

Revista

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ÁGUA, FONTE DE NEGÓCIOS

O líquido que cobre três quartos do planeta é matéria-prima para vários negócios: empresas que envasam a água mineral, comercializam purificadores portáteis, parque aquático, laboratórios, entre outros...

Entrevista

Dívida dos times de futebol brasileiro e a infraestrutura para o país sediar a Copa do Mundo e as Olimpíadas sob a ótica de Juca Kfourri



Construção civil

Lojas de materiais de construção, acabamentos, tintas, móveis e iluminação estão sendo impulsionadas pelo crescimento do setor

Estrutura diferenciada



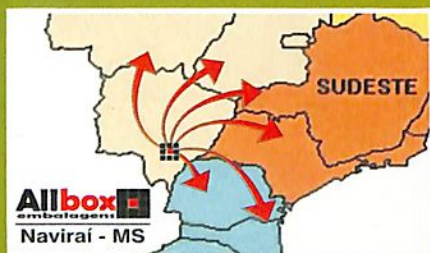
Capacidade de produção



Modernidade e Tecnologia



Entrega rápida e no prazo



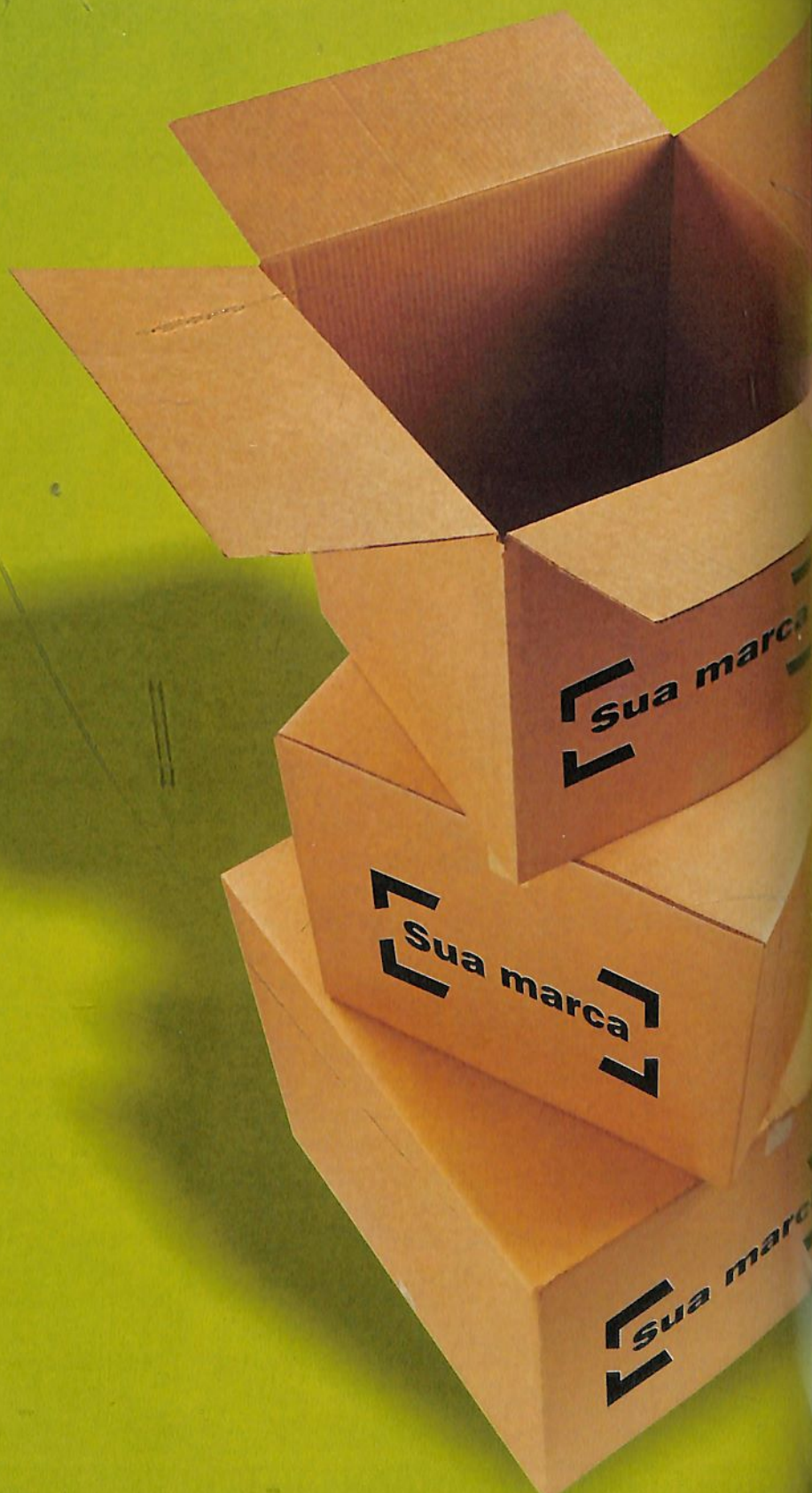
Diversos formatos



Preocupação ecológica



www.allboxembalagens.com.br



Equilibre os custos de embalagens da sua empresa

**Garantia de prazo de entrega, preço baixo
e qualidade de produto e atendimento.**

**Conheça nossa empresa.
Faça um orçamento com a gente.
Nos dê a oportunidade de surpreendê-lo.**

A Allbox é uma empresa jovem, moderna e com uma excelente estrutura de atendimento ao cliente e produção. Com pouco tempo de mercado já conquistamos clientes exigentes, como a **COCAMAR**. Produzimos os mais diversos modelos de embalagens em cartongem, conforme a necessidade da sua empresa. Nossa preocupação não é somente atendê-lo, mas proporcionar a você e sua empresa diferenciais em preço, prazo de entrega e qualidade de produto e atendimento, que sabemos ser imprescindíveis para quem busca uma participação diferenciada no mercado.

Representante para Maringá e Região
Bérgamo Representações
(44) 9914-1744
bergamorep@hotmail.com

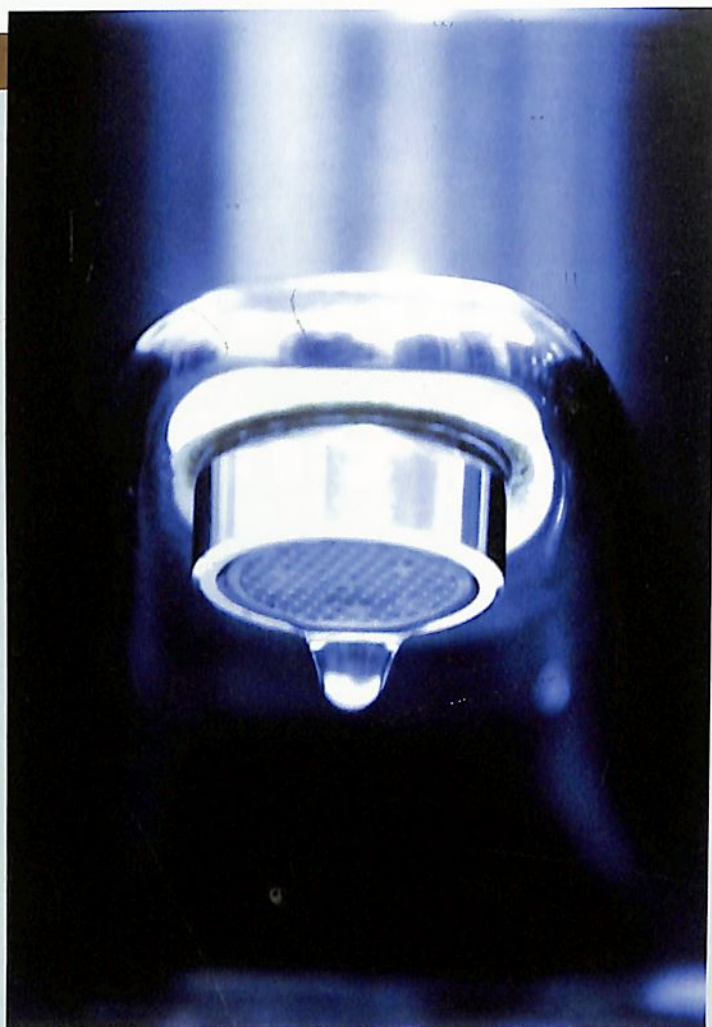
Allbox
embalagens 



ENTREVISTA

“Não há profissionais administrando o futebol brasileiro. E o que é pior, o Estado, quando se vê diante da dívida impagável desses clubes com o INSS, doa uma loteria como a Timemania, sem exigir como contrapartida a mudança do modelo de gestão”. A crítica é do comentarista esportivo Juca Kfoury, entrevistado principal desta edição

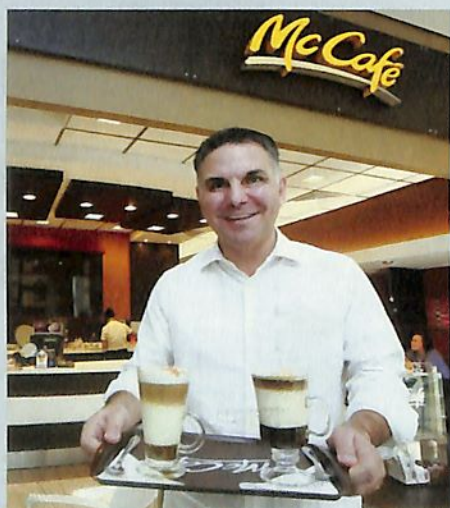
8



REPORTAGEM DE CAPA

Abrir a torneira é uma ação corriqueira, mas a água que escorre pela pia tem sido valorizada e é matéria-prima para vários negócios: há empresas que envasam a água mineral, comercializam purificadores portáteis e um parque aquático, que recebe oito mil pessoas por semana

14



NEGÓCIOS

O mercado de franquias deverá crescer 15% neste ano, mas mesmo tendo acesso a um modelo de negócio formatado, empresários não podem se esquecer que é necessário, como em qualquer outro negócio, disciplina e conhecimento de mercado; na reportagem há dicas para quem pretende investir numa franquia; na foto o empresário Gilmar Leal Santos 22



COMÉRCIO EXTERIOR

Vem da China um terço dos produtos importados pelas empresas maringenses; com a queda no valor do dólar, nos oito primeiros meses deste ano as importações tiveram crescimento de 24% em relação ao mesmo período do ano passado; na foto, a presidente do Instituto Mercosul, Renata Mestriner 28



MERCADO

Impulsionados pela construção civil, os empresários de materiais de construção, acabamento, lojas de tinta e móveis estão otimistas com as vendas, inclusive há empreendedores ampliando a equipe e quem está aumentando a linha de produtos comercializados

42

“Da França
à Itália, nós
levamos você
à uma viagem
ao mundo dos
vinhos.”



Os melhores vinhos,
destilados entre outras
bebidas estão aqui.

ADEGA BRASIL

Av Brasil, 6801 | Zona 5 | Tel. 44 3027 9292 | Maringá - Paraná | www.adegabrasil.com.br

“Na Copa muitos jornalistas virão

Ivan Amorim



RESPEITADO POR SEUS COMENTÁRIOS ESPORTIVOS, ALGUNS INCLUSIVE RENDERAM POLÊMICA, JUCA KFOURI TEM PASSAGENS PELOS PRINCIPAIS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO BRASILEIROS, COMO REVISTA PLACAR, REDE GLOBO, ESPN BRASIL, CBN E FOLHA DE S. PAULO. CORINTHIANO, ELE CRÍTICA A CBF E OS DIRIGENTES ESPORTIVOS, INCLUSIVE OS DO TIME DO QUAL É TORCEDOR. KFOURI VEIO À MARINGÁ EM 15 DE SETEMBRO A CONVITE DA CBN MARINGÁ, ONDE MINISTROU UMA PALESTRA. NA ENTREVISTA ABAIXO, ELE TECE COMENTÁRIOS SOBRE O FATO DO BRASIL SEDIAR OS JOGOS OLÍMPICOS E A COPA DO MUNDO, O PATROCÍNIO DA INICIATIVA PRIVADA AO ESPORTE, ENTRE OUTROS.

DINHEIRO É O QUE “PESA” NA ESCOLHA DAS PRÓXIMAS SEDES DA COPA?

Infeliz ou felizmente dinheiro é o que pesa, tanto para o Comitê Olímpico Internacional quanto para a Fifa. Estamos diante de um grande negócio e falando em grandes somas de dinheiro, a ponto da Fifa exigir modificações na legislação de cada país que queira receber a Copa do Mundo. A queda, por exemplo, no caso brasileiro de uma legislação que proíbe a venda de bebidas alcoólicas nos estádios, porque um dos principais patrocinadores da Copa do

Mundo é um fabricante de cerveja. Quando um país se candidata a sediar uma Copa do Mundo, de antemão sabe que está sujeito a isso.

O CORINTHIANS VAI GANHAR UM ESTÁDIO NOVO PARA SEDIAR ALGUNS JOGOS DA COPA. O PRESIDENTE LULA, ACREDITA-SE, ESTÁ DANDO UMA “MÃOZINHA” PARA O PROJETO. QUAL SUA OPINIÃO SOBRE ISSO?

