

**Caderno
Especial
Agronegócio**

Revista

R\$ 5,00
Novembro/2009
Nº 493
Ano 46

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



Comércio Internacional

**As vantagens de atuar fora do
Brasil e como começar**

Para garantir assertividade nos negócios e antecipar tendências, o recomendável é investir em pesquisas de mercado

Sistemas informatizados do Fisco ajudam a combater a sonegação e aumentam a arrecadação de impostos





VOCÊ E SUA FAMÍLIA MERECEM MAIS TRANQUILIDADE

Rede credenciada presente em **24 CIDADES**

São **30 HOSPITAIS**

95 CLÍNICAS com serviços de Diagnóstico e Terapia

Quase **400 Médicos** a sua disposição

IMI - FARMÁCIA com preços diferenciados
em Maringá e Cascavel

Atendimento **NACIONAL de Urgência/Emergência**
(SISTEMA ABRAMGE)

Pediatria **24H** em Maringá

Clínica **Própria** com **ATENDIMENTO ÁGIL**
em Maringá e Cascavel

LIGUE: 44 3218 1515
www.drpam.com.br

Condições especiais
para associados

ACIM



Mais que Plano
de Saúde



Índice

REVISTA ACIM ANO 46 Nº 493

ENTREVISTA

5

Presidente do Grupo Gazin, uma das maiores redes varejistas do Brasil, Mário Gazin é o entrevistado do mês e fala sobre metas de vendas, o futuro do comércio varejista, sucessão, entre outros

REPORTAGEM DE CAPA

14

Nos primeiros nove meses do ano, as empresas locais exportaram US\$ 759,7 milhões e ainda há espaço para que mais empresários rumem ao comércio internacional; veja exemplos de quem já chegou lá e dicas de como importar e exportar

MARCAS E PATENTES

30

Registrar uma marca e depositar patentes ajuda a evitar problemas futuros e dá ao proprietário o direito de uso exclusivo, inclusive é possível impedir o uso por terceiros; empresários do setor abordam o assunto

CADERNO ESPECIAL

43

Um dos setores que mais impulsionam a economia local, o agronegócio é o assunto do caderno especial deste mês; nas reportagens há entrevistas com lideranças e empresários do segmento, informações sobre a produção de etanol, entre outros

Do outro lado do mundo

Uma comitiva de empresários e lideranças regionais participou da quinta missão econômica do Paraná, organizada pelo deputado estadual Luiz Nishimori, em outubro, visitando cidades do Japão e da China. Entre os integrantes da missão estavam empresários, prefeitos, diretores e presidentes de entidades, como o nosso Conselho Comunitário de Segurança, entre outros.

Missões como essa são importantes, pois devem trazer ótimos resultados para a região e para Maringá. No Japão, a programação incluiu visitas à província de Nagoya para conhecermos um moderno sistema de tratamento de lixo e à Mitsui & Co., empresa do sistema de transportes que opera o famoso Shinkansen (trem-bala) entre Nagoya e Tóquio.

Na capital japonesa, fomos recebidos na Casa Imperial onde se mantém a mais antiga monarquia do mundo. Lá tivemos um encontro com o príncipe Naruhito, retribuindo a visita que o herdeiro do Trono do Crisântemo fez a Maringá por ocasião das comemorações do Imin 100 no ano passado.

Na China fomos à Feira de Cantão, a maior feira de negócios do mundo com 851 mil metros quadrados de área de exposição e mais de 43 mil estandes. A Feira de Cantão é uma plataforma para o comércio internacional, com a participação de mais de 600 empresas estrangeiras de 53 países, entre eles o Brasil. Para os empresários maringenses, participar dessa Feira é estar com o seu produto exposto na vitrine do mundo. Na província de Cantão também tivemos um encontro com o governador Huang Hua-Hua, que recentemente esteve no Brasil e mantém bons laços institucionais com o Mer-

cosul. A pujança chinesa no mundo dos negócios é surpreendente.

Outro ponto a se destacar da viagem foi a visita ao Departamento de Relações Internacionais da Associação Chinesa de Futebol. Convidamos oficialmente a seleção chinesa para usar a estrutura e as instalações esportivas de Maringá durante a Copa de 2014, caso a equipe de futebol daquele país se classifique para os jogos no Brasil. Fomos os primeiros a visitar a associação chinesa e oferecer as instalações de Maringá para subsede na Copa do Mundo.

A missão econômica foi muito proveitosa. Apresentamos nos locais por onde passamos várias informações e dados socioeconômicos de Maringá. O sucesso da missão deve ser creditado ao prestígio que o deputado Luiz Nishimori tem junto às lideranças políticas e empresarias do outro lado do mundo. Nishimori fala e escreve em japonês e seu relacionamento com as embaixadas é admirável. Ficamos orgulhosos de poder ter um representante do nível do deputado maringense como nosso “embaixador” no Oriente, considerado por todos como a pessoa mais indicada para nos representar tanto no Japão quanto na China.

Missões empresariais são sempre importantes do ponto de vista econômico e institucional. Ajudam a estreitar laços e prospectar negócios. E é justamente isso que esperamos desta viagem a China e Japão: colher bons frutos.

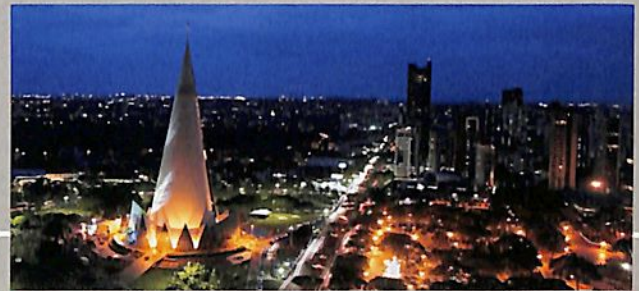
Frutos que, aliás, esperamos que os comerciantes maringenses colham com as vendas do final de ano, aquecidas pela brilhante campanha de Natal que Maringá terá a partir do final desse mês. Bons negócios!

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

ícon

ÍCONE DOS

RESIDENCES



Vista panorâmica da sacada do seu Icon



340m² privativa
560m² total

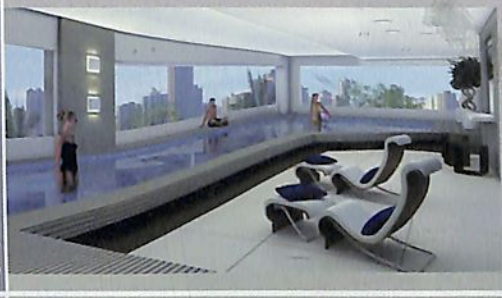
3 Décadas construindo empreendimentos de sucesso e solidez.

RESIDENCIAIS DE ALTÍSSIMO PADRÃO com ampla gama de tecnologia incorporada

Academia de Ginástica



Piscina



Espaço Gourmet



Área Social

- 4 suítes (1 master com banheiro duplo) • 4 ou 5 vagas de garagem • Varanda gourmet
- Spa • Sauna com varanda de entretenimento • Sala de relax • Bar com terraço
- Salão de festas no térreo, com acesso ao jardim • Brinquedoteca • Putting green (mini golfe)
- Quadra de esportes • Playground completo • Localização privilegiada



Incorporação, Construção e Vendas Exclusivas.



Rua Néo Alves Martins, 1796 - Centro
www.construtoradesign.com.br - 44 3226.3563



Não basta vestir a

O EMPRESÁRIO MÁRIO GAZIN COMANDA UMA DAS MAIORES REDES VAREJISTAS BRASILEIRAS, O GRUPO GAZIN, QUE CONTA COM 153 LOJAS, EM OITO ESTADOS BRASILEIROS, ALÉM DE SETE CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO E INDÚSTRIAS DE MESAS, CADEIRAS, COLCHÕES E ESTOFADOS. SÃO 3,5 MIL FUNCIONÁRIOS E PREVISÃO DE FATURAMENTO DE R\$ 1,226 BILHÃO NESTE ANO. GAZIN TEM UM JEITO PRÓPRIO DE ADMINISTRAR OS NEGÓCIOS: ESTABELECE MÉTAS COMPETITIVAS E QUANDO ELAS SÃO CUMPRIDAS OS FUNCIONÁRIOS LEVAM SEU QUINHÃO: SÓ NO ANO PASSADO FORAM DISTRIBUÍDAS MAIS DE 50 MOTOCICLETAS, 12 AUTOMÓVEIS, ENTRE OUTROS. PARA GARANTIR QUE AS METAS SEJAM ALCANÇADAS, OS COLABORADORES NÃO PRECISAM APENAS VESTIR A CAMISA DA EMPRESA, ELES GANHAM ATÉ ROUPAS ÍNTIMAS, JÁ QUE TODO FINAL DE ANO A EMPRESA DISTRIBUI CALCINHAS E CUECAS COM AS METAS DO ANO SEGUINTE IMPRESSAS NAS PEÇAS. EM 2009, POR EXEMPLO, AS VENDAS DEVEM TOTALIZAR R\$ 103 MILHÕES POR MÊS, O LUCRO LÍQUIDO DEVE CRESCER 3% E A INADIMPLÊNCIA DEVE FICAR ABAIXO DE 1,7%. CONFIRA A ENTREVISTA QUE O DIRETOR PRESIDENTE DO GRUPO CONCEDEU À REVISTA ACIM, DURANTE SUA VISITA A MARINGÁ, A CONVITE DO PROGRAMA EMPREENDER.

COMO O SENHOR VÊ O FUTURO DA CONCORRÊNCIA NO SETOR VAREJISTA NO BRASIL PARA OS PRÓXIMOS ANOS?

Há 15 ou 20 anos, não era necessário ter preparação para trabalhar no comércio, simplesmente se decidia abrir uma loja. Alguns pensavam: vou abrir um negócio porque meu irmão está indo muito bem no comércio dele. Com o fechamento de várias lojas da rede Pernambucanas no Paraná, a redução do número de agências do Bamerindus e de outros bancos, houve uma migração de pessoas de outros setores para o comércio. Isso sem contar que mais pessoas estão cursando graduação, o que significa a entrada de gente com mais conhecimento de mercado. As univer-

sidades mudaram. Hoje elas aceitam novas ideias, aceitam os empresários ministrarem palestras para os alunos, entre outros. Também foram abertas mais instituições de ensino superior. Antes quem pertencia às classes C e D não tinha como cursar uma graduação em faculdade particular. Hoje ficou mais fácil, as faculdades estão mais próximas dos clientes, as mensalidades são mais acessíveis e as empresas começaram a investir mais nos próprios funcionários. Só o grupo Gazin chegou a custear graduação para 300 funcionários. Hoje são 156 os contemplados. Isso sem contar que o comércio cresceu e ficou mais sadio. Na minha cidade, por exemplo (Douradina), as pessoas

gostavam de fazer compras em Cianorte, Umuarama e Maringá. Hoje os consumidores fazem compras na própria cidade, porque lá há lojas bem arrumadinhas. O varejo ficou muito mais atrativo, concorrido e daqui a pouco, em não muito tempo, não vai haver a figura do vendedor, porque hoje as pessoas pegam o produto e vão direto para o caixa. O autosserviço está presente em lojas de material de construção, farmácias, entre outros. Estamos migrando para o modelo varejista norte-americano e não para o europeu. Para ser sincero, não sei se seria um bom vendedor hoje, porque não tenho mais tantas informações sobre os produtos.

camisa da empresa

O SENHOR JÁ AFIRMOU QUE EM DETERMINADA ÉPOCA, O FATURAMENTO DA GAZIN ESTANCOU...

Por volta do ano 2000 queria faturar R\$ 10 milhões por mês e não sabia como. Na época tinha uma funcionária, que me convidou para assistir uma aula da faculdade que cursava, porque ela queria fazer algumas mudanças e eu não aceitava. Participei de algumas aulas e no último dia me lembro que um professor de Administração falou que as empresas familiares cresciam, cresciam, mas quando atingiam um teto quebravam. Aí pensei: é exatamente o que está acontecendo na Gazin. Fiquei cerca de 40 dias sem dormir pensando nisso. Tinha mês que o grupo faturava R\$ 10 milhões e no seguinte oito ou R\$ 9 milhões. Então, na média, não faturávamos R\$ 10 milhões. Foi quando criamos nossas metas atreladas à produtividade e fizemos uma reunião com todos os vendedores e gerentes. Colocamos na cabeça deles que tínhamos que faturar R\$ 10 milhões, porque se não a empresa iria quebrar. Logo nossa meta não era mais faturar R\$ 10 milhões e, sim, R\$ 12,5 milhões. Hoje cada vendedor da Gazin tem que atingir a meta de R\$ 40 mil de vendas por mês e todos os funcionários são considerados vendedores. Também temos um segundo parâmetro: além de cumprirmos as metas de vendas, precisamos ter um percentual mínimo de lucro. Não adianta apenas vender concedendo descontos.

NAS METAS DESTE ANO, A INADIMPLÊNCIA É DE 1,7%...

Sim, ela chegou a menos de 0,5%, mas foi crescendo. Em 2005, atingiu 4,5%, em 2006 ficou por volta de 3% e em 2007, baixou um pouco. No ano passado, a inadimplência atingiu 1,53%.

COMO É A POLÍTICA DE MARKETING DA EMPRESA? QUAL O PERCENTUAL DE INVESTIMENTO E PROPAGANDA?

Não temos muita política de marketing. Até 2008, quando o responsável pelo departamento, o nosso marqueteiro, faleceu, nosso foco de comunicação não eram as vendas e sim tornar a Gazin uma marca forte, tanto que não se divulgavam os preços dos produtos. De um ano para cá, investimos cerca de 3% do faturamen-

“O varejo ficou muito mais atrativo e daqui a pouco, em não muito tempo, não vai haver a figura do vendedor, porque hoje as pessoas pegam o produto e vão direto para o caixa. O autosserviço está presente em lojas de material de construção, farmácias, entre outros. Estamos migrando para o modelo varejista norte-americano”

to em propaganda, inclusive em emissoras de rádio e televisão.

E QUAL É A PREVISÃO DE FATURAMENTO PARA 2010?

Ainda não definimos. Mas em algumas cidades teremos problemas por causa da fase que o agronegócio está passando. Em Sorriso, por exemplo, o movimento está em alta, mas em cidades como Juína e Aripuanã a situação é muito difícil, porque a economia local é dependente da pecuária, que está sofrendo com a exportação. Também não planejamos ainda o número de lojas que serão inauguradas.

A GAZIN ESTÁ PRESENTE EM VÁRIAS CIDADES PEQUENAS, ONDE OUTROS GRUPOS VAREJISTAS NÃO TÊM INTERESSE DE ATUAR. COMO É O PROCESSO DE ESCOLHA DAS CIDADES ONDE O GRUPO SE INSTALARÁ?

No passado cometemos um erro - e temos que ir consertando - que foi nos instalarmos no Mato Grosso. Deveríamos ter ficado no Paraná. Mas por que fomos para o Mato Grosso? Porque na época, Douradina, onde está a sede do grupo, tinha 33 mil habitantes, mas com a quebra na safra de café, as pessoas se mudaram e a cidade chegou a ter quatro mil habitantes. O pessoal foi embora principalmente para o Mato Grosso e a Gazin foi junto. Hoje só temos duas lojas no Paraná, apesar da nossa matriz continuar aqui.

EXISTEM PLANOS DE EXPANDIR O NÚMERO DE LOJAS NO PARANÁ?

No Paraná, não abriremos lojas, porque já vendemos para varejis-

tas daqui e se abrimos lojas, vamos concorrer com os próprios clientes. Neste ano abrimos 12 lojas no Mato Grosso do Sul e no Acre.

A GAZIN TEM LOJAS DE ELETROELETRÔNICOS, CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO, FÁBRICA DE MÓVEIS... O SEGREDO É DIVERSIFICAR OS NEGÓCIOS?

Isso ajuda muito. Quero ter mais dez fábricas até 2019, de colchões, estofados, postos de gasolina. Se surgirem mais oportunidades, compraremos empresas, mas não muito fora da nossa área. O segredo é trabalhar muito e aproveitar as oportunidades na hora certa.

COMO ESTÁ SENDO O PROCESSO DE SUCESSÃO EMPRESARIAL NO GRUPO GAZIN?

Somos em cinco irmãos e começamos a preparar a sucessão em 1994. Levamos seis anos para concluir o processo e fui conhecer como é a sucessão da Parmalat, na Itália, e de outras empresas nos Estados Unidos. Já escolhemos os sucessores, mas eles não são meus filhos. Também criamos a Holding Gazin para perpetuar os negócios e é o conselho da holding quem toma as decisões.

O SENHOR É O PRESIDENTE DA HOLDING?

Sim, integram o conselho da holding dois irmãos, dois funcionários e três pessoas de fora da empresa, que não podem ser de Douradina nem amigas dos donos. São pessoas comprometidas com a empresa e remuneradas. Já tivemos como conselheiros empresários, inclusive maringauenses, professores e médico. A Gazin não compra nem vende nada sem aprovação deste conselho, isso garante mais transparência e segurança.



Ricardo Lopes

QUAL O PERCENTUAL DAS VENDAS PELA INTERNET EM RELAÇÃO AO FATURAMENTO DO GRUPO?

Um por cento. A internet pode não ser um mecanismo de venda forte, mas é uma maneira de divulgar a empresa e acredito que ainda tem muito a crescer. Eu mesmo gosto de comprar pela internet, só acho ruim na hora de fazer o cadastro. Comprar pelo site da Gazin é muito fácil, porque temos várias pessoas trabalhando nele. E cobro da equipe que a compra tem que ser fácil e rápida para o consumidor. Há dias que recebemos de cinco a seis mil acessos em nosso site.

A ROTATIVIDADE É ALTA NO GRUPO GAZIN?

Ela deve estar entre 2,6 e 2,8%, que é baixa. O que retém o funcionário é o clima interno, o tratamento que você dá as pessoas. Os professores costumam dizer que o bem mais valioso de uma empresa é o capital intelectual, mas o que a gente nota é que na prática isso não é verdade. Quando uma

empresa enfrenta qualquer dificuldade, quem sofre primeiro são os funcionários, porque os coitados são demitidos. Digo que na minha empresa o mais importante é o lucro e preciso dos funcionários para atingi-lo. Com esta crise, fizemos um acordo por escrito com eles: que não seriam demitidos e assim foi feito.

NA GAZIN DOIS TERÇOS DOS FUNCIONÁRIOS SÃO HOMENS, POR QUÊ?

Já chegamos a ter 37% de funcionários do sexo feminino e hoje este percentual é um pouco menor. As mulheres enfrentam algumas dificuldades. Por exemplo, se ela é gerente de loja e precisa mudar de cidade, o marido não quer ir junto para não abrir mão do emprego.

QUE CONSELHOS O SENHOR DÁ PARA JOVENS EMPREENDEDORES?

Gastar pouco, o mínimo possível, e trabalhar muito. Patrão tem que gastar menos do que quando era empregado e tem que ser o primeiro a chegar e o último a sair, por isso é chamado de patrão. O dia em que parar de trabalhar, quem vai estar no meu lugar deverá chegar mais cedo e ir embora mais tarde do que eu. Uma empresa precisa de carinho, sucesso, de dedicação. E qual é o sangue da empresa? É investimento. E qual a injeção que temos que dar nela? Dinheiro.

O SENHOR COSTUMA INVESTIR QUAL PERCENTUAL DO LUCRO NA EMPRESA?

Na Gazin, os sócios ficam com, no máximo, 6% do lucro. Noventa e quatro por cento tem que ser reinvestido na empresa. E garanto que hoje os sócios não ficam nem com 6%. Este ano meu salário é de R\$ 33 mil. ■

■ Veuve Clicquot ■



Aproxime-se!


ADEGA BRASIL
Vinhos e Destilados

www.adegabrasil.com.br



Rafael Silva

TECHPLUS TINTAS

No mercado desde 2006, a Techplus Tintas trabalha em busca de inovação e tecnologia para oferecer produtos com preço competitivo e qualidade aos consumidores. Tudo isso sem agredir o meio ambiente, já que na produção a empresa dá a destinação correta aos resíduos. Atualmente, a indústria vem apresentando novas linhas de produtos: são tintas, gel para efeitos especiais, massa corrida, texturas, grafiatos, tintas para telhas, enfim, produtos para tornar os ambientes mais agradáveis e coloridos.

KARTÓDROMO

Desde o final de junho, Maringá conta com o Kartódromo Race Park, inaugurado por iniciativa do Kart Club Maringá. A pista possui 1.120 metros de comprimento e oito metros de largura, além de área de escape de dez metros de cada lado e boxes, totalizando uma área de 40 mil metros quadrados. O Kartódromo fica na rodovia PR-317, quilômetro 108,7 saída para Campo Mourão.

DIA MUNDIAL DA PSORÍASE

Vinte e nove de outubro foi o Dia Mundial da Psoríase. No Brasil, a campanha é liderada pela Sociedade Brasileira de Dermatologia. De acordo com a médica dermatologista Sineida Bebert Ferreira, a campanha existe há vários anos. “Em Maringá, intensificamos a campanha para desmistificar a psoríase. Trata-se de uma doença inflamatória da pele e articulações, não contagiosa e crônica”.

Durante o dia, foram distribuídos, na cidade, materiais explicativos nos consultórios médicos e numa rede de supermercados. A médica alerta que é importante a avaliação correta pelo dermatologista, pois a psoríase pode ser confundida com outras doenças de pele. “Quanto mais precoce o diagnóstico e o início do tratamento, melhor a resposta”, explica Sineida. A doença afeta 2% da população mundial. No Brasil, aproximadamente três milhões de pessoas possuem a doença, que atinge ambos os sexos e pode ocorrer em qualquer idade.

