito importante. Ajudamos e somos ajudados na administração das lojas. Às vezes nos deparamos com um problema que outro empresário já passou e conseguiu solucionar”, exemplifica. Em relação aos diferenciais, Cássia cita a participação

recente em uma feira latino-americana do setor em São Paulo. “Trouxe do evento um adesivo indiano para cães. Algumas clientes ligaram para agradecer e disseram ter adorado”, relata.

A médica veterinária e proprietária, há quatro meses, do Happy Dog, Renata Paes Corazza, diz que, depois de investir na compra de uma empresa já estruturada, resolveu procurar o núcleo setorial para aprender e buscar o crescimento em parceria. “É bom para todo mundo, pois fortalece o setor. Pas-

s para pets



samos a ter mais ideias e existe a possibilidade de fazermos compras conjuntas”, conta ela, acrescentando que a equipe do pet shop conta com três pessoas.

O técnico agrícola, zootecnista e médico veterinário Marcos Horácio de Souza revela que também pretende buscar espaço neste setor. Mas ele não quer brigar diretamente com as dezenas de pet shops existentes. Souza avalia que, no momento atual do setor, a melhor opção é oferecer serviços especializados e, por isso, abrirá até 2010 uma espécie de spa para animais de estimação.

“Vai ser um hotel, mas com produtos e serviços adicionais agre-



Rafael Silva

LUIZ BALDEZ MONTOU UMA HOSPEDAGEM EXCLUSIVA PARA CACHORROS, QUE CONTA COM PISCINA; NO FINAL DO ANO É NECESSÁRIO FAZER RESERVA ANTECIPADA

gados”, adianta. Ele acredita que existe demanda, já que muitos animais de estimação são tratados como filhos e tem muita gente disposta a pagar para viajar tranquilo enquanto deixa o animal “sozinho”. “Acredito que este é um momento oportuno para investir”, considera.

CLUBE DE CÃES

Luiz Baldez deixou São Paulo para ter uma vida mais tranquila e também busca dar qualidade de vida aos animais. Há seis anos, o adestrador montou em Maringá o Clube de Cães Recanto São Francisco. “Temos um lugar amplo, com espaços diferenciados. E quando o dono vem hospedar o cachorro deixamos claro: o animal vai ter contato com grama e areia. Vai se sujar, brincar, interagir com outros animais”, diz.

Além de mudar a rotina dos bichos, num verdadeiro clube que tem até piscina, Baldez se preocupa com a saúde dos hóspedes.

Três dicas para criar um cão

Exercício, disciplina e carinho. Na avaliação do adestrador Luiz Baldez, estes são três aspectos fundamentais para um cão viver bem. “O cão precisa se exercitar muito, ter uma rotina com disciplina e ganhar carinho. A mentalidade deles é fabricada para funcionar assim”, afirma.

O motivo, segundo Baldez, é que os cães são descendentes diretos dos lobos, animais que tinham uma rotina diária com exercícios na hora da caça, uma atividade feita sempre num determinado horário, com disciplina, e que, ao final do dia, se unem uns aos outros em busca de carinho.

Baldez aponta que muitos cães acabam estressados porque recebem apenas carinho, carinho e carinho. “Tem pouco exercício. Um animal que vive num apartamento precisaria passear duas a três vezes ao dia e não apenas uma vez na semana. O exercício garante ao cachorro melhor qualidade de vida”, considera.

“Somos muito rigorosos com a vacinação. Tem que estar com o vermífugo em dia, com antipulgas. Em locais com muitos cachorros, temos que ser exigentes para evitar os riscos”, afirma. E Baldez não tem porque reclamar do mercado. “No final de ano chega a ter lista de espera. Normalmente, para hospedagens entre dezembro e fevereiro, fechamos com antecedência”, conta. O clube tem capacidade para hospedar 70 cães e as diárias custam entre R\$ 25 e R\$ 50.

Para os donos de cães, Baldez também orienta o que é preciso fazer para que os animais não sofram com a ausência da “família”. “Peço sempre para o dono, independente de onde for levar ou deixar hospedado, não modificar a ração, levar a cama e os brinquedos do animal e também é interessante deixar uma camiseta com o cheiro do dono. São medidas que diminuem a ansiedade”, aponta.

No Clube de Cães Recanto São Francisco acontece uma espécie de recreação aos sábados. “Em



Rafael Silva

RENATA CORAZZA, DO HAPPY DOG: DONOS PODEM ACESSAR A INTERNET E VER O BICHO DE ESTIMAÇÃO POR CÂMERAS, ALÉM DISSO O PET SHOP CONTA COM MAIS DE TRÊS MIL ITENS DE ACESSÓRIOS

Maringá, não existem áreas onde é possível soltar os cães com segurança, como os parques existentes em São Paulo, Curitiba e Rio de Janeiro. Então, muitos donos trazem os cachorros aqui para brincar, ter contato com outros bichos e desestressar”, diz.

Além do clube e de serviços de adestramento, Baldez faz trabalho voluntário com cães terapeutas e de resgate. Os primeiros, levados até hospitais e asilos, por exemplo, ajudam a dar tranquilidade

aos internos e pacientes. “É comprovado que a presença de um cão no local reduz a ansiedade e os batimentos cardíacos de um paciente”, conta.

Com relação aos resgates, o adestrador relata que, em parceria com o Corpo de Bombeiros, tem treinado animais para ajudar em buscas. “São cães farejadores que podem ser usados para achar pessoas perdidas”, afirma.

VARIEDADE PARA OS BICHINHOS

Em cada pet shop é possível encontrar uma novidade. De bijuterias a roupinhas, de florais a kit de higiene dental. De acordo com Renata Corazza, do Happy Dog, existem clientes que gastam muito com acessórios e bijuterias. Só na loja dela são cerca de três mil itens. No entanto, ela afirma que a venda destes produtos mais “supérfluos” acompanha o desempenho da economia.

“Ração, brinquedos, petiscos em geral vendem sempre bem. Já os acessórios têm menor procura em períodos de crise”, conta. A sócia do Cat Dog, Cássia Merlotto, afirma que busca oferecer o máximo de acessórios possíveis e, que principalmente quem tem cachorros

Rafael Silva



A PROPRIETÁRIA DO CAT DOG PET SHOP, CÁSSIA TATIANA MERLOTTO, UMA DAS INTEGRANTES DO NÚCLEO SETORIAL, INVESTIU NUMA ESPÉCIE DE VITRINE PARA QUE OS CLIENTES POSSAM ASSISTIR AO BANHO DOS CACHORROS E GATOS

pequenos, compra muito. "Com a queda na temperatura, vendemos muitos cachecóis neste inverno", diz.

Cássia destaca na loja o investimento feito no setor de banho e tosa. A divisória de vidro funciona como uma vitrine. "O cliente pode ver o animal de estimação durante o banho e vai ter a certeza de que é bem tratado", diz.

Deixar o cliente ter acesso visual ao animal também é um diferencial oferecido por Renata. "O nosso serviço de hospedagem inclui câmeras para que a pessoa acesse a internet para ver seu animal de estimação". A diária custa R\$ 20. Já os serviços de banho e tosa tem clientela cativa. Em média, passam por semana no pet shop para a realização do serviço de 40 a 45 cachorros. ■

De adestrador a dono de zoológico

Maringá pode ganhar um minizoológico e, se depender, do adestrador e empresário Ary Marcos Borges da Silva, o empreendimento sairá do papel o mais rápido possível. "Criei um instituto e, agora, vou buscar o apoio do poder público para conseguir uma área maior. Creio que consiga logo, porque a cidade comporta", avalia. Atualmente, Silva cria animais exóticos. "Comecei há cerca de cinco anos, quando apareceu a oportunidade de comprar um casal de tigres. Hoje, temos nove tigres e três leões", conta.

O empresário diz que foi um desafio mudar o foco dos negócios (inicialmente era apenas um canil), mas deu certo. Além de ganhar com as visitas, consegue fechar contratos para comerciais, filmes e novelas. "Tem dado resultado, até mesmo para o canil, porque as emissoras sempre nos convidam e conseguimos estar na mídia, em evidência", diz. Outro foco do trabalho de Silva é treinar animais para ações de segurança pública, como farejar drogas. "Há 20 anos atendemos o pessoal da Ponte da Amizade", afirma.



Ajude a desenhar um mundo mais legal e ainda concorra a muitos prêmios!

Participe! É só comprar um adesivo. Você ajuda diversas instituições e ainda concorre a prêmios muito bacanas.

Procure a instituição de sua preferência.



Tramita no Supremo Tribunal Federal (STF) uma ação que pode tornar válida, novamente, uma convenção da Organização Internacional do Trabalho (OIT) que tira das empresas o direito de demitir – sem muitas consequências – um funcionário sem que seja por justa causa, o que poderá causar na avaliação de magistrados e advogados uma enxurrada de processos trabalhistas.

Antes mesmo de qualquer alteração na legislação vigente, a Justiça do Trabalho do Paraná registrou um aumento de 10% no número de novos processos nos primeiros meses do ano. De janeiro a abril, foram ajuizados 37.868 processos nas 82 Varas do Trabalho do Estado, contra 34.355 no primeiro quadrimestre de 2008. Uma realidade que preocupa quem emprega e para a qual cabe o velho ditado: “é melhor prevenir do que remediar”.

Empresários sabem que, mesmo quando existe o empenho em cumprir a legislação trabalhista, poderão ter que se defender diante de um juiz das reclamações de um ex-funcionário. Se isso é inevitável, diz o gestor de Recursos Humanos da empresa de consultoria DP Total, Douglas Camillo, é preciso planejamento e investimento para que ocorra o mínimo de vezes possível.

Segundo ele, a empresa que dispõe de um departamento de Recursos Humanos (RH) eficiente e que conta com uma assessoria jurídica atuante terá, como contrapartida, menos incômodo e gastos com ações trabalhistas. “Cada vez mais, empresas sérias estão investindo nestes setores para garantir a qualidade, produtividade e satisfação dos colaboradores”, explica.

Quando não há um investimen-

Para evitar processos

ARQUIVAR DOCUMENTOS COMO CONTRATOS, RECIBOS DE PAGAMENTO E CARTÃO-PONTO AJUDA A EVITAR AÇÕES NA JUSTIÇA; OUTRA DICA DOS ESPECIALISTAS É CONTAR COM UM DEPARTAMENTO DE RH EFICIENTE



Rafael Silva

CONTAR COM UM SERVIÇO DE RH E ASSESSORIA JURÍDICA COMPETENTES PODE EVITAR AÇÕES; TENTAR FAZER UM ACORDO COM O EX-FUNCIONÁRIO TAMBÉM É IMPORTANTE

to nesses setores, diz o consultor, as chances da insatisfação do empregado (demitido ou não) terminarem no tribunal são potencializadas. “Ações trabalhistas geralmente estão relacionadas diretamente ao sentimento de quem levou a conta, ou seja, à sensação de ter sido enganado. As empre-

sas precisam deixar claras as regras do ‘jogo’ e não cometer equívocos como relocar o funcionário de setor e função a toda hora, além de remunerar de forma errada”, comenta Camillo.

Entendidos no assunto sabem que na relação patrão *versus* empregado o melhor é tentar um

trabalhistas

acerto. O entendimento é do juiz aposentado Nacif Alcure Neto. “Isso não significa que o empregado sempre ganha, significa que na maioria dos casos há descumprimento da legislação. Não importa dizer se é por desconhecimento das leis ou por violação deliberada”, esclarece.

Nos 25 anos em que atuou como juiz do Trabalho, uma boa parte deste tempo em Maringá, Nacif Neto se deparou com casos peculiares (ver box), porém, diz ele, na maioria das vezes a ação foi gerada por causa de um dissabor do empregado no momento da demissão. “Livre da subordinação jurídica, o ex-empregado passa a analisar possíveis lesões aos seus direitos. Para minimizar esses aspectos, é relevante o modo como é comunicada a despedida. O diálogo franco, acompanhado da convicção de que não houve lesão aos direitos, pode servir para impedir o ajuizamento de ações”, aconselha.

O empregador precisa entender, revela o juiz, que a Justiça está atenta a artifícios muitas vezes utilizados para driblar a fiscalização e tirar proveito do funcionário. A Justiça não se opõe, diz ele, a práticas como o banco de horas e a criação de cargos de confiança, desde que na prática a legislação – mais flexível a partir da Lei 8.966, de 27 de dezembro de 1994 – seja respeitada.

“O cargo de confiança já serviu para sonegar horas extras. Em tais casos ocorre a desconsideração da formalidade por incidência de interpretação con-



Rafael Silva

“AÇÕES TRABALHISTAS GERALMENTE SÃO RELACIONADAS DIRETAMENTE AO SENTIMENTO DE QUEM LEVOU A CONTA, OU SEJA, À SENSÇÃO DE TER SIDO ENGANADO”, DIZ O GESTOR DE RH DOUGLAS CAMILLO

sentânea com o princípio da primazia da realidade: importa o que realmente ocorre na prática”,

explica Nacif. “Já o banco de horas surgiu como flexibilização dos direitos do trabalhador e pode ensejar debate jurídico constitucional empolgante”.

DIREITO

Principais falhas que podem gerar ações trabalhistas



- 1 Terceirizações irregulares
- 2 Falta de fiscalização, por parte da empresa tomadora de serviços, das obrigações da empresa terceirizada
- 3 Gratificação ou salário disfarçado em participação nos lucros
- 4 Registro em carteira de valor inferior ao que o empregado efetivamente recebe
- 5 Pagamento de horas extras habituais por fora e não incidência dos seus reflexos nas verbas devidas
- 6 Não incidência das comissões nas verbas trabalhistas
- 7 Contratos de trabalho desatualizados ou superficiais, não contemplando questões essenciais da relação de emprego
- 8 Descontos em folha além dos admitidos por lei, sem autorização escrita dos empregados
- 9 Empregados exercendo as mesmas funções, com diferença de tempo de trabalho não superior a dois anos, recebendo salários diferentes
- 10 Duração do trabalho diário superior a dez horas
- 11 Intervalo entre duas jornadas menor do que 11 horas
- 12 Trabalho em feriados e domingos

FONTE: Escritório Petróleo Advogados Associados - São Paulo

ARTE: REVISTA ACIM



Rafael Silva

NACIF ALCORE NETO, JUIZ APOSENTADO: "É RELEVANTE O MODO COMO É COMUNICADA A DESPEDIDA DO FUNCIONÁRIO. O DIÁLOGO FRANCO PODE SERVIR PARA IMPEDIR O AJUIZAMENTO DE AÇÕES"

Logo, fóruns, palestras, debates, seminários são importantes para esclarecimentos", embasa o juiz. "É nestes meios que as ideias estão com toda efervescência", reforça.