Para mim é muito claro que o presidente Lula está dando uma mãozinha, os pezinhos e os ombriinhos. O que acontece nesse caso é

que digamos que fosse apenas uma empreiteira (Odebrecht) fazendo uma gentileza, uma graça com o presidente da República que vai fazer a sua sucessora. Mas se alguém vai dar este presente, em algum outro lugar vai cobrar. Não parece curioso que o estádio orçado do Corinthians em São Paulo custe R\$ 350 milhões e um estádio na Bahia custará R\$ 580 milhões? É a mesma empreiteira que fará um e outro. Também não é curioso que a mesma empreiteira fará a reforma do Maracanã e que isso custará R\$ 1 bilhão? Não é curioso que uma reforma custe quase três vezes mais do que um estádio novo? Isso me chateia mais quando é feito para substituir um estádio que está pronto e que há 50 anos atende aos interesses do futebol mundial, que é o estádio do Morumbi, que não é o ideal para se disputar uma Copa do Mundo pelos novos conceitos, mas poderia ficar. A Copa do Mundo é um evento de um mês e cada estádio vai receber no máximo cinco ou seis jogos. Por que um país com as deficiências que o Brasil tem está preocupado em fazer uma Copa com tantos estádios novos? Estádios em Cuiabá e em Brasília, onde nem se tem futebol profissional digno desse nome, a ponto do Ministério Público propor que o estádio seja reduzido à metade em Manaus. Quando os Estados Unidos, em 1994, sediaram a Copa do Mundo, não foi erguido um estádio, foram adaptados os estádios de beisebol e de futebol americano. A França, em 1998, só construiu um estádio. Quer outra questão intrigante? O símbolo da Copa da França foi Michel Platini, o maior jogador de futebol francês e presidente do comitê organizador

mostrar o lado ruim do Brasil”

local, que não era presidente da federação francesa de futebol. O símbolo da Copa da Alemanha foi Beckenbauer, maior jogador do futebol alemão e presidente do comitê organizador local, diferente do presidente da federação da Alemanha. Quem é o presidente do comitê no Brasil? É o presidente da CBF (Confederação Brasileira de Futebol), o senhor Ricardo Teixeira. Será por que não temos no Brasil nenhum jogador ou ex-jogador de futebol de fama e de nível internacional? Deve ser por isso...

O FATO DO ESTÁDIO MORUMBI TER SIDO DESCARTADO PARA SEDIAR OS JOGOS DA COPA FOI UMA DECISÃO POLÍTICA?

Sim, absolutamente política, é uma picuinha pessoal do presidente da CBF com o presidente do São Paulo Futebol Clube.

O BRASIL ESTÁ PREPARADO E TEM ESTRUTURA PARA SEDIAR A COPA DE 2014? HÁ QUEM DIGA QUE O CRONOGRAMA DE OBRAS ESTÁ ATRASADO...

O Brasil tem condição de fazer o que se candidatar a fazer. A questão é de que maneira e com que pessoas vamos fazer? Se o comitê organizador dos Jogos Olímpicos no Rio ou o comitê organizador da Copa do Mundo no Brasil tivesse o Antônio Ermírio de Moraes, Gerdau, um Moreira Salles ou o Roberto Setubal, você olharia com mais confiança, pois é gente que tem um nome a zelar, que não vai jogar dinheiro fora. Mas quem são as pessoas que estão no comitê organizador da Copa do Mundo? Ricardo Teixeira, presidente da CBF, a filha dele, Joana Avelange, que é secretária executiva do comitê, o homem de imprensa da CBF, Rodrigo Paiva.

Que razões que a sociedade brasileira tem para confiar nesses nomes? Que razões a sociedade brasileira tem para confiar nos nomes que estão no Comitê Olímpico? Carlos Nuzman foi o mesmo homem que comandou a aventura dos Jogos Panamericanos.

INDÍCIOS DE SUPERFATURAMENTO FORAM ENCONTRADOS NAS OBRAS PARA OS JOGOS PANAMERICANOS DO RIO. SERÁ QUE A SITUAÇÃO DEVERÁ SE REPETIR PARA A COPA?

Não foram indícios, houve superfaturamento. Tenho a convicção de que isso vai se repetir. Não é que sou profeta do apocalipse, nem sou pessimista. Apenas não tenho razão para acreditar que será diferente.

MUITO SE FALA SOBRE O FUTEBOL SER UM GRANDE NEGÓCIO, MAS NÃO HÁ NENHUM CLUBE DE FUTEBOL ENTRE AS MAIORES EMPRESAS BRASILEIRAS...

Por dois motivos: o primeiro é porque não se administra o futebol como as empresas. Não há profissionais administrando o futebol brasileiro. E o que é pior, o Estado brasileiro, quando se vê diante da dívida impagável desses clubes com o INSS, doa uma loteria como a Timemania, sem exigir como contrapartida a mudança do modelo de gestão. O governo dá um prêmio para quem contraiu a dívida, para que ela seja paga por intermédio de um concurso dado pelo Estado. A segunda razão é que o futebol não é um negócio tão bom quanto as pessoas imaginam, porque tem como parte inerente a questão da paixão e às vezes por mais frio que seja o gestor, ele fará gastos que não deveria, o que não se faz nas empresas.

A HEGEMONIA DO FUTEBOL NÃO PODE PREJUDICAR O PROJETO OLÍMPICO DO BRASIL, NO SENTIDO DE QUE SE DARÁ PRIORIDADE PARA A COPA?

Acho que não, mas vai ser uma grande “farra do boi”. Por exemplo, o Parque Aquático Maria Lenk que foi feito para os Jogos Panamericanos servirá apenas como piscina de aquecimento para os Jogos Olímpicos, porque a capacidade das arquibancadas é inferior à exigida pelo Comitê Olímpico. A justificativa não era que o gasto com o PAN estava sendo maior porque estávamos nos preparando para sediar as Olimpíadas? O Engenhão é o estádio mais moderno do Brasil, faz três anos que foi inaugurado e ninguém cogita esse estádio para receber jogos. Por quê? Para fazer a quarta reforma do Maracanã, que já tinha sido reformado para o PAN, que vai ser reformado para a Copa e não tenha dúvida de que vai ser reformado para as Olimpíadas.

MARINGÁ É UMA CIDADE POLO DE UMA REGIÃO COM QUASE UM MILHÃO DE HABITANTES. TEM UM ESTÁDIO COM CAPACIDADE PARA 25 MIL PESSOAS, MAS TEM DOIS TIMES NA TERCEIRA DIVISÃO DO PARANAENSE. VOCÊ ACHA QUE A MASSIFICAÇÃO DO FUTEBOL NA TEVÊ ACABOU COM AS CHANCES DAS EQUIPES PEQUENAS?

Existe uma seleção natural. Quem não tem competência não se estabelece. Não é o caso de Maringá, como não é de Londrina, como também não deveria ser o caso de Ribeirão Preto, de São José dos Campos e de outros polos ricos que teriam condições de ter um time melhor, como já tiveram. Vai ver o que aconteceu com Londrina: quantos se serviram do clube depois que o time ascendeu

Ivan Amorin



ACOMPANHAMENTO DOS GASTOS PÚBLICOS

A diretoria para a gestão 2010-2012 do Observatório Social do Brasil foi empossada em 13 de setembro (foto). A presidência está a cargo de Ariovaldo Costa Paulo, que presidiu a ACIM por quatro anos e conta com membros de observatórios de cinco estados brasileiros. A posse aconteceu durante o Seminário Brasileiro de Educação Fiscal e Controle Social, realizado em Maringá e que contou com palestras, mesa redonda e debates.

“A pior corrupção é a que tira nossos sonhos e esperanças e ainda bem que não chegamos neste nível. Todas as pessoas que fazem parte dos observatórios têm atitude para tornar a luta contra a corrupção uma realidade”, afirmou Costa Paulo na posse, que informou que está sendo criado o Observatório Social do Paraná para acompanhar as licitações e gastos da Assembleia Legislativa do estado. “Quanto mais a sociedade evoluir no acompanhamento dos gastos públicos, menos trabalho o Observatório vai ter. Esperamos que esse dia chegue logo”, concluiu.

O Observatório Social trabalha pela transparência e qualidade na aplicação dos recursos públicos. Está presente em 52 cidades brasileiras. O principal trabalho das equipes técnicas e de voluntários dos observatórios tem sido o acompanhamento das licitações realizadas por prefeituras e câmaras municipais.

NOVOS CURSOS NA FCV

A Faculdade Cidade Verde (FCV) oferecerá mais três cursos: Gestão Comercial, com duração de dois anos, Gestão de Produção Industrial, com duração de três anos, e Análise de Desenvolvimento de Sistema, também de três anos. Os cursos são tecnológicos e o processo seletivo será em 28 de novembro. Em cada curso, serão ofertadas 50 vagas para o período matutino e outras 50 para o período noturno. Com os novos cursos, a FCV oferecerá seis cursos de graduação, além de 12 de pós-graduação, num total de mil alunos.

REGISTRADOR PONTO COM IMPRESSORA

Para atender a Portaria 1.510/09, do Ministério do Trabalho, que dispõe sobre regras para o registro eletrônico de funcionários, a Docutech Soluções para Documentos está agregando ao seu leque de soluções a representação do Inforrep 1510, desenvolvido pela Inforcomp, uma das empresas homologadas junto ao Ministério para fabricar o registrador eletrônico com capacidade de impressão.

A Inforcomp está há 28 anos no mercado de *software* de tratamento de ponto e controle de acesso e qualificou o Grupo Docutech como revenda e assistência técnica autorizada, disponibilizando equipamentos a pronta entrega e demonstração em *showroom*.

Em Maringá, a Docutech está localizada na avenida Doutor Gastão Vidigal, 1088. O fone é (44) 3269-1234.

RELACIONAMENTO EMPRESARIAL

A Unimed Maringá implantou o setor de Relacionamento Empresarial, voltado para as empresas. Desde abril a equipe que atua à frente do setor começou a operar internamente e passou por treinamento. No mês passado, tiveram início as visitas às empresas. Por meio da área de relacionamento empresarial é possível tirar as dúvidas dos clientes, propor o uso consciente do plano médico utilizado e levar ações de medicina preventiva e promoção à saúde às empresas. “Hoje 80% dos clientes fazem parte da modalidade CNPJ. É um número bastante significativo, por isso temos interesse em saber que tipo de atividade essas empresas executam”, explica o diretor de mercado, Maurício Chaves.

MULTICAR IMPORTS NA INTERNET

A Multicar Imports está sob nova direção. Desde que assumiram a direção, no início do ano, Zuleide Ramos e Rose Ribeiro investiram em equipamentos, mão de obra especializada e na estrutura da loja. Com o *e-commerce* em alta, a Multicar está criando um espaço virtual. Através do endereço www.multicarimports.com.br será possível comprar filtros, óleos lubrificantes de motor, entre outros produtos ligados à automotocânica. O site deverá estar funcionando em breve. A Multicar está situada na avenida Nildo Ribeiro da Rocha, 1840. O telefone (44) 3025-4169.

HORÁRIO NATALINO

Na convenção coletiva assinada entre os sindicatos patronal e laboral do comércio (Sivamar e Sincomar, respectivamente) foi definido o horário de abertura das lojas do comércio de Maringá no período que antecede o Natal. Nos dias 9 e 10 de dezembro as lojas poderão funcionar até as 20 horas. E de 13 a 23 de dezembro, o horário será ampliado até as 22 horas de segunda a sexta-feira. No primeiro, no segundo e no terceiro sábados de dezembro, as lojas abrirão até as 18 horas e no domingo que antecede o Natal, o comércio de rua funcionará das 14 às 20 horas e os supermercados, das 9 às 15 horas. No dia 24 o comércio de rua e supermercados abrem até as 18 horas.

No acordo foi mantido o funcionamento do comércio aos sábados até as 18 horas. O comerciante pode optar por abrir a loja até as 18 horas nos dois primeiros sábados do mês ou em todos, mas neste caso será necessário realizar o revezamento da equipe de colaboradores.

PROFICIÊNCIA EM INGLÊS

A Influx English School de Maringá é a aplicadora do Toeic (Test of English for International Communication). Trata-se de um exame para comunicação internacional, que mede a proficiência em inglês em situações cotidianas e, principalmente, em situações voltadas ao mercado de trabalho. De acordo com o franqueado da Influx, Alexandre Garcia, a escola é procurada por empresas que desejam contratar funcionários que possuem um nível mais elevado de conhecimento da língua inglesa. "O Toeic garante a fluência na língua e é uma ferramenta de identificação do perfil que a empresa deseja contratar em relação ao funcionário".

Em Maringá, a Influx possui duas unidades: uma na avenida Tiradentes, 1.137, e outra na avenida doutor Mário Clapier Urbinati, 448, zona 7. Os telefones são (44) 3025-1818 e (44) 3031-7362.



Ivan Amorim

MAIS DOIS ANOS DE GESTÃO

Maria Iraclézia de Araújo é presidente por mais dois anos da Sociedade Rural de Maringá (SRM), entidade que reúne cerca de 700 associados. A primeira vice-presidência está sendo ocupada por Otávio Perin Filho e a segunda vice-presidência tem à frente Wilson de Matos Silva Filho. A posse festiva da diretoria gestão 2010-2012 aconteceu em 27 de setembro e reuniu mil pessoas, inclusive autoridades. Já a posse oficial foi realizada no início do mês passado. Entre os objetivos estabelecidos pela diretoria estão o intercâmbio permanente com órgãos públicos, entidades de classe, empresas e instituições financeiras.

Na primeira gestão de Maria Iraclézia cerca de 600 pessoas participaram dos cursos da SRM, foi realizada a adequação da arena, pintura e reforma das instalações, entre outros. Pelo estatuto da entidade, em caso de reeleição, 50% da diretoria deve ser renovada.

SALGADINHOS QUE FAZEM BEM À SAÚDE

Amira Annahas, acadêmica do 3º ano de Engenharia de Alimentos da Universidade Estadual de Maringá (UEM), ficou em terceiro lugar na 2ª edição do Prêmio Henri Nestlé, cujo objetivo é incentivar a produção de pesquisas científicas nas áreas de alimentos, nutrição, saúde e bem-estar.

A estudante ganhou o prêmio pelo trabalho "Desenvolvimento de *snacks* enriquecidos com linhaça fornecendo Ômega 3". A pesquisa, orientada pelos professores Antonio Giriboni Monteiro e Jesui Vergilio Visentainer, foi contemplada na categoria Ciência e Tecnologia de Alimentos e mostrou que o salgadinho, sempre vilão da boa alimentação, pode fazer bem à saúde.