DOAÇÃO PARA A PASTORAL DA CRIANÇA

A Purific doará para a Pastoral da Criança colheres de soro caseiro para ajudar milhares de crianças do Brasil, República Dominicana, Peru, Paraguai, Panamá, México, Argentina, entre outros países sul-americanos. Serão 435 mil colheres medidoras de soro caseiro, com design diferenciado e nano-tecnologia desenvolvida pela Purific, que oferece proteção antimicrobiana impregnada no plástico das colheres.

A assinatura da parceria aconteceu durante a Convenção Nacional da Purific, em setembro. A coordenadora internacional da Pastoral da Criança, Zilda Arns, assinou o convênio junto com a diretoria da Purific. “Esta é apenas uma forma de melhorarmos um pouco a sociedade em que vivemos. Se conseguirmos salvar uma vida com este projeto, será o melhor investimento que fizemos”, afirma o presidente da Purific, Jonatas Justus.

THEODORADO IMÓVEIS: TRAJETÓRIA DE SUCESSO

São 25 anos de trajetória no mercado imobiliário. O sucesso a cada empreendimento lançado se deve, segundo o empresário Alaor Theodoro da Silva, à seriedade da equipe de profissionais diante das obras, da capacitação e habilitação destes profissionais, além de projetos arquitetônicos diferenciados. Silva explica que os empreendimentos são construídos em pontos estratégicos da cidade visando à valorização imobiliária e comodidade dos moradores. Foram esses fatores que fizeram da Theodorado e da Construtora Transamérica sucesso no setor imobiliário em Maringá.



TERRAÇO ITÁLIA



PARQUE ITORORÓ



O hotel oferece apartamentos amplos e funcionais em um ambiente acolhedor, combinados ao atendimento personalizado. O GOLDEN INGÁ SUÍTE HOTEL é a escolha ideal para uma estadia agradável.

Golden Ingá
SUÍTE • HOTEL

Rua Néo Alves Martins, 2398
Centro - Maringá
Fone (44) 3226-4511
Fax (44) 3226-1033
reservas@goldeninga.com.br

SÓ PARA MULHERES

O Golden Ingá Suíte Hotel inaugurará na primeira quinzena deste mês uma suíte executiva para mulheres, com 40 metros quadrados. O ambiente contará com spa para os pés e outros itens voltados para o conforto e a beleza das futuras hóspedes. Segundo a encarregada de recepção, Elizabeth Batista de Lima, a ideia surgiu depois que a administração do hotel notou que tem crescido o número de executivas e empresárias que visitam à cidade.

HALLEL

Cento e dez mil pessoas participaram do Hallel 2009, que foi realizado pelo projeto Mais Vida e pela Arquidiocese de Maringá nos dias 7 e 8 de novembro, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá. Com o tema "O amor calando as armas", o evento teve como atrações 18 módulos de evangelização, como capela do louvor e namoro, missas, apresentações de bandas cristãs, como Cantores de Deus, e pregações, inclusive do padre Reginaldo Manzotti. A entrada foi um quilo de alimento não-perecível, que será repassado para entidades sociais de Maringá e região.



Rafael Silva

MERCADÃO MUNICIPAL

No final do mês passado foi inaugurado o Mercadão Municipal de Maringá, um empreendimento de 4,5 mil metros quadrados, cujos investimentos foram R\$ 2,5 milhões apenas nas obras. São 117 boxes (todos locados) de hortifrutigranjeiros, queijos, peixaria, condimentos árabes e orientais, açougues e quatro restaurantes (comida típica brasileira, oriental, *a la carte* e grelhados). Segundo o empresário Gerson Fernandes, que é atacadista do Ceasa e um dos três investidores, a decisão de abrir o empreendimento veio depois da constatação de que grandes centros contam com mercados municipais e a cidade ainda não tinha um. "Uma pesquisa comprovou a viabilidade do negócio", explica ele, acrescentando que os pães com mortadela e bolinho de bacalhau, típicos de mercados do gênero, serão vendidos no local. O Mercadão abre de terça-feira a domingo. Nos dias de semana, as lojas funcionam das 8 às 19 horas e a praça de alimentação das 10 às 22 horas. No sábado, o horário de funcionamento das lojas é das 7 às 18 horas e a praça de alimentação das 10 às 22 horas. E no domingo, as lojas abrem das 7 às 12 horas e praça das 8 às 16 horas.

HORÁRIO DE NATAL

Em razão das vendas de final de ano, o comércio de Maringá terá horário especial de funcionamento entre os dias 7 e 23 de dezembro. Conforme Convenção Coletiva assinada entre os sindicatos dos trabalhadores e dos comerciantes, neste período o comércio varejista funcionará até as 22 horas, de segunda a sexta-feira. Já nos três sábados anteriores ao Natal, as lojas estarão abertas até as 18 horas. No domingo que antecede o Natal, o comércio funcionará das 13 às 19 horas e os supermercados das 9 às 16 horas.

Experimente o sabor leve e aerado do exclusivo **Patê de Ricota Frigão**. Com baixo teor calórico, é o complemento perfeito para uma alimentação muito mais saudável.

LANÇAMENTO!



www.frigao.com.br



Frigão

O comércio internacional mais p

É CRESCENTE O VOLUME DE EXPORTAÇÕES EM MARINGÁ, QUE COMEÇA A SENTIR OS IMPACTOS POSITIVOS DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DO AEROPORTO; INSTITUTO MERCOSUL AJUDA EMPRESAS, INCLUSIVE DE PEQUENO PORTE, A SE PREPARAR PARA O MERCADO EXTERNO

Avenda de produtos fabricados em Maringá e região para outros países tem crescido. De janeiro a setembro de 2009, Maringá registrou o montante de US\$ 759,7 milhões em exportações. Em comparação ao mesmo período do ano passado, quando o valor chegou a US\$ 632,2 milhões, houve um crescimento de 20,1% nas vendas. Em contrapartida, as importações nos nove primeiros meses do ano apresentaram retração. Foram importados US\$ 135,8 milhões em 2009 contra US\$ 206,8 milhões no mesmo período de 2008. Mesmo com a queda, reflexo direto da crise internacional, o resultado ainda é positivo. Em 2007, o resultado das importações atingiu US\$ 156,1 milhões em 12 meses, que deve ser superado neste ano.

Outro indicativo de recuperação nas importações são os números dos dois primeiros meses de funcionamento do Aeroporto Internacional de Cargas de Maringá. Da segunda quinzena de agosto, quando pousou o primeiro avião com produtos estrangeiros, até 15 de outubro, o valor recebido no terminal atingiu US\$ 26,5 milhões, num total de 217 toneladas de mercadorias. E quanto maior o volume de importações, mais impostos são recolhidos. Só nestes dois meses de internacio-

nalização do aeroporto, as empresas importadoras tiveram de pagar aproximadamente R\$ 15 milhões em tributos federais.

E são justamente os impostos que comprovam o aquecimento da economia local em 2009. Nos quatro primeiros meses do ano, enquanto o Paraná e o Brasil registraram queda na arrecadação, a cidade apresentou crescimento. De acordo com dados da Receita Federal, de janeiro a maio de 2009, a arrecadação de impostos federais em Maringá cresceu 14% em comparação a igual período de 2008. No mesmo quadrimestre, o Paraná registrou uma arrecadação 7% menor e o Brasil arrecadou 5% a menos.

Os resultados obtidos na cidade tiveram impacto direto dos impostos pagos nas operações de importação, que cresceram 27% na comparação dos quatro primeiros meses deste ano com o registrado no primeiro quadrimestre de 2008.

No que se refere às exportações, esta modalidade de negócios cresceu 68,3% em Maringá em 2008 em relação ao ano anterior e ainda há espaço para crescimento. Este ano, por exemplo, dos US\$ 759,7 milhões exportados, 90% foram obtidos a partir da venda de açúcar, soja, derivados de soja e etanol. "As



Rafael Silva

ATÉ SETEMBRO, JÁ HAVIAM SIDO EXPORTADOS PELAS EMPRESAS DE MARINGÁ CERCA DE US\$ 760 MILHÕES, OU SEJA, 20,1% A MAIS DO QUE EM 2008

róximo das empresas



grandes exportações estão nas mãos de poucas empresas. Vemos que as menores têm condições de conquistar mais espaço”, considera a vice-presidente da ACIM para Assuntos de Comércio Exterior e presidente do Instituto Mercosul, Renata Mestriner.

E para fomentar este mercado,

o Instituto tem focado a atuação na realização de cursos de aprimoramento para o comércio internacional. “Temos trazido a Maringá cursos um pouco mais caros, mas com excelente nível técnico. O foco do trabalho é propagar as informações e treinar os funcionários das empresas para este mer-

cado. Em média, são dois cursos por mês”, diz.

Na avaliação da presidente do Instituto Mercosul, o mercado internacional precisa ser desmistificado. “Antes, só as grandes empresas faziam operações de importação e exportação. Mas hoje, os pequenos têm ido atrás. Vemos que empresários vão para o exterior, conhecem e participam de feiras e isto mostra que há um amadurecimento das empresas”, aponta.

O Instituto também oferece serviços de consultoria em exportação e importação, de busca de potenciais clientes no exterior para as empresas que desejam exportar e um programa para a internacionalização dos negócios. Neste programa, a meta é que dentro de um período de seis meses de preparação e treinamento, a empresa participe de uma feira internacional e esteja preparada para atuar no comércio exterior. A oferta de todos estes serviços rendeu ao Instituto um prêmio da Federação das Associações Comerciais do Paraná (Faciap). “Em nível de Paraná, a ACIM, através do Instituto Mercosul, foi reconhecida como a maior propagadora de comércio exterior do estado”, conta Renata Mestriner.

RESULTADOS

Com sede em Mandaguari, a Queiroz Acessórios cresceu bastante após buscar a assessoria do Instituto Mercosul. Há cerca de dois anos, a empresa se aprimorou na busca do mercado internacional. Atualmente, tem feito exportações regulares para a Argentina. No entanto, de acordo com o proprietário, Claudionor Queiroz, a transformação do negócio fez ainda mais diferença no mercado interno.

“A empresa deu um salto. Com

a bagagem que adquirimos no processo de preparação da empresa, abrimos novos mercados no país e passamos a apostar mais no mercado interno”, afirma. Segundo Queiroz, o período de incubação dentro do Instituto foi importante para a diversificação e melhoria dos produtos. “Valeu muito este aprendizado. Conseguimos todas as licenças necessárias e ficamos mais competitivos”, considera.

Quem começa a trilhar o mesmo caminho é a FCV Extintores. A empresa sediada em Santo Antônio da Platina veio a Maringá buscar o apoio do Instituto Mercosul para conquistar espaço fora do Brasil. “Nossa perspectiva é de solidificar a marca, além disso visualizamos grandes oportunidades de crescimento e rentabilidade para o nosso negócio”, afirma o gerente administrativo da empresa, José Vicente Cesar.

De acordo com Cesar, a empresa conheceu o trabalho do Instituto em 2006, durante um encontro de comércio exterior realizado na cidade de Cambé, e em julho fechou contrato com o Instituto para consolidar a empresa para o mercado internacional. O empresário relata que a ideia foi bem aceita pelos colaboradores da FCV, que ficaram motivados com o desafio.

“Um fato muito legal foi que dez colaboradores, por iniciativa própria, contrataram uma empresa para ministrar aulas de inglês, que serão realizadas no auditório da nossa empresa”, conta. O objetivo da FCV é consolidar uma primeira exportação nos próximos meses. Para isto, serão necessários alguns ajustes. “Ainda precisamos adequar nosso site aos padrões internacionais, fazer alterações nas embalagens e identificar possíveis clientes no Mercosul”, afirma.



Rafael Silva

RENATA MESTRINER, DO INSTITUTO MERCOSUL: EMPRESÁRIO DEVE FICAR ATENTO AOS CUSTOS DOS IMPOSTOS E AO CÂMBIO PARA NÃO CORRER O RISCO DE TER PREJUÍZOS E TORNAR A OPERAÇÃO INTERNACIONAL INVIÁVEL

Para o gerente administrativo da FCV Extintores, o mais importante em preparar para a busca do mercado internacional é garantir a saúde financeira da empresa com a conquista de clientes dentro e fora do país. “O mercado exterior representa maior competitividade no mercado interno, maior credibilidade junto aos nossos clientes e uma melhor saúde financeira. Vamos preparar a empresa para termos uma carteira solidificada e duradoura que traga perspectiva de crescimento e permanência no mercado de exportações”, diz.

ALTERNATIVAS

Para o empresário João Berdu, da Bisa Overseas, uma alternativa para ingressar no mercado internacional é a criação de uma identidade regional e também o

que se chama comércio justo. Este segundo conceito é uma alternativa para pequenas cooperativas. “O comércio justo tem por objetivo permitir uma remuneração que permita uma atividade produtiva digna que contribua para a melhoria da qualidade de vida dos cooperados, o que vai possibilitar às pessoas envolvidas mais capacitação, busca de informações e aprendizado”, conta o empresário.

Berdu cita como exemplo o trabalho desenvolvido pelas artesãs moradoras de uma Vila Rural de Nova Esperança, que passaram a exportar cachecóis para França. “Este fato deixa claro que existem espaços a serem ocupados por todos os tipos e tamanhos de empresas. O comércio justo e a identidade regional podem caminhar juntos quando possível, ou separados quando necessário”, considera.

O empresário relata que os cachecóis começaram a ser produzidos e exportados por dez famílias residentes na Vila Rural Esperança. “Atualmente existe uma cooperativa constituída, a Artisans Brasil, e temos 46 famílias que, além dos cachecóis, também passaram a exportar lenços de Seda Paraná (mistos de seda e algodão) tingidos com corantes naturais”, diz.

Berdu conta ainda que, com o apoio do Programa Universidade Sem Fronteira da Secretaria de Ciência e Tecnologia do Governo do Paraná, foram constituídos grupos de pesquisa em marketing e tecnologia de produtos que estão testando o conforto térmico oferecido pela seda e o conforto percebido pelos consumidores. Para

Berdu, na região de Maringá há muito a se explorar na cadeia de produção do bicho da seda.

“Nossa região pode tirar proveito do fato de ser a maior produtora de casulos de bicho da seda em todo o Ocidente. Por aqui são produzidos 25% de todo o casulo de bicho da seda do Brasil. Mas, é preciso agregar valor ao produto. Para se ter uma ideia, em 2008, foram exportados 84% da produção brasileira de seda na forma de fios crus com baixo valor agregado”, afirma.

No mês passado, o empresário esteve na China para fazer uma apresentação no Silk Fórum 2009, um evento bi-anual que reúne empresas do setor de seda de todo o mundo. Ele foi apresentar o está-



Rafael Silva

O EMPRESÁRIO JOÃO BERDU ESTEVE NA CHINA NO MÊS PASSADO, ONDE FALOU SOBRE A SERICULTURA BRASILEIRA: “NOSSA REGIÃO PODE TIRAR PROVEITO DE SER A MAIOR PRODUTORA DE CASULOS DE BICHO DA SEDA EM TODO O OCIDENTE”



VESTIBULAR 2010 CESUMAR

• Administração • Agronegócio • Agronomia • Análise e Desenvolvimento de Sistemas • Arquitetura e Urbanismo • Artes Visuais (Licenciatura e Bacharelado) • Automação Industrial • Biomedicina • Ciências Biológicas (Licenciatura e Bacharelado) • Ciências Contábeis • Comércio Exterior • Design de Interiores • Direito • Educação Física (Licenciatura e Bacharelado) • Enfermagem • Engenharia Ambiental • Engenharia Civil • Engenharia Elétrica • Engenharia Mecatrônica • Estética e Cosmética • Farmácia • Fisioterapia • Fonoaudiologia • Gastronomia • Gestão Comercial • Gestão de Recursos Humanos • Jornalismo • Letras (Português/Inglês) • Marketing • Medicina Veterinária • Moda • Nutrição • Odontologia • Pedagogia • Produção Sucoalcooleira • Psicologia • Publicidade e Propaganda • Redes de Computadores • Serviço Social • Sistemas de Informação • Sistemas para Internet (Web Design) • Teologia • Turismo

46
CURSOS

*Mais do que um diploma,
semear o futuro.*

CESUMAR
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
Comunidade do Conhecimento
GRADUAÇÃO | PÓS-GRADUAÇÃO
EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA - PROCESSO SELETIVO PERMANENTE

Inscrições até 18/11

www.cesumar.br | vestibular@cesumar.br | (44) 3027-6360 | Maringá - PR

gio atual da sericultura no Brasil e como o fortalecimento do mercado interno brasileiro para os artigos de seda pode representar uma alternativa para o setor.

“Existe um enorme potencial turístico e de negócios a ser explorado no Vale da Seda da região de Maringá. Precisamos nos atentar que a regionalização da produção e a criação de uma identidade regional é uma forma eficiente de enfrentar os efeitos indesejáveis da globalização”, considera.

AEROPORTO

No começo do mês passado o prefeito de Maringá, Silvio Barros, e o governador do Paraná, Roberto Requião, se encontraram para definir o fechamento do convênio com a União para a ampliação do pátio de estacionamento de aeronaves do Aeroporto Internacional de Cargas de Maringá. O investimento, através do Programa Federal de Auxílio a Aeroportos, será de R\$ 3,7 milhões, com contrapartida de R\$ 1,2 milhão do governo estadual.

Durante a audiência com o governador, Silvio Barros mostrou que somente o ICMS recolhido nos cinco primeiros vôos com cargas internacionais que chegaram a Maringá entre os meses de agosto e setembro superam o valor da contrapartida. No período em questão, foram recolhidos cerca de R\$ 1,5 milhão aos cofres estaduais.

A obra é importante para a região, pois permitirá operações de aeronaves com o dobro da carga atual, o que deve aumentar a receita operacional do terminal. “Com este novo pátio teremos capacidade para atender cargueiros com até 90 toneladas e com uma frequência maior de voos”, explica o superintendente do aeroporto, Marcos Valêncio.

Mesmo antes das obras serem



Rafael Silva

MARCOS VALÊNCIO, SUPERINTENDENTE DO AEROPORTO: COM A AMPLIAÇÃO DO ESTACIONAMENTO "TEREMOS CAPACIDADE PARA ATENDER CARGUEIROS COM ATÉ 90 TONELADAS E COM UMA FREQUÊNCIA MAIOR DE VOOS"

➔ PASSO A PASSO PARA EXPORTAR

- 1 Habilitar a empresa ou pessoa física na Receita Federal do Brasil;
- 2 Emitir o certificado digital e definir representantes (despachantes);
- 3 Pesquisa de mercado e participação em feiras para iniciar negociações;
- 4 Na hora de negociar, é preciso incluir no preço os custos fixos e variáveis; também é importante verificar a responsabilidade do frete internacional e as formas de pagamento;
- 5 Procurar um despachante aduaneiro, o que é importante, mas não obrigatório;
- 6 Fazer a classificação do produto a ser comercializado;
- 7 Estar atento às exigências do país importador (documentos e normas): aos detalhes de rótulo, etiqueta, embalagem e qualidade; enviar um produto exatamente igual à amostra aprovada pelo cliente;
- 8 Confeccionar os documentos necessários para a exportação. Basicamente são: *Proforma Invoice*, primeiro documento que contém todos detalhes da negociação; *Commercial Invoice*, que é o Proforma aprovado pelo cliente; e *Packing List*, que têm os dados básicos do produto;
- 9 Verificar como será feito o envio da mercadoria, cotar e contratar frete conforme negociado;
- 10 Fazer o registro da exportação, documento que será usado junto com a nota fiscal para liberar a mercadoria;
- 11 Liberar a mercadoria na fronteira. Em envios marítimos, os documentos são enviados ao importador após o embarque por *courrier* ou sedex internacional.



iniciadas, a perspectiva do terminal do Aeroporto Internacional de Cargas de Maringá é de crescimento no volume de cargas. O superintendente da Maringá Armazéns Gerais, gerenciadora do Terminal de Cargas, Marcos Capellazzi, lembra que o planejamento inicial de ter um voo a cada 15 dias foi superado logo no primeiro mês de operações.

“Nos dois primeiros meses tivemos voos com frequência média de nove dias. Nossa perspectiva é que a partir de novembro tenhamos aeronaves pousando toda semana em Maringá. São sinais de um bom resultado”, considera. Segundo Capellazzi, a agilidade das operações tem atraído a atenção de operadores de outras regiões como Curitiba e São Paulo. “Temos em andamento várias importações pilotos para testar a funcionalidade”, diz.

Atualmente duas companhias realizam o transporte de cargas na cidade: a brasileira Absa Cargo e a colombiana Tampa Cargo. “Existe o interesse de uma terceira companhia para operar em Maringá”, conta. De acordo com ele, a perspectiva do terminal é consolidar a existência de um voo semanal pelos próximos seis meses. “Acreditamos que vamos registrar um período de estabilização, mas há uma expectativa boa de crescimento a partir de abril do ano que vem”, afirma.