Nacif ressalta a importância dos cursos promovidos pela ACIM e aconselha que os empresários fiquem atentos a estas oportunidades. Uma delas, destacada pelo próprio juiz, é o 2º Fórum Empresarial Trabalhista, que será realizado em 15 de outubro e terá como palestrantes advogados, juízes e fiscais do Ministério do Trabalho.

As constantes mudanças na legislação e a importância do RH atuante na empresa estarão entre os temas abordados. Fórum que o juiz aposentado recomenda a participação. O evento será realizado pela ACIM em parceria com a DP Total.

ARQUIVAR DOCUMENTOS

Se é inevitável para uma empresa responder, mesmo que eventualmente, a processos traba-

lhistas, o segredo para sair deles sem grandes prejuízos é contar com um departamento de RH bem preparado, que ajudará a manter a organização de documentos que podem fazer a diferença a favor da empresa num processo.

Segundo Douglas Camillo, é difícil quantificar a relação de documentos que uma empresa precisa manter em arquivo. No setor de RH, diz ele, os principais papéis são: contrato de trabalho, recibos de pagamentos, cartões-ponto, avaliação de desempenho, descrição dos cargos, livro de registro de empregados, exames admissionais, periódicos e demissionais, e rescisões de contrato.

Há empresas que investem em informatização, máquinas, novas tecnologias, decoração de ambiente, mas, comenta Camillo, deixam de lado um detalhe importante: os documentos. "Estas empresas esquecem do básico, fazem economia de papéis e depois correm o risco de perder dinheiro com processos trabalhistas", comenta.

Histórias de um juiz do Trabalho

Em duas décadas e meia como juiz do Trabalho, Nacif Alcore Neto já viu de tudo. Julgou processos dos mais variados, alguns dos quais guarda na lembrança. "Em 25 anos de atuação vi muitas situações inusitadas e, até mesmo, constrangedoras", comenta.

Numa das ocasiões, o magistrado teve de julgar o caso de um pai acionado pelo próprio filho, que pretendia ser reconhecido como empregado. Em outro momento, deparou-se com uma mulher que ajuizou ação contra o companheiro, buscando reconhecimento de vínculo de emprego.

"Vi casos de empreendedores sem a devida orientação adquirindo empresas, ou bens de empresas, com execuções vultosas na Justiça do Trabalho, sujeitando-se a pagamento de dívidas que dilapidaram patrimônio anterior", recorda o juiz aposentado.

"Também vi o caso de um empregado que ajuizou ação fictícia para arrematar os bens da empresa e salvar o patrão de ações verdadeiras, que poderiam levá-lo à insolvência", lembra.

O consultor explica que uma assessoria jurídica é de grande importância quando o problema já existe, mas é um RH comprometido e alinhado com os interesses da empresa que pode evitar o surgimento destes problemas. Nisso, o bom trato com os funcionários e, por que não, com os documentos é fundamental. "Os maiores erros estão na falta de investimento no setor de RH, no abandono dos documentos e na transparência no que se espera dos empregados", acrescenta Camillo.

Convenção da OIT pode causar enxurrada de processos

Nas regras atuais, as empresas brasileiras têm liberdade para dispensar os empregados sem motivo aparente, desde que paguem uma indenização de 50% sobre o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (40% destinam-se ao empregado e 10% de contribuição sindical), prática que pode estar com os dias contados. O Supremo Tribunal Federal (STF) analisa a adoção da convenção 158 da Organização Internacional do Trabalho (OIT), que só permite a demissão por justa causa ou quando houver comprovada dificuldade financeira por parte

da empresa.

Segundo reportagem do portal G1, a retomada da convenção pode provocar uma enxurrada de processos trabalhistas, já que todas as justificativas das demissões poderiam ser questionadas na Justiça. Exceção feita à chamada justa causa, em que o trabalhador perde quase todos os direitos da rescisão.

A convenção 158 da OIT – que visa a proibir demissões por questões pessoais ou por rebaixamento de salário, por exemplo – entrou em vigor no Brasil em 1996, após aprovação do Congresso Nacional. Ainda no fim daquele ano, o presidente Fernando

Henrique Cardoso questionou a convenção por meio de um decreto presidencial, na prática, o governo brasileiro deixou de adotar a medida.

Centrais sindicais protocolaram, então, uma Ação Direta de Inconstitucionalidade contra a atitude do presidente da República. As entidades argumentaram que, uma vez que o Congresso aprovou a adoção da medida, os parlamentares deveriam também aprovar a saída do país do acordo da OIT. Desde então, o caso tramita no STF, tendo sido paralisado várias vezes por pedido de vistas dos ministros. ■

MOTORLIGHT®

BATERIAS



Distribuidor:
Noroeste Acumuladores Ltda.
Av. Das indústrias, 545 - Jd. América
Maringá - Pr
Tel. (44)-3228-5001
www.motorlight.com.br

Despedida de Ubirajara Pismel

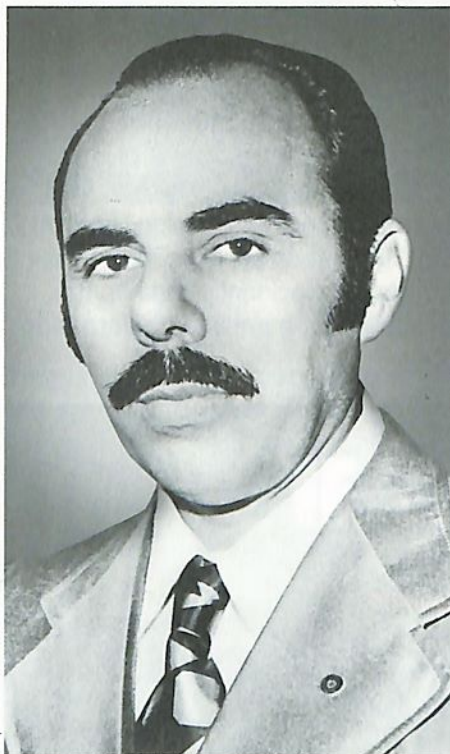
O EX-PRESIDENTE DA ACIM FALECEU NO MÊS PASSADO; AO LADO DOS IRMÃOS, ELE FOI UM MAIORES REVENDEDORES DE VEÍCULOS FORD DO PARANÁ

O ex-presidente da ACIM, que esteve à frente da entidade entre 1970 e 1971, Ubirajara de Araújo Pismel faleceu no dia 21 de agosto, em Maringá. “Bira”, como era conhecido pelos amigos, nasceu em Curitiba em 1929. Antes de migrar para Maringá, residiu em Londrina, onde se tornou revendedor da marca Ford, juntamente com seus irmãos: Basílio, Manoel Mário e Maria Aparecida. Também foi em Londrina que conheceu Leila Ferreira Pismel, com quem se casou em 1958 e teve quatro filhos.

Sua trajetória em Maringá teve início em 1951. Aqui se tornou um dos responsáveis pela introdução dos automóveis Ford no interior paranaense. A Pismel Maringá, que ficava entre as ruas Piratinin-ga e Herval, ocupava uma área de quase um quarteirão. Além dos automóveis, o Grupo Pismel se destacou pela comercialização de caminhões e tratores Ford.

No dia 11 de dezembro de 1969, o empresário disputou a presidência da ACIM. Foram inscritas as chapas “Liberal”, presidida por Ardinial Ribas (empresário do setor de telecomunicações, que foi eleito deputado federal um ano após ser candidato a presidência da ACIM) e “Dinâmica”, de Ubirajara de Araújo Pismel. Na ocasião um fato inusitado marcou a eleição: compareceram 224 sócios à Assembleia Eleitoral. No final, Ardinial Ribas recebeu 74 votos e 148 eleitores votaram em Ubirajara Pismel. Houve ainda dois votos em branco e um nulo, totalizando 225 cédulas.

Com o fato, a recontagem de votos foi inevitável e com isso a confirmação: havia mesmo 225 cédulas. De acordo com o estatuto, a eleição deveria ser cancelada, mas por opção da chapa per-



Arquivo Acim

dedora, que consentiu em dar a vitória ao concorrente devido à grande diferença de votos. Ubirajara Pismel toma posse em 10 de janeiro de 1970.

AÇÕES

No período em que esteve na presidência da entidade, Pismel encaminhou ao governo do estado projetos de desenvolvimento para Maringá, além de ter abordado diversos temas sobre a segurança, que culminou no surgimento do Conselho Comunitário de Segurança de Maringá na década seguinte. Em bus-

ca de aprovação dos projetos, viajou várias vezes a Curitiba para acelerar a morosidade das decisões na época.

“Viajamos muitas vezes até a capital para levar projetos ao Governo. Para nós não importava quem era o pai da criança, mas sim que ela fosse sadia. Do ponto de vista político, todos os lauréis ficavam com o Governo, que gostava de marcar pontos”, disse Pismel em depoimento para o livro do cinquentenário da ACIM, produzido e publicado em 2006.

Foi nessa época que a diversificação de produtos agrícolas teve início. Esse detalhe impactou positivamente em todo o comércio da cidade, inclusive para o ramo que trabalhava: automóveis. Outro detalhe que auxiliou no aquecimento do comércio foi a implantação efetiva da UEM. Pismel dizia que a diversificação econômica, mudança que acompanhou ao longo dos anos, trouxe maior desenvolvimento à cidade e mais segurança aos empresários.

Na década de 1980, Ubirajara deixou a sociedade com os irmãos, mas manteve contato com a Ford em uma empresa de consórcio. Também tomou como responsabilidade uma fazenda no Mato Grosso do Sul. Durante toda a vida em Maringá, morou na mesma casa na Zona 2.

PARA ATRAIR TURISTAS E GERAR NEGÓCIOS

Entidade de fomento ao turismo, o Maringá e Região Convention e Visitors Bureau está completando seis anos; saiba mais sobre as ações e o trabalho desenvolvido pelo órgão

O Maringá e Região Convention e Visitors Bureau (MRCVB) completa seis anos de atividade com motivos de sobra para comemorar. Promotores e organizadores de eventos, especialmente de congressos de caráter científico e competições esportivas, preferem Maringá. A escolha não se deve somente à beleza, qualidade de vida e tranquilidade que a cidade oferece, mas à infraestrutura hoteleira – cerca de três mil leitos, centros de evento, bares e restaurantes – encontrada em Maringá.

A realização dos Jogos Abertos Brasileiros (Jab's) em maio deste ano, que concentrou em Maringá cerca de 2,3 mil competidores de São Paulo, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás, além do Paraná, é um bom exemplo desta preferência. De 5 a 15 de novembro deste ano a cidade também será alvo da mídia nacional ao sediar, em parceria com Londrina, as Olimpíadas Escolares.

Além de atuar no apoio e captação de eventos que geram negócios aos mantenedores, a entidade é uma fonte de informação de serviços turísticos disponíveis na cidade.

NOVA DIRETORIA

A produção de gibis para orientar e motivar a arrecadação de *room-taxes* (taxa facultativa que ajuda a manter o Convention) nos hotéis filiados é outra iniciativa da entidade que ganhou a simpatia de outros Convention Bureaux. O *Showcase* (revista técnica para captação de eventos), que lança uma nova edição neste mês, é outro

Ueta / Arquivo Convention



A PRESIDENTE DA EMBRATUR, JEANINE PIRES, E DEMAIS AUTORIDADES DE TURISMO DURANTE A POSSE DA DIRETORIA, NO MÊS PASSADO

produto importante feito do Convention Bureau.

Este trabalho vem sendo possível graças ao comprometimento e à atuação da diretoria, que resultou na conquista de cerca de cem novos filiados dos mais diversos segmentos do trade turístico. A entidade empossou a nova diretoria no mês passado com a presença da presidente da Embratur, Jeanine Pires, e de outras autoridades do trade turístico nacional. Na presidência, tomou posse o empresário Fernando Rezende, em substituição a Sérgio Takao Sato, que assumiu a presidência da Federação Paranaense de Convention & Visitors Bureaux.

Os empresários Rony Guimarães

e Wesley Kendrick Silva assumiram a 1ª e 2ª vice-presidências, respectivamente. Compõem ainda a diretoria outras 19 pessoas, ligadas a empresas ou instituições turísticas. O Convention de Maringá é filiado à Federação Paranaense de Convention Bureaux, entidade composta pelos CVBx de Londrina, Ponta Grossa, Foz do Iguaçu e Curitiba.

SERVIÇO

O Maringá e Região Convention e Visitors Bureau está localizado na avenida São Paulo, 172, no Aspen Park Trade Center, 13º andar, sala 1302. O site é o www.maringacvb.com.br e o telefone é (44) 3031-5959.

Fornecedores do governo

LICITAÇÕES ATRAEM CADA VEZ MAIS A ATENÇÃO DE EMPRESAS INTERESSADAS EM FECHAR NEGÓCIOS COM O SETOR PÚBLICO; FORNECER OS DOCUMENTOS EXIGIDOS E LER ATENTAMENTE O EDITAL SÃO OS PRÉ-REQUISITOS PARA PARTICIPAR

O avanço das organizações sociais, dos meios de comunicação e da tecnologia digital mudou o conceito de licitação, processo que os órgãos do setor público utilizam para fazer compras e contratar serviços do setor privado. O instrumento, que dava margem para fraude e desfalque de recursos governamentais, está mais cercado de controle e fiscalização por parte da sociedade. Com esta evolução e a garantia de pagamento, cada vez mais empresas se interessam em fornecer bens e serviços para o governo.