Para Monteiro, o maior diferencial do produto foi a viabilidade de comercialização. "Unimos a tecnologia e as ciências de alimento. Ficou um trabalho bem completo e fácil de ser incluído no dia-a-dia das pessoas". A estudante complementa: "agora os salgadinhos podem ser incentivados para consumo".

A cerimônia de premiação ocorreu no final de agosto na sede da Nestlé e contou com a presença do presidente da empresa, Ivan Zurita. Amira Annahas recebeu R\$ 1 mil e quer investir o recurso na formação profissional. Ela não descarta a possibilidade de colocar o produto no mercado. "Se alguma empresa tiver interesse no produto, estou disposta a conversar".

ÁGUA, FONTE DE NEGÓCIOS

EM MARINGÁ, ONDE 100% DAS CASAS RECEBEM ÁGUA ENCANADA E TRATADA, EMPRESÁRIOS INVESTEM EM PRODUTOS RELACIONADOS A ESTE LÍQUIDO PRECIOSO; HÁ ATÉ UM CONDOMÍNIO RESIDENCIAL QUE TRATARÁ O PRÓPRIO ESGOTO

A região de Maringá é privilegiada na questão da água, porque fica acima da principal reserva subterrânea da América do Sul, o Aquífero Guarani. E é deste aquífero que sai água mineral para ser envasada e para abastecer um parque aquático que atrai oito mil pessoas por semana, o Ody Park. E é graças a este líquido que a Purific encontrou um nicho de mercado: o de purificadores portáteis. Mas há também laboratórios especializados em análise de água, um condomínio fechado que fará o tratamento do esgoto, entre outros negócios voltados para o líquido que cobre três quartos do planeta. Direta e indiretamente, a água movimentará uma série de negócios e fomentará centenas de empregos na cidade e na região.

Em Maringá, a tarifa mínima para ter água encanada em casa é de R\$ 16,35, o que dá direito a um consumo mensal de até dez mil litros. Quem tem ligação de esgoto paga mais 80%, o que corresponde a R\$ 13,08. Cada mil litros a mais custa R\$ 2,45, sem contar a taxa de coleta.

A Sanepar, concessionária dos serviços de abastecimento de água e coleta de esgoto em Maringá, emprega 300 pessoas. Segundo a em-

presa, 100% dos 336 mil habitantes do município têm água encanada em casa e 94% dispõem da coleta de esgoto. São índices superiores aos de Londrina, Ponta Grossa, Cascavel, Foz do Iguaçu e Joinville. Os investimentos da Sanepar, em 2010, foram anunciados em mais de R\$ 14 milhões em obras de infraestrutura e compra de equipamentos. A maior parte (R\$ 10,3 milhões) será usada para ampliação da rede coletora de esgoto e para a construção de uma nova subestação transformadora às margens do Rio Pirapó, o que garantirá a ampliação futura no sistema de bombeamento de água bruta para a estação de tratamento de 900 para 1.400 litros por segundo, que custará R\$ 2 milhões.

Na iniciativa privada os investimentos também são altos e, em alguns casos, o uso sustentável da água passou a ser um diferencial. Lançado em agosto, o condomínio horizontal EcoGarden Residence foi concebido com a proposta de ser um loteamento sustentável, inclusive com uma estação de tratamento de esgoto própria.

“Vamos usar o Mizumo, que é o melhor sistema de tratamento que existe hoje no país, 100% inodoro,



O Diário do Norte do Paraná

ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ÁGUA DA SANEPAR: COLETA DE ESGOTO ATINGE 94% EM MARINGÁ; A ÁGUA TAMBÉM É “COMBUSTÍVEL” PARA OUTROS NEGÓCIOS NA CIDADE: PURIFICADORES PORTÁTEIS, PARQUE AQUÁTICO...

em que a água é devolvida com 99% de pureza. Não pode ser usada para o consumo humano, mas poderemos usar à vontade na irrigação da área verde, que é grande. Num período de seca, estaríamos usando muito este efluente”, afirma o diretor comercial da Ecoingá Empreendimentos, Milton Brito.



Outro diferencial será o reaproveitamento da água da chuva, que será feito com o chamado telhado verde, em que literalmente se planta grama sobre o imóvel. A cobertura do portal de entrada e parte do salão de festas contarão com esta tecnologia, que permite a canalização para cisternas. Depois, esta água será usada na lavagem dos veículos e de parte da área comum do condomínio. “Na Alemanha, mais de 15% dos imóveis usam o telhado verde, que mantém a temperatura interna mais agradável. Este telhado exige impermeabilização correta e manutenção constante, mas temos o ganho ambiental, fica bonito

esteticamente e há economia de energia elétrica, pois substituí o uso do ar condicionado”, considera o empresário.

Brito ressalta que a construção sustentável é uma tendência. “Na Inglaterra a partir do ano que vem será exigido que os novos projetos sejam autossustentáveis, com recursos biodigestores, com placas de aquecimento. Acredito que esta é uma tendência em nível mundial”, diz. Além de pensar na água, o Eco-Garden vai contar com uma turbina eólica para produção de energia elétrica. O condomínio tem área total de 295 mil metros quadrados e 365 lotes.

ÁGUA PARA O LAZER

Aberto há cinco anos em Iguaraçu, o Ody Park Aquático e Resort Hotel recebe a cada semana oito mil pessoas, que desfrutam as piscinas e as acomodações do hotel. Atualmente, são 65 apartamentos e o objetivo é aumentar a capacidade. “Temos um projeto para a construção de mais 160 apartamentos no ano que vem. Queremos atingir um público de São Paulo, onde as agências fecham pacotes para 200 a 250 apartamentos”, afirma o gerente comercial do Ody Park, Odclayton dos Santos Melo.

A fonte do sucesso é o Aquífero Guarani. Melo relata que, quando o terreno do parque foi comprado, há oito anos, os investidores sabiam da possibilidade de extração da água, mas não tinham certeza de que a fonte seria um dos maiores aquíferos do mundo. Até porque, o poço usado para abastecer o empreendimento tem pouco mais de cem metros de profundidade.

“No começo não tínhamos esta pretensão, mas a água que usamos é mineral. Depois, com estudos mais aprofundados, descobrimos que é possível conseguir água quente a mil metros de profundidade. É um projeto que temos para o futuro, porque exige investimento. Na época da contratação do estudo, o custo da perfuração seria de R\$ 1,5 milhão. Nossa previsão é realizar o projeto em cinco anos”, afirma.

Melo também revela que os empreendedores não esperavam uma aceitação tão rápida do parque aquático. “Acreditávamos que o processo seria mais lento. Mas hoje, por exemplo, 60% das reservas para o *reveillon* estão vendidas”, afirma. “Este ano vamos participar de uma feira em Buenos Aires para divulgar o parque e a região de Maringá.

Queremos mostrar que o Brasil não é feito só de praias e que os argentinos podem passar por aqui para conhecer a região, que tem aspectos culturais interessantes”, considera.

PURIFICADORES

Outro empreendimento que divulga o nome de Maringá é a Purific. A empresa foi aberta em 1998 e, com 12 anos, briga por espaço no mercado americano. O sócio da empresa Jonatas Justus relata que os primeiros contatos com os americanos foram feitos a partir de um evento do Instituto Mercosul, para incentivar à exportação.

Fora do Brasil, a Purific trabalha atualmente na Colômbia, Portugal e Paraguai. No país, são mais de 300 lojas e uma rede de oito mil revendedores. Em Maringá, onde fica a sede e a planta industrial, a Purific emprega diretamente 120 pessoas.

Justus explica que a ideia de desenvolver um purificador de água portátil foi trazida da Espanha, onde ele foi

Ivan Amorin



Ivan Amorin

O ECOGARDEN RESIDENCE CONTA COM UMA ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ESGOTO PRÓPRIA E A ÁGUA DA CHUVA SERÁ REAPROVEITADA GRAÇAS AO TELHADO VERDE, DIZ O DIRETOR COMERCIAL, MILTON BRITO

sócio de uma empresa de brinquedos de plástico. “Lá notei a necessidade de possuir um filtro, pois a água era muito salobra. E, quando voltei ao Brasil, encontrei esta possibilidade”,

conta. O conhecimento do trabalho com o plástico foi o primeiro passo. Depois, vieram os estudos e o desenvolvimento da tecnologia para garantir um filtro de qualidade.

“Foi tudo feito em Maringá”, diz com orgulho o empresário. Justus conta que em pouco tempo, os purificadores tiveram grande aceitação. “Era uma novidade e conquistamos uma fatia importante e rápida no mercado brasileiro”, lembra.

O diferencial é que até então não existiam filtros portáteis com preços acessíveis. “Fomos os primeiros a lançar no Brasil um filtro para substituir os galões de água mineral. Na época, os filtros fixos custavam de R\$ 700 a R\$ 1,2 mil, lançamos o primeiro modelo, portátil e transparente a R\$ 50”, relata.

A Purific possui certificados internacionais de qualidade e no Brasil tem a certificação do Inmetro, que a partir de outubro passa a ser obrigatória para todos os fabricantes de filtros portáteis.



A FONTE QUE ABASTECE AS PISCINAS DO ODY PARK É O AQUÍFERO GUARANI; DE ACORDO COM O GERENTE ODCLAYTON MELO, HÁ PLANOS PARA PERFURAÇÃO DE MIL METROS DE PROFUNDIDADE PARA CONSEGUIR ÁGUA QUENTE

www.acim.com.br

Contrato de abastecimento de água em cheque

Há 30 anos, o serviço de abastecimento de água em Maringá era coordenado pela Prefeitura Municipal. Na ocasião, foi assinado um contrato de concessão com a Sanepar, com vencimento em 27 de agosto de 2010. No entanto, em 1996, pelo então prefeito Said Ferreira, foi assinado um contrato adicional, estendendo o período de concessão por mais 30 anos. Este contrato não passou pela aprovação da Câmara Municipal e a validade do documento está sendo questionada na Justiça.

A posição da Sanepar é que o contrato está em pleno vigor, em razão do aditivo contratual que

garante a atuação da empresa em Maringá até 2040. A Procuradoria Geral da Prefeitura de Maringá entende que a renovação não foi feita de forma correta e explica que a Sanepar foi notificada a se manifestar. "Há uma discussão na Justiça a respeito da validade ou não", relata o procurador geral do município, Luiz Carlos Manzato.

O interesse da administração municipal, segundo o procurador, é que a Sanepar continue administrando o sistema. "Não temos nada contra a Sanepar, que presta um bom serviço, mas queremos regularizar o contrato", afirma. Atualmente, o município analisa os documentos sobre

os vários financiamentos e recursos empregados em obras pela Sanepar. A avaliação é necessária para o caso do município decidir retomar o sistema.

Manzato diz que o interesse do município é resolver o assunto até o final do ano. A administração também trabalha na elaboração da Lei de Saneamento, que regulamenta a questão do abastecimento da água e da coleta e tratamento do esgoto, a questão do lixo e a varrição. "Estamos preparando para encaminhar à Câmara, é uma determinação federal e todo município tem que ter", diz.

DOCUTECH
SUPRIMENTOS & INFORMATICA

**A sua EMPRESA precisa se adequar a
PORTARIA 1.510 do Ministério do Trabalho?**

A DOCUTECH tem a solução!

**A partir de
6 x de**

R\$ 514,00



REP (Registrador Eletrônico de Ponto)

Adequado à Portaria 1510, código de barras e/ou biometria, com impressora embutida.

**Av. Dr. Gastão Vidigal, 1088 - Zona 08 - Maringá - Fone 44.3269-1234
www.docutech.com.br**

* Sujeito a disponibilidade em estoque

www.acim.com.br

ÁGUA MINERAL

Mesmo com o crescimento do uso de purificadores de água e a garantia da Sanepar de que o produto distribuído em Maringá é de qualidade e apropriado para o consumo humano, a venda de água mineral permanece em alta. A avaliação é do consultor da Iporã, Joaquim Toledo. “A água é o produto do futuro”, considera Toledo.

Iporã significa água boa em tupi guarani e foi o nome encontrado para batizar a empresa aberta em 2005 em Maringá. O empreendimento nasceu como uma distribuidora, através de uma parceria com a Mineradora Rainha, que engarrafa a água Safira. “A mineradora estava na fase financeira mais crítica, então fizemos um contrato para assumirmos a compra da matéria-prima e a distribuição dos produtos descartáveis”, conta.

Quase ao mesmo tempo, a Iporã registrou a marca Acqua Bonna e



Ivan Amorin

“A ÁGUA É O PRODUTO DO FUTURO”, ACREDITA O CONSULTOR DA IPORÃ JOAQUIM TOLEDO; EMPRESA COMPROU A MATÉRIA-PRIMA DA MINERADORA RAINHA E DISTRIBUIU A ÁGUA EM EMBALAGENS COM O NOME DE ACQUA BONNA

construiu uma planta industrial para a produção de garrafas de plástico. Apesar dos problemas ainda enfrentados pela Mineradora Rainha, as vendas feitas pela Iporã estão em

alta. “Mesmo com alguns percalços, a Iporã tem sido ágil para recuperar o mercado. O clima também ajudou nos últimos meses, quando enfrentamos um inverno seco e de grande consumo de água”, diz.

Para expandir os negócios, a Iporã busca parcerias com outras duas mineradoras do Paraná e uma de Santa Catarina. A metodologia de trabalho deve ser a mesma adotada em Maringá, com o fornecimento das embalagens e a distribuição final da produção às mineradoras. “As negociações estão avançadas”, afirma.

FONTE RICA

“Temos um diamante nas mãos, mas não sabemos o tamanho”, avalia o secretário do Planejamento da Prefeitura de Paiçandu, Willian Amadeu Izepão. Ele se refere às inúmeras fontes de água e minas localizadas no distrito de Água Boa, que nunca foram alvo de um estudo mais aprofundado por parte do município. “O que

Ivan Amorin



MARCELO FERRARI, DO LABORATÓRIO CARLOS CHAGAS, ACREDITA QUE HAVERÁ AUMENTO DA DEMANDA NA ANÁLISE DE ÁGUA, QUE SE TORNOU OBRIGATÓRIA

sabemos é muito superficial. Existem duas fontes de água com vanádio, que tem qualidades medicinais”, diz.