NEGÓCIOS SEGUROS

“O comércio exterior não é nenhum bicho de sete cabeças, mas há detalhes que precisam ser verificados. Os descuidos podem inviabilizar a operação e resultar em prejuízo”, alerta o despachante aduaneiro e sócio da Assimex, Ricardo Henrique da Silva Machado, que atua no comércio exteri-

O PROCESSO DE IMPORTAÇÃO

- 1 Fazer o registro da empresa ou pessoa física na Receita Federal do Brasil;
- 2 Analisar e selecionar os produtos e os potenciais fornecedores;
- 3 Estudar o produto escolhido; é importante verificar os impostos incidentes, os tratamentos administrativos e eventuais benefícios de redução de alíquotas;
- 4 Fazer o contato e iniciar negociações com exportador;
- 5 Nomear o despachante para desembaraçar mercadoria: importante, mas não obrigatório;
- 6 Elaborar planilha com estimativa de custos da importação: frete internacional, impostos, seguro, despesas bancárias, taxas portuárias, armazenagem, despachante, frete interno, etc;
- 7 Analisar os detalhes da *Proforma Invoice* que será encaminhada pelo exportador;
- 8 Observar se a mercadoria escolhida está sujeita a controles especiais;
- 9 Fechamento do negócio, com a devolução da *Proforma Invoice* assinada ao exportador;
- 10 Observar a modalidade de pagamento pactuada com o fornecedor;
- 11 Definição de logística e contratação do transporte;
- 12 Contratar seguro antes do embarque da mercadoria;
- 13 Emitir e conferir os documentos de embarque;
- 14 Embarcar a mercadoria e providenciar documentos necessários para desembaraço na aduana brasileira;
- 15 Quando a carga chegar é preciso efetuar o pagamento de despesas como taxas e impostos;
- 16 Fazer a Declaração de Importação (DI) e o pagamento dos tributos federais;
- 17 Aguardar a análise da DI pela Receita Federal do Brasil e a liberação da mercadoria na alfândega; se houver problemas, o importador é penalizado com multas;
- 18 Verificar se há pendências no pagamento e os prazos para liquidação do mesmo;
- 19 Emitir a nota fiscal de entrada do produto e manter em arquivos contábeis os documentos pertinentes a importação pelo prazo mínimo de cinco anos;
- 20 Prestação de contas do despachante aduaneiro, que reúne todos os documentos do processo, incluindo os comprovantes de despesas pagas e entrega ao importador.

FONTE | Instituto Mercosul

WVAINER



Rafael Silva

O DESPACHANTE RICARDO MACHADO RESSALTA QUE EM MARINGÁ AS MERCADORIAS IMPORTADAS SÃO LIBERADAS EM TRÊS DIAS, ENQUANTO QUE EM PARANAGUÁ SÃO 25; REGIMES ADUANEIROS ESPECIAIS SÃO OUTRO DIFERENCIAL

or em Maringá desde 1999. Ele lembra que não existe obrigatoriedade na contratação de um despachante para o fechamento de negócios internacionais, mas que este trabalho pode evitar dores de cabeça aos empresários.

A presidente do Instituto Mercosul, que também é proprietária da Global Assessoria em Comércio Exterior, Renata Mestriner, concorda com Machado. "A burocracia é grande. Apesar de hoje o tramite documental ser mais simples, é preciso conhecer bem o processo. A fiscalização dos órgãos federais é intensa e se a tramitação não é feita corretamente, existe até mesmo o risco de perder a mercadoria", considera.

Tanto para operações de importação como para exportação, o primeiro passo para uma empresa ou pessoa física que deseja atuar no mercado internacional é buscar o credenciamento na Receita Federal, que controla a saída e a entrada de todas as mercadorias no país. "Além de regularizar a situação na Receita Federal, acredito que o empresário deva procurar o apoio de uma empresa

especializada, do Sebrae ou do Instituto Mercosul para não ter surpresa desagradável", avalia Machado.

Para o despachante aduaneiro, a logística ofertada em Maringá é favorável para a realização dos negócios. "A agilidade é o ponto forte. Em Paranaguá, em média são 25 dias para liberar a mercadoria. Em Maringá, a liberação acontece em três dias. O giro é rápido e, por isso, vemos perspectivas positivas para o futuro", aponta.

O despachante também destaca os regimes aduaneiros especiais que são oferecidos no Porto Seco da cidade. "Na importação, um diferencial é que podemos nacionalizar as mercadorias por lotes e, desta forma, pagar os impostos quando a mercadoria chega ao Porto Seco. Na exportação, o comprador também pode armazenar as mercadorias aqui e receber conforme a necessidade", exemplifica.

Outra dica importante, lembra por Renata, é em relação aos preços. Na importação, ela aponta que o empresário deve estar

Programação de cursos de Instituto Mercosul

Nos dias 25 e 26 de novembro, o Instituto Mercosul realizará dois cursos em parceria com a Directive Professional English School e com a Business in English (BIE). Serão eles: "Advanced Negotiation", com o objetivo de aprimorar os conhecimentos da língua inglesa dentro do contexto prático da negociação internacional, e "Professional Presentation", voltado ao aprimoramento das habilidades de elaboração de apresentações profissionais em inglês.

Ambos serão ministrados por Marcus K. Jones, consultor especializado em gestão de projetos internacionais e eficiência comunicativa. Já para dezembro, a programação do Instituto traz, em parceria com a empresa Aduaneiras, o curso sobre os Tributos Incidentes na Importação, que terá como objetivo aperfeiçoar e esclarecer a adequada aplicação dos impostos incidentes nas operações de importações e os incentivos fiscais existentes.

A partir de janeiro de 2010, a novidade será a oferta de cursos de idiomas voltados aos negócios. Em parceria com a Directive, o Instituto oferecerá cursos de inglês e espanhol e em conjunto com a Aliança Francesa serão ofertados cursos de francês.

atento aos custos dos impostos, que podem inviabilizar a revenda das mercadorias. Já na exportação, a dica é tomar cuidado com o câmbio. "É preciso ter sempre uma margem de segurança no preço final para evitar eventuais perdas com as oscilações do dólar", afirma. ■

OPORTUNIDADES NO MERCADO GLOBAL

O cenário global é dinâmico. E graças à evolução das tecnologias de comunicação e dos transportes, o comércio exterior se tornou uma realidade para empresas de qualquer porte.

Importar ou exportar pode se tornar uma grande vantagem para sua empresa. Por que vender para apenas um mercado, quando se tem a chance de vender para vários?

Contudo, os interesses dos países são cambiantes e não há espaço para amadores. Qualquer mudança na legislação aduaneira de um país pode gerar enormes ganhos ou perdas.

A Global Assessoria em Comércio Exterior contribui para o sucesso de empresas no mercado internacional há 12 anos. Com atuação em diversas aduanas brasileiras, a Global é especializada em assessoria técnica de processos de importação e exportação.

Com uma equipe de profissionais qualificados, a empresa apresenta a melhor opção logística para embarques aéreos, marítimos e rodoviários, levantamento de custos, desembaraço alfandegário e os demais serviços pertinentes ao comércio exterior. Oferece ainda consultoria na prospecção de fornecedores da Ásia e assessoria em regimes especiais como Trânsito Aduaneiro, Drawback, Admissão Temporária, Entrepôsto Aduaneiro e Exportação Temporária.

Estabelecida em Maringá, a Global tem como objetivo sempre oferecer com profissionalismo e ética a tranquilidade necessária aos trâmites alfandegários. E aos empresários que viajam ao exterior e não sabem como importar ou exportar, a Global está apta a auxiliar no



EQUIPE DA GLOBAL ASSESSORIA EM COMÉRCIO EXTERIOR, QUE POSSUI EXPERIÊNCIA E CONHECIMENTO DA LINGUAGEM INTERNACIONAL

fechamento de negócios internacionais, pois possui experiência e conhecimento da linguagem internacional.

Procure a Global e abra-se para as oportunidades internacionais.

SERVIÇO

A Global Assessoria em Comércio Exterior está localizada na rua Néo Alves Martins, 2.789 - sala 904, Edifício Palácio do Comércio, Maringá.

O telefone é (44) 3032-1600, o site é

www.globalmaringa.com.br/

e MSN:

global@globalmaringa.com.br

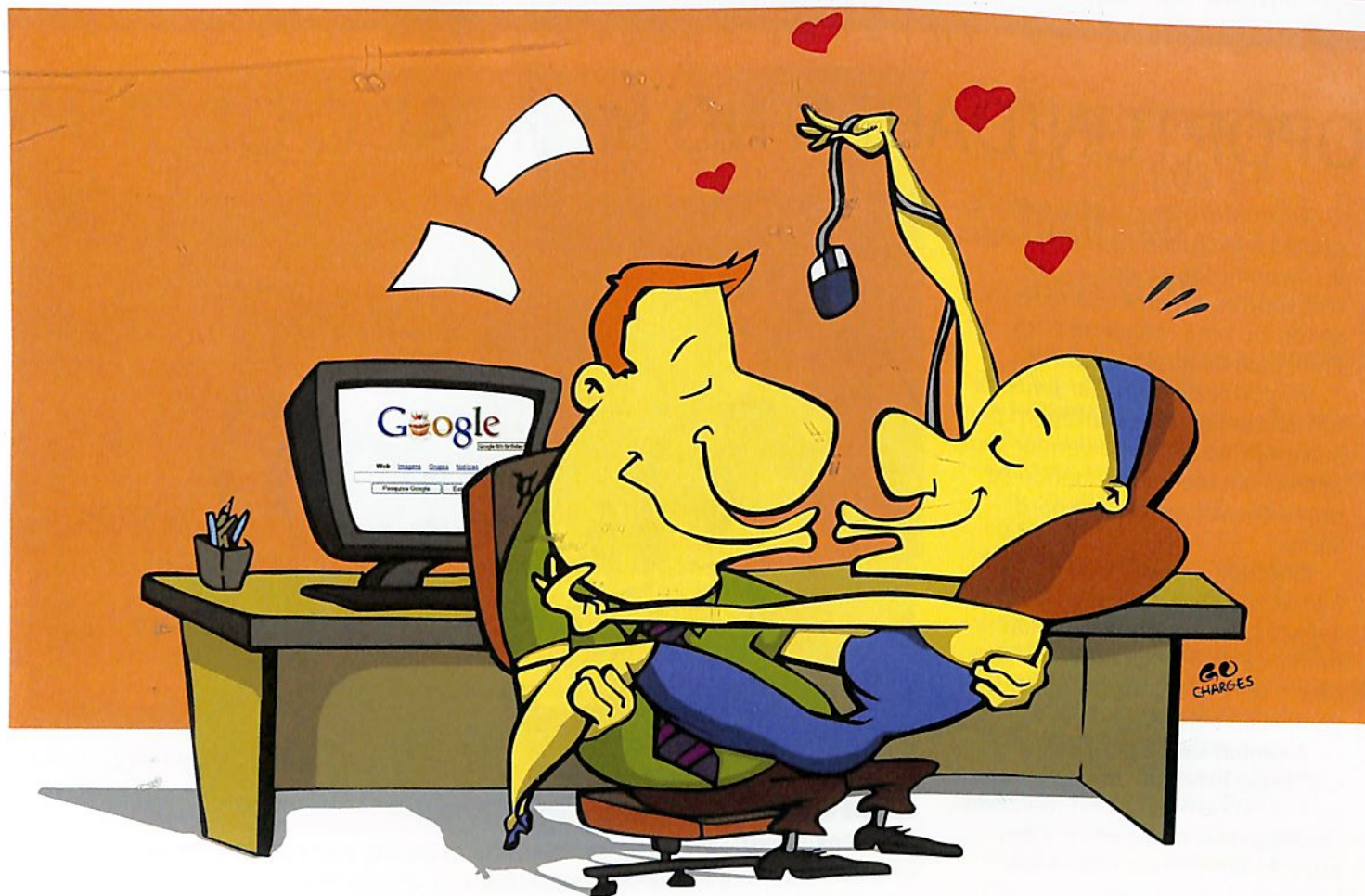


Assessoria em Comércio Exterior

VOCÊ SABIA QUE:

O governo brasileiro altera a legislação aduaneira de acordo com as necessidades do mercado? A última alteração ocorreu na primeira quinzena de outubro quando, para retalhar medidas protecionistas argentinas, o governo brasileiro passou a exigir licença automática de importação (LI) para produtos argentinos. Entre os produtos que precisam da licença estão a farinha de trigo, vinhos, alho, azeite, azeitonas e produtos químicos como tolueno.

Os importadores brasileiros foram pegos de surpresa e as cargas rodoviárias ficaram paradas nas fronteiras e zonas secundárias no aguardo da aprovação das licenças por parte do Decex em Brasília. Os prejuízos para as empresas importadoras são incalculáveis, pois não há previsão de aprovação das licenças de importação por parte do governo brasileiro.



Laços afetivos no mercado de trabalho

O VÍNCULO SANGUÍNEO OU AFETIVO TRAZ BENEFÍCIO OU PROBLEMA? TUDO DEPENDERÁ DA POSTURA DOS ENVOLVIDOS NO LOCAL DE TRABALHO; LEGISLAÇÃO NÃO PERMITE QUE AS EMPRESAS DEIXEM DE CONTRATAR OU DEMITAM FUNCIONÁRIOS ALEGANDO GRAU DE PARENTESCO OU MATRIMÔNIO

Pai e filho, irmãos ou marido e mulher trabalhando em uma mesma empresa. Alguns veem benefícios nesta relação, outros enumeram os problemas. O sucesso do relacionamento profissional-familiar dependerá de bom senso e discernimento. O essencial é saber separar o lado pessoal do profissional dentro e fora da empresa.

Além de prejudicar os colegas de trabalho, uma relação mal defini-

da pode prejudicar o rendimento da empresa. Por este motivo, algumas empresas impõem normas quando o assunto é a contratação de duas pessoas da mesma família. “Para que ninguém seja prejudicado, esta relação tem que ser imparcial. É necessário ver o parente como qualquer outro funcionário dentro da empresa”, defende a psicóloga e administradora da Job Center, em Maringá, Silvana de

Fátima Cavalini Carstens.

Estabelecer códigos de conduta, como alocar parentes em departamentos diferentes, é visto positivamente por Silvana. “É uma maneira precavida de a empresa correr menos riscos”, diz ela, acrescentando que nem todos os casos de familiares trabalhando em uma mesma empresa são frustrados, mas que existem formas de se evitar transtornos. “Conheço exemplos

bem sucedidos, mas não são todas as pessoas que sabem separar a vida particular da profissional. Os casos que dão certo são de pessoas que colocaram a impessoalidade em primeiro lugar”, conta.

Ela pondera que “se existe esta racionalidade e os envolvidos têm um mesmo objetivo, tanto o lado profissional quanto o lado pessoal tende a ser um sucesso”, acrescenta Silvana. Uma dica dela para os empresários na hora da contratação é conversar e mostrar o que se espera do futuro colaborador. “Explique até que ponto o funcionário pode ir, em relação ao contato físico por exemplo, e imponha regras para que no futuro ele não diga que não foi avisado”.

A Zacarias Veículos possui experiências positivas e outras nem tan-



SILVANA CARSTENS, DA JOB CENTER: “EXPLIQUE ATÉ QUE PONTO O FUNCIONÁRIO PODE IR, EM RELAÇÃO AO CONTATO FÍSICO POR EXEMPLO, E IMPONHA REGRAS PARA QUE NO FUTURO ELE NÃO DIGA QUE NÃO FOI AVISADO”



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.



to quando o assunto é relacionamento afetivo na empresa. Para evitar prejuízos no ambiente de trabalho, a empresa está criando normas para padronizar este tipo de situação. “Em casos de namorados ou marido e mulher, percebemos que quando o relacionamento amoroso dá certo, não há consequências ruins no local de trabalho. O problema é quando a relação vai mal ou termina e isto reflete no clima organizacional”, explica a psicóloga da Zacarias, Camila de Carlos.

Ela conta que já ocorreram casos de relacionamentos amorosos que não deram certo, o que afetou a produtividade dos dois profissionais e o rendimento da empresa. “Já tivemos um caso, onde depois do casal ter rompido o relacionamento, um deles resolveu se desligar da empresa por conta do clima interno”.

Uma das principais atitudes da Zacarias para evitar constrangimentos desta natureza é tentar colocar qualquer tipo de parente em departamentos diferentes.

CASAMENTO BEM SUCEDIDO

O casal Priscila Mayumi Iriyoda de Azevedo e Claudinei Gomes de Azevedo é um exemplo de um relacionamento bem sucedido dentro e fora do local de trabalho. Ela é gerente de serviços e ele gerente de funilaria e pintura. O namoro começou depois que ambos já trabalhavam numa empresa e desde então já são dez anos de relacionamento, entre namoro e casamento.

O segredo para o sucesso, segundo Priscila, está em saber separar o lado profissional do pessoal, que é apregoado pelos psicólogos organizacionais. “A forma que converso com meu marido na empresa é a mesma com que converso com

Rafael Silva



JUSTIÇA NÃO PERMITE QUE EMPRESA DEIXE DE CONTRATAR OU DEMITA PESSOAS POR ELAS SEREM PARENTES OU CASAIS, DE ACORDO COM O JUIZ APOSENTADO APARECIDO ERRERIAS LOPES

os outros colegas de trabalho. Sempre soubemos separar bem, respeitando o profissional que cada um é”. Devido a esta discricção, ela conta que muita gente na própria organização não sabe que eles são casados. E o comportamento é o mesmo em casa. “Evitamos ao máximo tocar em assunto de trabalho”, diz ela.

Priscila conta que o discernimento entre a vida pessoal e profissional e o fato de ambos não levarem os problemas da empresa para casa aconteceu naturalmente. “Nós simplesmente nos desligamos do trabalho quando estamos fora”.

Mesmo mantendo este distanciamento, Priscila revela que se um dia tivesse de trabalhar em uma empresa diferente da de seu marido seria difícil se adaptar. “É meu primeiro e único emprego, sempre ao lado do Claudinei. Vamos para o trabalho no mesmo automóvel, almoçamos juntos, voltamos juntos para casa. Criou-se uma rotina”.

DISCRIMINAÇÃO

De acordo com o juiz aposentado Aparecido Errerias Lopes, o fato de dois empregados terem

laços sanguíneos não dá à empresa o direito de demitir ou deixar de contratar. “A situação é a mesma quando dois funcionários contraem matrimônio e a empresa tenta afastar um dos dois. Isto é discriminador”, diz o juiz. Ele salienta que não existe lei que dê o direito ao empresário de não admitir parentes. Muitas administrativas de dez vezes o valor do maior salário pago pelo empregador, elevado em 50% em caso de reincidências, estão previstas pela legislação, assim como a proibição de obter empréstimo ou financiamento junto a instituições financeiras oficiais.

O advogado trabalhista José Luiz Jacobucci Fará confirma: “não se pode negar a contratação pelo vínculo sanguíneo ou afetivo. Desde que, claro, exista o quesito maior que é a competência de cada profissional”. Na lei também está previsto que o empregador deve conceder as férias de marido e mulher no mesmo período “se assim desejarem as partes e se disto não resultar em prejuízo para o trabalho”, complementa o juiz. ■

MULTMARCAS[®]
marcas & patentes desde 1994
&
Calisto Associados



*Nesses 15 anos,
registramos
grandes realizações e
marcamos de êxito
nossa jornada.*

A MARCA É O MAIOR PATRIMÔNIO DA SUA EMPRESA. PROTEJA-A!

MULTMARCAS[®]
marcas & patentes desde 1994
&
Calisto Associados

Av. Paissandu, 853 - Zona 3 - Fone: (44) 3226 3254
CEP: 87050 -130 - Maringá/PR

0800 6431626

Os pioneiros no mundo dos negócios orgulham-se de ter construído o empreendimento numa época em que havia poucos recursos e o comportamento da economia era uma incógnita, assim como o gosto do consumidor. Em regiões como Maringá, desbravada há poucas décadas, o comércio e a pequena indústria ainda contam com empreendedores com este perfil – pessoas que enfrentaram crises, incertezas e tiveram que fazer as mais arriscadas manobras financeiras para permanecer no mercado.

O que pode ser visto como prova de fibra nos empreendedores do passado, pode ser encarado como um sinal de despreparo no mundo atual, já que a economia oferece um cenário de concorrência mais acirrada, seja na comercialização de produtos, na industrialização de bens ou na prestação de serviços. O cliente, por sua vez, tem acesso a todo tipo de informação - em tempo real – o que o torna capaz de escolher exatamente aquilo que quer consumir. Sem orientação e conhecimento adequado, entrar num mercado competitivo pode significar a mortalidade nos primeiros anos de funcionamento da empresa.

A profissionalização dos negócios tornou mais comum a elaboração de pesquisas de mercado. Esta ferramenta é apontada por especialistas como o ponto de partida para qualquer projeto de negócios. Com a sofisticação do conhecimento em administração de empresas, economia e estatística, esses estudos tornaram-se mais precisos e capazes de apontar o rumo para cada tipo de empresa.

O professor Francisco Giovanni David Vieira, do Grupo Interdisciplinar de Pesquisas e Estudos de Marketing do Departamento de Administração da Universidade Estadual de

Bússola para oportunidades

USADA PARA ANTECIPAR TENDÊNCIAS E IDENTIFICAR NECESSIDADES DOS CLIENTES, PESQUISA DE MERCADO É UMA DAS FERRAMENTAS UTILIZADAS PELOS EMPRESÁRIOS MARINGAENSES; ELA GARANTE MAIS ASSERTIVIDADE NOS NEGÓCIOS



PARA NÃO DEPENDER APENAS DA INTUIÇÃO, EMPRESÁRIOS APOSTAM NA PESQUISA DE MERCADO

Maringá (Gipem-UEM), diz que a pesquisa de mercado começou a se popularizar no final dos anos 1980. “A partir de então a economia se tornou mais complexa e competi-

va, o que exigiu um nível maior de profissionalização por parte do empresário”, explica Giovanni.

No caso de Maringá, ele aponta que entidades como a ACIM e o

Sebrae-PR passaram a ofertar mais cursos, palestras e consultorias e ajudaram a “quebrar barreiras” em relação às pesquisas, vistas com desconfiança pelo empresário mais antigo. “O município, como um polo educacional, com muitos cursos de Administração de Empresas, formou um grande contingente de profissionais especializados na prestação de consultoria”, aponta Giovanni. “A interação entre o mercado, a universidade e a mídia criou um fermento favorável para as pesquisas de mercado”, acrescenta.