O motivo do interesse é simples: poucos clientes são capazes de fazer compras no mesmo volume de uma prefeitura, Câmara Municipal ou órgão estadual. Só nas quatro primeiras licitações previstas para setembro pela Prefeitura de Maringá, o município deverá desembolsar R\$ 4,34 milhões na aquisição de mercadorias ou na contratação de serviços. De janeiro a julho, a administração realizou 290 licitações e a Câmara Municipal promoveu outras 17.

De acordo com o diretor de licitações de Prefeitura de Maringá, Valdir Pignata, a modalidade mais comum de licitação no município é o pregão. Em média, participam seis empresas por processo. "Sempre tem um número mínimo de cinco empresas, mas já houve pregões com 20 participantes", afirma Pignata. A administração disponibiliza, em sua página na internet, todas as informações ne-



Rafael Silva

PARTICIPAR DE LICITAÇÕES PODE SER UM BOM NEGÓCIO; ÓRGÃOS PÚBLICOS QUE NÃO PAGAM OS FORNECEDORES PODEM SER CONTAS DESAPROVADAS PELO TRIBUNAL DE CONTAS

cessárias aos interessados em concorrer. "Basta fornecer os documentos exigidos para receber um certificado, válido por um ano, para participar das licitações do município", explica.

Para a supervisora do Observatório Social de Maringá, Michelle M. Shimoda, o interesse das empresas em participar de licitações aumentou não apenas pelo volume dos contratos com o setor público. "Além de ser um potencial cliente para as empresas, os órgãos públicos são obrigados a pagar em dia ou as contas podem ser desaprovadas pelo Tribunal de Contas do Estado", explica Michelle.

Desde 2001, com a Lei de Res-

ponsabilidade Fiscal (LRF), o relacionamento entre as instituições públicas e seus fornecedores é alvo de um controle rígido por parte dos órgãos fiscalizadores. Não honrar os compromissos assumidos com as empresas pode levar o administrador público a responder judicialmente pela dívida.

Em Maringá, o Observatório Social é um dos órgãos que acompanha de perto todas as etapas das licitações municipais, desde a publicação do edital até a entrega dos produtos pela empresa vencedora. A supervisora da entidade afirma que houve muitas alterações em relação às compras do governo nos últimos anos. "Antiga-

mente, as licitações eram em grande parte feitas por lote, acarretando poucos vencedores ou uma única empresa arrematava todos os itens”, analisa Michelle. “Hoje, elas são subdividas por item: se tivermos 70 produtos e 20 empresas participantes de uma licitação, há chance de todas vencerem e fornecerem pelo menos uma mercadoria para o setor público”, acrescenta.

O Observatório Social, em parceria com a ACIM, já promoveu dois cursos neste ano para empresários que se interessaram em conhecer mais sobre o processo de licitação. O Sebrae-PR disponibilizou um consultor especialmente para o assunto, atendendo empresários individualmente, em períodos agendados junto ao Observatório ou a ACIM. A ênfase do curso e da consultoria especializada é a compreensão do edital de licitação e a preparação da documentação. “Muitas empresas participam de licitações e são desabilitadas pelo simples fato de não terem lido atentamente o edital”, aponta Michelle.

Rafael Silva



“ANTIGAMENTE, AS LICITAÇÕES ERAM EM GRANDE PARTE FEITAS POR LOTE, ACARRETANDO POUCOS VENCEDORES OU UMA ÚNICA EMPRESA ARREMATAVA TODOS OS ITENS”, COMENTA MICHELLE SHIMODA

SEGURANÇA

Há quatro meses, a empresária Marta Segalla Cortes, da Mr. Byte, começou a participar de licitações para o fornecimento de peças e equipamento de informática. Desde então, já venceu processos licitatórios em órgãos estaduais do Paraná, São Paulo, Santa Catarina, Minas Gerais, Rio de Janeiro e Rondônia. “Licitações acontecem em todo lugar e a

toda hora. O importante é ter dedicação e equipe para encontrar os editais”, comenta Marta. A empresária afirma que para quem nunca participou do processo, o aspecto mais importante é o conhecimento da legislação. “Existem diversas modalidades de licitação e muitas vezes a empresa pode ser derrubada por desconhecimento da lei ou de detalhes do produto”, explica.

Para Vanderli Schulz, da Eletroluz, a experiência com licitações começou há dez anos, antes da lei que tornou o processo mais transparente e seguro para as empresas. “Antes era muito difícil receber das prefeituras e muita gente se sentiu desanimada em participar de licitações. Desde a LRF, não tive mais problemas no fornecimento para o setor público”, comenta Schulz.

A Eletroluz foi habilitada a fornecer materiais elétricos para municípios num raio de 200 quilômetros de Maringá, inclusive para a cidade-polo. Dois funcionários são reservados especialmente para acompanhar editais e a abertura dos processos. “A prefeitura



Rafael Silva

MR. BYTE PARTICIPA DE LICITAÇÕES EM VÁRIOS ESTADOS; “O IMPORTANTE É TER DEDICAÇÃO E EQUIPE PARA ENCONTRAR OS EDITAIS”, DIZ A EMPRESÁRIA MARTA CORTES

não vem até a empresa. É preciso buscar as informações”, ressalta. Em dez anos de experiência, Schulz recomenda que os empresários interessados em participar de licitações concentrem-se nos editais antes de se candidatar. “O primeiro passo é ler o edital quatro, cinco vezes, se preciso. Muitas empresas têm condições de vencer, mas acabam desclassificadas pela falta de um documento requisitado”, analisa Schulz.

A relação de documentos necessários para participar dos processos licitatórios em Maringá está disponível no endereço <http://www.maringa.pr.gov.br/arquivos/licita/cadastro.pdf>, dividida para pessoas físicas e jurídicas.



Rafael Silva

NA ELETROLUZ DOIS FUNCIONÁRIOS SÃO DESIGNADOS ESPECIALMENTE PARA ACOMPANHAR EDITAIS E A ABERTURA DOS PROCESSOS: “A PREFEITURA NÃO VEM ATÉ A EMPRESA. É PRECISO BUSCAR AS INFORMAÇÕES”, DIZ VANDERLI SCHULZ

CONHEÇA AS MODALIDADES DE LICITAÇÃO NO BRASIL

A licitação, como o próprio nome sugere, é o processo que torna lícita a negociação de bens e serviços entre o setor público e o setor privado. Desde 1993, com a lei federal 8.666, foram estipuladas cinco modalidades para as licitações no Brasil. No caso dos pregões presenciais, os itens e serviços a serem contratados podem ser de qualquer valor. Para que haja dispensa de licitação, o valor do bem ou serviço deve ser de até 10% do limite de cada modalidade.

✓ **CONVITE:** utilizada para a aquisição de bens e serviços de até R\$ 80 mil ou no caso de obras de engenharia, R\$ 150 mil. Para esta modalidade de licitação, o número mínimo de convidados pelo órgão público deve ser três. Além da participação mínima, a instituição é obrigada a convidar todas as empresas que manifestarem interesse até 24 horas antes da apresentação das propostas. Tanto a análise dos documentos como o julgamento das propostas deve ocorrer em ato público;

✓ **TOMADA DE PREÇOS:** licitação usada para bens e serviços de valor até R\$ 650 mil para compras e serviços e até R\$ 1,5 milhão para obras de engenharia. Participam desta modalidade empresas previamente cadastradas pelo órgão público, desde que estejam

qualificadas jurídica e fiscalmente para a licitação. Empresas não cadastradas podem apresentar os documentos até três dias antes da data de recebimento das propostas. Depois de recebidas todas as propostas, a administração pública deve divulgar o resultado em diário oficial, regional ou local;

✓ **CONCORRÊNCIA PÚBLICA:** usada para compras acima de R\$ 650 mil ou obras de engenharia com custo superior a R\$ 1,5 milhão. Pode ser decidida pelo critério do menor preço, melhor técnica e preço ou melhor técnica. É a modalidade mais lenta e cara para a administração e admite a participação de qualquer interessado, cadastrado ou não, desde que sejam atendidos os critérios do edital. É obrigatória caso o objeto seja concessão de serviço público;

✓ **LEILÃO:** utilizado quando a administração pública pretende se desfazer de bens, como objetos de apreensão, penhora ou bens que não têm mais utilidade, não necessariamente deteriorados. Para bens acima de R\$ 650 mil, o órgão público deve realizar concorrência pública. No leilão, fica com o bem quem oferecer maior lance, igual ou superior ao da avaliação apresentada inicialmente;

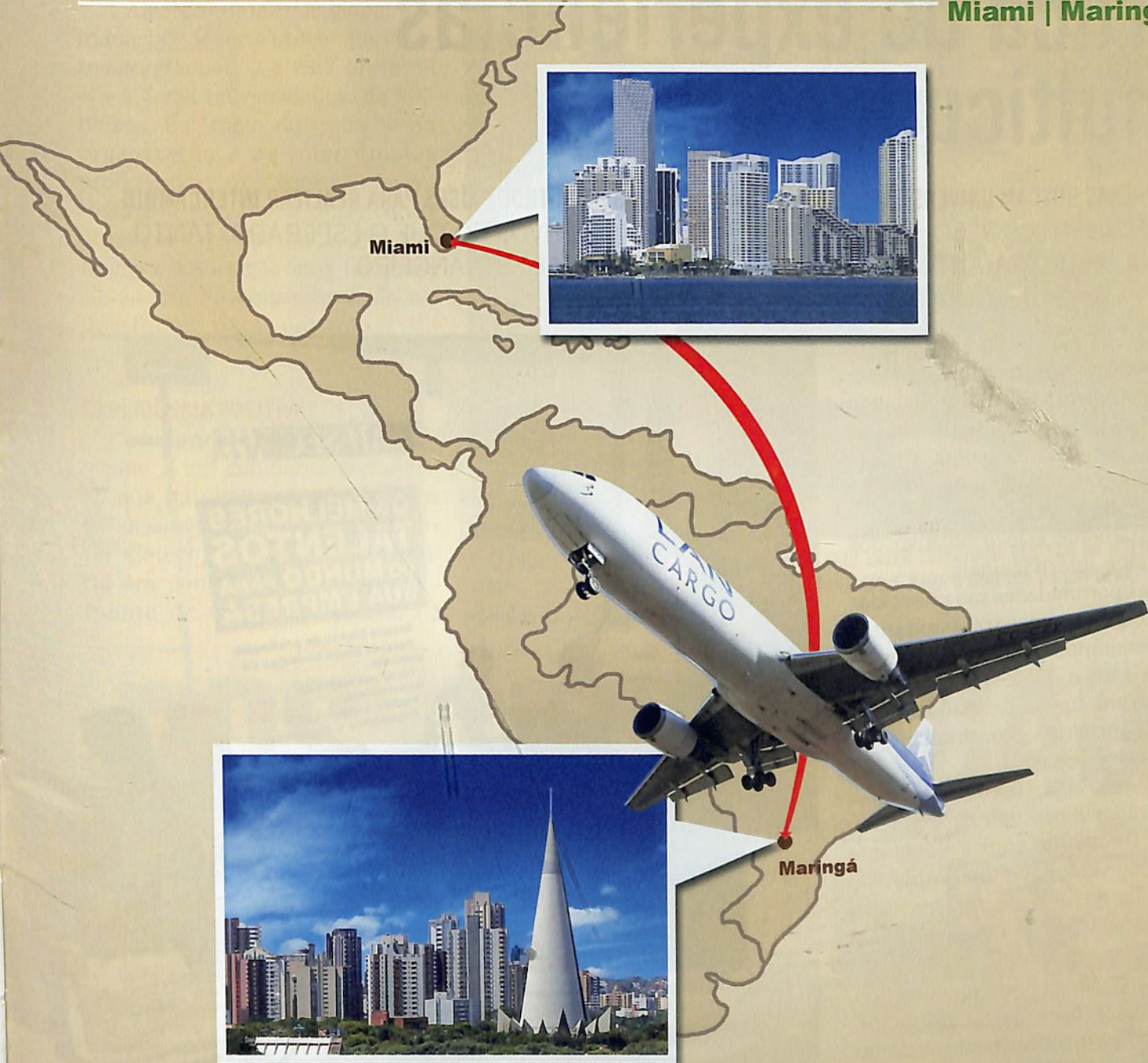
✓ **CONCURSO PÚBLICO:** modalidade de licitação utilizada para a escolha de trabalho técnico ou artístico. Para determinar o vencedor, deve ser criada uma comissão julgadora, composta por pessoas com reputação ilibada e conhecimento sobre o processo. ■

Fonte: Prefeitura de Maringá, Tesouro Nacional e Câmara dos Deputados

Aeroporto Internacional de Cargas

Maringá voando cada vez mais alto

Miami | Maringá



O Aeroporto Internacional de Cargas de Maringá já está operando. Com as adequações feitas recentemente, o Aeroporto Regional de Maringá - Silvío Name Júnior passou a ter capacidade para importar e exportar produtos para os principais mercados mundiais. Começando com voos regulares Miami – Maringá.

É mais uma conquista que traz mais desenvolvimento para Maringá, consolidando a cidade como o Polo Logístico Multimodal (Transportes Rodoviário, Ferroviário e Aeroviário).

Um importante avanço que ratifica sua posição de trigésima metrópole do país e sétima da região sul para construir uma carreira de sucesso, segundo pesquisa publicada em julho pela revista Você S/A. Motivo de orgulho para as pessoas que fazem de Maringá uma cidade cada vez melhor.

Venha conhecer toda infraestrutura que possibilitará a manutenção de linhas internacionais de carga



Troca de experiências multiculturais

EMPRESAS BUSCAM UNIVERSITÁRIOS OU RECÉM-FORMADOS DE OUTROS PAÍSES PARA REALIZAR INTERCÂMBIO PROFISSIONAL; OS RESULTADOS PODEM SER MAIS POSITIVOS DO QUE O ESPERADO, TANTO PARA O CONTRATANTE QUANTO PARA O PROFISSIONAL ESTRANGEIRO

Realizar um intercâmbio e conhecer outras culturas é um sonho de parte dos jovens. Quando é possível unir o conhecimento de uma cultura ao trabalho, a experiência torna-se uma oportunidade de crescimento profissional. E é justamente este o objetivo dos estágios internacionais.