A riqueza inexplorada leva a prefeitura a acreditar nas possibilidades de negócios com o turismo rural. “Uma ideia é fazer uma pista de caminhada de 25 quilômetros nesta região e criar o ‘Caminho das Águas’. Ao mesmo tempo poderíamos incentivar os agricultores com a construção de um mercado para vender doces, compotas e produtos orgânicos feitos pela comunidade”, diz.

Por enquanto, só o que há de concreto é que em breve a prefeitura terá que licitar estudos para fazer a Lei de Saneamento. “É preciso fazer os projetos de engenharia e arquitetônico da pista de caminhada, das minas, de bebedouros naturais. É preciso construir um barracão para vendas, implantar um sistema de organização das famílias e ter um plano de gerenciamento para definir como utilizar, quem pode e a quantidade de água”, afirma.



O ARQUITETO RODRIGO PUPIN ATÉ INDICA O PROJETO DE REAPROVEITAMENTO DE ÁGUA DA CHUVA, MAS DIANTE DOS CUSTOS, AINDA ALTOS, MAIORIA DOS CLIENTES DECIDE NÃO INCLUIR ESSE DIFERENCIAL NO PROJETO

Reaproveitamento da água nas construções

Quem pretende construir uma residência pode se questionar sobre a possibilidade de reaproveitar a água da chuva, através da canalização do telhado para cisternas, ou até mesmo avalia se é possível reusar a água da pia e do chuveiro, para a descarga, por exemplo. O arquiteto Rodrigo Pupin, sócio do Grupo PR, diz que o mais comum e mais fácil é reaproveitar a água da chuva para a lavagem de calçadas, carros e outras atividades que não exigem uma água pura.

“Quando se fala em reutilização para outras áreas da residência, é necessário uma infraestrutura maior. Neste caso, tanto o sistema de filtragem como a tubulação para distribuição dessa água serão ampliados”, relata. Com relação a custos e a viabilidade econômica, o arquiteto aponta que é preciso fazer um estudo prévio e analisar caso a caso.

Além disso, “viabilidade econômica” e “questão ambiental” podem ter definições diversas para os diferentes clientes. “No entanto, pode-se dizer que a tecnologia existente ainda é cara para se falar em disseminação em massa desse recurso”, avalia. Pupin indica aos clientes os projetos de reaproveitamento da água, mas a decisão sobre o que efetivamente vai ser projetado é do cliente. “Infelizmente,

a maioria dos clientes aborta o desejo de reaproveitar a água quando se depara com os custos de instalação. Esta é uma discussão importante para o futuro”, considera.

Em Maringá, as leis em vigor que tratam da questão do reuso ou reaproveitamento da água em casas tem o teor de recomendação e não de exigência. Entre os programas existentes há o Programa de Conservação e Uso Racional da Água nas Edificações, com o objetivo de instituir medidas que induzam à conservação, o uso sustentável e à conscientização, além do Programa de Reaproveitamento de Águas de Maringá, também de incentivo.

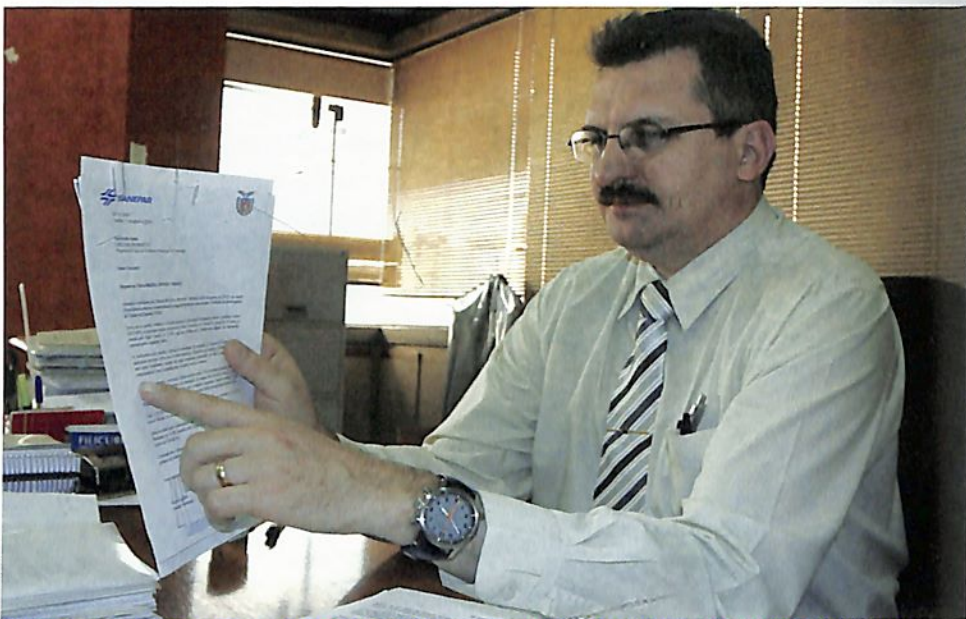
Mesmo sem uma exigência legal, o engenheiro e sócio da B&F Ambiental, Jacir Boeira, afirma que vale a pena investir em projetos de reaproveitamento e reuso da água. “Estes projetos são viáveis na relação custo/benefício. Para grandes edificações, a relação é amortizada em um curto período de tempo, pois há um menor consumo mensal de água tratada, ajudando a diminuir o valor das contas de água a cada mês. Para pequenos empreendimentos o tempo é maior, mas não deixa de ser viável e uma ideia que deve ser cada vez mais difundida”, avalia.

Principalmente no meio empresarial, Boeira considera que investir nestes projetos pode se tornar uma estratégia de marketing. “Após a implantação do sistema de reuso ou reaproveitamento de águas de chuva, a empresa ou empreendimento pode utilizar esta ação em prol de uma valorização do produto, através do ‘marketing verde’”, diz.

ATESTADO DE QUALIDADE

O engenheiro químico e coordenador industrial da Sanepar para a região de Maringá, Paulo Fregadolli, garante que a água consumida em Maringá é de qualidade. Ele explica que o Rio Pirapó, onde é feita a captação, é monitorado trimestralmente, o que atende plenamente a exigência de análises semestrais do Ministério da Saúde. “Os resultados dessas análises mostram que água *in natura* é apropriada para ser potabilizada pelo processo convencional de tratamento que é empregado na estação de água de Maringá”, diz.

Nesta fase de tratamento, segundo Fregadolli, os parâmetros básicos de qualidade são analisados a cada hora em todas as fases do processo,...



Ivan Amorim

PREFEITURA QUESTIONA O CONTRATO COM A SANEPAR, ASSINADO SEM A APROVAÇÃO DA CÂMARA; PARA O PROCURADOR LUIZ CARLOS MANZATO, “NÃO TEMOS NADA CONTRA A SANEPAR, MAS QUEREMOS REGULARIZAR O CONTRATO”

ABASTECIMENTO E TRATAMENTO DA ÁGUA (%)

CIDADE	ÁGUA ENCANADA	COLETA DE ESGOTO	TRATAMENTO DE ESGOTO
Maringá	100	94	100
Londrina	100	89,11	100
Ponta Grossa	100	78,6	100
Foz do Iguaçu	100	71,8	100
Cascavel	100	65,6	100
Uberaba - MG	100	78,12	1,99
Uberlândia - MG	100	67,7	100
Joinville - SC	99,83	21,68	100

FONTE | Sanepar

WVAINER

o que assegura uma água potável sem risco à saúde. Mesmo assim a população não pode descuidar da água armazenada dentro de casa. “É necessário que o usuário do serviço de abastecimento mantenha uma periodicidade na limpeza da caixa d’água da residência”, orienta.

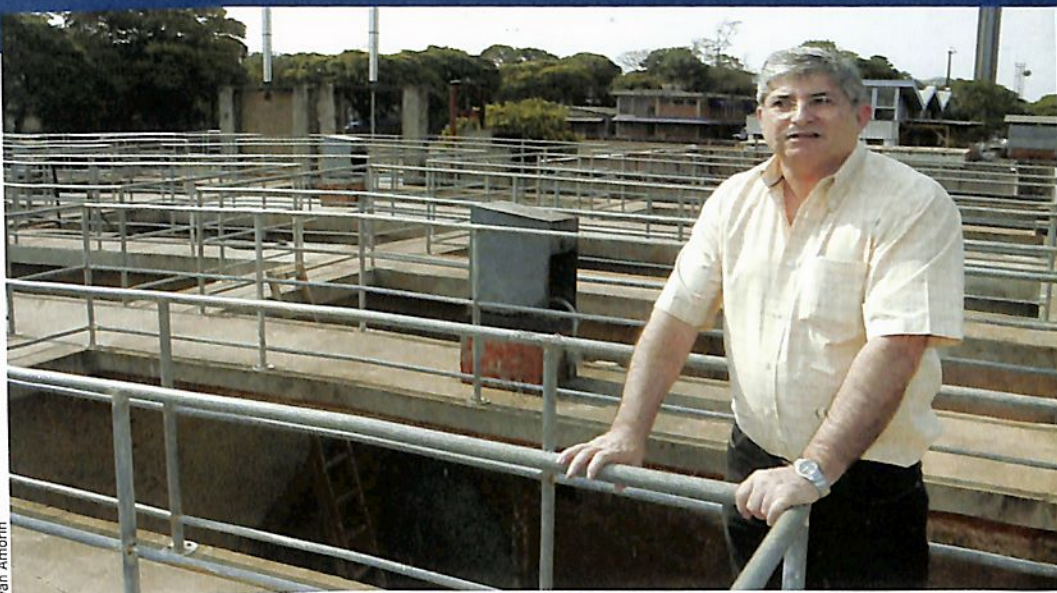
Para condomínios que utilizam poços artesianos, a qualidade da água depende do trabalho de empresas especializadas e laboratórios de análises. Há 12 anos, o engenheiro químico Clóvis de Souza Rodrigues abriu a Água Limpa Ambiental, empresa que trabalha com o monitoramento e o tratamento da água de poços artesianos de condomínios e empresas. “É um mercado promissor, já que a preocupação com a qualidade da água é grande. Quanto menos água, mais cuidados teremos de ter”, considera.

Rodrigues afirma que normalmente faz acompanhamento quase diário das caixas d’água abastecidas com a água dos poços e, por exigência da Secretaria Municipal da Saúde, é feita uma avaliação mensal

da qualidade. O engenheiro químico também atende empresas que precisam melhorar a qualidade de tratamento dos efluentes, que são os líquidos resultantes do uso da água em processos industriais, devolvidos ao ambiente.

Na Universidade Estadual de Maringá (UEM) são feitas análises de água há mais de 30 anos. Em 1978 foi inaugurado o Laboratório de Análises de Água e Alimentos, responsável pelas avaliações físico-químicas, e em 1982 foi inaugurado o Laboratório de Microbiologia da Água, que avalia os aspectos biológicos. Os dois laboratórios realizam análises para verificar a qualidade da água de dezenas de municípios da 15ª e 12ª Regional de Saúde, além de atenderem empresas, agricultores e cooperativas. De acordo com o químico responsável pelo Laboratório de Análises de Água e Alimentos, Airton Andrade, e o professor de Microbiologia Ambiental e Alimentos, Benício Alves de Abreu Filho, a água contaminada é um veículo rápido de transmissão de doenças.

Já o Laboratório Carlos Chagas realiza análises de água há cerca de dez anos e na avaliação do médico



Ivan Amorim

PARA A SANEPAR, O CONTRATO DE ABASTECIMENTO DE ÁGUA ASSINADO NA GESTÃO DE SAID FERREIRA É VÁLIDO; NA FOTO O COORDENADOR INDUSTRIAL, PAULO FREGADOLLI, QUE AFIRMA QUE A ÁGUA É DE QUALIDADE

Marcelo Dolci Ferrari, um dos sócios do laboratório, a perspectiva é de aumento na demanda pelo serviço. “O laudo de análise bacteriológica se tornou obrigatório e é importante para comprovar a boa qualidade da água que será consumida por pessoas em condomínios, hospitais, hotéis, entre outros”, afirma.

Na avaliação de Ferrari, a água de Maringá pode ser considerada de ótima qualidade. “Principalmente aquela tratada pela rede pública, onde o próprio órgão competente

comprova a qualidade mensalmente. O maior risco está nos reservatórios particulares, onde pode acontecer uma contaminação”, diz.

O médico explica que apenas a análise laboratorial pode comprovar efetivamente a qualidade da água, mas algumas características básicas podem ser observadas. “A água tem que estar totalmente límpida visualmente, sem resíduos ou partículas, e não pode possuir cheiro e gosto, ou seja, deve estar incolor, inodora e insípida”, afirma. ■

MULTMARCAS
MARCAS & PATENTES DESDE 1994

SEJA DONO. REGISTRE!

Nenhum cuidado que se ofereça será suficiente, se você não fizer sua parte.

Uma empresa do
PRC
SISTEMA DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

Maringá - Pr | Franca - Sp | www.multmarcas.com.br | multmarcas@multmarcas.com.br

SERVIÇO DE INFORMAÇÕES MULTMARCAS
08006431626

www.acim.com.br

Um modelo de negócio testado

FRANQUIA É UMA OPÇÃO PARA QUEM QUER APOSTAR NUMA MARCA CONHECIDA NO MERCADO, CUJO MODELO JÁ FOI IMPLANTADO EM OUTRAS LOCALIDADES; MAS, DIZEM EMPRESÁRIOS E ESPECIALISTA, É PRECISO GESTÃO PROFISSIONALIZADA, CONHECIMENTO DE MERCADO E DISCIPLINA

Os comerciantes são previdentes por natureza e costumam estar preparados para as piores situações. Mas com a escalada de boas notícias na economia brasileira, até mesmo o lojista mais pessimista pode estar encontrando motivos para sorrir. O mais recente levantamento sobre o comércio varejista, a Pesquisa Mensal do Comércio (PMC), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostra que em julho o setor vendeu 10,9% a mais na comparação com o mesmo mês do ano anterior. Nos últimos 12 meses, o varejo cresceu 8,8% no Paraná.