A popularização desta ferramenta criou um efeito em cadeia. A partir do momento em que um empresário estuda e aprende mais sobre seu cliente, outros o seguem no mesmo caminho e tendem a copiar as estratégias que deram certo. O processo leva o empreendedor atento a buscar uma forma de diferenciação, frequentemente por meio de uma nova pesquisa,



SEM PESQUISA, “OS NEGÓCIOS QUE OBTÊM SUCESSO SÃO MUITO MAIS CASOS DE SORTE DO QUE DE ASSERTIVIDADE”, DEFENDE A DIRETORA DA ADECON-UEM, JULIANA MEDEIROS

mais direcionada ou específica para determinada finalidade. “O mercado tende a ‘comoditização’, ou seja, os produtos tendem a se tornar muito parecidos. Isso pode gerar insegurança no empresá-

ACIM também oferece pesquisas

Criado em 2002, o Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM (Depea) realiza pesquisas com empresários sobre expectativas de vendas nas principais datas do comércio, como Natal e Dia das Mães, e em parceria com o Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá entrevista 540 pessoas por mês. O objetivo é calcular o índice de expectativa do consumidor para os próximos três meses: como será a tendência de consumo, a expectativa em relação ao emprego, entre outros.

Fora isso, o Depea é responsável pela análise das estatísticas de inadimplência, com base no número de consultas aos sistemas de créditos. Também realiza pesquisas onde avalia os produtos e serviços da ACIM e mais recentemente passou a oferecer serviços de pesquisa para os empresários com preços reduzidos.



CLÁUDIO AMARAL, DA MEDICINAL FARMÁCIA DE MANIPULAÇÃO, RECORREU À PESQUISA PARA IDENTIFICAR OS TIPOS DE CLIENTES E AS NECESSIDADES DELES. FERRAMENTA FOI IMPORTANTE PARA SE FIRMAR NO MERCADO E CRESCER

rio”, analisa ele. “Neste cenário, a pesquisa de mercado é uma bússola, capaz de explicar o que está acontecendo, além de antecipar uma tendência”, comenta. Para o especialista, quanto maior o nível de competição de um mercado, maior a exigência de pesquisas de mercado para atuar nele.

CASOS DE SORTE

Para a diretora de marketing e eventos da Empresa Júnior de Consultoria da Universidade Estadual de Maringá (Adecon-UEM), Juliana Medeiros, o interesse pela pesquisa de mercado cresceu no município. “Em 2009, 50 empresas buscaram consultoria na Adecon e oito fizeram pesquisa de mercado. No ano passado inteiro, foram dez empresas em busca de pesquisas”, diz Juliana, acrescentando que neste ano a expectativa é que 15 empresas contratem a consultoria para estudos de mercado. Com um preço 70% menor do que a média do mercado, a empresa de consultoria tem como objetivo atender micro e pequenas empresas – justamente o tipo de empresário mais avesso a inovações. “Apesar da situação ter melhorado bastante nos últimos anos, muitos empresários ainda acham que a pesquisa de mercado é uma despesa, e não um investimento”, afirma Juliana. “Isso faz com que os negócios que obtêm sucesso sejam muito mais casos de sorte do que de assertividade”, acrescenta. Juliana conta que houve casos em que o empresário solicitou uma pesquisa de mercado, mas na prática tomou atitudes opostas às recomendadas pelo estudo. “Como resultado, a empresa está quase fechando as portas”, conta a diretora da Adecon.

Se alguns pequenos empresários ainda resistem a usar a ferra-



Rafael Silva

PARA O PROFESSOR FRANCISCO GIOVANNI, DA UEM, MAIOR NÍVEL DE COMPETIÇÃO TORNA AINDA MAIS IMPORTANTE A REALIZAÇÃO DE PESQUISAS DE MERCADO

Metodologia é o segredo da pesquisa

A forma como são feitas as pesquisas nacionais de intenção de voto, em período eleitoral, pode surpreender muita gente. Com uma amostra de mil pessoas, os institutos conseguem apontar quem lidera a corrida presidencial e quem está fora do páreo, por exemplo. Em 20 anos de democracia, com uma sucessão de eleições recheadas de sondagens com eleitores, se constatou com poucas exceções que as pesquisas apontaram a tendência certa.

A metodologia de uma pesquisa obedece aos mais rigorosos preceitos da estatística. Embora uma amostra de mil pessoas possa parecer pequena diante da população brasileira – quase 200 milhões de habitantes –, os entrevistados são escolhidos cuidadosamente para reproduzir, em pequena escala, o perfil socioeconômico, cultural e etário do país.

O professor Francisco Giovanni Vieira, da Universidade Estadual de Maringá (UEM), afirma que para uma sondagem eleitoral, institutos como o Ibope e o Datafolha entrevistam entre 600 e mil pessoas em todo o Brasil. “No segundo turno, para minimizar a margem de erro, os pesquisadores

podem ampliar a amostra para 1,2 mil ou 1,3 mil pessoas”, diz Giovanni. Nos Estados Unidos, instituições como a CNN, o New York Times e o Instituto Gallup fazem pesquisas nacionais por telefone, com amostras entre 700 e 800 pessoas.

Para definir os entrevistados, o ponto de partida é relativamente simples. Se uma população conta com 51% de mulheres e 49% de homens, a amostra deverá reproduzir a mesma relação: num universo de cem entrevistados, 51 terão que ser mulheres e 49 homens. A metodologia fica cada vez mais sofisticada quando a amostra reproduz o padrão de consumo, de idade e de nível cultural da população pesquisada. Há também pesquisas direcionadas para determinado público, como no caso dos idosos ou consumidores de produtos dietéticos.

A metodologia também precisa ser bem elaborada para evitar distorções ou imprecisão no depoimento do entrevistado. “Geralmente, são incluídas duas perguntas diferentes, mas com o mesmo sentido. No cruzamento delas, se houver incoerência, a resposta pode ser descartada”, explica Giovanni.

menta, os grandes agentes não abrem mão da pesquisa de mercado. Segundo o publicitário Orlando Marques, presidente no Brasil de um dos maiores grupos mundiais de publicidade e comunicação – o Publicis Groupe –, o gasto com pesquisa só perde para a folha de pagamento na lista de despesas de sua empresa. “Investimos 2% da receita em pesquisa, seja para saber quais são as tendências, seja para avaliar como a Publicis é vista pelo público”, afirma Marques, que esteve em Maringá no final de outubro como palestrante de um congresso local de publicidade e propaganda. A Publicis emprega cerca de 45 mil pessoas no mundo e teve lucro R\$ 1,147 bilhão no ano passado. Para alcançar

essas cifras, a empresa utiliza amplamente pesquisas de satisfação dos clientes, visibilidade do mercado e de prospecção para novos negócios.

A mesma bússola que guia os passos da gigante do mundo publicitário serve para nortear o rumo do pequeno varejo maringense. O empresário Cláudio Amaral, um dos sócios da Medicinal Farmácia de Manipulação, decidiu recorrer à ferramenta para conhecer melhor seu cliente. Há oito anos no mercado, o empresário buscou consultoria especializada na Adecon. Com a pesquisa de mercado, descobriu que apesar da boa aceitação da marca, o consumidor desejava uma linha maior de produtos. “Conseguí identificar os tipos de

cliente, entre idosos, jovens, de classe mais abastada ou não, e saber o que cada um deles precisa”, comenta Amaral. A identificação de necessidades específicas foi determinante para a empresa se adaptar e conquistar a fidelidade dos clientes. “A pesquisa foi importante para a empresa se firmar no mercado e crescer. Aprendemos que mais importante do que tomar decisões pessoais, é preciso fazer o que o cliente deseja”, comenta Amaral.

O empresário acredita que, no caso de farmácias de manipulação, a pesquisa de mercado é ainda mais importante. “O produto não pode ser veiculado em anúncios e precisa ser prescrito por médicos. O diferencial neste mercado é o atendimento”, avalia. ■

Copiadoras Multifuncionais/Impressoras **Informática / Automação** **Periféricos / Suprimentos**

DOCUTECH
INFORMÁTICA & SUPRIMENTOS

Soluções Inteligentes para Clientes Especiais!

DOCUTECH

Venda e Locação Assistência Técnica Copiadoras Multifuncionais
 Software **DOCUTECH** Informática
 GED Outsourcing Suprimentos

Venha conhecer nosso show-room e as soluções mais modernas e eficazes para produção de documentos.

Fone 44. 3269-1234
 Av. Gastão Vidigal, 1088 - Zona 08

SAMSUNG EPSON hp Gestetner SHARP LEXMARK POSITIVO

www.docutech.com.br

Direito intelectual preservado

O PROCEDIMENTO É ANTIGO: DEPOSITAR PATENTES TRAZ SEGURANÇA PARA APRESENTAR E VENDER INOVAÇÕES E O REGISTRO DE MARCA É UMA GARANTIA PARA INVESTIR TRANQUILO NA DIVULGAÇÃO DE UMA EMPRESA OU PRODUTO

As patentes chegaram ao Brasil junto com a família real portuguesa. Há 200 anos, em 1809, o país se tornou a quarta nação do mundo a possuir uma legislação patentária. Até então, só os Estados Unidos, a França e a Inglaterra haviam criado mecanismos de proteção para as inovações industriais. No entanto, até hoje, o número de depósitos de patentes feitos por inventores ou empresas brasileiras dentro e fora do país são mais tímidos do que em outros países.

No Brasil, de 1994 a 2002, segundo números do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Inpi), foram feitos 185 mil pedidos de registro de invenção, inovação ou designer de produtos. Mas apenas 72 mil foram desenvolvidos no país - as outras 113 mil solicitações de patentes vieram do exterior. Já no mundo, de acordo com a Organização Mundial de Propriedade Intelectual, o Brasil ficou com a 24ª posição em número de pedidos em 2008. Foram 445 solicitações, pouco se comparado aos Estados Unidos, com 53.521 depósitos. Os americanos ocuparam o primeiro lugar, com 32,7% do total de patentes solicitadas dentro do Tratado de Cooperação em Patentes, que reúne 139 países.

Mesmo assim o resultado brasileiro é positivo: o país ganhou três posições em relação a 2007, quando o número de pedidos não chegou a 400. É um sinal de que pesquisadores e empresas brasileiras têm se preocupado mais em garantir os direitos industriais sobre a fabricação, comercialização, importação, uso ou venda de um determinado produto.

Outra demonstração de que os empresários estão mais conscientes da necessidade de se proteger no mercado é o crescimento no número de registros de marcas no



PAULO MORAIS, DA BADAN MARCAS E PATENTES, EXPLICA QUE OS DEPÓSITOS DE PATENTES SÃO MANTIDOS EM SIGILO POR 18 MESES E NO CASO DAS MARCAS, É PRECISO PESQUISAR ANTES PARA EVITAR PEDIDO INDEFERIDO

país, que garantem o uso exclusivo de um nome ou símbolo, por exemplo. Há três anos este processo passou a ser informatizado e os números disponibilizados são mais recentes.

O depósito de marcas via internet responde por dois terços dos pedidos feitos neste ano no Brasil. De janeiro a agosto de 2009, foram solicitados ao Inpi 71.035 registros de marcas - 66,75% pela internet e 33,25% em papel. Em 2008, foram solicitadas 119.878 marcas, com 63.295 por meio eletrônico e 56.583 em papel. Em 2007, com poucos meses após a implantação do sistema batizado

de "e-marcas", houve 104.081 depósitos: 44.902 pela internet e 59.179 pelo sistema convencional.

Os depósitos de patentes e os registros de marcas podem ser feitos por qualquer pessoa, desde que sejam atendidos os pré-requisitos do Inpi. No entanto, como o processo é relativamente complexo e existe o risco de se perder os prazos, cada vez mais empresas prestam este serviço e servem de interlocutores entre o Inpi e os clientes. A concorrência neste setor é grande, mas os empresários que atuam neste ramo em Maringá avaliam que existe um mercado em expansão no país.

MARINGÁ

Criada há 20 anos, a Badan Marcas & Patentes é a empresa mais antiga do setor com sede em Maringá. “No começo tínhamos de explicar para o empresário o que fazíamos e ele não entendia. Hoje o setor evoluiu e a maior parte dos escritórios de contabilidade faz pesquisa de marcas antes de constituir uma empresa. Os empresários veem a marca como necessidade de sobrevivência para a empresa”, considera Paulo Morais Badan.

Ele dá uma dica: para as marcas, é preciso pesquisar antes de fazer um depósito e para as patentes, o depósito pode ser feito mesmo sem fazer uma busca detalhada no Inpi. “O ônus da novidade é do inventor. Mesmo que se faça uma pesquisa, os depósitos de patentes ficam em sigilo por 18 meses. Para as marcas, o melhor é pesquisar bem, pois ter um pedido indeferido dois anos depois representa perda de tempo e dinheiro”, afirma.

O diretor comercial da Mult Marcas, Paulo Roberto Colósio, afirma que a procura pelo registro, principalmente de marcas, tem crescido. “Os empresários estão mais cientes do que é ter uma marca registrada. Eles sabem que o custo para resolver um problema é bem mais alto do que o do registro. Na região de Maringá mesmo, já houve casos de marcas que tiveram de ser mudadas ou compradas”, afirma.

Sobre a concorrência, Colósio que atua no mercado de Maringá há 15 anos, considera que o número de empresas na cidade aumentou em razão do grande número de processos publicados. “Acredito que haja mais de 20 empresas em atividade. E empresas de outras cidades procuram o mercado e se interessam. Para

TIRE SUAS DÚVIDAS SOBRE PATENTES E MARCAS

• PATENTES

1 Como proteger uma invenção ou criação industrializável?

Deve-se procurar o Inpi para proteger o invento. A patente ou o registro de desenho industrial é o instrumento correto para isso. É necessário depositar um pedido no Inpi, o qual depois de devidamente analisado por um examinador de patentes, poderá se tornar uma patente, com validade em todo o território nacional.

2 O que é uma patente?

É um título de propriedade temporário outorgado pelo Estado, por força de lei, ao inventor/autor ou pessoas cujos direitos derivem do mesmo, para que excluam terceiros, sem sua prévia autorização, de atos relativos à matéria protegida, tais como fabricação, comercialização, importação, uso, venda, etc.

3 Quem pode depositar e qual a duração da patente?

Qualquer pessoa física ou jurídica, desde que tenha legitimidade para obter a patente. A patente de invenção vigorará pelo prazo de 20 anos e a de modelo de utilidade pelo prazo de 15 anos contados da data de depósito.

4 Quais os direitos conferidos ao titular da patente?

O titular tem o direito de impedir terceiros, sem o seu consentimento, de produzir, colocar à venda, usar, importar produto objeto da patente ou processo ou produto obtido diretamente por processo patenteado. Terceiros podem fazer uso da invenção somente com a permissão do titular.

• MARCAS

1 Qual é o sistema de registro de marca adotado pelo Brasil?

É o atributivo de direito, isto é, a sua propriedade e o seu uso exclusivo só são adquiridos pelo registro.

2 Quais são os direitos e deveres do titular?

A marca registrada garante a propriedade e o uso exclusivo em todo o território nacional por dez anos. O titular deve mantê-la em uso e prorrogá-la de dez em dez anos.

3 Pessoa física pode requerer o registro?

Sim, desde que comprove a atividade exercida, através de documento comprobatório, expedido pelo órgão competente.

4 A busca prévia é obrigatória?

Não, entretanto é aconselhável ao interessado realizá-la antes de efetuar o depósito. Para saber se uma marca consta no banco de dados do Inpi, é necessário que seja feita uma busca prévia. Essa busca pode ser feita gratuitamente no site do Inpi, no link pesquisas/base marcas (realizar a busca por “Marca”).

quem busca o serviço, é preciso estar atento à qualidade”, diz.

O sócio da Ynbras, Geraldo Herculano Ramos, concorda que a concorrência em Maringá é grande e até empresas com sede em outros estados buscam clientes na cidade. “Existem empresas de São Paulo que telefonam para os empresários e de certa forma fazem pressão para conquistar a clientela. Mas vemos que o mercado vem crescendo, assim como o interesse dos empresários da região em registrar”, avalia.

Com 14 anos no mercado, Ramos considera que os empresários têm entendido que é melhor registrar e proteger uma marca do que correr o risco de perder, caso haja no mercado outra empresa do ramo com o mesmo nome ou símbolo. “Depois fica difícil comprovar quem fez o uso primeiro e a briga jurídica é desgastante. Além disso, a decisão fica nas mãos de um juiz”, aponta.

O gerente comercial nacional da Marpa, empresa gaúcha com filial há 18 anos em Maringá, João Fernando Moreira Junior, cita um exemplo do Rio Grande do Sul, onde uma empresa torce para não ter problemas. Junior diz que depois de ganhar um prêmio nacional, o dono do negócio, com 30 anos de atuação, foi buscar o registro da marca. “Descobrimos que existe outra empresa em outro estado, da mesma área de atuação, que tem mais de 60 anos de atividade e possui o registro da marca. Não houve má-fé do empresário gaúcho, mas pode ser que ele tenha transtorno”, aponta.

O mais complicado, na avaliação de Junior, é ter de trocar uma marca depois de 30 anos. “É muito significativo. Não é apenas trocar uma fachada, o site e o nome. Existe um investimento em marketing

e propaganda de posicionamento da marca. E, além do custo para alterar, qual será a aceitação dos clientes?”, avalia. Outro ponto positivo, segundo ele, é que desde agosto, as marcas podem ser usadas como garantia de até 50% de financiamento do BNDES. “E as patentes também”, diz.

COBRANÇAS INDEVIDAS

Quando se dá a entrada no registro de uma marca, explica o empresário Paulo Morais Badan, em até dois meses, o processo é publicado na internet. E é a partir deste período que o empresário precisa estar atento às tentativas de golpes que podem surgir. “Nesta publicação consta o número do CNPJ e os golpistas muitas vezes aproveitam a divulgação para conseguir os dados da empresa e encaminhar boletos com cobranças indevidas”, diz.

Aos clientes que atende, Badan orienta a não pagar nada sem saber a procedência da cobrança. “A recomendação é que o cliente não pague nada sem nos consultar. Os golpistas usam nomes de associações falsas relacionadas ao registro de marcas e despacham milhares de boletos. Para eles, de cada mil cobranças emitidas, se um pagar, já terá valido a pena”, considera. De acordo com Badan, no próprio portal do Inpi existem mais informações sobre as cobranças indevidas.

O registro de uma marca de uma empresa limitada costuma levar de um a dois anos, se não houver impugnação do pedido, e o valor total, incluindo taxas federais e a assessoria de uma empresa especializada é em média de R\$ 2,5 mil. Já o registro de uma patente leva em média cinco anos e custa R\$ 7 mil, incluindo a assessoria de uma empresa do setor.



Rafael Silva

PAULO COLÓSIDO, DA MULTMARCAS: EMPRESA LANÇARÁ PORTAL PARA FOMENTAR NEGÓCIOS ENTRE INVENTORES E EMPRESÁRIOS, COM DIVULGAÇÃO DE PATENTES, FRANQUIAS, MARCAS E MÚSICAS

Portal unirá inventores e investidores

Ainda neste ano, o diretor comercial da Multmarcas, Paulo Roberto Colósio, lançará um portal na internet com o objetivo de aproximar empresários e investidores. Trata-se do www.inventoreseinvestidores.com.br. “Hoje um inventor faz um pedido de patente e encontra dificuldades para colocar seu produto no mercado ou parceiros para produzir ou até mesmo comercializar sua invenção. Queremos oferecer oportunidades”, explica Colósio.

Ele lembra que nos Estados Unidos e no Japão, por exemplo, são comuns propagandas que incentivam às invenções. “No Brasil não conheço algo semelhante. Nestes países, é comum ver na televisão investidores buscando inventores. Não é em vão que estes países se destacam em números de processos de patentes e são líderes em exportação de tecnologia”, opina.

O portal lançará além de patentes, ofertas de franquias, de marcas e direitos autorais, buscando a colaboração para o desenvolvimento comercial e industrial de propriedades intelectuais. ■



Rafael Silva

DECORAÇÃO ESPECIAL E ESPÍRITO NATALINO AJUDAM A INCREMENTAR AS VENDAS NO COMÉRCIO EM DEZEMBRO

Papai Noel do comércio

INJEÇÃO DE 13º SALÁRIO E CHEGADA DO NATAL FAZEM COM QUE O FIM DO ANO SEJA O ÁPICE DE VENDAS NO COMÉRCIO; ACIM SERÁ MAIS UMA VEZ RESPONSÁVEL PELOS PROJETOS UM SHOPPING A CÉU ABERTO E CONCURSO DE DECORAÇÃO DE NATAL

Oitocentos empregos temporários devem ser gerados neste fim de ano em Maringá, segundo projeções da ACIM e do Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM). E esta é apenas uma das boas notícias em relação às vendas do período natalino, melhor época para o comércio varejista. A previsão do economista Joilson Dias, que é parceiro na ACIM na realização de pesquisas de tendências

e consumo, é que as vendas deste Natal devam ficar entre as melhores da década.

No Brasil, as estimativas também são positivas. O décimo terceiro salário deverá injetar R\$ 140 bilhões na economia e outros R\$ 33 bilhões entrarão no mercado por meio da restituição do imposto de renda. E segundo a previsão da Associação Brasileira das Empresas de Serviços Terceirizáveis e de Trabalho Temporário (Assert-

tem), serão abertas 123 mil vagas de trabalho temporário neste Natal, isto é, 7% a mais do que no ano passado. E a média de efetivação é estimada em 17%, o que pode representar emprego novo para 21 mil brasileiros.