As oportunidades são oferecidas principalmente para estudantes universitários com idade entre 20 e 28 anos e que estejam matriculados em cursos de graduação ou que concluíram o ensino superior há pouco tempo.

Em Maringá, há empresas especializadas neste tipo de intercâmbio. De acordo com a integrante da coordenadoria de comunicação da Associação Internacional de Estudantes de Ciências Econômicas e Comerciais (Aiesec), Vanessa da Costa Romero, atualmente sete empresas do município empregam intercambistas de outros países por meio da associação.

Vanessa explica que, geralmente, é a Aiesec quem procura empresas para participar do programa. "O empresário indica o perfil, as habilidades necessárias e a função disponível. Depois, a associação tenta localizar em seu banco de dados pessoas que se encaixam no perfil". Ela explica que todos que estão cadastrados no sistema passaram por uma pré-



NA AIESEC, SEGUNDO VANESSA ROMERO, O EMPRESÁRIO INDICA O PERFIL E AS HABILIDADES NECESSÁRIAS DO INTERCAMBISTA PARA QUE A ASSOCIAÇÃO FAÇA A SELEÇÃO DOS CANDIDATOS

seleção da associação.

A Aiesec é uma rede global formada por jovens universitários e recém-graduados e está presente em 1,7 mil universidades, de 107 países. Por meio do trabalho na organização e de intercâmbios profissionais, os jovens são incentivados a explorar e desenvolver potenciais de liderança. Em Maringá, a associação atua há quase 11 anos e 15 empresas estão cadastradas para participar da experiência.

EXPERIÊNCIA POSITIVA

Constantine Sergeevich Lisitskiy é um estudante estrangeiro que há quatro meses trabalha no desenvolvimento de softwares da Elotech, empresa especializada em consultoria e desenvolvimento de software. Natural da



Rafael Silva

O ESTUDANTE RUSSO CONSTANTINE LISITSKIY VEIO FAZER ESTÁGIO NA ELOTECH HÁ QUATRO MESES; EXPERIÊNCIA ESTÁ SENDO POSITIVA PARA ELE E PARA O DIRETOR DA EMPRESA, MARCOS CASTALDO ANDRADE

PÓS-GRADUAÇÃO

JUNTE-SE A NÓS E SEJA MAIS UM PROFISSIONAL DE SUCESSO.

CONTEMPLAMOS TODAS AS ÁREAS DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO:

- Ciências Exatas e da Terra;
- Ciências Biológicas;
- Engenharias;
- Ciências da Saúde;
- Ciências Agrárias;
- Ciências Sociais Aplicadas;
- Ciências Humanas;
- Linguística, Letras e Artes.



O CESUMAR oferece programas de pós-graduação voltados à formação e à qualificação de profissionais aptos a acompanharem a modernidade e as demandas do mercado de trabalho. Atualmente, são ofertados mais de 40 cursos de especialização e Mestrado em Direito. O corpo docente é constituído predominantemente de professores com título de Mestre e/ou Doutor, com reconhecimento nacional e internacional. Há também convênios estabelecidos com instituições no Brasil e no exterior, que permitem o intercâmbio entre alunos e professores.

Obtenha mais informações no site www.cesumar.br e seja um novo participante das turmas de 2010.

E-mail: pos@cesumar.br
Fone: (44) 3027-6360


PRPPGE
Pró-Reitoria
Pesquisa, Pós-Graduação e Extensão

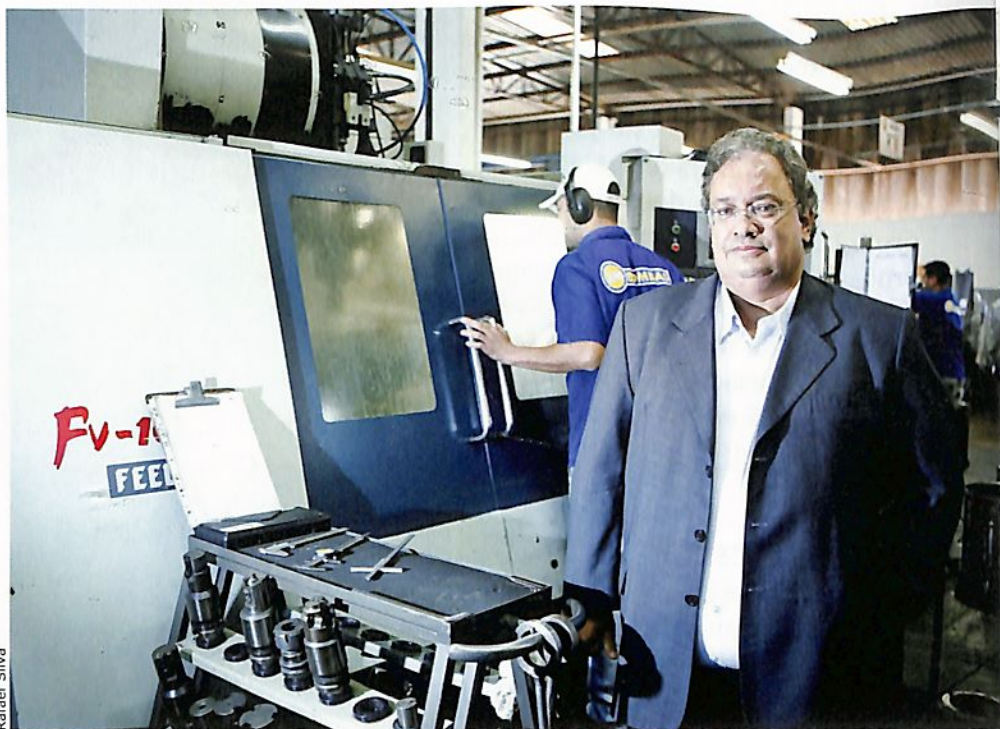
 **CESUMAR**
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
Comunidade do Conhecimento

Rússia, mais precisamente de Saratov (distante 600 quilômetros da capital Moscou), o intercambista “trancou” o curso de Criptografia e Segurança de Computadores, na universidade pública local, e veio ao Brasil em busca de conhecimento e aperfeiçoamento na área.

“Quería um lugar distante, de clima e cultura bem diferentes da Rússia, por isso a opção pelo Brasil”, revela. Constantine ficará no país por mais oito meses e se diz satisfeito. “A experiência está sendo ótima, principalmente pela equipe ser, em sua maioria, formada por jovens. Estou aprendendo bastante”.

A maior barreira enfrentada pelo russo é o idioma, da qual não está completamente habituado. “Por sorte, as pessoas se comunicam bem comigo em inglês. Quero aprender mais o português, por isso estou sempre observando as conversas e às vezes arriscando algumas palavras”, diz. Constantine veio ao Brasil pela Aiesec e mora com outros dois membros da instituição, que oferecem o suporte e assistência durante sua estada no país.

Para Marco Aurélio Castaldo Andrade, diretor da Elotech, a experiência é positiva, tanto que é a segunda vez que ele aposta no intercâmbio. “No ano passado tivemos um intercambista vindo do Marrocos e ele nos ajudou a definir padrões de desenvolvimento de aplicações web”. O diretor acredita que o maior objetivo de ações como esta é o de dar oportunidades aos jovens para adquirir mais experiência, mas todos os colaboradores da empresa são beneficiados. “Promovemos um intercâmbio cultural que enriquece a todos. Além disso, ajuda a remover preconceitos e estereóti-



Rafael Silva

CARLOS WALTER MARTINS PEDRO, DA ZM BOMBAS: INTERCÂMBIO TAMBÉM É UMA OPORTUNIDADE PARA CONHECER E DESENVOLVER TECNOLOGIAS PARA EMPRESAS DO PAÍS DE ORIGEM DOS ESTUDANTES

pos, dando oportunidade a jovens de outros países virem ao Brasil e terem uma experiência profissional e de vida inesperada. Eles sempre deixam um legado interessante. Foi assim com o estudante marroquino e tenho certeza que será assim com Constantine”.

Outra empresa que costuma receber intercambistas é a ZM Bombas. Já se tornou até uma tradição, pois passaram por lá jovens da Colômbia, México, Moçambique, Quênia e um australiano deverá desembarcar em dois meses. “Selecionamos os estrangeiros pelo perfil e currículo, mas também escolhemos pela nacionalidade quando temos interesse em conhecer e desenvolver tecnologias para empresas do país de origem destes estudantes”, revela o diretor da empresa, Carlos Walter Martins Pedro.

Para ele, a experiência traz resultados positivos. “Os inter-

cambistas vêm para cá mais focados no que estão sendo contratados. A dedicação é mais específica e, além disso, sempre trazem novidades e contribuem com as experiências do país de origem”, ressalta. Martins compartilha da opinião do diretor da Elotech no que se refere à relação positiva com os colegas de trabalho brasileiros. “Eles se tornam amigos e criam um vínculo. A experiência é enriquecedora, sem dúvidas”.

Está dando tão certo que um mexicano, que realizou anteriormente um estágio na empresa, voltará nas próximas semanas para iniciar uma temporada de dois anos de trabalho. “O interesse de continuar a parceria foi mútuo. Ele retorna com um contrato de trabalho conforme rege a legislação, para contribuir como colaborador efetivo”, explica Martins Pedro.

Falta de fluência no idioma cria barreira

Os brasileiros que pretendem trabalhar no exterior dentro da área de atuação podem recorrer à ICI Intercâmbio Cultural. A proprietária, Tânia Mara Do Val Jorge, revela que os campos mais procurados são os de engenharia, administração e hotelaria. Segundo ela, muitos candidatos têm um ótimo currículo e capacitação, qualidades às vezes insuficientes. "Muitos nos procuram em busca de uma experiência internacional, mas a grande barreira para entrar no programa é a fluência na língua, que é um dos pré-requisitos".

Segundo Tânia, os países

preferidos pelos brasileiros são Estados Unidos, Canadá e europeus. Mas é preciso buscar às vagas, casando aos interesses do candidato ao da empresa estrangeira. "Após o teste de inglês, o candidato apresenta um currículo e uma carta com seus objetivos e anseios sobre a experiência", explica.

Os brasileiros que trabalham em sua área de atuação em outros países costumam ganhar de US\$ 6 a 15 por hora. "Às vezes o empregador oferece moradia e/ou alimentação. Em outras situações, o jovem deve arcar com todas as despesas no exterior".

Um dos maringaenses que almeja uma vaga de trabalho em outro país

é o estudante de Administração Diogo Xavier Saes. Ele está se preparando, pois pretende fazer um intercâmbio profissional no ano que vem. Saes, que irá concluir a faculdade este ano, voltou há quatro meses de uma rápida experiência na Polônia, onde ministrou aulas sobre a cultura brasileira. "Agora pretendo ficar um ano, com trabalho remunerado e dentro da minha área de atuação". O estudante dá a dica aos interessados: "quem tiver a oportunidade de fazer um intercâmbio profissional, não pode deixar passar. É uma experiência única e compensadora". ■

60 módulos para empresas de contabilidade.
Mais de 17.000 usuários em todo o Brasil.
Centrais de atendimento em 150 cidades.
22 sistemas de gestão empresarial.
40 anos de tradição.

Exactus. Soluções que completam seu negócio

SISTEMAS DE GESTÃO EMPRESARIAL

- Indústrias (ERP, MRP II e PP)
- Empresas de contabilidade
- Comércio atacadista
- Lojas
- Holdings
- Clínicas e hospitais
- Supermercados
- Universidades e colégios
- Assistências técnicas
- Transportadoras
- Imobiliárias
- Postos de gasolina
- Empresas de ônibus
- Farmácias
- Construtoras
- Avícolas
- Lojas de shopping e assistência técnica
- Pontos eletrônicos
- Associações comerciais
- ONGS e EPS
- Indústrias de confecção
- Comércio varejista
- Restaurantes

Sistema EC²

Empresa de contabilidade ao quadrado tendendo a 100% de interligação com o cliente

Nossa Central de Atendimento de Maringá estará indicando novos representantes na região. Entre em contato.

0800 400 6001

www.exactus.com.br Av. Santos Dumont, 505 - Londrina PR - 43 3372 7000



Soluções para Equipes de Vendas **on-line e off-line**



Portabilidade para trabalhar em várias plataformas:

- ✓ Pocket Pc, Smartphone e Coletor de dados;
- ✓ Notebook, desktop e Eee PC;
- ✓ Portal na Web (b2b) e loja virtual(b2c)



REDUÇÃO DE CUSTOS em material de apoio, digitação, erros operacionais, ligações a cobrar e 0800.

BAIXO INVESTIMENTO e rápido retorno, em menos de um ano.

MAIOR AGILIDADE, otimizando os processos internos gerando significativa redução do tempo desde a entrada do pedido até a saída da mercadoria.

INFORMAÇÃO EM TEMPO REAL sobre clientes, produtos, políticas comerciais, situação financeira, compras anteriores.

Vsell
44 3026-6001

O pedido de ponta a ponta

Num clique!

www.vsell.com.br

Sistema



A ferramenta ideal para a gestão de lojas comerciais:

Ganhe:

- . **agilidade e eficiência** no atendimento
- . **controle integral** dos processos do varejo
- . **redução de custos** operacionais.

Garanta:

- . **rentabilidade** à operação
- . **lucratividade** ao negócio.

Maringá - Fone: (44) 4052-9386
Campo Mourão - Fone: (44) 3016-4646

www.makito.com.br

CONFECÇÕES & CALÇADOS

software
by maringá



REUNIÃO COM A FENAINFO

O presidente da Fenainfo - Federação Nacional das Empresas de Informática - e diretor da Confederação Nacional de Serviços - CNS, Maurício Laval Pina Mugnaini, se reuniu no final de agosto com diretores do APL, Software By Maringá e Sebrae/PR. Em pauta, a criação de um sindicato do setor patronal na área de tecnologia da informação e formas de acesso a verbas do Codefat - Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador.