Se o resultado é motivo de comemoração para os varejistas em geral, para os empresários franqueados, que investiram, disciplinaram-se e pavimentaram o caminho para o sucesso, 2010 parece ser o ano da colheita. "Sem dúvida, o segmento de franquias está vivendo um momento muito favorável, com uma previsão de crescimento neste ano de mais de 15%", afirma o diretor da Franchise Store, Marcos Hirai. A Franchise Store é uma loja de venda de franquias.

O crescimento para as franquias deverá ultrapassar os 7,2% de au-



GILMAR SANTOS É FRANQUEADO DO MCDONALD'S HÁ 15 ANOS; NO COMEÇO ERAM 2 RESTAURANTES E 1 QUIOSQUE, HOJE SÃO 3 RESTAURANTES, 7 QUIOSQUES E O NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS MAIS DO QUE TRIPLICOU

mento esperado para o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil, segundo estimativa do Ministério da Fazenda. Para o especialista no setor, o momento econômico atrai mais investidores. "A vocação empreendedora do brasileiro aliada ao momento econômico favorável tem levado as pessoas a apostar na abertura de um negócio próprio", analisa Hirai. "Cada vez mais as pessoas buscam as franquias por se tratar de um negócio mais seguro, com a possibilidade de receberem o *know-how* de um segmento novo e de um negócio já formatado com uma história de sucesso", acrescenta.

Mesmo com os bons prognósticos para a economia brasileira neste ano, os interessados em aderir às

franquias não podem se esquecer da disciplina e do conhecimento do mercado, antes de se decidirem pela modalidade de negócio.

GESTÃO

Hirai destaca que o ponto principal para um empresário franqueado é saber valorizar sua principal fonte de renda, as pessoas, mas não descuidar dos números. "Costumo dizer que todo franqueado precisa gostar de vender e também de pessoas. É necessário ainda ter bons conhecimentos de gestão de negócios", diz.

Ele afirma que muitos iniciantes que se lançam como franqueados não possuem afinidade com a parte administrativa. Neste caso, é impor-

e aprovado

tante que haja um funcionário com esse perfil na estrutura da empresa que se forma. “Não adianta uma loja vender muita mercadoria e sofrer constantemente com a falta de produtos ou com problemas de fluxo de caixa. Uma franquia ideal sobrevive quando existe harmonia no tripé vendas, controle de estoques e fluxo de caixa. Sem um destes itens, o negócio desanda”, adverte Hirai.

O especialista ressalta que é importante que o franqueado se questione se a marca que possui está caminhando no mesmo ritmo de mercado dos concorrentes. “É a hora de rever se é o momento de renovar contrato com aquela marca ou, se é o caso, de buscar uma nova franquia. Alguns segmentos, que no passado eram uma coqueluche, hoje não fazem mais sentido”, destaca Hirai. “Lojas de CDs, fotografia ou videolocadoras definitivamente não são mais a bola da vez”, exemplifica. Para ele, merece atenção o crescente mercado da classe média emergente, as classes C e D.

O especialista afirma que o mercado de franquias tem, em média, um retorno do capital investido num prazo que varia de 24 a 36 meses. “O ponto de equilíbrio de uma franquia depende de cada segmento, mas não deve ultrapassar o primeiro ano, sob risco de acabar com o capital de giro do franqueado”, destaca Hirai. “Enquanto isto não acontece, o franqueado deve ter sempre paciência, não deixando a ansiedade virar desespero. Deve ser sempre motivado e otimista e a equipe tem de acreditar no empreendedor e no futuro do seu

negócio”, recomenda.

OTIMISMO

Empresário de uma das marcas mais tradicionais da cidade, Gilmar Otaviano Leal Santos, franqueado do McDonald's e vice-presidente de franquias da ACIM, diz que o otimismo não é novidade para as franquias. “Evidentemente o ramo de franquias beneficiou-se sobremaneira da economia em crescimento, mas não é nenhuma surpresa se observarmos o comportamento do ramo nos últimos anos”, avalia Leal. “Sem dúvida, o segmento de franquias que mais cresceu em Maringá foi o de alimentação. Com a expansão e revitalização dos shoppings, todas as grandes marcas instalaram ou instalarão brevemente suas fran-



Divulgação

“UMA FRANQUIA IDEAL SOBREVIVE QUANDO EXISTE HARMONIA NO TRIPÉ VENDAS, CONTROLE DE ESTOQUES E FLUXO DE CAIXA”, ACREDITA MARCOS HIRAI, DA FRANCHISE STORE

Dicas para quem quer ser franqueado

- ✓ Escolha uma franquia que tenha a ver com as suas aptidões – se você é uma pessoa que gosta de cozinhar, franquias de alimentação podem ser uma boa escolha. Porém, se nunca entrou numa cozinha e não tem a mínima ideia de como se faz um jantar, talvez o seu negócio não seja uma franquia deste ramo;
- ✓ Invista no máximo 80% do total que possui – jamais gaste o que não tem. Abra o negócio numa região ou cidade que já conheça. Cuidado ao se aventurar num lugar novo. No momento da decisão, faça uma consulta interior, não se deixando influenciar pelos outros. Pergunte-se se isto é o que realmente quer;
- ✓ Se tiver que recorrer a um empréstimo bancário, limite-se a apenas 30% do montante do investimento, sob risco da dependência de um alto endividamento, que pode ser perigoso principalmente por conta das altas taxas de juros cobradas atualmente pelos bancos. Por isso, na abertura do negócio, o ideal é investir cerca de 80% e ter 20% de reserva.

Fonte: Marcos Hirai, da Franchise Store



AS IRMÃS AMANDA E BRUNA ARANEGA ABRIRAM, EM MAIO, UMA FRANQUIA DA CAPODARTE E JÁ FAZEM PLANOS DE EXPANDIR OS NEGÓCIOS EM DOIS OU TRÊS ANOS

quias por aqui”, analisa.

Leal está no sistema McDonald's há 15 anos. No início, eram dois restaurantes e um quiosque de sorvetes, que mobilizavam 90 funcionários. “Hoje, são três restaurantes, sete quiosques e 320 funcionários. Um quarto restaurante será aberto até o final deste ano. Pretendo expandir minhas franquias aproveitando o bom momento da economia e também as oportunidades que se oferecem na cidade”, adianta Leal.

O cenário de euforia em nada lembra o passado recente da franquia. Leal destaca que, quando começou, o ambiente econômico era o oposto. “Quando cheguei em Maringá, em 1996, estávamos na curva descendente da bolha econômica, criada pelo Plano Real”, lembra. “Investi todas as minhas economias em um negócio e quan-

do me dei conta, estava em uma cidade promissora, com dois restaurantes sem identidade cultural com a cidade e com uma política de preços incompatível com a realidade econômica daquela época, de consumo em baixa”, conta Leal. Ele lembra que depois veio a desvalorização do real, em 2001, que elevou o custo dos insumos e levou o sistema McDonald's a uma reestruturação “Em 2001 éramos 165 franqueados em todo o Brasil. Hoje somos apenas 59 e no Paraná, sou o único franqueado situado no interior”, diz Leal. Na época, os franqueados de Ponta Grossa, Londrina, Cascavel, Foz do Iguaçu e São José dos Pinhais tiveram que vender suas franquias para a própria corporação.

Hoje o ambiente é diferente e Maringá atrai investidores externos. É o caso do empresário Guilherme Mar-

cílio Ávila, que trará quatro franquias para o município. “Ainda neste ano, no Maringá Park Shopping Center, serão inauguradas as franquias de confecção Enjoy, Salinas, Cantão e Richards”, afirma Ávila, que já atua no setor do varejo em Santa Catarina.

Ele conta que está no segmento do varejo há muitos anos, com lojas próprias, mas diante da oportunidade de expandir os negócios, a opção por franquia lhe pareceu a mais viável. “Existem várias vantagens, como a prévia estruturação por parte do franqueador, além do fato de poder trabalhar com uma marca conhecida; plano de negócios que incluem informações referentes a custos, fornecedores, local e projeto, programa, treinamento e propaganda”, enumera Ávila. “Isso dá ao empresário uma visão mais clara de seus investimentos”, acrescenta.

Para ele, as expectativas sobre o setor são altas, mesmo diante da forte concorrência de marcas. “Optar por trabalhar com uma franquia é começar com uma marca forte, estruturada e que vai te orientar em todas as etapas e em todas as situações”, avalia Ávila. “Só com isso, você já sai na frente”, destaca.

PAIXÃO

As irmãs Amanda e Bruna Aranha de Macedo sempre foram clientes apaixonadas pela marca de sapatos que hoje representam em Maringá. Este ano realizaram o sonho de se tornar revendedoras da Capodarte, franquia que veem estudando há dois anos. “Éramos clientes e tínhamos que adquirir os sapatos em outras cidades. Tentamos abrir a franquia há dois anos e finalmente tivemos a oportunidade”, diz Bruna.

Antes de abrir o primeiro negócio, as irmãs trabalharam com a mãe no setor de bordados industriais durante quatro anos. “Tivemos contato com o processo de facção, bordado, indústria, de-

envolvimento de produtos, mas o varejo sempre foi um sonho, por ser mais dinâmico e proporcionar contato direto com o consumidor”, diz Amanda.

As sócias optaram em oferecer às clientes produtos que aprovam e gostariam de comprar, como consumidoras. “Nosso público é o feminino, mas vai da faixa dos 25 aos 70 anos, incluindo profissionais liberais, executivas e donas de casa, que têm em comum o fato de gostarem de estar na vanguarda”, descreve Bruna.

As empresárias destacam que no sistema de franquias podem se dedicar às vendas com entusiasmo e espírito empreendedor, deixando a parte estrutural para a detentora da marca. “Vejo o grupo por trás da franquia como um professor, que nos indica a escolha do ponto, fornecedores, projeto arquitetônico, a primeira compra, além de supervisionar o funcionamento da loja”, diz Amanda.

A loja foi inaugurada em maio. Com o sucesso dos primeiros meses, as empresárias já pensam

em expandir. “Queremos abrir a segunda unidade nos próximos dois ou três anos. A própria franquia escolhe, como franqueados, pessoas com perfil de quem quer crescer”, ressalta Bruna.

A empresária Luciana Cristina Pante também apostou numa franquia de calçados e acessórios. Ela abriu a Luz da Lua, no Shopping Avenida Center, tendo como principais motivações o nome consolidado da marca e a qualidade do produto. “Já conhecia bem a marca e sabia que para o mercado local, que é exigente, teria que oferecer um produto conhecido e aceito pelos consumidores maringenses, já que os calçados eram vendidos em lojas multimarcas”.

Luciana é experiente no ramo, já que é proprietária de uma rede de lojas de calçados há seis anos e, hoje, com a Luz da Lua, é distribuidora exclusiva da marca em Maringá e região. Inaugurada em 2009, o primeiro ano da loja na cidade foi bem sucedido, de acordo com ela. ■

Em nosso site é simples assim: clicou, encontrou seu imóvel.



Excelente ferramenta para quem procura imóvel. Seja para alugar, comprar ou para uma temporada. É clicar e encontrar. E tem muito mais: as notícias do mercado imobiliário, os lançamentos, as facilidades, instruções sobre financiamento. Tudo muito bem ilustrado, com fotos dos imóveis e todas as informações importantes para sua decisão.

Mais novidades.

Agora você poderá ver nosso site também via iPhone, celular e smartphone com acesso à internet. De qualquer lugar, você pode acessar o Pedro Granado Mobile em tempo real. É a qualidade e a competência da Pedro Granado Imóveis ao alcance de seu clique na internet. Visite e confira.

www.pedrogranado.com.br

PEDRO GRANADO
IMÓVEIS

MATRIZ: Av. Paraná, 470 - Térreo - Centro - (44) 3222-8866
FILIAL: Av. Prudente de Moraes, 998 - Zona 7 - (44) 3225-4155

HOSPITAL DA VISÃO: O QUE HÁ DE MAIS MODERNO EM CIRURGIA DE CATARATA

O Hospital da Visão do Paraná oferece aos seus clientes o que há de mais moderno em cirurgia de catarata por facoemulsificação. Equipamentos de última geração aliados à competência da equipe médica favorecem a obtenção de excelentes resultados cirúrgicos.

O que é catarata?

O olho humano possui uma lente natural e transparente que se chama cristalino. Com o passar dos anos, o olho vai "envelhecendo" e o cristalino vai se opacificando, ocorrendo uma diminuição gradativa da visão. Catarata é essa opacificação e a perda da transparência do cristalino.

Qual o tratamento?

O tratamento para a catarata é a remoção cirúrgica do cristalino opacificado e sua substituição por uma lente intraocular. A técnica mais utilizada atualmente é a facoemulsificação, na qual a catarata é fragmentada em pequenos pedaços e aspirada através do facoemulsificador, que tem uma ponteira metálica que vibra em frequência ultrassônica. Após isso, é implantada uma lente que diminui ou pode até mesmo eliminar a necessidade de óculos após a cirurgia.

O Hospital da Visão do Paraná possui o Facoemulsificador Infiniti, aparelho de tecnologia avançada e inovadora que apresenta muitas vantagens em relação aos aparelhos convencionais para cirurgia de catarata.

O grande diferencial de equipamentos de facoemulsificação de última geração é a fluídica, que é a base da moderna cirurgia de catarata.

O Faco Infiniti tem um mecanismo de controle de estabilidade da câmara anterior (controle do surge) através de um sistema de gerenciamento da fluídica (FMS - Fluidic Management System), que por meio de sensores (surge watch) controla os níveis de infusão e vácuo (parâmetros técnicos utilizados na cirurgia). Outras particularidades do Infiniti são: sistema Ozil Torsional, que possibilita otimizar a energia utilizada na cirurgia, melhorando a eficácia, o controle e a segurança da mesma; sistema Ozil IP e DRT (Dynamic Rise Time).