PREPARATIVOS

Por conta do aquecimento nas vendas, os comerciantes já estão se preparando para atrair clientes e aumentar o faturamento. A Bell

Agulhon, que é especializada em decoração, contratou dois funcionários para atender o aumento da demanda, que de acordo com o proprietário, Silvio Galli, corresponde ao crescimento de 20% no faturamento. “Contratamos e já estamos no processo de efetivação para o ano que vem”, diz.

Outra empresa que está se preparando para a chegada do Natal é a Papoula, que possui três lojas no varejo. Segundo o sócio e gerente administrativo, Luiz Antônio Domingues, as contratações estão sendo feitas desde outubro. Além dos 25 funcionários que trabalham nas lojas, a previsão é de cinco a seis contratações temporárias. “Nosso objetivo é preparar bem o funcionário temporário para atender o cliente com qualidade, pois eles são os grandes responsáveis pelo sucesso da empresa”.

Domingues ressalta que a contratação efetiva dependerá dos resultados do vendedor. “Inclusive, pode ocorrer a substituição de funcionários antigos. O mercado é muito competitivo”. Ele diz que a expectativa para este ano é de aumento de 10 a 12% no faturamento em relação ao ano passado. “O Dia das Mães e o Natal são épocas de venda em potencial. É imprescindível que estejamos bem preparados”.

E para atrair a clientela, além de preços convidativos e bom atendimento, os comerciantes investem em decoração especial. E, claro, para quem trabalha com isso, os preparativos começam com antecedência. Galli, da Bell Agulhon disponibiliza o estoque de decoração natalina desde o início de outubro, “mas o nosso processo de pesquisa e compra começa um ano antes. Aliás, já estamos pensando no Natal do ano que vem”.

A Decorart, há quinze anos no mercado, é outra empresa que está otimista. Com um *show room* de artigos próprios para a decoração de Natal, a empresa tem clientes em todo o país. “Fazemos a decoração de casas, comércio e shoppings inteiros”, diz a coordenadora de projetos, Sandra Mara Valente.

De acordo com ela, os preparativos e a escolha das peças tiveram início em fevereiro. “Pesquisamos e trazemos as novidades. É importante que os clientes nos procurem até junho para garantir que possamos atendê-los”, diz. Ela ainda ressalta a importância de uma decoração natalina no comércio. “Muitas vezes os empresários não se dão conta do quanto isso pode alavancar as vendas. Os clientes devem ser embalados pelo clima natalino”, sugere.

PROJETOS DA ACIM

Para fomentar o espírito nata-

Rafael Silva



SILVIO GALLI, DA BELL AGULHON: PROCESSO DE PESQUISA E COMPRA DE ARTIGOS NATALINOS COMEÇA UM ANO ANTES; A PREVISÃO É O AUMENTO DO FATURAMENTO EM 20%

lino e ajudar a atrair consumidores da região, a ACIM mais uma vez é parceria do Natal Ingá, que é coordenado pela prefeitura. O lançamento aconteceu no mês passado e reuniu, na sede da Associação Comercial, representantes da prefeitura, entidades e empresas parceiras do evento.

A ACIM será responsável por dois projetos: “Um shopping a céu aberto”, que iluminará 1,8 mil árvores da região central e de bairros de Maringá, e o concurso de Decoração de Natal, que terá cinco categorias – uma a mais do que em 2008.

A iluminação das árvores será feita por meio de mangueiras recicláveis, onde são instaladas lâmpadas. Serão 25 quilômetros de árvores iluminadas. No caso do concurso de decoração, as categorias são as seguintes: vitrines, prédios comerciais, prédios residenciais, externa e interna de shoppings centers e externa de residências.



Rafael Silva

NA PAPOULA, DE ACORDO COM O SÓCIO LUIZ DOMINGUES, O FATURAMENTO DESTA NATAL DEVE SER DE 10 A 12% MAIOR DO QUE O ANTERIOR; EMPRESA CONTRATARÁ CINCO OU SEIS TRABALHADORES TEMPORÁRIOS

Para categorias não comerciais, qualquer pessoa física ou jurídica, residente em Maringá, poderá se inscrever. Para as comerciais, apenas empresas associadas à ACIM e localizadas em Maringá poderão participar do concurso. As inscrições são gratuitas e podem ser feitas até 4 de dezembro na sede da ACIM, pelo telefone (44) 3025-9595 ou pela página na internet www.acim.com.br/natal2009.

O primeiro colocado de cada categoria ganhará uma televisão de LCD de 26 polegadas e troféu. Já os segundos e terceiros colocados receberão troféus.

CHEGADA DO PAPAÍ NOEL

Está programada para 3 de dezembro a chegada do Papai Noel na praça da Catedral, dando início oficial ao Natal Ingá. O bom velhinho, que já chegou de motocicleta, cavalo e balão, ainda não tem sua entrada definida, mas promete ser inovadora conforme a tradição. Também em 3 de de-

zembro será acionada a iluminação das árvores, do projeto "Um shopping a céu aberto".

A programação natalina conta com 26 projetos, entre eles a Vila do Papai Noel, Natal do Paço Municipal, Auto de Natal da Copel, decoração do aeroporto regional de Maringá e, pela primeira vez, a decoração do Parque do Japão.

Também como parte da programação natalina, o Centro de Capacitação da ACIM está preparando cursos específicos para este período: de Papai Noel e montagem de vitrines.

A vitrinista Simonia Abdo será a responsável por ministrar o curso de vitrines, que acontecerá em 10 e 11 de novembro, das 19 às 23 horas. O custo será de R\$ 100 para associados. Ela dará dicas práticas para tornar as vitrines mais atrativas.

No curso de Papai Noel, os participantes aprenderão como lidar com crianças e clientes, postura profissional, entre outros.

Dicas para reinventar a vitrine neste Natal

Com a proximidade do Natal, está na hora dos comerciantes começarem a pensar em como decorar a vitrine de forma atrativa. "E não adianta pensar que é simplesmente pegar algumas bolinhas de Natal no dia 1º de dezembro, uma árvore e colocar tudo na vitrine", diz o consultor de varejo, especialista em visual merchandising, Luciano Sabino. De acordo com ele, é necessário planejamento.

O primeiro passo é pensar qual tipo de produto o empresário quer vender mais nesta época. "Deve ser um produto diferenciado e deve-se ter um bom estoque das peças expostas". O segundo ponto é reavaliar os manequins que estão na vitrine: "Eles devem estar em boa conservação, de preferência novos e limpos". Logo em seguida, deve-se pensar na disposição e na quantidade de produtos expostos em frente a loja. "Evite colocar muita informação na vitrine. O muito significa pouco". E, por último, é importante que a iluminação destaque o que está exposto. "Poucos elementos já remetem ao Natal de uma maneira interessante e uma busca na internet pode dar boas ideias".

Para a vitrinista e assessora de moda Simonia Abdo, a decoração de Natal pode ser incluída na vitrine a partir de 15 de novembro e a data limite é o dia 30. "O lojista precisa de pelo menos 20 dias para usufruir desta vitrine e chamar seus clientes para dentro da loja", aconselha. Uma proposta sugerida por Simonia é explorar o novo. "Traga o Natal para a nossa realidade, de verão. Em vez de floquinhos de isopor que remetem a neve, o comerciante pode usar mais elementos verdes, por exemplo". Criar algo diferente baseado no seu produto e no público-alvo é uma opção bem sucedida para este Natal, sugere ela. ■



INAUGURADA SALA DA SBM

No final de outubro foi inaugurada a sala da Software by Maringá no CTM-Senai. A iniciativa sela uma parceria bastante frutífera entre as duas entidades. O CTM-Senai tem realizado inúmeros cursos de formação de mão-de-obra no setor de TI. Como contrapartida, a SBM e empresas associadas fizeram a doação de aparelhos de ar condicionado ao CTM-Senai, além de fornecer informações para que a instituição possa criar cursos condizentes com a realidade do mercado.

TÉCNICO EM INFORMÁTICA

O próximo curso a ser lançado em Maringá pelo CTM-Senai é voltado para a formação de Técnicos em Informática. Os executivos do CTM-Senai, Luiz Antonio Mendonça, Luiz Carlos Guerra e Alecssander Martins buscaram apoio da SBM e APL de Software para criar a grade curricular. "Não queremos um curso dissociado da realidade das empresas", explicou Luiz Mendonça.

INGLÊS PARA SETOR DE TI

A escola de inglês Directive abriu inscrições para formar uma turma com executivos e empresários que tenham interesse em aulas com conteúdo voltado para o setor de Tecnologia da Informação. Mais informações na Software by Maringá pelo telefone 44 3026-1562.

I EPIC

Com o objetivo de aproximar as universidades e o setor privado foi realizado em outubro, na UEM, o I Epic - Encontro Paranaense de Integração Pós-Graduação-Graduação-Empresa em Computação. Os promotores do evento foram o PCC (Programa de Pós-Graduação em Ciência da Computação) juntamente com o DIN, o Grupo PET-Informática e o Arranjo Produtivo de Software de Maringá e região.



APROXIMAÇÃO

Diretores da Software by Maringá (SBM), da Assespro e do APL fizeram palestras durante os eventos do I Epic abordando a organização do setor de TI, o papel de cada entidade, o perfil do profissional de suporte, integração empresa-universidade, entre outros temas. O setor produtivo foi representado por Ademir Faria, Sérgio Yamada, Ilson Rezende, Sandro Moles da Silva e Edson Yanaga.

TENDÊNCIAS DE TI

Executivos de grandes empresas do Brasil apontaram como prioridades para 2010 as soluções que aumentem a produtividade das equipes e reduzam despesas desnecessárias. Sobre as tendências de investimentos para o próximo ano, estão a adoção do *cloud computing*, comunicações unificadas e a criação de políticas de governança.

CLOUD COMPUTING

Cloud computing – ou, computação em nuvem, é um modelo no qual a computação (processamento, armazenamento e softwares) está em algum lugar da rede e é acessada remotamente, via internet. Não há necessidade de se fazer *downloads* de programas para acessar arquivos. Eles ficam armazenados fora do computador do usuário para utilização a partir de qualquer máquina.

APOIO



Soluções para Pequenas Empresas

AS MELHORES EMPRESAS DE SOFTWARE ESTÃO AQUI

www.softwarebymaringa.com.br

Fone: (44) 3026 1562



Cwork

SISTEMAS

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

Software de Gestão Empresarial, Acesso e Ponto.

44 3031-5351

www.cwork.com.br

Av. São Paulo, 172 | Salas 1411-1413-1415
Centro | Maringá | PR

LINHA COMPLETA DE SOLUÇÕES PARA NOTA FISCAL ELETRÔNICA



PR: (44) 3028-3749
SP: (11) 4063-5516
RJ: (21) 4063-7526
SC: (48) 4052-8516
www.tecnospeed.com.br



Sistemas de Gestão Educacional

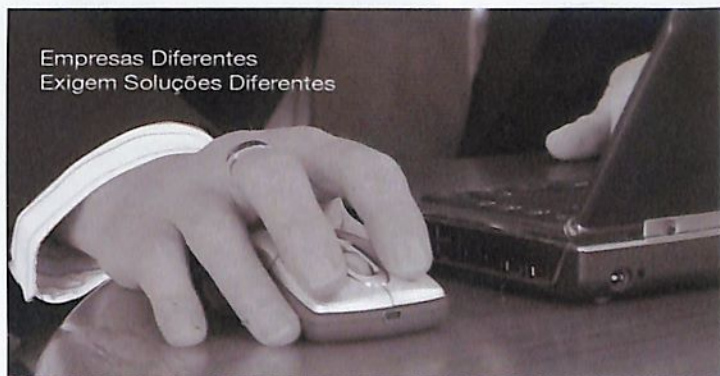
Quando projetamos um software, construímos um futuro melhor.

Microsoft
GOLD CERTIFIED
Partner



Av. Mandacarú, 330 Maringá - PR www.deltasge.com.br
Fone: (44) 3262-9895 comercial@deltasge.com.br

Empresas Diferentes
Exigem Soluções Diferentes



Flexível
Flexível

ERP

Sistema de Gestão
Empresarial DB1

Ágil

Seguro



DB1 Informática | www.db1.com.br/erp | 44 3033-6300 | Maringá - PR

A SONEGAÇÃO ESTÁ CADA VEZ MAIS FÁCIL DE SER DETECTADA GRAÇAS AOS SISTEMAS ELETRÔNICOS USADOS PELO FISCO; NOTA FISCAL ELETRÔNICA É OUTRO MECANISMO PARA COMBATER IRREGULARIDADES NO PAGAMENTO DE IMPOSTOS

Desde a implantação de um sistema informatizado de acompanhamento do Imposto Sobre Serviços (ISS), a prefeitura de Maringá elevou em 150% a arrecadação mensal do tributo: de R\$ 1,8 milhão, em 2004, para R\$ 4,5 milhões, em 2009. A pedido da Revista ACIM, a administração municipal refez os cálculos para constatar que, mesmo durante a crise mundial, a arrecadação não parou de crescer.

Nas contas do gerente de fiscalização do ISS da Secretaria da Fazenda, Marco Antonio Lopes de Azevedo, em tempo de guias digitais, Maringá elevou ainda mais a arrecadação, atingindo R\$ 5,1 milhões em agosto deste ano, um aumento de aproximadamente 180%, frente a janeiro de 2004 (quando era de R\$ 1,8 milhão). “Os contribuintes utilizam o sistema denominado ISS Fácil, que permite a declaração mensal dos serviços prestados e tomados, emissão de guias de pagamento, livros fiscais, entre outros”, explica.

Não é segredo que, com os sistemas informatizados, o Fisco municipal tem sido mais eficiente no combate à sonegação de impostos, fato que bem explica a expressiva - e crescente - arrecadação. “As informações são recebidas via internet por um pro-

Informatização de sist



Rafael Silva

MARCO ANTONIO DE AZEVEDO, GERENTE DE FISCALIZAÇÃO DA PREFEITURA: SISTEMA ELETRÔNICO VERIFICA INCONSISTÊNCIAS NO PAGAMENTO DE IMPOSTOS MUNICIPAIS, COMO SONEGAÇÃO E DIFERENÇAS DE VALORES

grama gerenciador denominado Sistema Gestor de Ocorrências (SGO), que possibilita verificar inconsistências como a sonegação de serviços, notas em duplicidade, inadimplências e diferenças de valores. A partir daí tomamos medidas fiscais, como emitir intimações contra os sujeitos passivos”, declara Azevedo.

Também o Fisco estadual e federal teve seus sistemas informatizados de forma a combater a sonegação e equívocos na prestação de contas. Segundo o chefe de fiscalização da Receita Federal, em Maringá, Silvio Nunes Pereira, os auditores nunca tiveram à disposição tantas ferramentas para descobrir a prática de frau-

Problemas fiscais combatem “jeitinho”

des. Para quem paga seus impostos em dia, diz ele, essa modernização só traz benefícios. A situação incomoda o contribuinte que, às vezes, declara à Receita informações inconsistentes.

“Quando se constata que houve fraude por parte do contribuinte é lavrada uma representação fiscal para fins penais, para que o Ministério Público (MP) seja acionado quando não há o pagamento”. Esse auto de infração, explica Pereira, vem acompanhado de multa que varia de 75% a 225% sobre o valor devido. Segundo ele,

o contribuinte normalmente tem o prazo de 30 dias para acertar sua situação com o Fisco, antes de o MP ser acionado.

Auditor da Receita Federal desde 1997, Silvio Pereira diz que as falhas cometidas pelos contribuintes pouco mudaram desde então. Na maioria dos casos, as pessoas jurídicas têm problemas com o Fisco por conta de omissão de receita, ou seja, quando o valor informado é menor do que o faturamento real; dedução de custos indevidos; e – o que é mais grave – a comprovação de despesas com

documentos falsos, situação que caracteriza fraude.

No caso das pessoas físicas, revela o auditor, os problemas mais recorrentes são: deduções indevidas, como despesas médicas e com educação (não comprovadas); omissão de rendimento; ter mais de uma fonte de renda e não declarar todas; e a alienação de bens de grande capital sem o pagamento do imposto devido. Ao tentar tirar vantagens como essas, diz Pereira, “o barato pode acabar saindo caro para o contribuinte”.

Pereira, que foi contador antes

Participe do seminário mais requisitado no mercado e forme uma equipe campeã de vendas!

Ideal para gerentes e proprietários de loja, o curso traz técnicas eficazes para:

- Tornar sua equipe orientada para metas;
- Focar esforços na excelência de vendas e atendimento;
- Utilizar ferramentas eficazes de controle e gestão de vendas;
- Avaliar desempenhos e identificar tendências;
- Orientar procedimentos e criar uma cultura de atendimento;
- Tornar seus vendedores responsáveis por seus desempenhos no atingimento de metas.

**Carga horária: 3 dias, das 9h às 18h.
Cada participante receberá um manual e um certificado de conclusão do curso.**

GARANTA JÁ A SUA VAGA!

**Associação Comercial e Empresarial de Maringá
(44) 3025-9640 / 3025-9636**

ACIM

Associação Comercial e Empresarial de Maringá

www.acim.com.br


PTG
PROGRAMA DE TREINAMENTO DE GERENTES

**MARINGÁ
17 a 19 de novembro**

 **GRUPO FRIEDMAN**
CONSULTORIA E TREINAMENTO EMPRESARIAL

www.friedman.com.br

de entrar para a Receita Federal, dá três dicas para o contribuinte evitar problemas com o Fisco. A principal delas, diz ele, é a contratação de um bom profissional da área contábil, que conheça os meandros do sistema e, desta forma, possa poupar o empresário de “dores de cabeça” desnecessárias. Outra recomendação é a realização de auditorias internas, especialmente no caso de grandes empresas e, a última dica é pagar todos os impostos devidos.

O presidente do Sindicato dos Contabilistas de Maringá (Sincotábil), Orlando Chiqueto Rodrigues, diz que a entidade se coloca à disposição da sociedade no esclarecimento de dúvidas. “A classe contábil, até pela sua atuação profissional entre as forças produtivas, o contribuinte e o Fisco, continuará à disposição da sociedade e dos poderes constituídos para ajudar na reforma tributária e fiscal”.



Rafael Silva

“A EMISSÃO DA NF-E TRAZ SUBSTANCIAIS MELHORIAS PARA OS PROCESSOS OPERACIONAIS DAS EMPRESAS, SIMPLIFICAÇÃO DE TAREFAS, REDUÇÃO DE CUSTOS E ELIMINAÇÃO DE ERROS”, DIZ ORLANDO CHIQUETO, DO SINCOTÁBIL

NOTA FISCAL ELETRÔNICA

A Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) também está ajudando a combater a sonegação e irregularidades junto ao Fisco. A adoção foi gradativa e começou em 1º de abril de 2008, com alguns setores, entre eles o de fabricantes e distribuidores de cigarros e o de combustíveis líquidos. Hoje, segundo a Receita Federal, a NF-e é utilizada na maioria das transações, correspondendo a 80% do Produto Interno Bruto (PIB) – e justamente pelos setores que mais geram nota fiscal.

A NF-e é tida pelas esferas fiscais como uma das principais ferramentas no combate à sonegação de impostos, motivo pelo qual se atribui a ela parte do aumento na arrecadação de impostos. “Me-

➔ PRATICIDADE E SEGURANÇA

Benefícios da Nota Fiscal Eletrônica



- 1 Aumento da confiabilidade da nota fiscal, com melhorias no processo;
- 2 Diminuição da sonegação e elevação da arrecadação sem aumento de carga tributária;
- 3 Redução de gastos com impressão do documento fiscal;
- 4 Redução de custos com aquisição de papel e armazenagem de documentos fiscais;
- 5 Redução do tempo de parada dos caminhões em postos fiscais de fronteira;
- 6 Eliminação de digitação de notas fiscais na recepção de mercadorias;
- 7 Diminuição de erros de escrituração com a eliminação da digitação de notas;
- 8 Facilitação e simplificação da escrituração fiscal e contábil;
- 9 Redução do consumo de papel com o uso de novas tecnologias;
- 10 Padronização de relacionamentos eletrônicos entre empresas;
- 11 Redução do chamado “Custo Brasil”.

FONTE | Receita Federal em Maringá

WVAINER

lhora a qualidade das informações, racionalizando os custos e obrigações acessórias. A sonegação e o chamado jeitinho são minimizados com a NF-e, mas não descartados”, explica o gerente de fiscalização da Secretaria da Fazenda de Maringá, Marco Antonio Lopes de Azevedo.

O auditor Silvio Nunes Pereira explica que a NF-e gera arquivos eletrônicos, automaticamente, que são repassados posteriormente à Receita. Um processo que antes envolvia várias guias em papel agora requer um único documento impresso: o Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica (Danfe), utilizado para certificar o transporte de mercadorias.

Para Chiqueto, num sistema tributário marcado por distorções e que se caracteriza por uma multiplicidade de alíquotas, a NF-e só traz vantagens. “A emissão da Nota Fiscal Eletrônica traz substanciais melhorias para os processos operacionais das empresas, simplificação de tarefas, redução de custos e eliminação de erros”, avalia. “O projeto reflete uma sólida integração entres as administrações tributárias da União, dos Estados e Distrito Federal, e dos municípios”, acrescenta.

A criação da NF-e é decorrente do artigo 37, inciso XXII, da Constituição Federal (Emenda Constitucional nº 42), que determina às administrações tributárias a atuação de forma integrada, inclusive com o compartilhamento de cadastros e de informações fiscais. Segundo Pereira, todos os esforços estão sendo realizados com este objetivo, de modo que, em breve, todo registro de compra e venda ou de prestação de serviços será por meio da nota eletrônica.