CODEFAT

Segundo Mauricio Mugnaini, o presidente da CNS, Luigi Niese, é presidente do Codefat e é responsável pela gestão de R\$ 158 bilhões do FAT - Fundo de Amparo ao Trabalhador. As empresas locais de TI estão de olho nestas verbas para continuar o processo de formação de profissionais na área. O dirigente disse que apoiará Maringá junto ao Codefat.

CONQUISTA PIS/COFINS

Há oito anos Laval é presidente da Fenainfo e lembra que a maior conquista da federação é a lei que previu a não-cumulatividade do PIS-Cofins para o setor de TI. Hoje, a Indústria e o comércio pagam 9,25% mas deduzem o que compram dos fornecedores. "No caso da TI, não há o que deduzir. Por isto, fizemos a lei e economizamos R\$ 650 milhões. É uma grande conquista pois toda cadeia produtiva de informática paga 3.65% dos tributos".

LEI GERAL DO SOFTWARE

A Fenainfo está trabalhando pela aprovação da chamada Lei Geral do Software. "Se for aprovada, a Lei resgatará uma lacuna enorme e antiga: a ausência de uma legislação específica sobre o setor de serviços de informática", diz Mauricio Mugnaini.

software
by maringá

Associação das empresas de Software de Maringá e Região
www.softwarebymaringa.com.br

EMPRESAS ASSOCIADAS



Publisoft
Sistemas Empresariais

SUB100.com.br

Benner
solution



Cwork
SISTEMAS

ibs tech

INOCIA
GESTÃO E TECNOLOGIA



EXPORTAÇÃO

Em agosto, a Software By Maringá, o APL e o Sebrae-PR organizaram o I Workshop de Exportação de Software, realizado na Acim com a presença de técnicos da Softex – Sociedade Brasileira para a Promoção da Exportação de Software. Segundo os técnicos, o governo priorizou o setor de TI no Brasil e uma das ações visando o comércio exterior é o Brazil IT - Projeto Setorial Integrado - da Apex, voltado para exportação de software. O objetivo da Softex é formar um grupo de empresas com produtos de qualidade para atuar no mercado internacional.

UNIÃO DE EMPRESAS

A gerente da Softex (Sociedade para Promoção da Excelência do Software Brasileiro) Ana Lúcia Roth, explicou que a Softex presta consultoria para empresas que querem se unir através de fusões e consórcios, para ganhar fôlego e competir nos mercados nacional e internacional. Ela lembrou que todas as ações da Softex são subsidiadas, inclusive com apoio do Sebrae e outras instituições.

MARINGÁ

Para o presidente da SBM, Ademir Faria, a presença de 30 empresários no Workshop foi uma prova da intenção dos empresários em se preparar para exportar. O coordenador do APL, Sérgio Yamada, disse que foi plantada mais uma semente no caminho das empresas para que Maringá possa ser um mercado exportador em poucos anos. O Consultor do Sebrae-PR, Wendell Gussoni, frisou que as empresas de software de Maringá estão à frente no sentido de organização e vêem o mercado exterior como uma possibilidade de aumentar faturamento.

PALESTRANTES

Os palestrantes do Workshop de Exportação foram Ana Lúcia Roth, Gerente do Programa de Associativismo Empresarial Softex; Izoulet Cortes, consultor regional do Brazil It, e Austregésilo Gonçalves, gerente da Softex. Também participaram representantes do Cits – Centro Internacional de Tecnologia de Software, instituição que é Agente Softex no estado.



Sistemas de Gestão Educacional



A Solução definitiva para a sua Instituição

- ▲ Controle Acadêmico
- ▲ Controle Financeiro
- ▲ Cobrança Bancária
- ▲ Processo Seletivo (Vestibular)
- ▲ Controle de Acesso
- ▲ Aluno On-Line
- ▲ Professor On-Line
- ▲ Controle de Acervo (Bibliotecas)
- ▲ CRM

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner

DELTA 10
INFORMÁTICA ANOS

Fone: (44) 3262-9895
Av. Mandacarú, 330 Maringá - PR

www.deltasge.com.br
comercial@deltasge.com.br



Cwork

SISTEMAS

Facilitando a vida das pessoas e proporcionando tranquilidade na operação da sua empresa.

Softwares de
Gestão Empresarial,
Acesso e Ponto.



44 3031-5351

www.cwork.com.br

Av. São Paulo, 172 | Salas 1411-1413
Centro | Maringá/PR.



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



Sistema **Fácil**

Simplicidade que surpreende

SOFTWARE IDEAL PARA LOJAS DE CONFECÇÕES E CALÇADOS

ID Brasil

44 3029 4327
www.idbrasil.com

PROCESS
INFORMÁTICA

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

questor
sistema inteligente

**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

DB1 SIAD

Sistema de Gestão Empresarial para Pequenas e Médias Distribuidoras



Empresas Diferentes
Exigem Soluções Diferentes



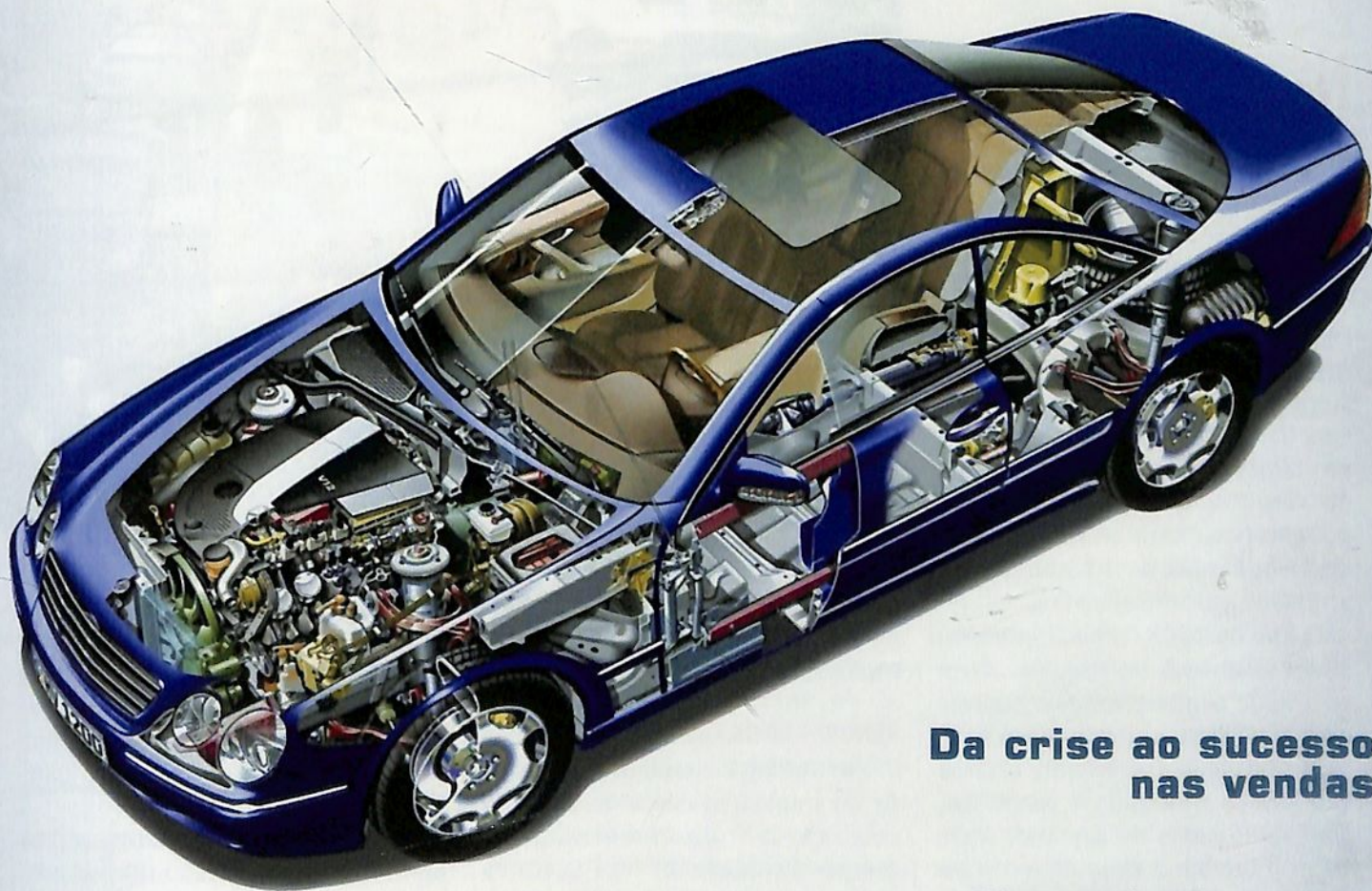
DB1

www.db1.com.br | 44 3033-6300 | Maringá - PR

Setembro/2009
Ano 1 - 006

Caderno Especial Automóveis

ACIM



**Da crise ao sucesso
nas vendas**

**Mercado de novos
e seminovos**

**Aumento da frota de
veículos movimentando diversos
setores da economia**

e muito mais

O MERCADO AUTOMOBILÍSTICO É O TEMA DESTA EDIÇÃO DO CADERNO ESPECIAL; NAS PRÓXIMAS PÁGINAS A REVISTA ACIM TRAZ REPORTAGENS SOBRE O SETOR, QUE REGISTROU, EM 2008, AUMENTO DE 14,1% NA COMERCIALIZAÇÃO DE AUTOMÓVEIS

DA CRISE AO SUCESSO



Rafael Silva

No ano passado foram vendidos mais de 2,6 milhões de automóveis e veículos comerciais leves no Brasil, uma média de um automóvel novo para cada 2,8 usados em circulação. Em 2007, a proporção era maior: de 3,1. Os dados são do anuário da Federação Nacional de Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave), divulgados pelo Departamento Nacional de Trânsito (Denatran). O Brasil ocupou, em 2008, o sexto lugar no ranking de veículos vendidos. A primeira posição ficou com os Estados Unidos, com mais de 13 milhões de unidades comercializadas.

O ano de 2008 fechou com crescimento abaixo do previsto, com 14,1% de alta nas vendas, quando o esperado era entre 20 a 25%. A desaceleração foi devido à crise econômica mundial. A partir daí, conforme dados do anuário, o cenário mudou e a crise afetou o setor automobilístico, com queda de 15% nas vendas do quarto trimestre em relação ao mesmo período do ano anterior. Por conta disso, o resultado ficou abaixo do esperado, com crescimento inferior ao de 2007, quando foi registrada alta de 29,6% nas vendas em relação a 2006. Para “injetar combustível”

no setor, o governo reduziu o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), ajudando a evitar perdas maiores.

RENOVAÇÃO DA FROTA

Em Maringá, circulam com a placa do município cerca de 211 mil veículos. A frota apresentou aumento de quase 17 mil veículos em relação ao ano anterior. Para o chefe da 13ª Ciretran, capitão Ideval de Oliveira, apesar do crescimento nas vendas de carros novos, estimulado pela redução do IPI, a renovação da frota é lenta, porque os carros não são aposentados, apenas mudam de dono. “O que há é a ampliação da frota, com refle-

xo no trânsito. São mais carros circulando pelas ruas. Hoje, boa parte das famílias possui mais de um carro. Outro fator que contribui para este aumento da frota é que o transporte coletivo está cada vez mais caro e mais demorado”, justifica Oliveira.

O chefe da 13ª Ciretran ainda aponta que o resultado do aumento da frota são os congestionamentos visivelmente formados, principalmente, no início da manhã e no final da tarde. “É na hora de ir e voltar para o trabalho que temos os maiores problemas nas ruas. Segundo registros, é das 18 às 19 horas o maior número de acidentes em Maringá”.

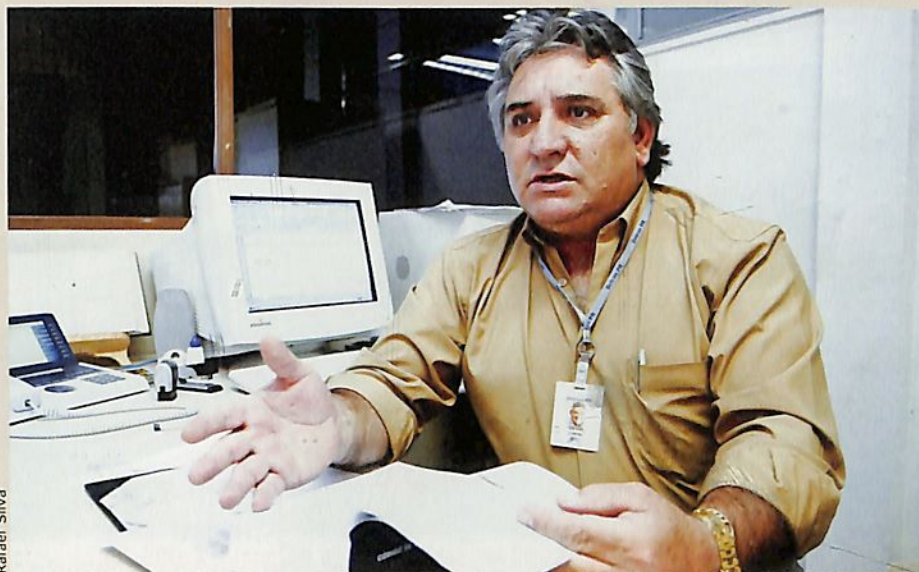
NAS VENDAS



REDUÇÃO DO IPI IMPULSIONOU VENDA DE CARROS ZERO; NESTE ANO A FROTA DE MARINGÁ JÁ AUMENTOU EM 17 MIL VEÍCULOS; MOTIVO É DE COMEMORAÇÃO PARA AS CONCESSIONÁRIAS

MERCADO

Um mercado que teve apoio do Governo Federal para conseguir superar a crise econômica mundial, pois foi através da redução do IPI, que fábricas e concessionárias viram as vendas se manterem positivas. É certo que a expectativa era para um crescimento maior, mas diante da situação, o mercado reagiu bem. Isso porque, de acordo com o gerente de



Rafael Silva

IDEVAL DE OLIVEIRA, DA CIRETRAN: AMPLIAÇÃO DA FROTA TRAZ REFLEXOS DIRETOS NO TRÂNSITO; MAIOR NÚMERO DE ACIDENTES ACONTECE ENTRE 18 E 19 HORAS

vendas da concessionária Dama, Yoshio Sugwara, “o setor já vinha apresentando um histórico de crescimento nos últimos anos”.