Esse avançado sistema fluídico facilita a cirurgia, aumenta a segurança da técnica, proporciona um melhor resultado cirúrgico e a satisfação do paciente.

Sem Catarata



Com Catarata

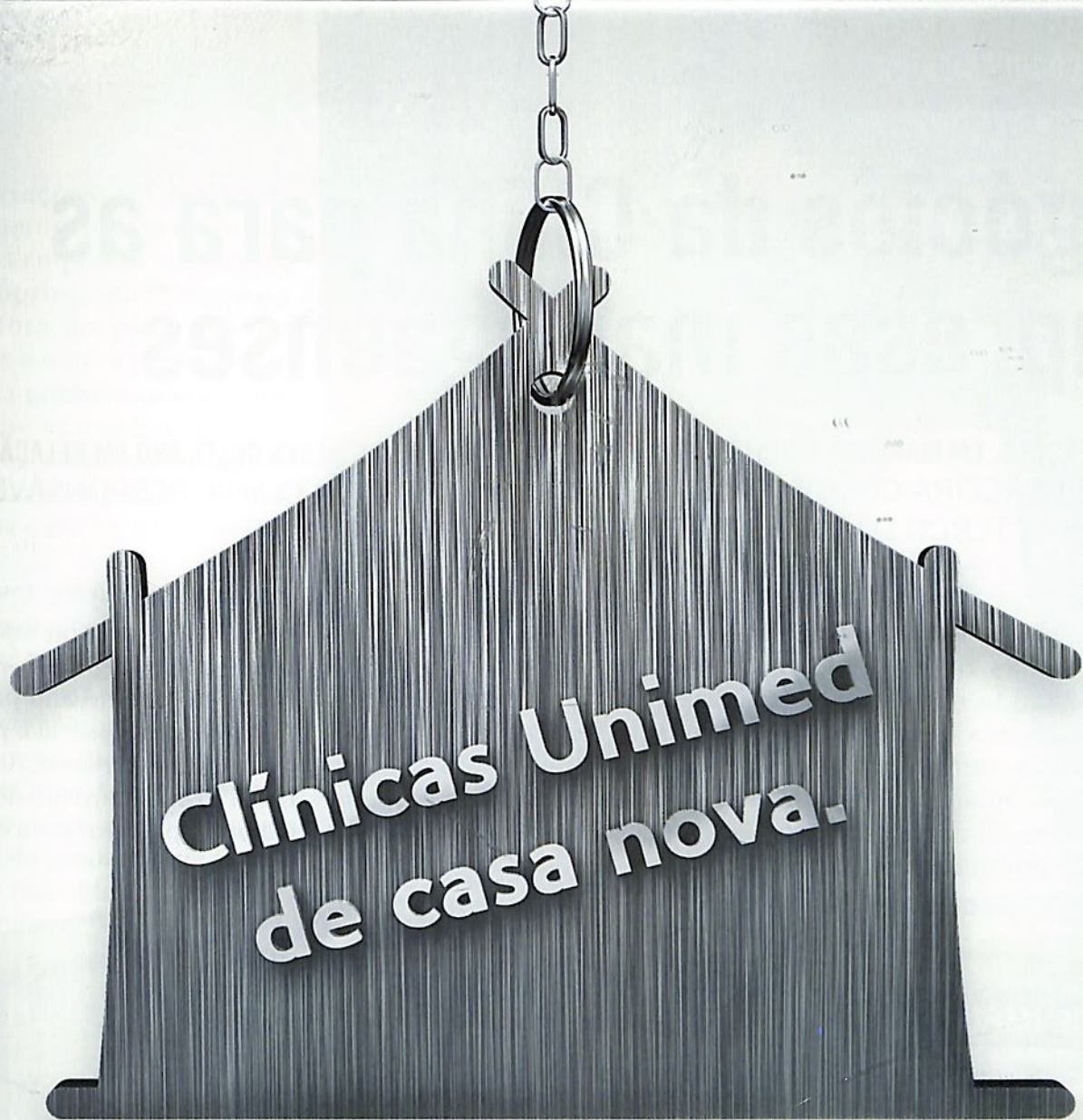


Vantagens da Facoemulsificação:

Menor tempo de cirurgia, menor incisão cirúrgica, sem necessidade de pontos, possibilidade de colocar lentes intra-oculares dobráveis, maior segurança cirúrgica, rápida recuperação da visão e maior precisão na correção óptica. Saiba mais sobre catarata e outras doenças oculares acessando o site:

www.hospitaldavisoadoparana.com.br ou agende sua consulta pelo telefone (44) 3032-3600.





Anote o endereço:

**Avenida Bento Munhoz da Rocha Netto, 750,
CIASU, 3º Andar.**

O mesmo endereço do Pronto-atendimento, da Central de Liberação de Guias e do Centro de Oncologia, também é o endereço das clínicas de **Fisioterapia, Fonoaudiologia, Nutrição e Psicologia da Unimed**. Um espaço exclusivo para clientes com arquitetura moderna e adequada aos serviços que serão prestados. Além disso, a casa nova conta com estacionamento próprio e todo o conforto de uma grande infraestrutura localizada em apenas um lugar.

Unimed 
Maringá

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

0800 643 0027
www.unimedmaringa.com.br

Negócios da China para as empresas maringuaenses

AS IMPORTAÇÕES, EM MARINGÁ, CRESCERAM 24% NOS OITO PRIMEIROS MESES DESTE ANO EM RELAÇÃO A 2009; A MAIOR PARCEIRA COMERCIAL DAS EMPRESAS LOCAIS É A CHINA, RESPONSÁVEL POR MAIS DE UM TERÇO DAS IMPORTAÇÕES

Com a queda do valor do dólar, as empresas maringuaenses estão importando mais. Nos primeiros oito meses deste ano, as importações tiveram crescimento de quase 24% quando comparadas ao mesmo período do ano passado. Só em maio o aumento

foi de 112%.

A China tem sido a principal parceira comercial das empresas maringuaenses. Dos mais de US\$ 134 milhões importados de janeiro a agosto deste ano, os produtos chineses representaram quase

US\$ 50 milhões, ou seja, 37% do total, o que significa valor 48% maior do que no ano passado.

Para a empresária e presidente do Instituto Mercosul, Renata Messtriner, o aquecimento do mercado é o principal fator para o aumento

VOLUME DE IMPORTAÇÃO EM MARINGÁ (US\$)

	2009	2010	
Janeiro	16.225.470	15.845.245	↓
Fevereiro	9.863.145	13.681.534	↑
Março	16.825.055	19.752.627	↑
Abril	11.957.090	12.950.281	↑
Mai	9.560.7757	20.311.047	↑
Junho	12.281.543	14.991.392	↑
Julho	15.629.194	19.310.614	↑
Agosto	16.544.902	17.921.184	↑
TOTAL	108.887.174	134.763.924	↑

FONTE | Porto Seco de Maringá

WVAINER

das importações em Maringá. “Este aumento nas vendas fez com que as empresas buscassem a matéria-prima ou o produto acabado fora do país, por um preço mais barato e num volume maior”. Ela também destaca que nem sempre as matérias-primas, suprimentos e equipamentos são encontrados no mercado interno. A alternativa, então, é buscar fora do Brasil.

Outro fator que explica o aumento nas importações é a busca pela excelência, por meio da tecnologia. “As indústrias estão investindo mais em equipamentos para que a produção seja mais eficiente”. A opção pela China, segundo Renata, se deve ao preço competitivo e a qualidade do produto, que melhorou muito nos últimos anos.

A Millennium mantém um contato estreito com empresas chinesas. Trabalhando com acessórios automotivos, a empresa importa os mais variados produtos do país oriental como rádio amador, carpetes automotivos, buzinas e acessórios para caminhões. “Meu contato com nossos fornecedores chineses é diário”, comenta o diretor da empresa, Jaime Salvador Larini. Só de rádio amador, a empresa importa mensalmente uma média de 1,5 mil unidades. No total, são realizadas em torno de 12 compras mensais.

Em Maringá há quase dez anos, a Millennium começou a importar em 2005, inicialmente dos Estados Unidos. Em março do ano passado começaram os negócios com a China, que só cresceram desde então. “Os chineses acabaram desenvolvendo um produto específico para nossa empresa”, relata, completando que a empresa vende acessórios para caminhões



Ivan Amorim

PARA RENATA MESTRINER, DO INSTITUTO MERCOSUL, ENTRE OS MOTIVOS QUE LEVARAM AO CRESCIMENTO DAS IMPORTAÇÕES DA CHINA, ESTÃO O PREÇO COMPETITIVO E AUMENTO DA QUALIDADE DO PRODUTO

para todo o Brasil e para diversos países da América Latina.

A parceria entre a Millennium e as empresas chinesas é tão forte que a empresa tem hoje dois funcionários no país asiático cuidando das importações. “Para nós, é muito importante ter pessoas na China intermediando os negócios e fazendo inspeções antes de comprarmos os produtos”. Recentemente, o próprio Larini esteve na China para conhecer de perto os fornecedores.

EQUILÍBRIO

A Unifrango, com sede em

Maringá e que congrega abatedouros e incubatórios, importa aminoácidos, milho e tecnologia industrial. As compras internacionais começaram há cinco anos e hoje são realizadas de empresas dos Estados Unidos e Paraguai. O próximo passo do grupo é começar as negociações com a China. “Anualmente viajamos para a China para conhecer melhor o mercado. Nosso objetivo é começar as compras no ano que vem”, informa o diretor da Unifrango, Pedro Henrique.

Ele diz que as melhores condições comerciais e as vantagens

Ivan Amorim



NEGOCIAÇÕES CONSTANTES COM EMPRESAS CHINEAS LEVARAM A MILLENNIUM A MANTER DOIS FUNCIONÁRIOS NO PAÍS ORIENTAL PARA INTERMEDIAR OS NEGÓCIOS; NA FOTO, O DIRETOR, JAIME LARINI

tributárias foram os grandes diferenciais para a empresa começar a importar. “O volume de compra do grupo é grande e isso nos trouxe vantagem. A qualidade dos produtos também é boa”. Atualmente, a Unifrango compra tanto do mercado externo quanto do interno. “Desde 2005, estamos mantendo um equilíbrio entre fornecedores brasileiros e de outros países”.

O superintendente do Porto Seco de Maringá, Edson Lima Lara, confirma o que os números apontam: a importação em Maringá aumentou e nos mais variados segmentos. “Pneus, móveis, equipamentos elétricos e de informática são alguns dos produtos que mais chegaram a Maringá e a maioria vem da Ásia”.

O despachante aduaneiro Ricardo Henrique Machado diz que as importações, não só de empresas maringaenses, mas de toda a

região, aumentaram. “Apuramos um maior volume em nossos processos de importação. Segundo dados do Ministério do Desenvol-

vimento, Indústria e Comércio Exterior, as importações brasileiras no primeiro semestre foram 45% superiores as do primeiro semestre de 2009. Já os importadores paranaenses fizeram 51,8% mais negócios do que no mesmo período de 2009”, comenta.

Para ele, o bom período em que se encontra a economia brasileira é um dos motivos para o aumento nas importações. “A estabilidade cambial é outro fator que favorece as operações internacionais, pois o importador pode embarcar a mercadoria e nacionalizá-la 40 dias depois (em média), e quando receber a mercadoria, pagará os impostos calculados numa taxa de câmbio não muito diferente no momento da compra”. A China, destaca ele, realmente é um grande parceiro comercial das empresas locais. “O aumento das importações chinesas foi superior ao aumento das importações em geral”, finaliza.



Ivan Amorim

A UNIFRANGO IMPORTA PRODUTOS DE EMPRESAS NORTE-AMERICANAS E PARAGUAIAS; A INTENÇÃO, SEGUNDO O DIRETOR, PEDRO HENRIQUE, É COMEÇAR A IMPORTAR DA CHINA EM 2011

www.acim.com.br

Apoio às empresas que almejam o mercado internacional

O Instituto Mercosul vem realizando cursos para os empresários que desejam importar e exportar, além de organizar viagens para feiras internacionais, como a Feira de Cantão, na China, que ocorre em abril e outubro. O Instituto oferece suporte para quem deseja conhecer a feira e fazer negócios internacionais. Consultorias e buscas de potenciais importadores também são trabalhos realizados pelo órgão de fomento ao comércio exterior da ACIM.

Devido ao grande interesse de empresários maringenses em importar da China, o Instituto Mercosul vem realizando cursos específicos sobre o tema. De acordo com o

consultor de negócios, que ministra um dos cursos, Rodrigo Girdelli, existem dois públicos que têm interesse em saber mais sobre as empresas chinesas. "Um é formado por empresários que querem importar para melhorar o produto e outro quer começar um negócio na área de importação". Ele diz que o primeiro tipo de importador normalmente tem mais facilidade porque já definiu o produto e conhece um pouco mais o mercado. "Já o que quer entrar no mercado, deve definir o produto, o volume e conhecer possíveis fornecedores", aconselha.

Segundo Girdelli, cada empresa tem necessidades específicas na

hora de importar. "É preciso analisar, por exemplo, o volume, a melhor forma de transporte e a urgência para obter o produto". Já a burocracia do processo dependerá do tipo de produto importado. "Se a importação é de brinquedos, por exemplo, serão necessárias licenças do Inmetro. No caso de celulares, será preciso autorização da Anatel".

Em novembro o Instituto Mercosul realizará três cursos sobre importação: Como importar da China, Curso de importação, aspectos administrativos, fiscais e cambiais e o Curso de Análise e elaboração de custos nas importações. Mais informações pelo telefone 44 3025-9616. ■

Sua empresa está preparada?