ENTREVISTA

SILVIO NUNES PEREIRA, CHEFE DE FISCALIZAÇÃO DA RECEITA FEDERAL



Rafael Silva

“OS PRINCIPAIS ERROS DAS EMPRESAS JUNTO AO FISCO SÃO OMISSÃO DA RECEITA, DEDUÇÃO DE CUSTOS INDEVIDOS E COMPROVAÇÃO DE DESPESAS COM DOCUMENTOS FALSOS”

O QUE É A NOTA FISCAL ELETRÔNICA?

É um documento de exigência apenas digital, emitido e armazenado apenas eletronicamente, com o intuito de documentar uma operação de circulação de mercadorias ou uma prestação de serviços. O projeto de criação da NF-e tem como objetivo a implantação de um modelo nacional de documento fiscal eletrônico que venha substituir a sistemática atual de emissão do documento fiscal em papel, com validade jurídica garantida pela assinatura digital do remetente. A NF-e simplifica as obrigações acessórias dos contribuintes e permite o acompanhamento em tempo real das operações comerciais pelo Fisco.

NA PRÁTICA, COMO FUNCIONA A NF-E?

A empresa emissora gera um arquivo eletrônico com as informações fiscais da operação comercial, assinado digitalmente pelo emitente para garantir a integridade dos dados. Esse arquivo é transmitido pela internet para a Secretaria da Fazenda do Estado em

que estiver localizado o emitente, que por sua vez faz uma pré-validação do arquivo e devolve uma Autorização de Uso, para que a mercadoria possa ser transportada. Esse mesmo arquivo ainda é transmitido da secretaria para a Receita Federal, que é o repositório de todas as NF-e emitidas no país. Para acompanhar a mercadoria, é impressa uma representação da NF-e, chamada de Danfe (Documento Auxiliar da Nota Fiscal Eletrônica), em papel comum e em via única, com um código de barras para facilitar a confirmação das informações pelos postos fiscais.

EXISTE ALGUMA DIFICULDADE NA ADOÇÃO DA NF-E?

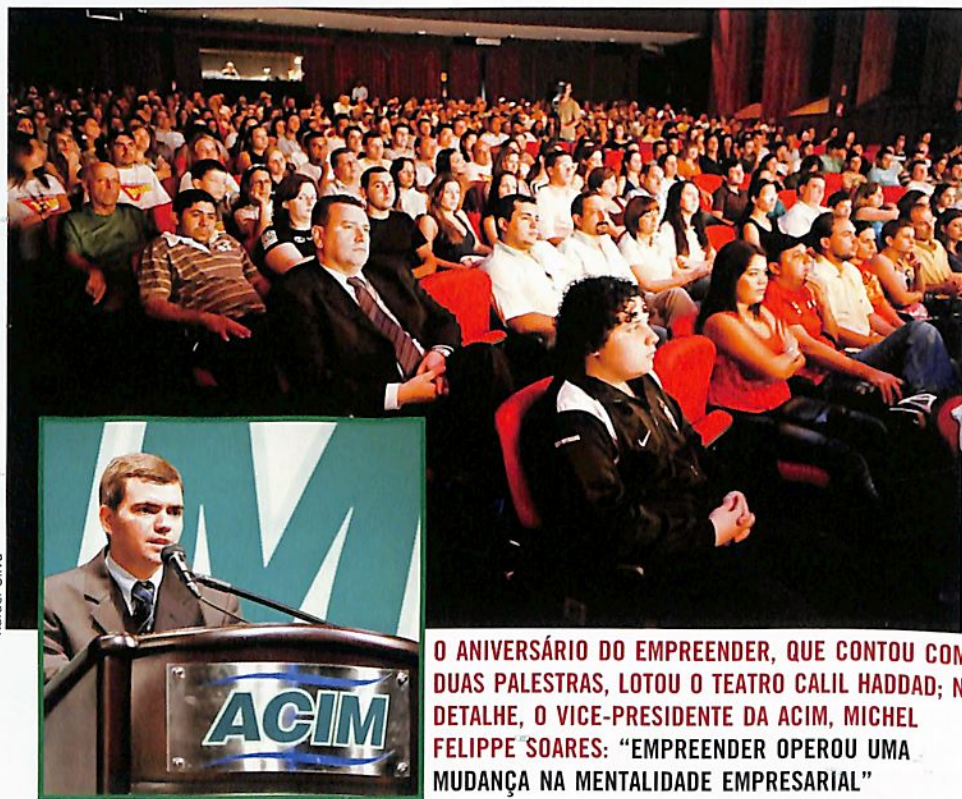
Provavelmente a única desvantagem ou dificuldade, principalmente para as micro e pequenas empresas, é a necessidade de investimento inicial em equipamentos que possibilitem a emissão da NF-e. No entanto, este desembolso inicial será rapidamente recuperado com a redução de custos que a adoção da NF-e trará para a empresa. ■

Empreender comemora 9 anos

EVENTO DE ANIVERSÁRIO FOI NO TEATRO CALIL HADDAD E REUNIU MAIS DE 600 PESSOAS; COM 23 NÚCLEOS E 270 EMPRESAS PARTICIPANTES, EMPREENDER TEM COMO OBJETIVO AUMENTAR A COMPETITIVIDADE

O Programa Empreender da ACIM comemorou no dia 7 de outubro nove anos de atividade, com duas palestras no Teatro Calil Haddad, onde compareceram mais de 600 pessoas. O empresário Mário Gazin, diretor do Grupo Gazin, apresentou seu case de sucesso, falando sobre empreendedorismo e sua trajetória de vida. Gazin iniciou com uma pequena loja em Douradina, cidade no interior do Paraná onde ainda mantém a matriz da empresa, e hoje está presente em todo o território nacional. Entre as empresas do grupo estão o Atacado Gazin, as indústrias de mesas, cadeiras, cômodas, espuma, estofados e colchões, a Paranatec, o Consórcio Nacional Gazin, além do Auto Posto Gazin (veja entrevista nesta edição). Antes da palestra principal, a psicóloga Sônia Morro, que trabalha no grupo, falou sobre o “Diferencial competitivo das corporações”, enfocando o tema da gestão de pessoas.

O Empreender beneficia diretamente 270 empresas, que estão reunidas em 23 núcleos setoriais. Estes núcleos se reúnem quinzenalmente na ACIM, com a consultoria de um profissional, para discutir projetos e ações do segmento e melhorar a estratégia competitiva das empresas integrantes. A metodologia do Empreender foi desenvolvida pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e pela Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap), sendo que em Maringá é totalmente financiado pela ACIM.



Rafael Silva

O ANIVERSÁRIO DO EMPREENDER, QUE CONTOU COM DUAS PALESTRAS, LOTOU O TEATRO CALIL HADDAD; NO DETALHE, O VICE-PRESIDENTE DA ACIM, MICHEL FELIPE SOARES: “EMPREENDER OPEROU UMA MUDANÇA NA MENTALIDADE EMPRESARIAL”

O vice-presidente de Micro e Pequena Empresa da ACIM, Michel Felipe Soares, destacou no evento os benefícios que as empresas têm ao participar do programa. “Empresários que antes se viam como concorrentes agora se juntam para pensar estrategicamente o segmento e melhorar seus resultados. O Empreender operou uma mudança na mentalidade empresarial de muitos empreendedores de Maringá”, destacou.

Representando o presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, que estava em viagem, o médico Jougi Takahashi, diretor do Centro de Capacitação e Treinamentos, enalteceu o espírito de união dos empresários e enfatizou que a Associação

Comercial possui ferramentas, produtos e serviços que podem ajudar em muito o desenvolvimento dos negócios. “Queremos os empresários mais presentes na vida da ACIM. Queremos tê-los mais perto e queremos estar mais perto de vocês, não apenas nas reuniões dos núcleos. Temos inúmeras ferramentas que podem ajudar a desenvolver seus negócios e vocês também podem nos ajudar a fazer com que a ACIM seja uma entidade mais participativa na cidade, mais envolvida com o associado”, complementou Takahashi.

No final do evento, cada um dos núcleos do Empreender sorteou uma tevê de LCD entre os colaboradores. ■

Novembro/2009
Ano 1 - 010

Caderno Especial

Agronegócio

ACIM



**Negócios e empregos
que vêm da terra**

O ASSUNTO DAS PRÓXIMAS PÁGINAS É O AGRONEGÓCIO: A REVISTA ACIM ENTREVISTOU ESPECIALISTAS E LIDERANÇAS DO ASSUNTO E TRAZ REPORTAGENS COM NÚMEROS DE EXPORTAÇÕES, MOVIMENTAÇÃO ECONÔMICA E SEGMENTOS QUE INTEGRAM ESTA CADEIA

NEGÓCIOS E EMPREGOS

O agronegócio é hoje a principal locomotiva da economia brasileira. Segundo dados de 2004 do Ministério da Agricultura, o setor era responsável por 42% das exportações e 37% dos empregos brasileiros. Ainda conforme números do Ministério, o PIB do agronegócio naquele ano girou em torno de US\$ 180,2 bilhões contra US\$ 165,5 bilhões em 2003. As vendas externas de produtos agropecuários, em 2004, renderam ao Brasil US\$ 36 bilhões, com superávit de US\$ 25,8 bilhões.

Os números apontam que poucos países tiveram um crescimento tão expressivo no comércio internacional do agronegócio quanto o Brasil. Em dez anos, o país dobrou o faturamento com as vendas externas de produtos agropecuários e teve crescimento superior a 100% no saldo comercial. O Brasil é o maior produtor e exportador de café, açúcar, álcool e suco de frutas. Além disso, lidera o ranking das vendas externas de soja, carne bovina, carne de frango, tabaco, couro e calçados de couro.

Segundo o professor de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM) Alexandre Florindo Alves, dados mais atuais apon-



Rafaél Silva

BRASIL É O MAIOR PRODUTOR MUNDIAL DE CAFÉ, AÇÚCAR E ÁLCOOL; EM DEZ ANOS O PAÍS DOBROU AS VENDAS EXTERNAS DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS

tam que em 2008 o PIB do agronegócio, no Brasil, correspondeu a 26,5%. Esta queda não representa redução da produção, mas indica que outros segmentos passaram a ser mais representativos na economia.

Entre os estados brasileiros, o Paraná, que ocupava o segundo lugar no ranking de exportações, teve uma queda de duas posições no ranking no primeiro semestre de 2008, quando as vendas para o mercado externo totalizaram US\$ 7,4 bilhões. Já no mesmo período deste ano, o estado ficou em quar-

to lugar, com US\$ 5,9 bilhões, ou seja, queda de quase 20%, passando a ter 13,59% de participação na fatia nacional das exportações do agronegócio.

De acordo com dados do professor da UEM, cerca de 55% das unidades produtivas industriais do sul país são agroindústrias. O segmento, conforme Alves, tem seus entraves: "as estradas mal conservadas, que resultam em perdas no transporte, e, conseqüentemente, no aumento do frete são barreiras. Há ainda poucas hidrovias e a malha ferroviária é reduzida.

QUE VÊM DA TERRA



Rafael Silva

CERCA DE UM QUARTO DO PIB BRASILEIRO É PROVENIENTE DO AGRONEGÓCIO, SEGUNDO O PROFESSOR DA UEM ALEXANDRE FLORINDO ALVES, MAS SETOR TEM ENTRAVES, COMO POUCAS HIDROVIAS E REDUZIDA MALHA FERROVIÁRIA

Além disso, a questão ambiental representa restrições cada vez mais expressivas e não podem ficar de fora das análises”.

SOCIEDADE RURAL

Representante dos interesses dos produtores rurais e com 30 anos de fundação, a Sociedade Rural de Maringá (SRM) conta hoje com aproximadamente 1,3 mil associados das mais diferentes atividades, desde pequenos agricultores, olericultores, suinocultores, produtores de leite, piscicultores e grandes agropecuaristas.

A presidente da SRM, Maria Iraclézia de Araújo, explica que entre os principais objetivos da SRM estão assistir e orientar os associados, promovendo ações para a melhoria da condição de vida do produtor rural, além de desenvol-

ver e incentivar práticas para a recuperação e preservação do meio ambiente, da biodiversidade, dos solos, fauna, e florestas. A entidade visa ainda promover, fomentar e orientar a importação e exportação de reprodutores e matrizes de animais, máquinas agrícolas, entre outras práticas.

A presidente da entidade comenta que o agronegócio evoluiu muito nos últimos tempos, transformando o Brasil num dos principais celeiros do mundo, fornecendo alimentos de qualidade. “Na região de Maringá não é diferente e hoje somos considerados um centro de excelência e difusão de tecnologia em agricultura e pecuária, tendo produtores que estão no topo da cadeia. Temos rebanhos que exportam qualidade genética para todo o Brasil”.

Instituto contribui para o desenvolvimento do agronegócio

Privado e sem fins lucrativos, o Instituto para o Desenvolvimento Regional (IDR) foi criado em 1994 pela ACIM e entidades de Maringá para promover, por meio de parcerias, o desenvolvimento regional sustentável. Para isso, realiza pesquisas, programas, coleta de dados e fornece informações. No agronegócio, o IDR desenvolveu o Programa Apoio Direto a Inovação (ADI), que teve como foco o estudo de cadeias produtivas para identificar gargalos tecnológicos.

Os estudos resultaram em vários projetos de inovação, dos quais dois estão em fase de execução: “produção de manivas (mudas de mandioca) sem vírus” e o “indicação geográfica da farinha de mandioca da região noroeste do Paraná”. O primeiro recebe financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Cnpq), Financiadora de Estudos e Projetos (Finep) e Sebrae. Já o segundo deverá ser submetido à avaliação em 2010 pelas unidades certificadoras: Instituto Nacional de Propriedade Industrial (Inpi) e pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). O objetivo é a certificação de qualidade através de um selo que garante que a farinha de mandioca é fabricada na região. ■

Antes de chegar às gôndolas e aos c

TRÊS QUARTOS DA MÃO-DE-OBRA DO CAMPO É PROVENIENTE DA AGRICULTURA FAMILIAR; EM MARINGÁ HÁ ASSOCIAÇÕES DE PEQUENOS PRODUTORES, INCLUSIVE DE ORGÂNICOS, E COOPERATIVA AGROINDUSTRIAL, QUE AJUDA A BALIZAR PREÇOS E AGREGAR VALOR À PRODUÇÃO

Agricultura familiar emprega quase 75% da mão-de-obra no campo, além de ser responsável pela produção de 70% do feijão, 87% da mandioca, 58% do leite e 38% do café consumidos no país. Os dados são do Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão (Emater), com base no Censo Agropecuário 2006, que traz uma novidade: pela primeira vez a agricultura familiar brasileira foi retratada nas pesquisas feitas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

No estudo foram identificados 4,3 milhões de estabelecimentos de agricultura familiar, que representam 84,4% do total (5,1 milhões) e ocupam apenas 24,3% (ou 80,25 milhões de hectares) da área dos estabelecimentos agropecuários brasileiros. Apesar de ocupar apenas um quarto da área, a agricultura familiar responde por 38% do valor da produção total, o equivalente a R\$ 677 por hectare ao ano.

Ainda segundo a Emater, 12,3 milhões de trabalhadores estão empregados em estabelecimentos da agricultura familiar, sendo que as mulheres, apesar de serem minoria, são expressivas: totalizam



Rafael Silva

4,1 milhões de trabalhadoras na agricultura familiar.

De acordo com o engenheiro agrônomo da Emater, Jorge Ogassawara, em Maringá, 132 famílias de pequenos produtores integram a feira que acontece toda quarta-feira e aos sábados, no Estádio Willie Davis. “Esses produtores encontraram na feira do produtor uma forma de comercializar o que produzem em suas terras direto ao consumidor”, comenta.

Além do atendimento às famílias da zona rural, a Emater de-

envolve outros projetos. Atualmente, segundo Ogassawara, há o reflorestamento de eucalipto e a produção orgânica de alimentos, para a qual foi criada uma associação. “No reflorestamento de eucalipto estamos incentivando e dando subsídios para os produtores. Trata-se de uma cultura que tem retorno em longo prazo, cerca de dez anos para os primeiros cortes. A madeira pode ser utilizada em móveis, serve como lenha para fornalhas e outros fins. Já a produção de

Consumidores



A AGRICULTURA FAMILIAR É RESPONSÁVEL PELA PRODUÇÃO DE 70% DO FEIJÃO, 87% DA MANDIOCA E 58% DO LEITE CONSUMIDOS PELOS BRASILEIROS

orgânicos tem apresentado-se positiva, pois houve um aumento de 30% na procura. No entanto, estamos tendo mais procura pelos orgânicos do que oferta", argumenta o engenheiro agrônomo.

Cooperativismo para fortalecer os produtores rurais

Fundada há 46 anos, com 47 cooperados, que atuavam exclusivamente com café, a cooperativa Cocamar cresceu e ajudou a fortalecer os produtores rurais. Hoje são 6,1 mil cooperados, de 82 municípios da região noroeste do Paraná.

E a cooperativa também aumentou seu escopo de trabalho: atua no recebimento das safras, comercialização e prestação de serviços aos cooperados, como o acompanhamento técnico das lavouras e a difusão de informações para que eles se mantenham competitivos. "Num plano mais amplo, a cooperativa regula os preços dos produtos agrícolas e dos insumos agropecuários na região, disciplinando a concorrência. Além disso, está focada no desenvolvimento econômico e social das regiões onde atua", explica o vice-presidente da Cocamar, José Fernandes Jardim Junior.

Segundo ele, a cooperativa é fruto da união de produtores, que são os cooperados, por isso está focada em "atender suas necessidades, oferecendo uma estrutura para a entrega e a comercialização de suas safras, o pagamento de um preço justo pelos seus produtos e a disponibilização de orientação técnica para a condução de suas lavouras".

Hoje, a Cocamar possui mais de

35 unidades industriais e um total 1,8 mil colaboradores. São 11 indústrias em Maringá e duas em Paranavaí. "A maior delas é a fábrica de extração de óleo e farelo de soja, de Maringá, que tem capacidade para processar 3.250 toneladas por dia. Por ano, esta indústria processa 710 mil toneladas de soja. Há, também, unidades de fabricação de sucos e néctares de frutas, bebidas a base de soja, cafés, capuccinos, maioneses, catchup, mostarda, produtos semi-acabados, como farelo de soja, suco concentrado e congelado de laranja, e outros", contabiliza o vice-presidente.

Para a economia paranaense, Junior destaca que o sistema é um dos principais pilares, já que só as cooperativas ligadas ao agronegócio faturaram R\$ 25 milhões no ano passado no Paraná. "Temos perspectiva de crescimento. Hoje, as cooperativas respondem por mais da metade do armazenamento de soja do estado. O sistema envolve 400 mil cooperados e gera um milhão de empregos diretos. Os municípios servidos por cooperativas fortes, como Maringá, Londrina, Cascavel, Medianeira, Marechal Cândido Rondon, Ponta Grossa, Guarapuava e Campo Mourão são progressistas, com qualidade de vida superior aos demais", conclui.

PRODUÇÃO ORGÂNICA

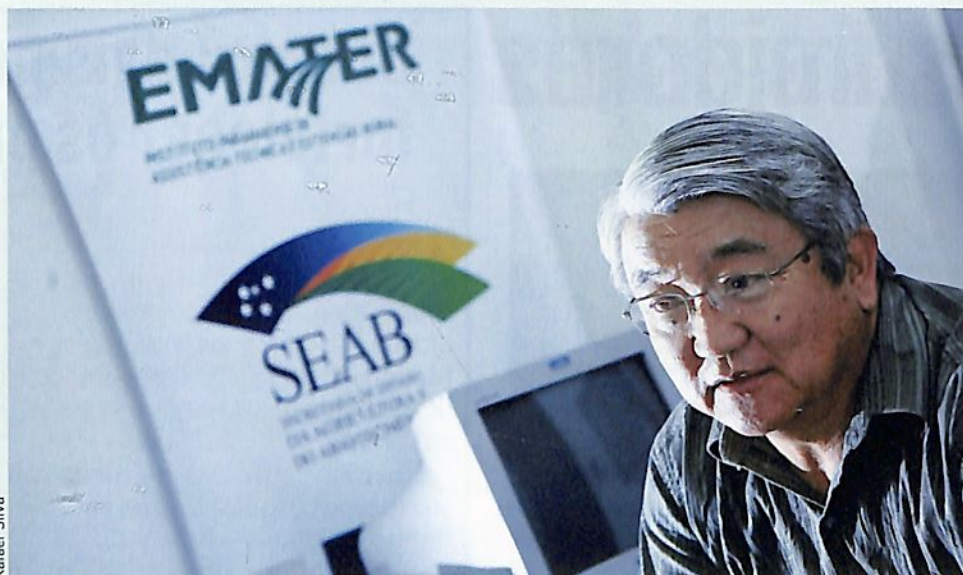
A Associação dos Produtores Orgânicos de Maringá (Pomar) existe há sete anos e conta com 30 membros. Segundo a presidente da associação, Luciana Maestro Borges, que é engenheira agrônoma, o objetivo é viabilizar a comercialização e a certificação dos produtos orgânicos. Para isso, a associa-

ção adquiriu dois boxes no Mercado Municipal, voltados para a venda da produção. Quanto à certificação, ela diz que "estamos ligados à Associação Pé na Terra, que conta 130 produtores de 23 municípios paranaenses. Através dessa parceria estamos conseguindo a certificação de que nossos produtos são orgânicos".