A afirmação pode ser comprovada pelo registro de vendas da concessionária. De 2002 a 2005 foram vendidos entre 70 e 80 carros novos por mês. De 2005 a 2007, a média foi de 120 unidades. Entre meados de 2007 e outubro de 2008, as vendas baixaram para cem unidades, mesmo assim ainda manteve-se acima do que foi registrado em 2002. Com a redução do IPI, o resultado foi notório e os números mudaram para 150 a 180 novos veículos comercializados e a venda de usados foi mantida em 20 unidades por mês.

Deste montante, Sugwara conta que os carros populares são o carro-chefe, representando 70% das vendas. Outro dado é que na Dama a maioria dos carros populares – 70% – é financiada. “Hoje, a facilidade de se comprar um carro é grande, com parcelas e juros amenos. Por isso, as pessoas optam por trocar o seminovo por um zero, ou então, adquirir o segundo car-

ro da família”.

Fundada em 1952, a concessionária Somaco registrou aumento de 23% nas vendas de 2008 a 2009. Questionado sobre o reflexo nos negócios com a redução do IPI, o gerente de vendas da concessionária, Osmar Tadao Suguino, explica que o setor já vinha apresentando expansão nos últimos anos e a medida foi uma forma de evitar a queda. Desde 2003, as vendas na Somaco têm apresentado números crescentes, passando de 88 carros comercializados por mês em 2005 para 152 em 2007. Neste ano, até o momento a média mensal é de 203 unidades.

De olho neste filão do mercado, o Auto-Shopping Número 1 abriu as portas em Maringá em maio deste ano. Mesmo com menos de 50% do espaço locado, o gerente, Fábio João Maria, está otimista. Acredita no potencial da cidade e do segmento. “Sabíamos dos riscos e da dificuldade, já que se trata de um empreendimento novo, mas acreditamos que o Auto-Shopping se consolidará em pouco tempo. Apostamos que a instalação do Shopping Catuaí, que fica próximo ao nosso



Rafael Silva

NA DAMA, A VENDA MENSAL DE CARROS NOVOS SALTOU DE 120 UNIDADES, ENTRE 2005 E 2007, PARA 150 A 180-DESDE A REDUÇÃO DO IPI, SEGUNDO O GERENTE YOSHIO SUGWARA: 70% DOS CARROS POPULARES SÃO FINANCIADOS

empreendimento, irá nos alavancar. Tudo está conforme nossos projetos e expectativas”.

De acordo com o gerente, o setor do seminovos começa a se adequar depois que a redução do IPI alavancou as vendas dos veículos zero quilômetro. “Para estimular os compradores, os seminovos também tiveram queda no preço. Essa mudança era inevitável, já que os valores estavam muito próximos e se o consumidor investisse um pouco a mais compraria um carro zero”, complementa João Maria.

SEMINOVOS

Mas se o incentivo do Governo Federal foi positivo para o mercado de carros novos, representou queda para o setor de veículos usados. “Antes da crise e da redução do IPI podíamos dizer que os carros se vendiam, a equipe de vendedores apenas intermediava a relação carro/consumidor. Hoje, a situação é diferente. Para mantermos o faturamento, temos que correr atrás dos clientes, buscar estratégias e conquistá-los”, conta o vendedor da Edvaldo Veículos, Tiago Malavazzi Cardoso.

Ele explica que o giro de carros na revendedora permaneceu o mesmo, cerca de 30 por mês, mas que para isso, além do maior empenho da equipe em conquistar o cliente, houve grande deflação no valor do automóvel. Um carro que custava em meados de 2008 cerca de R\$ 48 mil, hoje pode ser comprado por R\$ 40 mil. “Quanto mais caro, maior foi a deflação. Com isso, o sonho de muitas pessoas de ter um veículo ficou mais fácil de ser atingido. Acredito, que a tendência do setor no Brasil, assim como no mercado europeu, é de que o automóvel passe a custar cada vez menos”.

NÚMEROS

Os automóveis na Cidade Canção

211.577	é o tamanho da frota de veículos
116.383	automóveis emplacados
125	estacionamentos e garagens em funcionamento
128	empresas de locação de veículos em funcionamento
154	empresas prestam serviço de lavagem
538	oficinas mecânicas funcionam na cidade
112	autoelétricas
191	revendas de veículos novos e usados cadastradas

FONTE: Detran e Secretaria Municipal de Fazenda

ARTE: REVISTA ACIM

Consórcio é uma forma de poupar

De acordo com pesquisa do Datafolha divulgada na Revista da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (Abac), o consórcio é na maioria das vezes adquirido como forma de poupança para a aquisição de bens. Dos consorciados brasileiros, 53% são do sexo feminino e cerca da metade tem entre 25 e 44 anos.

Outro dado interessante do levantamento é que a maior parte dos consumidores pertence às classes B e C: 30% e 45% respectivamente. Uma parcela expressiva dos pesquisados, 71%, possui imóvel e 24% têm automóveis, o que indica a tendência do consórcio como poupança. “É difícil poupar o dinheiro apenas depositando no banco, porque diante de um imprevisto é mais fácil sacar este dinheiro. No caso do consórcio é um compromisso e dívida. O consumidor se vê obrigado a pagar as parcelas e quando for contemplado terá um dinheiro extra”, defende o gerente administrativo da Triângulo, Elcio Pereira da Silva.

O automóvel, conforme a pesquisa, lidera o ranking de consórcios, com 48%. Trinta e nove por cento dos grupos são de motocicletas e 8% de imóvel. Números que se assemelham aos registrados na Triângulo: dos seis mil clientes ativos, 40% estão nos grupos de automóveis, com carta de crédito entre R\$ 20 mil e R\$ 35 mil. “Trata-se de um bom investimento. No caso do automóvel, o consorciado paga uma taxa administrativa muito inferior a de um financiamento, que não chega a 0,16% ao mês”, diz Silva.

Negócios na boleia

TRANSPORTADORAS QUE ATUAM NA CIDADE TÊM COMO OBSTÁCULO A FALTA DE PROFISSIONAIS CAPACITADOS; A QUEIXA TAMBÉM É SOBRE O CUSTO DO PEDÁGIO E COMBUSTÍVEL, QUE ENCARE O NEGÓCIO

“Escassez de mão de obra qualificada e segurança são nossos principais desafios”. A queixa é do diretor-presidente da Transpanorama, Cláudio Coelho Adamucho, que atua em vários segmentos do transporte, como graneleiro, de óleos vegetais, álcool, encomendas e açúcar.

Segundo Adamucho, as estradas estão em melhores condições, o desafio do setor, no momento, é a falta de segurança e de mão de obra. Como forma de solucionar uma destas questões, a própria transportadora tem encaminhado os motoristas para treinamentos. “Não podemos parar, por isso, a melhor forma é preparar os profissionais oferecendo cursos sobre legislação, ferramentas eletrônicas, entre outros. Alguns abordam as novas tecnologias dos computadores de bordo dos caminhões, que estão cada vez mais avançadas. Na hora da contratação, o motorista precisa ser habilitado na categoria ‘E’, as demais exigências nós os habilitamos”, explica Adamucho.

Já na opinião do diretor da Transcocamar, Afonso Akioshi Shiozaki, que também é presidente do Sindicato das Empresas de Transporte de Carga de Maringá e Região, os desafios do setor são financeiros, causa-



Rafael Silva

CLÁUDIO ADAMUCHO, DA TRANSPANORAMA: “NA HORA DA CONTRATAÇÃO, O MOTORISTA PRECISA SER HABILITADO NA CATEGORIA ‘E’, AS DEMAIS EXIGÊNCIAS NÓS OS HABILITAMOS”, EXPLICA

dos por três fatores: a alta dos insumos, em especial do combustível, dos pedágios e dos tributos. O combustível, de acordo com ele, representa 40% do faturamento bruto, o pedágio fica na casa dos 14% e os tributos mais 20%. “Hoje, o frete mal paga as despesas. Se houver o chamado ‘retorno’, que é quando o caminhão faz o transporte e retorna com outra carga, fica mais rentável, caso contrário trabalha-se quase no vermelho ou com margem muito reduzida”, reclama Shiozaki.

A transportadora faz parte da cooperativa Cocamar, mas tem administração independente. No entanto, 80% do faturamento vem de clientes terceirizados. “Precisamos de outros clientes para manter a transportadora, já que a Cocamar sozinha não tem demanda”, explica o diretor.

Com uma frota de cem caminhões, a Transcocamar precisa fretar mais unidades em períodos de maior demanda, como em safras. Os caminhões fretados, nestes períodos, chegam a representar 95% das unidades em circulação pela transportadora, que passa por todos os estados do país, tendo como destino principal o Porto de Paranaguá.

Cursos ajudam a cumprir regulamentação

Dependendo da carga e do tipo de transporte, o Conselho Nacional de Trânsito (Contran) exige que o motorista tenha concluído um curso específico. A regulamentação consta na resolução 168/04, do Contran, que estabelece normas e procedimentos para a formação de condutores, bem como a realização de cursos para condutores de transporte coletivo, escolares, produtos perigosos e de emergência.

Em Maringá, o Serviço Social do Transporte (SET) e o Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (Senat) oferecem cursos que atendem esta legislação, com duração de uma semana. São em média 25 cursos por mês, totalizando 500 alunos dos municípios da microrregião de Maringá.

O curso mais procurado, com 22%, é o de Movimentação e Orientação de Produtos Perigosos (Mopp). Transporte coletivo é o segundo do ranking, com 21%, transporte escolar e de emergência representam 5% cada. O restante fica por conta de outros treinamentos.

O AUMENTO DA FROTA DE VEÍCULOS REFLETE DIRETAMENTE NA CADEIA ECONÔMICA DO SETOR

AUTOMOTIVO; LOJAS DE PNEUS, DE ACESSÓRIOS, SEGURADORAS E VÁRIAS OUTRAS EMPRESAS VIRAM O FATURAMENTO ALAVANCAR NOS ÚLTIMOS ANOS

O mercado automobilístico é responsável por movimentar diversos setores da economia: siderurgia, montadoras, autopeças, concessionárias, lojas de revendas de carros, oficinas mecânicas e elétricas, seguradoras, entre outros. E é justamente por isso que no auge da crise econômica o governo federal decidiu reduzir o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) dos automóveis, com o objetivo de evitar o desemprego e a queda brusca no faturamento de um dos setores que mais geram empregos no país.

Segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, em 2007, a participação das montadoras e fabricantes de autopeças no Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro foi de 5,4%, com a geração de 120,3 mil empregos diretos nas montadoras e de 217 mil empregos no segmento de autopeças. O total de empregos diretos e indiretos na cadeia automotiva é de 1,3 milhão. No país, estão instaladas 19 montadoras de veículos, com 40 fábricas localizadas em oito estados.

Só as cerca de 650 empresas associadas ao Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças) faturam aproximadamente US\$

Quanto mais carros em



EM ALTA: AUMENTO NO VOLUME DE VENDAS DE CARROS, GRAÇAS À REDUÇÃO DO IPI, AJUDOU A ALAVANCAR O SETOR AUTOMOBILÍSTICO

35,9 bilhões de dólares por ano. No entanto, segundo o Sindipeças, o faturamento do setor apresentou deflação de 24,8% no primeiro semestre deste ano se comparado ao mesmo período de 2008.

SEGUROS

Mas se no setor de autopeças houve queda no faturamento, nas seguradoras as vendas são motivo de comemoração. Conforme a Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e de Capitalização (Fenaseg), a arrecadação no mercado de seguros, previdência e capitalização passou de R\$ 22 bilhões,

em 1996, para R\$ 66 bilhões, em 2005. Os seguros automotivos representam, de acordo com a federação, 38% das apólices.

No caso da Benhur Corretora de Seguros, de Maringá, este percentual é maior: cerca de 65% dos seguros são de automóveis. De acordo com o diretor da empresa, José Ramil Poppi, o aumento nas vendas de carros refletiu nas seguradoras. Na Benhur, só nos últimos dois anos houve um aumento de 20% na comercialização de apólices. "Muitas pessoas têm adquirido carros mais caros, sejam novos ou usados, e para não cor-

Rafael Silva

circulação, melhor...



rerem o risco de perderem o bem estão investindo no seguro”, comenta. O valor do seguro varia conforme o perfil do motorista e as características do carro. Para um carro popular, por exemplo, o seguro custará em média R\$ 1 mil.

ACESSÓRIOS

Os acessórios também têm ganhado destaque na cadeia econômica. As indústrias e lojas do segmento disponibilizam centenas de itens para personalização de veículos, que dão mais beleza e segurança. Entre os acessórios disponíveis no mercado estão películas (insulfilm), rodas, suspensão, volantes e aparelhos de som.

Apesar do *tuning* (alteração do motor, interior e carroceria do automóvel) ter conquistado espaço no mercado, principalmente entre os jovens, em especial depois do filme “Velozes e Furiosos”, ele ainda representa uma fatia pequena na demanda de serviços das empresas do segmento. Na Personality Tuning, o carro-chefe das vendas são os insulfilm, seguidos do trio elétrico (alarme, trava e vidro). Já as peças para *tuning*, como para-choques esportivos, volantes e outros componentes com design diferenciado são vendidos em menor quantidade, porém a porcentagem no faturamento é maior, já que custam mais. “O jogo mais barato de para-choques de

carro popular custa R\$ 1,2. Vendemos menos, mas o retorno é maior. Já o insulfilm custa a partir de R\$ 140”, argumenta o proprietário da loja, Fabrício Humberto Tocensa.

Ele destaca que os equipamentos eletrônicos estão ganhando mais espaço. Aparelhos de DVD e GPS estão encontrando mais adeptos, principalmente entre pessoas que viajam com frequência. “Na loja a venda destes produtos não é tão boa, porque muita gente opta por comprar no Paraguai. Mas percebo que boa parte dos carros que passam por aqui possui alguns destes eletrônicos”, relata.