ACIM
NF-e

NOTA FISCAL
ELETRÔNICA DA ACIM

Solução simples e eficaz:

- Alto índice de aprovação pelos clientes
- Emissão de Relatórios
- Não requer ERP
- Cadastro Único

A PARTIR DE
R\$ 49,90*
*Lote de 10NF-es



Powered by
edig
NOTA FISCAL ELETRÔNICA

ACIM

www.acim.com.br | 44 3025-9595 | Maringá-PR

Uma oportunidade de ingresso no mercado

O ESTÁGIO É UMA OPORTUNIDADE ÍMPAR PARA OS ESTUDANTES SOMAREM OS CONHECIMENTOS DA SALA DE AULA AOS DO MERCADO DE TRABALHO; EMPRESÁRIOS ENUMERAM AS VANTAGENS DE CONTRATAR ESTUDANTES, MAS É PRECISO SEGUIR A LEGISLAÇÃO

Ainda no primeiro ano de faculdade o hoje empresário João Henrique Ferreira Porto começou a fazer estágio. “Fui contratado nas três empresas em que estagiei”, relata. Ele ficou cerca de oito meses em cada empresa e a rotina era intensa, mas foi recompensadora.

O empresário conta que a experiência foi importante para estabelecer contatos profissionais e, principalmente, pelo aprendizado. “Além de adquirir mais conhecimento na área em que estudava, foi importante saber que o mercado de trabalho nem sempre é como nos estudos em sala de aula. Acredito que o estágio é fundamental para o crescimento profissional”, diz.

Porto vive agora a situação inversa, já que contratou recentemente uma estudante para estagiar em sua empresa. “É gratificante, pois estou dando a oportunidade que tive anos atrás”.

O estágio também garantiu experiência profissional a Diógenes Reis, que hoje é empresário. “Estagiei um ano e foi excelente, pois os horários eram flexíveis e conseguia tempo para estudar para as provas da faculdade”, conta.

Durante o tempo em que conciliava estudos e trabalho, ele pôde vivenciar o que estava aprendendo

na faculdade. “Decidi então montar minha empresa”, relata, acrescentando que o estágio contribuiu de forma efetiva para o crescimento e o sucesso profissional. “Aprendi a cumprir prazos e horários”, destaca.

Hoje, Reis é responsável pelas contratações da empresa dele e o pré-requisito é que os candidatos tenham feito estágio na área. Atualmente, no quadro de colaboradores, há três estagiários, que, segundo o empresário, têm apresentado excelente desempenho.

RESULTADOS POSITIVOS

Além de ser uma oportunidade para os estudantes iniciarem a carreira profissional, o estágio também traz benefícios para as empresas que contratam estes profissionais. Na F.A Maringá, que fabrica acolchoados, há atualmente 16 estagiários.

Segundo a psicóloga e analista de recursos humanos da empresa, Maria Fernanda Zambon Merenda, os estudantes trabalham nas áreas de engenharia de produção, engenharia química, administração e ciências contábeis. Todos os estagiários são contratados por meio de um agente de integração, que intermedia a relação entre empresa e alunos. “Seguimos a legislação e,



Ivan Amorim

JOÃO HENRIQUE PORTO FEZ ESTÁGIO EM TRÊS EMPRESAS E DEPOIS DECIDIU ABRIR O PRÓPRIO NEGÓCIO: “FOI IMPORTANTE SABER QUE O MERCADO DE TRABALHO NEM SEMPRE É COMO NOS ESTUDOS DE SALA DE AULA”

por isso, os estudantes cumprem 30 horas semanais, tendo direito a férias e vale-transporte. Também oferecemos refeição na empresa sem desconto na remuneração”, diz. Ela salienta, porém, que por se tratar de estudantes, que têm provas de avaliação e trabalhos extras da faculdade, a empresa é flexível em relação ao horário, desde que durante a semana os estagiários cumpram as 30 horas.

Maria Fernanda conta que o processo de seleção é minucioso, já que a intenção é contratar os estudantes realmente interessados em investir na carreira. “Temos um trabalho interno de incentivar e colaborar com o crescimento profissional dos estudantes perante os demais



colaboradores da empresa, dando autonomia para o trabalho deles”, completa.

Segundo ela, isso possibilita que no início da formação deste profissional, ele aprenda as condutas e os princípios da empresa e, se for efetivado, já terá adquirido a identidade corporativa. Uma prova disso é que segundo Maria Fernanda, praticamente todo o quadro efetivo da área de Planejamento, Programação e Controle de Produção (PPCP) é formado por estagiários. “Nosso gerente industrial da unidade de colchões iniciou como estagiário na lavanderia industrial”, exemplifica.

Ela enumera outro benefício: “os estagiários ajudam a manter o espírito de renovação entre os funcionários mais velhos, trazendo sempre ideias novas e avanços tecnológicos”.

Na empresa, durante o período de estágio, os estudantes são supervisionados pelo responsável do setor, e as perspectivas de plano de carreira são claras, inclusive os estagiários

têm metas para serem cumpridas, como o restante da equipe. Mas a psicóloga pondera que antes de cobrar experiência, os empresários devem-se lembrar que os estudantes estão em busca de um estágio justamente para aprender. “Os universitários são diferentes de profissionais formados e, quem contrata, deve lembrar que, por mais que se queira, dificilmente encontrará um jovem com experiência e que não tenha as naturais dificuldades de quem inicia uma nova fase”, aconselha.

BUSCA DE OPORTUNIDADE

Os estudantes dos cursos de graduação em Farmácia contam com um apoio na inserção no mercado de trabalho nas quatro unidades da Farmácia Uniprev, onde cerca de 15 acadêmicos estão tendo a oportunidade do estágio. “Percebemos que os universitários têm interesse em aprender, fazer um bom trabalho e realmente buscam uma oportunidade”, diz o proprietário das farmácias, Kelvin Machado Lessa.

Os estagiários são acompanhados

por um farmacêutico que direciona = = = o trabalho e, segundo Lessa, existe a possibilidade de efetivação. Ele destaca a importância dos empresários oferecerem uma oportunidade aos estudantes. “Assim, os alunos aprendem a prática de suas profissões”, diz.

APOIO AO ESTÁGIO

Presente em 300 municípios e vinculado a associações comerciais, o Programa de Complementação Educacional (Proe) é um agente de integração que tem mais de 15 mil empresas cadastradas e quase 174 mil estudantes interessados em uma vaga de estágio. Apenas em Maringá são mais de três mil empresas e instituições de ensino parceiras e quase 37 mil estudantes cadastrados.

O presidente do Proe, Eduardo Araújo, diz que o principal objetivo do estágio é a possibilidade de conectar a empresa à academia. “Também é importante falar sobre o alto grau de consciência social do empresário ao proporcionar a integração do jovem ao mercado de



PARA MARIA FERNANDA MERENDA, DA F.A. MARINGÁ, “OS ESTAGIÁRIOS AJUDAM A MANTER O ESPÍRITO DE RENOVAÇÃO ENTRE OS FUNCIONÁRIOS MAIS VELHOS, TRAZENDO SEMPRE IDEIAS NOVAS E AVANÇOS TECNOLÓGICOS”



O Diário do Norte do Paraná

PARA FÁBIO ALCURE, DA PROCURADORIA DO TRABALHO, “ESTÁGIO NÃO É SUBSTITUIÇÃO DE MÃO DE OBRA NEM UM PROGRAMA DE PRIMEIRO EMPREGO. É PRECISO HAVER UMA CORRELAÇÃO COM O CURSO UNIVERSITÁRIO”

trabalho”, destaca.

Para se tornar parceira e contratar um estudante, as empresas e instituições de ensino, devem acessar o site www.proe.org.br/estagio e preencher o formulário de cadastro da empresa. Na sequência, um operador entrará em contato para providenciar o termo de convênio, que formaliza a parceria entre o Proe e a empresa. Depois é aberta a vaga de estágio, de acordo com os pré-requisitos definidos. Os estudantes são selecionados no banco de dados e encaminhados para entrevista. Por fim, é gerado o contrato de estágio.

Já o cadastro do estudante pode ser feito pela internet. Segundo Araújo, é importante destacar, no cadastro, as habilidades e os grupos de conhecimento dos estudantes, pois estes são filtros de pesquisas para que o jovem possa concorrer às oportunidades de estágio. “É importante também que o jovem vá a uma unidade do Proe pessoalmente, para verificar as oportunidades disponíveis”, finaliza.

LEGISLAÇÃO

Antes de contratar um estagiário, seja universitário ou um estudante

do ensino médio, é necessário conhecer a lei de estágio. Quem afirma é o coordenador da Procuradoria do Trabalho de Maringá, Fábio Aurélio da Silva Alcure.

Ele explica que a maioria das denúncias que chegam à procuradoria é em função de irregularidades em estágios de alunos do ensino médio, principalmente os não profissionalizantes. “Algumas instituições de ensino e colégios apenas assinam o termo de compromisso sem se preocupar em fiscalizar como está sendo o andamento do estágio”, diz.

Alcure explica que após a denúncia de irregularidade no estágio, é feita uma investigação e se for comprovada a irregularidade, há a tentativa de resolver o problema internamente, sem recorrer ao poder judiciário. “É realizada uma audiência na Procuradoria do Trabalho, onde o empresário assinará um termo de compromisso de ajuste de conduta, que explica as funções do estagiário. É uma normativa legal”, diz Alcure.

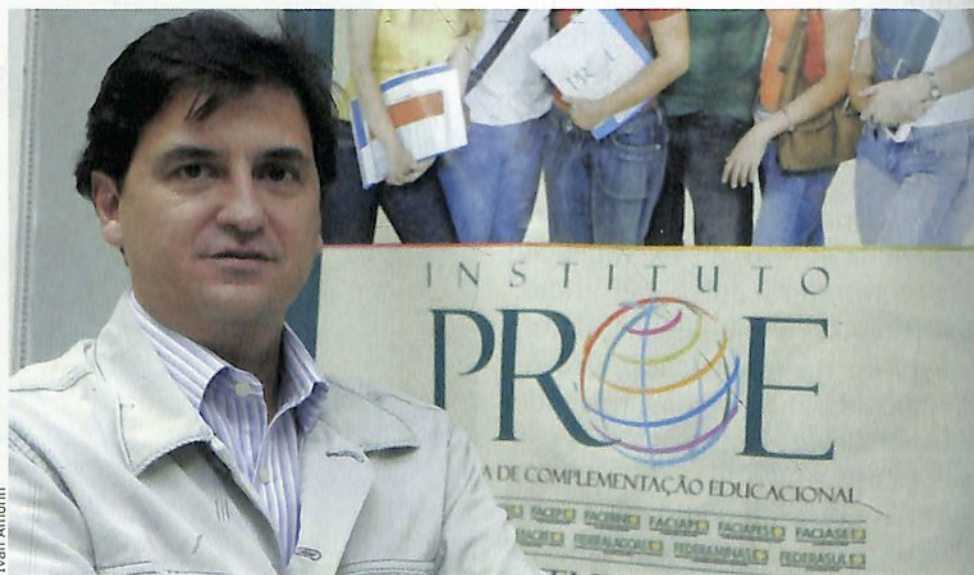
Segundo o procurador, é fundamental que o empresário e o estu-

SAIBA MAIS SOBRE A LEI DE ESTÁGIO:

- ✓ a carga horária dos estagiários que cursam o ensino superior, educação profissional de nível médio e o ensino médio regular não pode ser superior a 30 horas semanais;
- ✓ o estudante não poderá estagiar por mais de dois anos na mesma empresa; a exceção é para portadores de deficiência;
- ✓ O estudante tem direito a um mês de férias – remuneradas, caso receba bolsa ou outra forma de remuneração – ao completar 12 meses de estágio;
- ✓ Empresas com até cinco funcionários podem ter apenas um estagiário; o número de estagiários é progressivo conforme aumenta o número de empregados

Fonte: Lei Nº 11.788, de 25 de setembro de 2008

dante conheçam os reais objetivos de um estágio, “que não é substituição de mão de obra nem um programa de primeiro emprego. É preciso haver uma correlação com o curso universitário”, ressalta. ■



Ivan Amorim

O PRINCIPAL OBJETIVO DO ESTÁGIO, SEGUNDO O PRESIDENTE DO PROE, EDUARDO ARAÚJO, É CONECTAR A EMPRESA À ACADEMIA; “EMPRESÁRIOS QUE CONTRATAM ESTAGIÁRIOS TÊM ALTO GRAU DE CONSCIÊNCIA SOCIAL”

Tempo de semear a paz!

E DE HOMENAGEAR OS COLABORADORES,
OS AMIGOS, OS FAMILIARES, ENFIM, TODOS AQUELES
QUE FIZERAM PARTE DA SUA VIDA NO ANO DE 2010.



cestas natalinas

SÃO 8 OPÇÕES, ALÉM DAS PERSONALIZADAS, COM
VARIEDADE E QUALIDADE CONSAGRADA, QUE HÁ TEMPOS
VÊM FAZENDO PARTE DAS COMEMORAÇÕES DE FINAL
DE ANO DE MILHARES DE FAMÍLIAS.

(44) 3266-1251
cestas@ebcnet.com.br



DESCONTOS
E PRAZOS
ESPECIAIS
PARA PEDIDOS
ANTECIPADOS!

kits natalinos

SÃO 5 OPÇÕES
PARA VOCÊ
PRESENTEAR
COM CHARME
E SOFISTICAÇÃO.

(44) 3266-1251
comercial@ebcnet.com.br



vinhos personalizados

ALÉM DE DIVULGAR
SUA MARCA, VOCÊ
PRESENTA, COM
BOM GOSTO,
SEUS CLIENTES,
AMIGOS E SEUS
COLABORADORES.