A Pomar ainda tem trabalhado para a criação de uma agroindústria para processar os produtos e agregar valor à comercialização. “Queremos produzir geleias e polpas de frutas. Apesar de que 10% do que é produzido pela associação são de frutas (o restante são hortaliças), mesmo assim acreditamos que a agroindústria trará excelentes resultados comerciais”, aposta Luciana.

Em Maringá quem também trabalha com orgânicos é o Blue Beef, que comercializa carnes e está no mercado há dois anos. Segundo o proprietário, Silvano Tóquio, desde que o estabelecimento foi inaugurado já registrou aumento de 60% nas vendas. “Boa parte da clientela é fixa. Gente que observa a qualidade da carne e passa a ser consumidor fiel”, afirma.

Para conquistar os clientes, Tóquio afirma que o bom atendimento é fundamental. “Oferecemos o serviço de disque-entrega,



JORGE OGASSAWARA, ENGENHEIRO DA EMATER: ENTIDADE INCENTIVA A PRODUÇÃO ORGÂNICA, JÁ QUE A DEMANDA É MAIOR DO QUE A OFERTA, E O REFLORESTAMENTO DE EUCALIPTOS

inclusive nos fins de semana. Hoje as encomendas por este serviço representam 50% do faturamento”. Além disso, aos domingos e feriados o Blue Beef vende carne assada. Os produtos comercializados são originados de um frigorífico de Paranavai.

Quase cinco mil maringaenses moram na zona rural

Dados do núcleo regional da Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento (Seab) mostram que dos mais de 335 mil habitantes de Maringá, 4.675 estão na zona rural. A área de produção destinada para soja, em 2009, nos 29 municípios da região da Seab de Maringá corresponde a 231 mil hectares, um aumento de 4% se comparado ao ano anterior. O resultado da produção regional da safra anterior foi de 670 mil toneladas de soja.

Já o milho, safra de verão, teve queda significativa no plantio, em Maringá: de dez mil hectares em 2008 para apenas três mil em 2009. A produção deve baixar de 45,7 mil toneladas para 20,1 mil toneladas nesta safra. “Já o valor bruto da produção do Paraná, que é resultado da soma do faturamento bruto obtido com a produção e comercialização dos produtos primários, apresentou em 2008 um crescimento de 27% em relação a 2007, atingindo a casa dos R\$ 32,6 bilhões”, calcula o chefe do núcleo regional da Seab de Maringá, Renato Cardoso Machado. ■



A ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES ORGÂNICOS DE MARINGÁ (POMAR) FAZ PLANOS DE PRODUZIR GELEIAS E POUHAS DE FRUTAS E ADQUIRIU DOIS BÓXES NO MERCADÃO MUNICIPAL, SEGUNDO A PRESIDENTE, LUCIANA BORGES

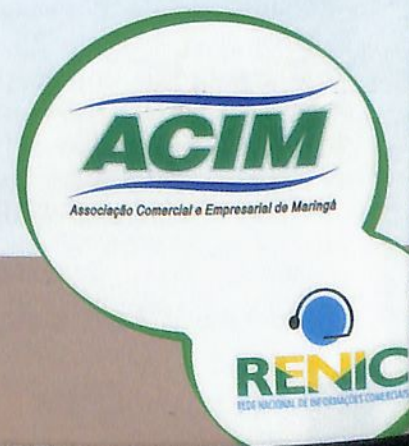
NÃO COMPRE GATO POR LEBRE

Escolha o verdadeiro SCPC

Só o SCPC tem:

- Abrangência Nacional
 - Mais de **1.200.000** lojistas em todo o Brasil
 - **45** milhões de CPF's de inadimplentes registrados
 - O maior banco de dados cadastrais de Pessoas
 - Físicas de toda América Latina
- A força de mais de **2.300** Associações Comerciais

Rua Basílio Sautchuk, 388
Centro - Maringá - Pr.
Telefone: 44 3025-9595
E-mail: scpc@acim.com.br



A cadeia que integra o agronegócio conta com o segmento chamado de “pré-porteira”, representado pelas indústrias e comércios que fornecem insumos para a produção rural. Sem eles, o setor não teria conseguido registrar em julho de 2008, conforme dados do Ministério da Agricultura e Abastecimento, marca histórica na balança comercial do agronegócio: as exportações totalizaram US\$ 7,9 bilhões, valor 50% superior ao de julho de 2007, e o superávit alcançou a cifra de US\$ 6,8 bilhões.

Em Maringá a Plant Bem, indústria de fertilizantes, está no mercado há mais de 25 anos. A empresa produz fertilizantes para as culturas de soja, milho, feijão, algodão, mandioca, hortaliças, cana, pastagem, frutíferas, café e outras. De acordo com o gerente de produção e logística, Maurício Santana, Maringá é um importante polo logístico e a ferrovia é o meio utilizado para colocar em seus depósitos mais de 80% das matérias-primas importadas de vários países do mundo, como Estados Unidos, Canadá, Rússia e Israel.

A empresa conta com duas unidades industriais: uma em Maringá e outra em Paranaguá, responsáveis pela produção anual de 170 mil toneladas de fertilizantes e pela geração de 130 empregos diretos. Como a unidade de Paranaguá é nova, a estimativa, segundo Santana, é que a produção aumente.

A unidade de Paranaguá conta com uma área de 25 mil metros quadrados, com capacidade para armazenar 60 mil toneladas e transbordar até um milhão de toneladas por ano. “Esta nova unidade nos permitirá entrar em outros mercados e ganharmos mais competitividade. A produção da Plant Bem é distribuída

Insumos e implementos para a produção agrícola

PARA AJUDAR A GARANTIR O SUCESSO NA COLHEITA, O PRODUTOR RURAL PRECISA CONTAR COM INDÚSTRIAS QUE PRODUZEM INSUMOS E MAQUINÁRIOS E, ALÉM DISSO, GRAÇAS AO AGRONEGÓCIO HÁ UM FORTE COMÉRCIO ESPECIALIZADO



A PLANT BEM CONTA COM UNIDADES EM MARINGÁ E PARANAGUÁ, QUE PRODUZEM 170 MIL TONELADAS DE FERTILIZANTES POR ANO; SEGUNDO O GERENTE DE PRODUÇÃO E LOGÍSTICA, MAURÍCIO SANTANA

no Paraná, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Rondônia e Santa Catarina.

Santana explica que o segmento de fertilizantes vinha crescen-

do no Brasil nos últimos anos, mas a crise mundial gerou retração. “Em 2006 foram produzidas no país quase 21 milhões de toneladas de fertilizantes, em 2007 fo-

ram cerca de 24 milhões de toneladas e no ano seguinte, em virtude da crise, houve queda para 22 milhões. Mas o mercado está voltando a se firmar e a tendência é a retomada da produção”.

INSUMOS E IMPLEMENTOS

Além de indústrias voltadas para a fabricação de insumos, o setor também conta com estabelecimentos comerciais especializados. Como exemplo a Casa Agro-pecuária, que está no mercado há 47 anos e fornece aos pecuaristas do noroeste e norte do Paraná medicamentos e nutrição animal. A rede é composta por 14 unidades, sendo que a sede está localizada em Maringá. Juntas, as unidades contam com 58 funcionários e são responsáveis pela venda de 1,7 mil toneladas de ração e sal. De acordo com o responsável administrativo da empresa, Humberto Garcia de Campos, a rede conta com uma indústria própria, a Suplementos Minerais Rural, que tem capacidade produtiva de duas mil toneladas por mês e uma equipe de 30 funcionários.

“A matéria-prima para a produção da ração vem da região, já que temos grandes plantios de grãos. O mineral vem de São Paulo”, conta Campos. As lojas absorvem 90% da produção da indústria e o restante é distribuído no Paraná e no sul do Mato Grosso do Sul.

Outro segmento que faz parte da chamada “pré-porteira” é a indústria e comércio de tratores e maquinários agrícolas. A Solomar, representante da John Deere, conta com duas unidades, uma em Maringá e outra em Paranavaí. Juntas, as duas lojas vendem, em média, 60 máquinas por ano, entre tratores, colheitadeiras, plantadeiras e outras. A Solomar ofe-



Rafael Silva

COM 14 LOJAS E UMA INDÚSTRIA PRÓPRIA, A CASA AGRO-PECUÁRIA, QUE TEM SEDE EM MARINGÁ, COMERCIALIZA MEDICAMENTOS E NUTRIÇÃO ANIMAL, DE ACORDO COM HUMBERTO GARCIA DE CAMPOS

rece também manutenção e assistência técnica das máquinas. O gerente de vendas, Fabiano Gustavo Padovini, diz que a maior parte do faturamento - 60% - vem das vendas e o restante fica por conta da prestação de serviço oferecida pela concessionária.

Ele comenta que o segmento é sazonal e que depende de vários fatores. “Se há quebra da safra, queda na produção ou crise na economia, isso traz reflexos diretos nas vendas. De 2000 a 2004, o segmento estava vivendo uma excelente fase. Em 2005 o cenário mudou e, no nosso caso, a má fase manteve-se até 2006. Já 2008 foi um período bom para o segmento, mas começou mal em 2009. No entanto, está apresentando significativas melhoras no segundo semestre por causa do Programa de Sustentação de Investimento (PIS), do BNDES, que oferece taxas atrativas para aquisição de maquinários agrícolas”, declara. ■

Crédito facilitado para financiar a produção

O Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES) lançou no início deste semestre o Programa de Sustentação do Investimento (PIS) com o objetivo de financiar a produção e a aquisição de máquinas e equipamentos novos, como tratores, bens destinados a operações de arrendamento mercantil e o capital de giro associado à aquisição isolada de máquinas e equipamentos.

As condições de financiamento são atrativas, inclusive frente às linhas de crédito oficiais. O PIS tem taxa fixa que varia de 3,5% a 4,5% ao ano e prazos de 36 a 120 meses para o pagamento. O financiamento pode ser feito na Rede de Instituições Financeiras Credenciadas junto ao BNDES, que consta no site www.bndes.gov.br.

A produção de etanol é crescente no Brasil, o que é motivo de comemoração para os empresários do setor. O biocombustível produzido por meio da cana-de-açúcar, segundo o presidente da Associação dos Produtores de Bioenergia do Paraná (Alcopar), Anísio Tormena, é o mais viável economicamente até o momento. “Outras matérias-primas como óleos vegetais estão sendo testadas e produzidas, mas a cana ainda é a mais barata. Em alguns anos, acreditamos que além do Brasil e dos EUA, que são responsáveis por quase 90% da produção mundial de etanol, outros países estarão produzindo e utilizando o biocombustível. Acredito que o etanol será o combustível usado em maior escala no mundo”.

Tormena conta que o Brasil ainda exporta pouco etanol, já que a maior parte é destinada ao mercado interno. Em 2008, dos 27 bilhões de litros produzidos no país, apenas seis bilhões foram exportados, em boa parte para os EUA.

Atualmente, 90% dos carros leves novos produzidos no Brasil têm motor bicombustível, sendo que 70% dos proprietários destes carros utilizam o etanol. “Em 2008, o consumo nacional era de 1,6 bilhões de litros de etanol por mês. Neste ano estamos na casa dos dois bilhões”, conta Tormena.

O Paraná é hoje o segundo maior produtor de etanol brasileiro. No estado, existem 30 usinas e destilarias, todas concentradas nas regiões norte e noroeste do estado. Conforme Tormena, 130 municípios produzem cana-de-açúcar para abastecer o mercado, que previa moer 50 milhões de toneladas neste ano, mas as chuvas frequentes frustraram essa expectativa e deverá haver queda de 20% na estimativa.

Fábricas de biocombustível

PARANÁ É O SEGUNDO MAIOR PRODUTOR BRASILEIRO DE BIOCOMBUSTÍVEL E TODAS AS USINAS INSTALADAS NO ESTADO FICAM NO NORTE E NOROESTE; REGIÃO GANHARÁ MAIS UMA USINA EM 2012



CERCA DE 90% DOS AUTOMÓVEIS LEVES PRODUZIDOS HOJE NO BRASIL TÊM MOTOR BIOCOMBUSTÍVEL; O MOTIVO É DE COMEMORAÇÃO PARA OS PROPRIETÁRIOS DE USINAS

AÇÚCAR E ETANOL

Há quase 50 anos está em funcionamento a Usina Santa Terezinha. No início, a empresa produzia apenas açúcar, sendo que na primeira safra (de abril a dezembro de 1961) foram 60 toneladas do produto. Na década seguinte, a usina passou a produzir etanol, que resultou em 1,5 milhão de litros. Atualmente, são oito unidades espalhadas pelo Paraná, que produzem por safra 1,3 milhão de toneladas de açúcar – que é toda exportada – e 400 milhões de litros de etanol. Em Maringá está instalado o escritório central, o terminal logístico e um armazém com capacidade para 406 mil toneladas de açúcar. A previsão para este ano, é que as oito unidades moam 15 milhões de toneladas de cana.

BRAZCANA INICIARÁ OPERAÇÃO EM 2012

Em 2012, o Paraná passará a contar com mais uma usina: a Brazcana, que será instalada em Paranavaí. De acordo com o diretor executivo, Sidnei Telles, o Instituto Ambiental do Paraná (IAP) já concedeu a licença para a instalação da usina e há mais de um ano foram iniciadas as obras agrícolas da lavoura e a produção de cana.

A Brazcana terá capacidade para moer 2,4 milhões de toneladas por ano, resultando na produção de 208 milhões de litros de etanol e 160 mil toneladas de açúcar. A lavoura contará com 30 mil hectares de plantação. “Quando entrar em funcionamento, a previsão é que a produção seja reduzida, utilizando apenas a metade da capacidade da usina. A produção total está prevista para 2013”, diz Telles. A Brazcana é formada por empresários de Cascavel, Maringá e Paranavaí. ■

Fresquinhos na mesa do consumidor

ÚLTIMO SETOR NA CADEIA DO AGRONEGÓCIO, OS PRODUTOS DE PÓS-PORTEIRA SÃO OS DE COMPRA, VENDA E TRANSPORTE DE PRODUTOS, COMO AS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO E ABATEDOUROS

Dá-se o nome de negócios agropecuários, ou de pós-porteira, à compra, transporte, beneficiamento e venda dos produtos agropecuários até o consumidor final. Enquadram-se nesta categoria frigoríficos, indústrias têxteis e calçadistas, empacotadores e supermercados.

Outro exemplo são as Centrais de Abastecimento (Ceasa). A unidade de Maringá, por exemplo, conta com 83 empresas, divididas em 132 boxes. Em setembro deste ano, conforme a gerente da Ceasa, Suely Bertolo do Rego, foram comercializadas 9,2 mil toneladas de alimentos. A unidade abastece o mercado local com produtos vindos da região e de outros estados como Santa Catarina, Mato Grosso, Minas Gerais, São Paulo e Bahia. Além disso, a unidade é fornecedora de uva, laranja, legumes e outros produtos para municípios de São Paulo e Mato Grosso do Sul.

A Ceasa de Maringá ainda conta com o Banco de Alimentos, cujo objetivo é a doação de frutas, verduras e legumes que não têm valor comercial, mas que ainda são apropriados para o consumo, para 53 entidades beneficentes de Maringá e municípios vizinhos. De janeiro a setembro, a unidade de Maringá doou 800 toneladas de produtos.

FRANGOS

Outro setor que integra a cadeia são os abatedouros. Com produção



CEASA MARINGÁ: SÓ EM SETEMBRO FORAM COMERCIALIZADAS 9,2 MIL TONELADAS DE ALIMENTOS; SÃO 83 EMPRESAS QUE INTEGRAM A CENTRAL DE ABASTECIMENTO

diária de 210 mil aves, a Frangos Canção está instalada em Maringá desde 1982. Os pintinhos de um dia, que vêm da incubadora da própria indústria, são transportados para granjas integradas, localizadas em mais de 30 municípios da região, além de galpões próprios. Depois, as aves estão prontas para o abate com 43 dias e pesam em média 2,5 quilos.

A Frangos Canção conta com três mil funcionários. A empresa exporta de 30 a 40% da produção para mais de 40 países. “E comercializamos para clientes de todos os estados brasileiros”, afirma o diretor da empresa, Ciliomar Tortola.

Com 21 funcionários e 40 anos de existência, o Café Basa também integra a relação de empresas do agronegócio local. Na empresa, o café é torrado, moído e empacotado em máquinas automáticas que dispensam o contato manual. A capacidade de produção é de 300 toneladas por mês e o parque industrial conta com uma área de 40 mil metros quadrados e cinco mil metros de área construída.

A produção é comercializada para 2,3 mil clientes, entre atacadistas, supermercadistas, produtores, exportadores, torrefadores e cooperativas sob as marcas de Café Basa e Café Estoril. ■

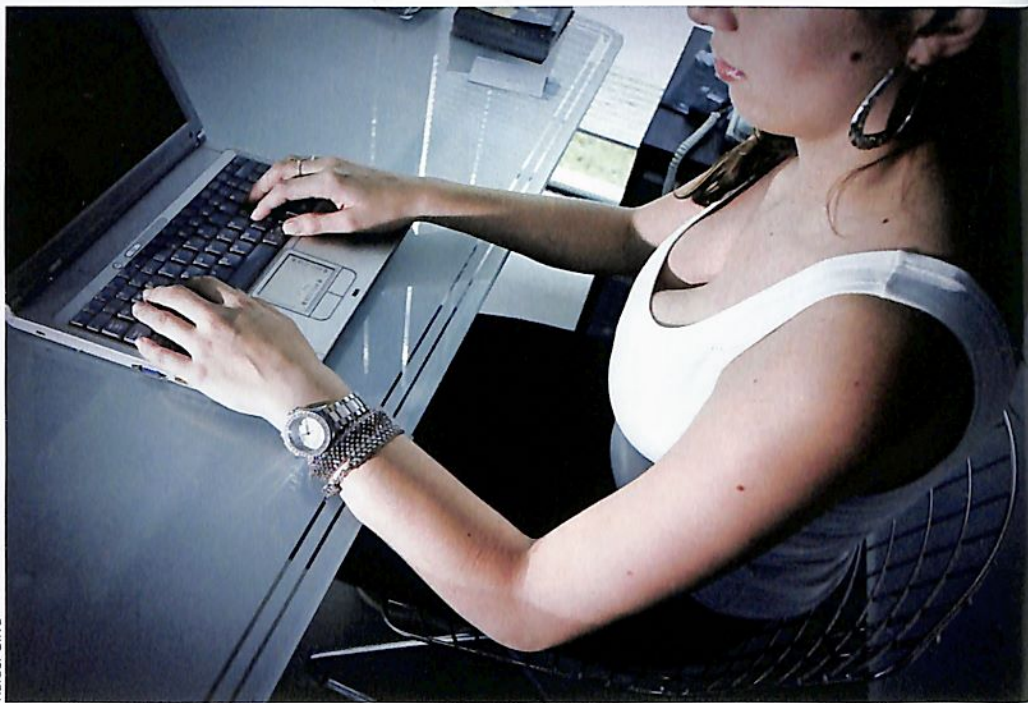
Se prepare para um verão com muita elegância

COM OS DIAS QUENTES, A GUERRA COM O GUARDA-ROUPA DE TRABALHO VOLTA À CENA; CUIDADO PARA NÃO COMETER DESLIZES E MOSTRAR O CORPO MAIS DO QUE REZAM A ETIQUETA E O BOM SENSO

É possível sim fazer combinações mais fresquinhas e não transformar seus dias no escritório em um verdadeiro sufoco no verão. Mas é preciso cuidados extras, principalmente das mulheres para não expor o corpo além da conta em decotes, fendas, transparência e saias curtas demais. Seja qual for o cargo - de recepcionista à presidente - a mulher não precisa (e não deve) se render a peças mínimas para fugir do calor. O segredo está em optar por tecidos leves e naturais e esta regra vale também para os homens, inclusive para os que trabalham de terno e gravata.

Para que a vulgaridade fique definitivamente fora do guarda-roupa das mulheres, camisas, calças e vestidos de cores claras são as melhores opções. As cores mais vibrantes revelam mais facilmente marcas de suor na roupa. Outra maneira de disfarçar o suor é optar por peças estampadas. Quanto às formas, as mulheres podem abusar das pantalonas, que são soltinhas e confortáveis. Para combinar, uma camisa de mangas curtas e estruturada na cintura. Mas se preferir os vestidos curtos - sinal verde para o modelo chemisier -, o limite é um palmo acima do joelho. Nunca mais curto do que isso.

Em alguns ambientes mais informais, as mulheres podem até usar uma bermuda de alfaiataria, de cor neutra, na altura dos joelhos, ideal com sapatilha ou saltos



Rafael Silva

para garantir mais elegância. Na hora de escolher os sapatos para as outras produções, as mulheres podem sim usar sandálias, desde que sejam com tiras largas e saltos mais grossos. Já no quesito tecido, a dica é apostar sempre nas fibras naturais, como o linho, a seda e o algodão. E isso vale também para o guarda-roupa masculino, para camisas, calças e ternos.

Escolhendo tecidos mais leves, os homens podem evitar certos deslizes como usar camisa social de mangas curtas com gravata. E para não comprometer a aparência, os homens não podem escorregar com a chegada do verão, já que no inverno todo mundo parece mais bem arrumado. Para

quem usa terno, boas opções são os em tons de beges e o cinza claro. E as camisas seguem estes tons, além das brancas e das azuis claras, que são clássicas. Para quem usa a dupla calça e camisa social, a calça cáqui é o melhor trunfo.

E no caso de quem precisa atender clientes ou realizar trabalhos fora do escritório, a dica é ter sempre uma camisa reserva a mão. Nos trabalhos mais informais a camisa polo em malha de algodão é uma boa opção e pode ser usada com calça básica em jeans escuro. Um cinto completa o look. No mais, abuse do ar condicionado!