Com vendas que saltaram de



CONCORRÊNCIA COM LOJAS DO PARAGUAI FAZ COM QUE AS VENDAS QUE EQUIPAMENTOS ELETRÔNICOS TENHAM POUCA PROCURA NA PERSONALITY TUNING; INSULFILM E TRIO ELÉTRICO SÃO OS CARROS-CHEFE, DE ACORDO COM FABRÍCIO TOCENSA

Rafael Silva

www.acim.com.br

800 pneus por mês, em 2008, para 1,1 mil, em 2009, a Pneumar tem motivos para comemorar o aquecimento do setor. O gerente de varejo da loja, Sérgio da Silva Mariano, conta que os números foram mudando gradativamente e que nos dois últimos anos os resultados foram mais perceptíveis.

Para driblar a concorrência, cada vez mais apertada, a Pneumar procura trabalhar com preços atrativos. Diferencial que é possível, conforme o gerente da empresa, por causa da vantagem do volume de compra da Pneumar, que é grande. “Temos pneus de aro 13 a partir de R\$ 99. É um preço competitivo no mercado”, diz ele, acrescentando que as vendas deste modelo de pneu representam 50% do faturamento.

MECÂNICA E LUBRIFICAÇÃO

Há 23 anos no mercado, o proprietário da automecânica Motor 1000, Valter Márcio Belloso, acompanhou a mudança do setor. “O que antes era feito manualmente, hoje é computadorizado, com softwares atualizados frequentemente. Para acompanhar a evolução do segmento, precisei adquirir equipamentos de balanceamento e alinhamento a laser e um rastreador eletrônico que gerencia e detecta falhas no sistema eletrônico do carro”, relata Belloso, que participa de treinamentos e cursos de reciclagem. Isso porque, segundo ele, é necessário um constante aperfeiçoamento para operar estes equipamentos e conhecer as novas tecnologias aplicadas nos motores e sistema mecânico dos novos carros.

No caso dele, o aumento da frota de veículos não reflete imediatamente na demanda de serviços da automecânica, já que os carros novos saem das concessionárias



Rafael Silva

VALTER BELLOSO, DA MOTOR 1000: POR MÊS PASSAM 300 VEÍCULOS NA LOJA; REVISÃO DO SISTEMA DE FREIO, INJEÇÃO ELETRÔNICA, ALINHAMENTO E BALANCEAMENTO SÃO OS SERVIÇOS MAIS PROCURADOS

com garantia mínima de um ano. “Hoje, os carros tendem a ter menos problemas mecânicos, por isso, nossa maior demanda de serviço, entre os 300 carros que passam por mês pela mecânica, é para revisão: sistema de freio, injeção eletrônica, correias, além de alinhamento e balanceamento”.

Mas não são apenas os carros novos que passam pelas mãos da equipe de Belloso. Os mais usados, com média de uso de dez anos, também são “clientes” da oficina e, quanto mais antigo o carro, mais difícil é encontrar peças de reposição. “Existe uma regulamentação que prevê que as indústrias mantenham no mercado peças para reposição durante dez anos. Depois, deste período começa a complicar”, esclarece o proprietário.

No comércio de lubrificantes, os empresários sentiram ao longo dos anos o aumento da concorrência. Para o proprietário da Lubriforte, Paulo Francisco Gomes, uma forma encontrada para con-

quistar novos clientes foi abrir uma segunda loja, visando outro público. O local da filial foi estrategicamente estudado, observando a grande circulação de carros. “Escolhemos abrir a loja no Shopping Cidade. Desta forma, os clientes podem deixar o carro para manutenção enquanto aproveitam para fazer compras no mercado anexo ou no shopping”, afirma Gomes.

A Lubriforte está há 20 anos no mercado, mas há apenas três, está sob a administração de Gomes, que um ano após sua aquisição, percebeu que o shopping poderia render uma nova clientela para a segunda loja. “Ainda não atingimos o patamar desejado. Aos poucos estamos ganhando espaço, mas estou confiante, pois o ponto é bom”.

O serviço de lubrificação e filtros representa 90% do faturamento de Gomes. O restante fica por conta da higienização de ar condicionado, de radiadores e da venda de acessórios. ■

Se o arroz e o feijão chegam ao prato dos brasileiros, se há roupas nas vitrines, combustível nos postos, além de uma infinidade de outros produtos nas prateleiras à disposição dos consumidores, deve-se também aos caminhões que trafegam de estrada a estrada levando cargas por todo país e aos portos aduaneiros para a exportação. Conforme números do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), circulam hoje no país quase dois milhões de caminhões, sendo 200 mil no Paraná e 7.231 emplacados em Maringá. Em 2008, circulavam 30 mil caminhões a menos pelo Brasil.

Um segmento que, segundo a Federação Nacional de Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave), está diretamente atrelado ao nível de atividade econômica do país. No entanto, diferente de outros segmentos automotivos, suas perspectivas de vendas variam em cada região. O diretor comercial da Rivesa, Antônio Carlos Sencio Paes, explica que o fator determinante nas vendas é a economia local. “Nossa região é predominantemente agriculturável, então, se a safra for satisfatória, nossas vendas também tendem a ser. Se há uma quebra, por causa do tempo ou qualquer outro fator, a tendência é termos queda. Mas isso não significa, por exemplo, que uma região industrial enfrentará recessão no mesmo período que nós. Nem sempre o que é rentável na agricultura é rentável na indústria”.

As vendas de caminhões vinham apresentando queda em 2005 e começaram a se recuperar em 2006. O aquecimento se estendeu até 2008, quando o setor registrou déficit de caminhões e as indústrias passaram a trabalhar com encomendas. “Nesse período tínhamos uma procura

Carga pesada

AGRONEGÓCIO IMPULSIONA A VENDA DE CAMINHÕES NA REGIÃO, MAS QUANDO HÁ QUEBRA DA SAFRA, OS REFLEXOS SÃO DIRETOS NAS VENDAS DAS EMPRESAS DO SETOR; EXPECTATIVA É POSITIVA PARA O ANO QUE VEM



"TEMOS EXPECTATIVAS POSITIVAS DE RETOMADA DO RITMO ACELERADO QUE VINHAMOS REGISTRANDO ANTES DA CRISE", DIZ GIACOMO ELIAS ARNO, DA MAVESA

muito acima da oferta. Este momento positivo durou até o último trimestre de 2008, quando a crise econômica mundial começou a afetar o setor”, destaca Paes.

Mas para impulsionar as vendas, o Governo Federal reduziu o Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) dos caminhões. “Muitos clientes tinham adiado a compra, mas a redução do IPI, que foi de cerca de 5%, estimulou as vendas. O desconto médio foi de R\$ 17 mil. Até mesmo quem não estava pensando em adquirir um caminhão zero quilômetro aproveitou”, lembra o diretor comercial da Rivesa.

Além da agricultura, a cultura canavieira também impulsiona as vendas de caminhões na região de Maringá. De acordo com o gerente comercial da Mavesa, Gia-

como Elias Arno, o setor movimenta a venda de caminhões-tanque, para o transporte de álcool, o basculante para o açúcar e a caçamba para a cana.

“O setor de caminhões sempre enfrenta altos e baixos, dependemos muito do volume de produção e trabalhamos com a sazonalidade. Temos registros de anos bons, que são seguidos de queda. Mas para o final deste ano e 2010, temos expectativas positivas de retomada do ritmo acelerado que vínhamos registrando antes da crise”, acredita Arno. A previsão da Guerra, da qual a Mavesa é concessionária, é produzir 13 mil implementos rodoviários até o final do ano. “O mercado começou a reagir em agosto e as expectativas são muito boas”. ■

O emprego é seu! Depois de uma série de testes e dinâmicas, você superou outros candidatos e conquistou a vaga oferecida. Isso é suficiente para acabar com qualquer nervosismo ou ansiedade, certo? Errado! Outro fantasma começa assombrar seu sono: como se comportar no primeiro dia de trabalho? Além disso, você vai provar todas as peças do guarda-roupa e, provavelmente, vai acabar comprando uma roupa, cortar o cabelo, pensar nas palavras mais convenientes, ficar ansioso em conhecer novas pessoas e, é claro, preocupado em causar uma boa primeira impressão. Tudo normal. Mas pensar positivo, se organizar e se preparar bem para esse dia vão fazer a diferença.

Assim que você recebeu a resposta positiva do novo trabalho, comece a buscar informações sobre a estrutura organizacional em que vai estar inserido, principalmente para respeitar os níveis de hierarquia. É importante também ter uma visão global do trabalho realizado para que você entenda como sua função se encaixa no processo. Esses dados já serão suficientes para garantir uma dose extra de autoconfiança. E para evitar o estresse, deixe tudo preparado no dia anterior. Confira se todos os documentos solicitados pela empresa estão organizados em uma pasta e deixe à mão, junto com carteira, celular e chaves. No caso das mulheres, a dica é deixar a bolsa pronta, com um estojo básico de maquiagem para os retoques durante o dia.

Tome um café da manhã reforçado e tenha em mente que ser discreto nunca é demais. Você não precisa mostrar tudo que sabe no primeiro dia, muito menos provar que tem um senso de humor apurado. Preocupe-se em ouvir muito e

Emprego novo sem antigos medos

NO PRIMEIRO DIA DE TRABALHO, DEIXE A INSEGURANÇA DE LADO, CONFIE NO SEU TACO E ENTRE COMO O PÉ DIREITO; E PARA QUEM VAI RECEPCIONAR O NOVO COLEGA A DICA É SER CORTÊS E PROFISSIONAL



Rafael Silva

respeite quem está há mais tempo na empresa, independente do cargo. Ouça com atenção todas as instruções e deixe para sugerir mudanças quando se sentir mais seguro para isso. Seja positivo e evite falar do trabalho anterior, não supervalorize seu antigo trabalho, mas também não fale mal, principalmente do ex-chefe. E se esforce para não errar ou trocar nomes.

Por outro lado, quem vai receptionar um colega novo no trabalho deve estar munido de paciência e boa vontade. Mostrar-se acessível é uma boa maneira de ajudar, assim como passar as instruções devagar e de forma clara. Caso o setor de Recursos Humanos não faça uma apresentação geral

da estrutura física da empresa, mostre ao novo colega, pelo menos, o setor onde ele vai trabalhar, banheiros e salinha do café. Conte como é a rotina de trabalho, a maneira adotada pela empresa para atender ao telefone, como fazer ligações locais e interurbanas e tudo o que ele precisa saber para desempenhar sua função com sucesso. Caso o colega também seja novo na cidade, deixe com ele os números do seu celular e do telefone da sua casa. Uma gentileza para estabelecer, desde o primeiro dia, uma relação de trabalho e, quem sabe, uma amizade.

Dayse Hess é jornalista e especialista em design de moda

Vale a pena
OUVIR

MONIKA GANEM FRAGUAS – EMPRESÁRIA

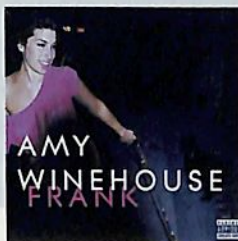


Sinceramente – Paula Lima

Vale à pena conferir o trabalho de Paula Lima. O repertório traz 12 faixas, incluindo "Como diz o ditado", "Cuidar de mim" e "Já pedi pra você parar". Um CD que não pode faltar em sua coleção!

Frank – Amy Winehouse

Este é o álbum de estreia da cantora inglesa Amy Winehouse. São 13 canções marcadas pela soul music, incluindo "Moody's mood for love", "Fuck me pumps" e "What is it about men".



Vale a pena
ASSISTIR



GENISON CAMARGO – EMPRESÁRIO

DUPLICIDADE –

TONY GILROY (2009)

Os agentes Claire Stenwick e Ray Koval deixam a



espionagem governamental para encontrar a fórmula de um produto que pode render muito dinheiro à empresa que a patentear. Mas há um detalhe: Claire e Ray trabalham em corporações rivais e ambos têm o mesmo objetivo, só que no meio do caminho se apaixonam.

ANJOS E DEMÔNIOS – RON HOWARD (2009)

Baseado no livro homônimo de Dan Brown, o filme traz Tom Hanks no papel principal, interpretando novamente Robert Langdon. Ele é chamado para investigar o assassinato de um cientista e se envolverá com a sociedade secreta dos Illuminati junto Victoria Vetra, filha do homem morto. A história se passa às vésperas da eleição do novo papa.

O que estou
LENDO

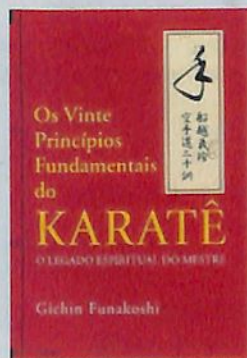
MARLI PIVATTO – GERENTE



O VENDEDOR DE SONHOS – O CHAMADO AUGUSTO CURY EDITORA ACADEMIA DE INTELIGÊNCIA 296 PÁGINAS

Um desconhecido tenta salvar da morte um professor que quer se atirar do Edifício San Pablo com a desculpa que o ato está atrapalhando seu jantar. É este mesmo desconhecido, mal vestido, que em seu discurso ressalta a importância de vender sonhos e cativa outras pessoas. O livro foi escrito pelo psiquiatra e psicoterapeuta Augusto Cury, cujas obras foram publicadas em vários países.

GUILHERME DA SILVA CORREIA – EMPRESÁRIO



OS VINTE PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS DO KARATÊ – O LEGADO ESPIRITUAL DO MESTRE GICHIN FUNAKOSHI EDITORA CULTRIX 127 PÁGINAS

Gichin Funakoshi é um mestre do karatê japonês. Segundo ele, o objetivo maior do esporte "não é nem a vitória nem a defesa, mas o aperfeiçoamento do caráter dos seus participantes". Ao longo da vida, Funakoshi elaborou seus 20 princípios e defendeu que a agilidade mental é mais importante do que a força bruta e a técnica.

Vale a pena
NAVEGAR

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

<http://www.interney.net/conversor-ortografico.php>

Para quem tem dúvidas sobre a grafia das palavras de acordo com o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, basta acessar este site e digitar a palavra; na sequência será informada a grafia correta

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

Disponibiliza gratuitamente documentários exibidos pelo National Geographic Channel, seriados de televisão, como Os Simpsons e Uma família da pesada, entre outros

<http://www.alana.org.br/CriancaConsumo/Home.aspx>

Site do Instituto Alana, que tem como um dos seus principais objetivos desenvolver atividades em prol da defesa dos direitos das crianças e dos adolescentes relacionadas ao consumo em geral

CURSOS

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

■ NOTA FISCAL ELETRÔNICA

Instrutores: Gilberto Favato e Edson Akinori
Molimoto

Data: 8 e 9 de setembro, das 19h às 22h

■ TELEMARKETING – ESTRATÉGIAS DE VENDAS DE FORMA EFICIENTE E EFICAZ

Instrutora: Maria Alice Pinatti

Data: 9 a 11 de setembro, das 19h às 23h

■ ESTRATÉGIAS E TÁTICAS DE VENDAS

Instrutora: Elizabete Willemann

Data: 15 e 16 de setembro, das 19h às 23h

■ POLÍTICA DE CRÉDITO

Instrutor: Hamilton Sampaio

Data: 15 e 16 de setembro, das 19h às 23h

■ ROTINAS E OBRIGAÇÕES DO DEPARTAMENTO PES-SOAL

Instrutor: Edson Palma

Data: 14 a 18 de setembro, das 19h às 23h

■ ATENDIMENTO TELEFÔNICO – A PRIMEIRA IMPRES-SÃO DO CLIENTE SOBRE A SUA EMPRESA

Instrutora: Jane Eyre da Cruz

Data: 17 e 18 de setembro, das 19h às 23h

■ NEGOCIE COM PROFISSIONAIS

Instrutor: Carlos Eduardo Dalto

Data: 21 a 23 de setembro, das 19h às 23h

■ ORGANIZAÇÃO DE SHOWS

Instrutor: Miguel Fernando Silva

Data: 21 a 25 de setembro, das 19h às 23h

■ CURSO DE CARICATURAS

Instrutor: GuCharges

Data: início em 24 de setembro, das 16h às 18h (duração de 15 meses)

■ COMO ENTREVISTAR PARA ESCOLHER MELHOR

Instrutora: Alessandra Herranz

Data: 28 a 30 de setembro, das 19h às 23h

■ COMUNICAÇÃO ASSERTIVA NAS ORGANIZAÇÕES

Instrutora: Mara Michela Gomes

Data: 29 e 30 de setembro, das 19h às 23h

MUDANÇA DE DATA

Devido às medidas preventivas sugeridas pela Secretaria de Saúde e outros órgãos sanitários para evitar aglomerações de pessoas e o contágio pelo vírus da Gripe A, a cerimônia de entrega do prêmio Empresário do Ano foi transferida de 20 de agosto para 1º de outubro. O horário e o local permanecerão os mesmos: será às 20 horas, no Clube Hípico, em Maringá. A decisão foi tomada em comum acordo pelos organizadores e pelo homenageado deste ano, José Sendeski Neto. O prêmio é uma realização da ACIM, Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), Associação Paranaense de Supermercados (Apras Noroeste) e Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep). Os convites são por adesão.

CURSOS INSTITUTO MERCOSUL

O Instituto Mercosul, ligado a ACIM, fechou importantes parcerias para a realização de treinamentos empresariais na área de comércio exterior e contabilidade. O primeiro está agendado para o dia 19 de setembro, das 13h30 às 17h30, tendo como tema "Practical Negotiations". Esse treinamento será realizado em parceria com a Directive.

O segundo treinamento será oferecido em parceria com a Cenofisco, tendo como tema "SPED Contábil (ECD) e Fiscal (EFD) e Documentos Fiscais Eletrônicos – Disposições e Considerações". Será ministrado no dia 24 de setembro, das 8h30 às 17h30. Nesse treinamento os associados da ACIM possuem 45% de desconto.

Com o terceiro parceiro, a empresa Aduaneiras, será ministrado o curso "Prático de emissão de notas fiscais nas importações e exportações – Paraná com abordagem à emissão de nota fiscal eletrônica", nos dias 25 e 26 de setembro, das 8 às 18 horas. Associados da ACIM também terão 45% de desconto nas inscrições. Mais informações pelo telefone (44) 3025-9616 ou pelo e-mail: eventos@institutomercosul.org.br. Todos os cursos serão realizados na sede da ACIM.

VENDAS DO COMÉRCIO

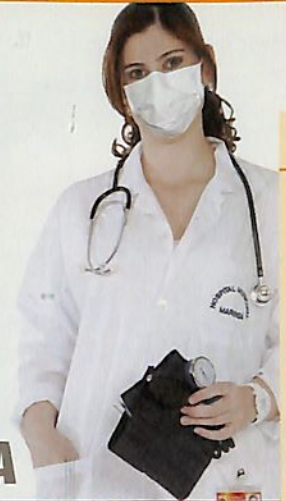
De 11 a 13 de setembro, a ACIM e o Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) realizam a 14ª edição da Maringá Líquida. Com o tema "Aproveite para lucrar ainda mais", a campanha terá anúncios em jornais, emissoras de rádio e televisão, carros de som e infláveis gigantes em Maringá e região. As empresas participantes concorrem a 50 passagens aéreas ida e volta para São Paulo. O evento tem apoio do ACIM Mulher, Copejem, prefeitura de Maringá e Câmara Municipal, além do patrocínio da Azul Linhas Aéreas.

APROVEITE PARA
**LUCRAR
AINDA MAIS!**



Dias 11, 12 e 13
de setembro de 2009.

ACIM SIVAMAR



**VOCÊ,
EU,
TODOS
CONTRA A**

GRIPE A

GRIPE A

Diretores da ACIM integraram o Comitê de Mobilização e Ação Contra a Gripe A, formado para discutir medidas de prevenção e diminuir as possibilidades de contágio da doença. Entre as medidas tomadas pelo comitê, que é formado por representantes de diversas entidades de classe, estiveram a mudança no horário de funcionamento do comércio de Maringá e região entre 11 e 21 de agosto, para diminuir o fluxo de pessoas nos ônibus de transporte coletivo. O grupo de mobilização também decidiu dispensar trabalhadores transplantados e gestantes durante dez dias, já que estas pessoas têm menor imunidade e estão mais sujeitas à doença. Outra ação foi a distribuição gratuita de folders e cartazes com dicas de como se prevenir contra a nova gripe.

RELAÇÕES TRABALHISTAS



A segunda edição do Fórum Trabalhista Empresarial será realizado

em 15 de outubro, no Bristol Hotel. Serão três palestrantes: o advogado e especialista em Direito Civil José Cordeiro Calvo, o administrador de empresas e pós-graduado em Gestão Empresarial Evaldo Garcia Reinas e o juiz aposentado Nacif Alcure Neto. O tema do fórum será “os resultados obtidos na evolução das relações trabalhistas atrelados à ética do fator humano”. A realização é da DP Total, com apoio da ACIM e da WRA Gestão em TI. Associados à Associação Comercial pagam R\$ 50, para estudantes, a inscrição custa R\$ 70 e para não-associados, R\$ 80. Mais informações pelo telefone (44) 3025-3593 ou pelo fórum@dptotal.com.br

PALESTRA

O programa Empreender, da ACIM, completará nove anos e para comemorar realizará uma palestra gratuita com o empresário Mário Gazin, do grupo que leva seu sobrenome. Será em 7 de outubro, às 19 horas, no Teatro Calil Haddad. Os convites serão gratuitos. O Grupo Gazin comercializa móveis, eletrodomésticos e utilidades domésticas e conta com indústria de móveis, colchões, espumas e estofados, centros de distribuição e lojas em vários estados brasileiros. No ano passado, as empresas do grupo faturaram mais de R\$ 1 bilhão.

CONVENÇÃO

A 19ª edição da Convenção Anual da Faciap acontece entre 23 e 25 de setembro, no Hotel Mabu Thermas & Resort, em Foz de Iguaçu. O tema deste ano é a “Evolução do associativismo”. Na programação, palestras, incluindo a do ex-jogador de basquete Oscar Schmidt, painéis, encontro estadual do Empreender, lançamento do Prêmio Jovem Empresário 2010, encontro do núcleo de responsabilidade social, entre outros. As inscrições devem ser feitas até o dia 10 de setembro pelo www.faciap.org.br/convencao. Após esta data, apenas no local. Mais informações pelo telefone (41) 3307-7000. Diretores da ACIM devem participar do evento.

NATAL INGÁ

Já começaram os preparativos para a campanha Natal Ingá 2009, uma realização da prefeitura, com apoio de diversos parceiros. A ACIM, como nas edições anteriores, ficou responsável pelo projeto “Um shopping a céu aberto”, que iluminará com mangueiras recicláveis pelo menos 1,7 mil árvores da região central e bairros de Maringá. A chegada do Papai Noel está programada para 3 de dezembro, na Praça da Catedral.

RESPONSABILIDADE SOCIAL

A ACIM recebeu o Prêmio Personalidade do ano de Responsabilidade Social, da Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento do Paraná (ABTD), uma entidade sem fins lucrativos. A entrega foi em 13 de agosto, durante o Fórum de Recursos Humanos. Para o presidente da ABTD do Paraná, Ademir Ramos, o prêmio é um reconhecimento pelo trabalho realizado pela Fundacim, o instituto de responsabilidade social da ACIM, como fomentadora e articuladora de projetos sociais. “As ações da Fundacim em prol da responsabilidade social são de suma importância para a comunidade em geral”, afirmou.

www.acim.com.br



Súmulas vinculantes também precisam ser revisadas

A POPULAÇÃO BRASILEIRA ESTÁ ENVOLVIDA EM SITUAÇÕES MAIS CONFLITUOSAS E NÃO CONSEGUE ALCANÇAR A SOLUÇÃO PELOS MEIOS AMIGÁVEIS; O RECURSO AO JUDICIÁRIO, QUE ERA EXCEÇÃO, TORNOU-SE REGRA

Guardo na lembrança a publicação de uma estatística, na época de meu ingresso na Magistratura, em 1969, segundo a qual, de cada grupo de cerca de 60 pessoas, uma mantinha qualquer pendência em tramitação na Justiça. Naquela ocasião, o povo acreditava no velho adágio que dizia que "mais vale um mau acordo do que uma boa sentença". O tempo mudou, no levantamento estatístico, levado a efeito pelo Conselho Nacional de Justiça. O Brasil possui hoje aproximadamente 184 milhões de habitantes, destes 12,2 milhões procuram o Judiciário para resolver suas pendências. Das sentenças proferidas no primeiro grau de jurisdição, cerca de 14% sobem em grau de recurso para os Tribunais.

Isso indica, sem sombra de dúvidas, que a população brasileira está envolvida em situações mais conflituosas e não consegue alcançar a solução pelos meios amigáveis. O recurso ao Judiciário, que era exceção, tornou-se regra. É certo que tal evolução decorre não só do implemento cultural, mas também de alguns avanços na área do Direito. O homem moderno deixou de refletir no âmbito restrito e passou para o coletivo, surgindo entidades de classe, sindicatos, associações e outros na busca dos chamados direitos difusos e coletivos. Também a atual Constituição da República ampliou as portas do Judiciário.

O próprio exercício da atividade jurisdicional restou prestigiado pela legislação constitucional e ordinária a exemplo do Código de Defesa do Consumidor, também o Código Civil atual criou mecanismo de revisão judicial dos contratos, se abusivamente lesivo a uma das partes. No passado bem recente prevalecia a regra da *pacta sunt servanda*, segundo a qual os contratos devem ser cumpridos na medida do que foi ajustado.

Diante da sobrecarga de trabalho, o Poder Judiciário procurou saída, não só pelo aumento do número de Magistrados, mas também de mecanismos de facilitação da prestação jurisdicional. Um deles foi a introdução da súmula vinculante, segundo a qual aquelas questões mais repetidas no âmbito da jurisdição, depois de apreciadas pelo Supremo Tribunal Federal, vinculam as demais que lhe sejam correlatas, como que alargando os efeitos daquela solução para os demais processos.

Sem dúvida é uma solução válida, especialmente no âmbito da vinculação administrativa, pois, como se tem por sabido o poder público por seus órgãos se desponta como o maior litigante.

Solução que restou não cogitada e que, a meu sentir, merece reflexão seria a introdução do mecanismo de revisão periódica de tais súmulas, pois, como sabido, o Direito está em permanente evolução e o mesmo deveria ocorrer com a súmula vinculante.

Sérgio Rodrigues é desembargador aposentado

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 46 Nº 491 SETEMBRO/2009
PUBLICAÇÃO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO
COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ -
ACIM / FONE: 44 3025-9595

DIRETOR RESPONSÁVEL

José Carlos Barbieri
Vice-presidente de Marketing

CONSELHO EDITORIAL

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

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Giovana Campanha MTB 05255

COLABORADORES

Giovana Campanha, Liliâne Danas,
Luiz Fernando Cardoso,
Murilo Gatti, Verônica Mariano e Vinícius Carvalho

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
Bulla Jr
Arquivos/UEM, Prefeitura e ACIM

CTP 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.


A economia estimada ocorrerá na mudança de planos básicos da concorrência para o plano Economix e para o Economix Flex. Consulte os termos dos serviços no portal www.gvt.com.br. Serviços sujeitos à disponibilidade técnica.

JÁ FAZ PARTE DA SUA VIDA

O seu plano de saúde tem que ser adequado às suas necessidades e preocupações e acima de tudo, transmitir confiança.

Quem tem Santa Casa Saúde, sabe que pode contar com um atendimento diferenciado e eficaz, sempre.

Por isso o Santa Casa Saúde já faz parte da sua vida.



Santa Casa
Saúde



Santa Casa
Saúde

Um plano de amor à vida.

Maringá - 44 3033-5690

Mandaguari - 44 3233-6000

www.santacasamaringa.com

ANS Nº 33.688