Dayse Hess é jornalista e especialista em design de moda

Vale a pena
OUVIR

ALTAIR GALVÃO – CIENTISTA SOCIAL



Betty by Alone - Quit Rockin?

Quit Rockin é o terceiro álbum da banda maringaense Betty by Alone. Gravado e produzido, em 2007, pelos próprios integrantes, o disco tem dez faixas recheadas de rock and roll vigoroso. Quit Rockin viaja por músicas mais leves, como Kiss Kiss e Only We'll Know, até a emblemática Streets for Everyone e Ride. A banda disponibilizou este e seus outros dois discos no endereço: www.estrofe.com.br/bba3cds.zip.

Marcos Valle - Conecta: ao Vivo no Cinemathèque

Gravado durante a temporada de quatro noites realizada em agosto de 2007 no Cinemathèque Jam Club, em Botafogo, o registro reúne no palco Marcos Valle e diferentes convidados da nova geração de músicos e compositores da MPB, entre eles Marcelo Camelo – em seu primeiro trabalho pós Los Hermanos. São 16 faixas, onde se destacam duas: Estrelar e Sincerely Hot / O cafona.

Vale a pena
ASSISTIR



PERY DE CANTI - CONSULTOR CULTURAL E CINEASTA

NÃO POR ACASO -

PHILIPPE BARCINSKI (2007)

Ênio é um homem de meia-idade que vive na solidão depois de um relacionamento fracassado. Metódico e apegado ao passado, se esconde atrás do trabalho de engenheiro de trânsito e acredita que controlar as emoções é tão possível quanto administrar o tráfego de uma grande cidade. Pedro, 30 anos, namora Teresa, que está de mudança para sua casa. Ele herdou do pai uma mercenaria e o gosto pela sinuca, e vê a vida como uma sucessão de jogadas ensaiadas e efeitos previsíveis, à semelhança do jogo.



Quando um acidente de trânsito atravessa as trajetórias dos dois, o descontrole começa. Ênio será forçado a abrir a porta de seu mundo de isolamento para a filha adolescente, Bia, com quem nunca teve contato. Pedro se envolverá com a executiva Lúcia, inquilina do apartamento de Teresa. Nessa jornada, guiados por duas mulheres, as personagens vão ver que o fluxo do trânsito humano é caótico demais para ser controlado - e que, quando há um parceiro, não é possível prever todas as jogadas.

FALA TU -

GUILHERME COELHO (2004)

Macarrão, 33 anos, apontador do jogo do bicho, duas filhas, morador do morro do Zinco e torcedor do Fluminense. Toghym, 32 anos, vendedor de produtos esotéricos, budista e morador de Cavalcante. Combatente, 21 anos, moradora de Vigário Geral, frequentadora da Igreja do Santo Daime e operadora de telemarketing. Durante nove meses, entre 2002 e 2003, uma equipe filmou o dia-a-dia destes três cariocas da Zona Norte, que batalham e sonham em fazer da sua música, o rap, o ganha-pão. O resultado é uma crônica composta pelo cotidiano, letras e dramas destes três personagens.

Vale a pena
NAVEGAR

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

<http://www.kanitz.com>

Página eletrônica de Stephen Kanitz, que é consultor de empresas e conferencista; no site há artigos, entrevistas, entre outros

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

há diversos vídeos, entrevistas, dicas, artigos e informações sobre marketing para celular

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

notícias e vídeos são encontrados neste portal, voltado para o mercado publicitário e “à convergência das mídias”

O que estou
LENDO

ROBERTH FABRIS - CRÍTICO DE CINEMA E ARTES E ÂNCORA CULTURAL DO PROGRAMA SUPRA SUMO



SALLY E A MALDIÇÃO DO RUBI
PHILIP PULLMAN
EDITORA: OBJETIVA
216 PÁGINAS

Uma história comovente e repleta de nostalgia, momentos de aventura e mistério. No livro, Sally Lockhart tem 16 anos, é órfã e acabou de matar um homem. Apesar de estar com uma pistola e ter a coragem de usá-la, Sally matou o Sr. Higgs com apenas três palavras: “As sete bênçãos”. E com isto começa a jornada dela em busca de desvendar os segredos de vida tumultuada. Um livro que conquista pelo espírito de aventura, segredos e muita adrenalina.

ADEMIR KIMURA - EMPRESÁRIO E ARTISTA VISUAL



OTRA LÍNEA DE FUEGO – QUINCE POETAS BRASILEÑAS ULTRACONTemporÁNEAS
HELOISA BUARQUE DE HOLLANDA
EDITORA: MAREMOTO
290 PÁGINAS

Heloisa Buarque de Hollanda é crítica literária, escritora, professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro e responsável por publicar e lançar grandes nomes da poesia contemporânea nacional desde a década de 1970. Otra Línea de Fuego foi publicado na Europa em edição bilingue e segue a pesquisa pelo que há de mais relevante na poesia brasileira. Uma das particularidades desta edição é que foi publicado o trabalho de uma poeta que reside em Maringá. Formada em Letras pela Universidade Estadual de Maringá, Ana Guadalupe é uma das escritoras selecionadas na publicação. Para quem gosta de poesia e quer conhecer algumas das melhores poetas da nova geração, este livro é leitura fundamental.

CURSOS

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

■ CURSO DE CARICATURAS

Instrutor: GuCharges

Duração: 15 meses, das 18h30 às 20h30

■ ESCRITA FISCAL

Instrutor: Jovi Barbosa

Data: 9, 10, 16 e 17 de novembro, das 19h às 23h

■ O LÍDER 360° – APRENDENDO A MOBILIZAR E INFLUENCIAR PESSOAS

Instrutor: Agmar Vieira Júnior

Data: 9 a 13 de novembro, das 19h às 23h

■ VITRINE DE NATAL - PRODUÇÃO DA IMAGEM

Instrutora: Simone Abdo

Data: 10 e 11 de novembro, das 19h às 23h

■ VENDENDO E ATENDENDO O CLIENTE COM QUALIDADE E EXCELÊNCIA

Instrutora: Enicéia Silva

Data: 16, 18, 19 e 20 de novembro, das 19h às 23h

■ ATENDIMENTO TELEFÔNICO – A PRIMEIRA IMPRESSÃO DO CLIENTE SOBRE SUA EMPRESA

Instrutora: Jane Eyre Colombo da Cruz

Data: 17 e 19 de novembro, das 19h às 23h

■ CURSO DE PAPAÍ NOEL

Data: 19 e 20 de novembro, das 8h às 12h

Instrutor: a definir

■ FINANÇAS PESSOAIS: SEGREDO DE SUCESSO SEM MUDANÇAS RADICAIS - PARCERIA XP EDUCAÇÃO

Instrutora: Agnes Coppelmans

Data: 21 de novembro

Horário: 9 às 18h

■ ADMINISTRANDO O CAPITAL DE GIRO

Instrutora: Sirmey Amaral

Data: 23 a 26 de novembro, das 19h às 23h

■ APRENDA A INVESTIR NA BOLSA DE VALORES

Instrutor: Felipe Bernardes

Data: 23 a 26 de novembro, das 19h às 22h30 (sexta-feira) e das 9h às 17h (sábado)

■ TÉCNICAS PARA APRIMORAR O ATENDIMENTO DE SECRETÁRIAS E RECEPCIONISTAS

Instrutor: Adriano Cipriano

Data: 30 de novembro, 1, 2 e 3 de dezembro, das 19h às 23h

ASSOCIADO DO MÊS

Com quase 30 anos de experiência no ramo imobiliário e 70 anos de vida, Uracy Cardoso não pensa e nem quer parar de trabalhar tão cedo. Proprietário da Imobiliária Uracy Cardoso há 13 anos, ele se associou recentemente à ACIM porque queria mais segurança em suas transações comerciais. “Tenho muitos contratos de locação e ser associado da ACIM, utilizando o SCPC, reduz e muito o risco de inadimplência”, comenta o empresário.

Ele acredita que só do cliente saber que a empresa conta com o serviço de proteção ao crédito, os riscos de não receber o pagamento diminuem. “Percebemos que o cliente ao ser incluindo num banco de proteção ao crédito procura limpar o nome o quanto antes”. Além desta segurança, Cardoso diz que o nome da ACIM contribui para o sucesso das empresas associadas.

O empresário e a esposa, Ivanir Emeri Cardoso, que trabalha com o marido, estão satisfeitos com o mercado imobiliário local e não têm do que reclamar. “Toda minha saúde eu devo ao trabalho e, por isso, não vou parar tão cedo”, finaliza Uracy Cardoso.

TREINAMENTO EXCLUSIVO

A ACIM realizará com exclusividade o “Programa de Treinamento para gerentes”, em parceria com o Grupo Friedman, do Rio de Janeiro, que abordará ferramentas para apresentar resultados em vendas no comércio. Será nos dias 17, 18 e 19 de novembro, no Bristol Hotel, das 8 às 18 horas. Serão disponibilizadas 60 vagas. Segundo o diretor do Centro de Capacitação, Jougi Takahashi, fazia um ano que a ACIM pesquisava um curso diferenciado na área de vendas, com comprovação dos resultados. “Queremos que as empresas de Maringá se tornem referência no atendimento e vendas”, diz ele. Já no dia 20 de novembro, os instrutores do Grupo Friedman ministrarão as palestras “Show de Natal”, com técnicas de atendimento e vendas. Uma será das 8h30 às 10h30 e a outra será das 19h30 às 21h30, ambas no Teatro Marista. Mais informações pelo telefone (44) 3025-9636.

PRÊMIO ACIM MULHER

Até o dia 13 de novembro, 21 entidades de classe de Maringá poderão indicar até três nomes de mulheres para concorrer ao prêmio ACIM Mulher. O pré-requisito é que as indicadas tenham desenvolvido atividade, pesquisa, produto ou projeto nas áreas de ciência, cultura, negócio ou trabalho social. Também devem residir em Maringá, ter participação na sociedade e devem ter desenvolvido soluções significativas em sua área de atuação. Os nomes que receberem maior número de indicações integrarão a segunda fase do prêmio, quando uma comissão julgadora elegerá em 24 de novembro a homenageada. O prêmio é uma realização do ACIM Mulher e será entregue no dia 8 de março do ano que vem, Dia Internacional da Mulher.

PARA JORNALISTAS

Os nomes dos ganhadores do prêmio Fundacim de Jornalismo foram divulgados no dia 29 do mês passado, durante evento realizado na sede da ACIM. Neste ano, assim como nas duas edições anteriores, foram duas categorias: jornalistas, com três modalidades (rádio, televisão e impresso) e acadêmicos, com uma modalidade. O primeiro colocado de cada modalidade profissional ganhou R\$ 2 mil, troféu e certificado e o autor do melhor trabalho na categoria acadêmicos levou para casa R\$ 1 mil. Segundo e terceiros colocados em ambas as categorias ganharam troféu e certificado. Foram inscritos mais de 40 trabalhos e o tema foi "Boas práticas de voluntariado". O prêmio é uma realização da Fundacim. Veja os nomes dos autores dos melhores trabalhos:

Modalidade "impresso" – categoria profissionais:

1º lugar: Ailton Donizete de Oliveira

2º lugar: Fabiane Giandotti

3º lugar: Juliana Daibert

Modalidade "rádio" – categoria profissionais:

1º lugar: Luciana Penã

Modalidade "televisão" – categoria profissionais:

1º lugar: Elaine Guarnieri

2º lugar: Leonardo Filho

3º lugar: Sandro Ivanowski

Categoria acadêmicos

1º lugar: Murilo Tomazi

2º lugar: Cristiane Brito, Elisabeth Natale e José Douglas

3º lugar: Tatiane Akemi

Rafael Silva

PALESTRA GRATUITA

"A essência dos vencedores" será o tema da palestra que o conferencista Gilclér Regina ministrará no dia 30 de novembro, às 19 horas, no Teatro Marista, em Maringá. O evento será gratuito e terá como objetivo impulsionar as vendas de fim de ano. Cada empresa filiada à ACIM terá direito a um convite, que pode ser retirado a partir de 16 de novembro na sede da Associação Comercial. Os convites são limitados.



ACIM
EM AÇÃO

Programa as suas vendas de
Palestra com Gilclér Regina
Tema: A Essência dos Vencedores

Data: 30/11/2009 (segunda-feira)
Horário: 19h
Local: Teatro Marista - Av. Itororo, 1000
Valor: R\$ 0,00

CONFIRMAÇÃO

0001

Indispensável a apresentação deste cartão.

JOVEM EMPREENDEDOR

Já estão à venda os convites para a cerimônia de entrega do prêmio Jovem Empreendedor, que homenageará Michael Vieira da Silva. O evento está programado para 21 de novembro, às 20 horas, no Clube Hípico, em Maringá. Vieira da Silva é diretor de conteúdo do jornal O Diário do Norte do Paraná e do site O Diário online, e as empresas do grupo geram cerca de 400 empregos diretos. Sob sua gestão, o processo gráfico e editorial do jornal foi modernizado e o espaço físico da redação foi ampliado. A premiação é concedida pelo Conselho Permanente do Jovem Empresário da ACIM (Copejem). Mais informações pelo telefone (44) 3025-9595.



Obras do Contorno Norte

O PROJETO PREVÊ UMA RODOVIA MODERNA SEGUINDO PADRÕES INTERNACIONAIS DE QUALIDADE E DE TRAFEGABILIDADE, SENDO UMA VIA DE TRÂNSITO RÁPIDO, SEM INTERRUPÇÕES DURANTE TODO O TRAJETO

O Contorno Norte, que vem sendo discutido desde a década de 1980, ao ser inaugurado deverá alterar parte significativa do desenho urbano de Maringá. Por iniciativa da prefeitura municipal e licitada pelo Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes (DNIT), a obra orçada em cerca de R\$ 142 milhões incorpora modernos recursos viários e deverá ser concluída em novembro de 2010, com a implantação de 11,1 quilômetros de pista simples e 6,5 quilômetros de pista dupla.

O projeto parte do trevo da divisa entre Maringá e Sarandi e estará concluído daqui 14 meses, tempo considerado recorde pela grandeza do projeto. Os recursos financeiros estão garantidos para execução do contorno, sem interrupção, visto o esforço do ministro do Planejamento, Paulo Bernardo, já que o contorno foi incluído no Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) do Governo Federal, tendo, portanto, preferência na liberação dos recursos.

Os benefícios do contorno começarão a ser sentidos quando estiverem concluídas as pontes e aterros de aproximação (terra armada). Até junho do ano que vem serão executadas as vias marginais, o que facilitará os deslocamentos da população ao longo do contorno. O traçado incorpora um greide (traçado) com rebaixamento em relação ao nível das marginais, o que impedirá a transposição de pedestres ou mesmo de automóveis, que somente poderá ser feita pelos viadutos ou nas ligações com as marginais.

A obra concluída deverá desafogar o tráfego pesado das avenidas Colombo e Morangueira. O projeto prevê uma rodovia moderna seguindo padrões internacionais de qualidade e de trafegabilidade, sendo uma via de trânsito rápido, sem interrupções durante todo o trajeto. Será contemplada nesta etapa a execução de 13 viadutos e três pontes, com intervalos de 1,3 quilômetro, ligando os bairros. Está sendo estudada a possibilidade de elaborar um convênio entre o Ministério dos Transportes e a prefeitura para as obras complementares, incluídos os viadutos e a duplicação das pistas simples.

Por todos os bairros onde o Contorno Norte passará, automaticamente levará a uma mudança do perfil econômico, surgirão loteamentos residenciais e os imóveis existentes passarão por alteração no seu valor. Outra transformação significativa será visível na avenida Colombo - onde ocorrem constantemente acidentes de trânsito - que hoje absorve o tráfego de veículos de carga que têm como destinos São Paulo, Mato Grosso do Sul, Curitiba. A avenida Colombo será reestruturada e se transformará em uma via urbana de comércio atrativo com obras de revitalização, inclusive com alterações paisagísticas e de tráfego.

José Carlos Belluzzi de Oliveira é engenheiro do Departamento Nacional de Infra-Estrutura de Transportes (DNIT)

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 46 Nº 493 NOVEMBRO/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, Altair Aparecido Galvão, 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, Lilliane Danas, Luiz Fernando Cardoso, Murilo Gatti, Vanessa Bellei, Verônica Mariano e Vinícius Carvalho

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO

Giovana Campanha
Sérgio Gini

CAPA

Aloísio Scarpeline

PRODUÇÃO

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

FOTOS

Rafael Silva
Ricardo Lopes

CTP E IMPRESSÃO

Gráfica Regente

CONTATO COMERCIAL

Altair Galvão
9972-8779
aapgalvao@hotmail.com

ESCREVA-NOS

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

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

PRESIDENTE: Adilson Emir Santos

CONSELHO SUPERIOR -

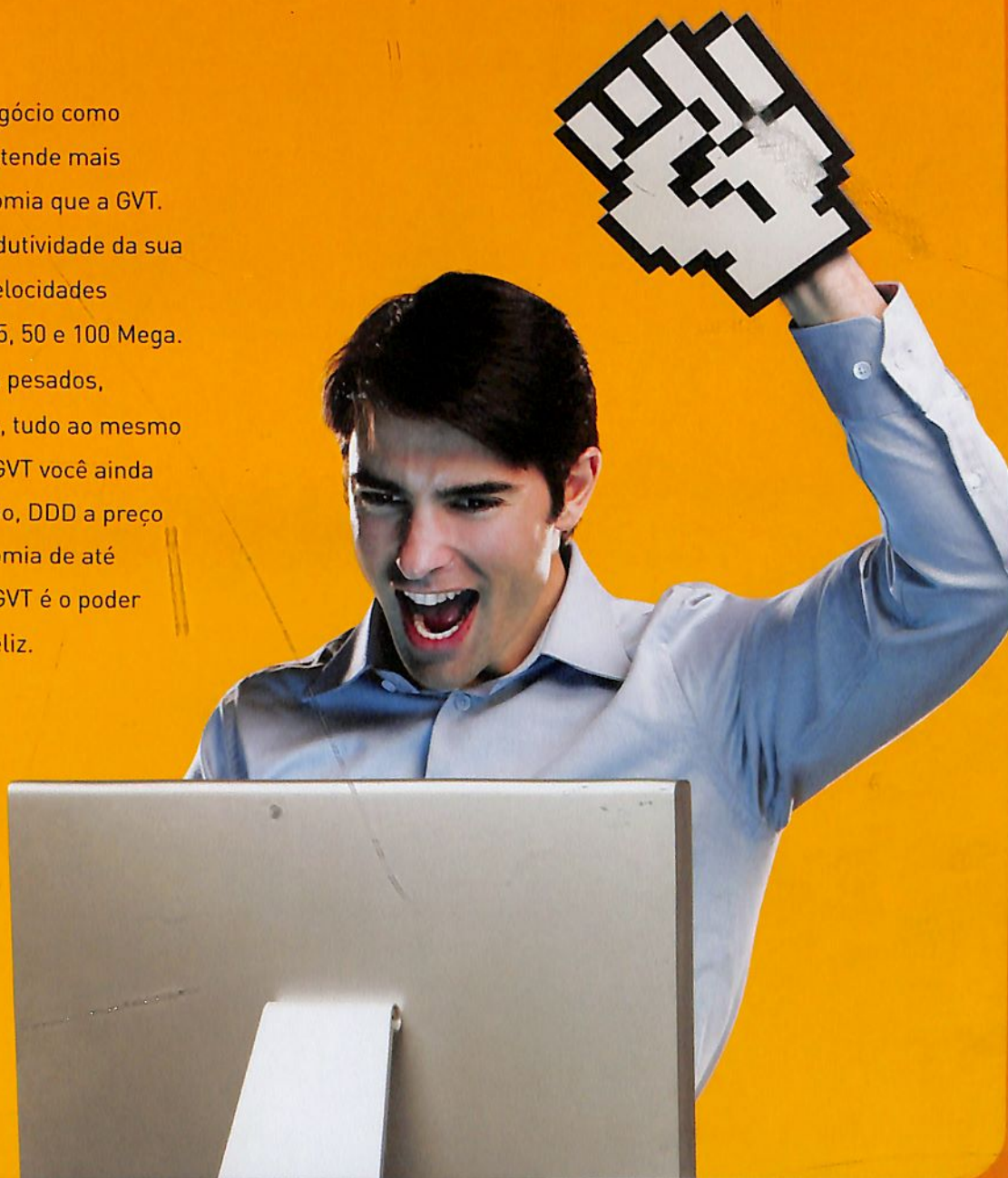
Presidente: Carlos Alberto Tavares Cardoso
COPEJEM - Presidente: Cezar Bettinardi Couto
ACIM MULHER - Presidente: Pity Marchese
CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS -
Presidente: Reginaldo Czezacki

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

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

POWER É PODER TER ULTRAVELOCIDADES E O MELHOR DA TELEFONIA NA SUA EMPRESA COM ECONOMIA DE ATÉ 50%. MUDE PARA A GVT.

Você entende do seu negócio como ninguém. E ninguém entende mais de Banda Larga e economia que a GVT. Por isso aumente a produtividade da sua empresa com as ultravelocidades POWER GVT 3, 10, 15, 35, 50 e 100 Mega. Você vai baixar arquivos pesados, fazer videoconferências, tudo ao mesmo tempo, sem travar. Na GVT você ainda tem atendimento próprio, DDD a preço de ligação local e economia de até 50% na conta. POWER GVT é o poder de fazer uma escolha feliz.



ECONOMIA DE ATÉ
50%

Ligue **103 25**
www.gvt.com.br



A ESCOLHA FELIZ.

Viva
Feliz!



www.refrigerantesgaroto.com.br

Produto com a qualidade

REFRIGERANTES
Garoto