(44) 3262-0082
vendas@intervin.com.br



OUTROS PONTOS DE COMERCIALIZAÇÃO:

SÃO FRANCISCO
SUPERMERCADOS

SUPERMERCADOS
CIDADE CANÇÃO

DEGUST
The world
of drinks & eatables

SHOWROOM INTERVIN • ED. TRANSAMÉRICA • SALA 08

Mensagens de 140 caracteres do computador têm contribuído para aumentar o número de clientes e as vendas da panificadora Brioche Crocante. Isso porque o empresário Eduardo Fernandes Amando encontrou uma forma rápida de se comunicar com os clientes por meio do Twitter, a rede social que a empresa passou a integrar cerca de um ano atrás.

Amando conta que o Twitter é utilizado para transmitir informações sobre os produtos feitos diariamente e os horários das fornadas de pães. A ferramenta social também serve para divulgar ações realizadas por tempo determinado. “Em agosto, por exemplo, divulgamos nosso festival internacional de pães e confirmamos a força do Twitter, pois muitos clientes vieram à panificadora depois de se informarem do festival pela rede social”, diz.

Na página da empresa no Twitter são postadas cerca de 50 mensagens diariamente pelos funcionários do caixa, situação que mudará nas próximas semanas, já que será contratado um profissional para fazer as atualizações na internet. “Percebemos que o retorno junto aos clientes pode ser bem maior e estamos contratando uma pessoa exclusiva para atualizar nossa página na rede social, inclusive ela colocará fotos dos produtos que foram feitos no dia ou até mesmo de hora em hora”, adianta.

O TWITTER ESTÁ AJUDANDO A AMPLIAR AS VENDAS DA BRIOCHE CROCANTE; PARA POTENCIALIZAR OS RESULTADOS, O EMPRESÁRIO EDUARDO AMANDO VAI CONTRATAR UMA PESSOA SÓ PARA ATUALIZAR A PÁGINA DA REDE SOCIAL

Negócios impulsionados

A ADEÇÃO A REDES SOCIAIS TEM SIDO UMA PRÁTICA ADOTADA PELAS EMPRESAS PARA SE APROXIMAR DOS CLIENTES SEM FAZER INVESTIMENTOS ELEVADOS; OUTRO CANAL USADO NA ÁREA EMPRESARIAL É O ENVIO DE MENSAGENS PELO CELULAR



ela internet

Para ele, a divulgação tem sido eficaz, mas isso não exige a empresa de se esmerar no atendimento e dar atenção especial ao pós-venda. Tanto que a panificadora procura manter um relacionamento mais próximo, oportunizando ao cliente fazer sugestões, críticas e opiniões. “Com isso, os clientes se sentem mais valorizados, pois suas opiniões são colocadas em prática”, diz. Outra forma de fidelizar é a apresentação das novidades do cardápio.

Também foi há cerca de um ano que a Unimed Maringá resolveu apostar no contato com os clientes e com a comunidade por meio do Twitter. “Por se tratar, sobretudo, de um canal de troca de informação e de experiências”, explica a gerente de mercado, Mirna Bevilaqua. Temas atrelados a atividades físicas, corpo e mente saudáveis são comunicados aos mais de 700 seguidores da cooperativa no Twitter.

Outro canal de comunicação na internet que vem sendo utilizado é o YouTube, onde são divulgadas as campanhas publicitárias da Unimed Maringá. A gerente conta que nos últimos seis meses a participação da empresa na internet representou mais de 50% do resultado de mídia espontânea. “Nas ações de medicina preventiva percebemos uma maior participação dos internautas, pois eles replicam nossas mensagens a outros seguidores”, diz.

Segundo Mirna, para que a empresa mantenha um relacionamento verdadeiro, deixando de atuar apenas como promotora de vendas, é preciso conhecer e entender o cliente. “Nada melhor



AS MENSAGENS ENVIADAS PELO CELULAR AJUDAM A FORTALECER O RELACIONAMENTO E O MARKETING DA EMPRESAS, SEGUNDO JOSIMAR FARIAS, DA NAÇÃO PROPAGANDA

do que cumprir o que se promete e apostar na satisfação do cliente”, diz. Ela destaca que as empresas precisam acompanhar e se adaptar às exigências e mudanças no perfil do consumidor e isso envolve a pesquisa e o desenvolvimento de novos produtos e serviços, o atendimento de qualidade ao cliente e processos produtivos eficazes.

Mirna ressalta que é notório o crescimento das mídias sociais, mas para uma comunicação eficaz, a empresa deve fazer um planejamento de mídia, considerando o perfil e as características do público a ser atingido.

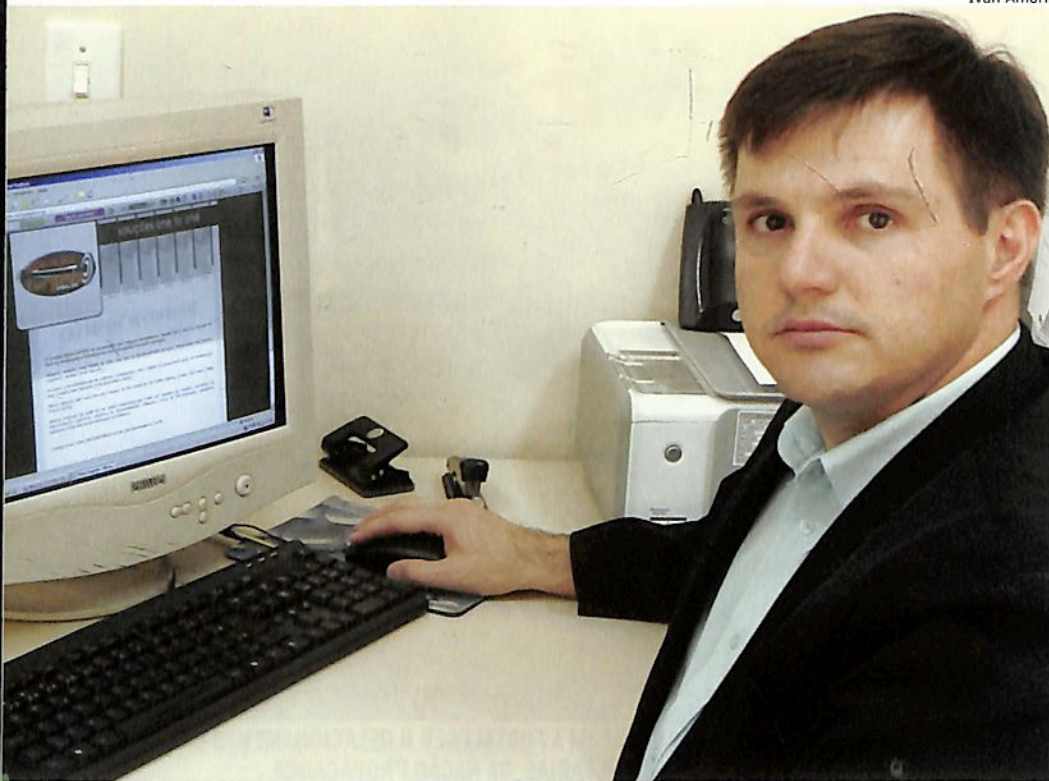
PELO CELULAR

Outra forma de divulgação que tem atraído a atenção das empresas é o serviço de torpedo (mensagens enviadas pelo celular). A Nação Propaganda tem usado deste expediente para comunicar promoções e novidades aos clientes das empresas atendidas pela agência de

comunicação. Segundo o diretor de planejamento, Josimar Farias, há cinco anos a Nação resolveu apostar no envio de torpedos como uma forma de fortalecimento do relacionamento e do marketing.

As mensagens são enviadas apenas para clientes cadastrados. O serviço pode ser realizado de duas formas: a empresa disponibiliza o próprio *mailing* (cadastro) para a agência ou é utilizado o *mailing* da Nação. “Sempre fazemos um filtro para identificar se a nossa base de dados vai de encontro ao perfil desejado pela empresa, com base no *target* (público-alvo)”, destaca. Cerca de 500 torpedos são enviados por dia.

Quem também decidiu investir na comunicação por meio do celular foi a Interbusiness, que criou a ferramenta Megatorpedo. Segundo o gestor comercial e sócio da empresa, Tarcisio Marcelo Menezes, a empresa atua no desenvolvimento de soluções de tecnologia a partir



TARCÍSIO MENEZES, DA INTERBUSINESS, EXPLICA QUE AS MENSAGENS PELO CELULAR SÓ PODEM SER ENVIADAS COM AUTORIZAÇÃO E DEVEM TER NO MÁXIMO 160 CARACTERES

do conceito de *Mobile Marketing*, que tem a função de direcionar a comunicação através da análise prévia do comportamento de compra do cliente. “No caso de uma empresa revendedora de pneus, o sistema vai encaminhar de forma automática uma mensagem para o cliente informando que está na hora de trocar novamente os pneus”.

Ele explica que “a comunicação via SMS é regida por legislação específica da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) e o conteúdo deve ter no máximo 160 caracteres. A mensagem também só pode ser enviada com autorização formal dos clientes”, explica.

A política de cobrança dos serviços do Megatorpedo é baseada na quantidade de SMS entregues aos destinatários. Este formato, segundo Menezes, é diferente da contratação direta das operadoras

de telefonia celular, onde são cobradas todas as mensagens enviadas, independente da entrega ao destinatário.

Para ele, o Megatorpedo tem vantagens em relação a algumas mídias tradicionais, pois transmite imagem de modernidade das empresas que utilizam o serviço e permite o contato com cada cliente de forma exclusiva. “Por ter um envio direcionado ao perfil do consumidor, o índice de leitura é maior, além de ser menos invasivo, mais barato e com potencial de atingir mais pessoas do que o telemarketing”, declara.

Ele acrescenta que como qualquer ação publicitária, o conteúdo deve ser relevante e interessante. “Nossos clientes podem substituir as mídias tradicionais pelo Megatorpedo ou utilizá-lo como complemento ou suporte das ações implementadas”, diz.

Da internet ao disco de platina

Tudo teve início com a postagem de um vídeo no YouTube, sem muitas pretensões. E hoje o primeiro volume do DVD Galinha Pintadinha, que faz sucesso entre as crianças, já ultrapassou a marca de cem mil cópias vendidas - fora as versões piratas. O diretor de projeto, Marcos Luporini, conta que pretendia lançar um musical infantil, mas não tinha a definição do formato e estava em busca de parceiros para viabilizar o projeto. Foi quando decidiu, em 2007, postar na internet o vídeo Galinha Pintadinha, para que o material pudesse ser visualizado à distância por um grupo de pessoas que participariam de uma reunião para discutir o projeto. “A reunião não obteve sucesso, mas o vídeo ficou no site. Em pouco tempo estava com 500 mil visualizações e vimos ali uma oportunidade. Preparamos o DVD e quando o vídeo registrou um milhão de acessos, lançamos o primeiro volume do DVD”, conta, acrescentando que o DVD passou a ser distribuído comercialmente pela Europa Filmes.

E agora é o segundo DVD que está fazendo sucesso e novamente os vídeos foram postados no YouTube. “Lançamos pela Som Livre o DVD Galinha Pintadinha 2, que ganhou o Disco de Ouro na semana de lançamento, atingindo 25 mil cópias vendidas”, relata. Já o primeiro DVD rendeu o Disco de Platina Duplo. No Youtube, os vídeos da Galinha Pintadinha ultrapassaram cem milhões de visualizações. ■

Qualidade também tem nome e sobrenome.

*Filet ao Molho de Framboesas com Gorgonzola Gratinado
e Manicaretti de Grano Duro Artesanal Recheado
com Mussarela de Búfala e Nozes Salpicadas.*



FBarbosa

**Moinho
Vermelho**
Buffet



Ivan Amorim

NOS QUATRO DIAS DA PONTA DE ESTOQUE CONSUMIDORES TIVERAM A OPORTUNIDADE DE COMPRAR COM PREÇOS PROMOCIONAIS NOS 325 ESTANDES

Descontos que levam uma multidão às compras

A 20ª EDIÇÃO DA PONTA DE ESTOQUE CONFIRMOU MAIS UMA VEZ O SUCESSO DA PROMOÇÃO, QUE REUNIU, EM QUATRO DIAS, 230 MIL CONSUMIDORES, INCLUSIVE DE OUTROS ESTADOS BRASILEIROS; COMERCIANTES CONTABILIZARAM BONS NEGÓCIOS

O funcionário público Anadili Barbosa veio com o filho e a esposa de Estrela do Norte fazer compras na Feira Ponta de Estoque. Os 120 quilômetros que separam Maringá da cidade paulista não foram empecilhos para a família, que veio atrás de descontos. Os Barbosa compraram calças, camisetas, bermudas e diversos outros itens para renovar o guar-

da-roupa. “Tudo com preços bem baratos”, contou o patriarca, que ressaltou que outros 17 amigos, também moradores de Estrela do Norte, viriam a Maringá para comprar produtos com descontos. “No ano que vem estou de volta”, garantiu.

Ele foi um dos cerca de 230 mil consumidores que estiveram no Parque de Exposições Francisco

Feio Ribeiro durante os dias 15 e 18 de setembro para participar da 20ª edição da Ponta de Estoque. O maior atrativo? Os preços promocionais.

A dona de casa Luciane Pichioli também aproveitou mais uma vez os preços baixos, já que ela participa todos os anos da feira. Ela começou a economizar dinheiro em maio. Resultado: saiu

carregada de sacolas com meias, camisas, roupas íntimas, entre outras peças, para ela, o marido e os dois filhos. “Paguei tudo em dinheiro. Vale à pena comprar”, garantiu.

As crianças matriculadas no Centro de Educação Júlia Volpato Sordi, de Sarandi, ganharam aparelho de DVD, toca CD, televisão, batedeira e conjunto de faca novos. Isso porque depois de ter sido roubada várias vezes, a escola recebeu verba governamental para comprar os equipamentos, mas era preciso apresentar três orçamentos. E, claro, o mais barato foi o de uma loja de eletrônicos que participou da Ponta de Estoque. “Tudo saiu por R\$ 691, o que em outras lojas não ficaria por menos de R\$ 800, R\$ 900. Veio em boa hora e as 200 crianças do centro agradecem”, relatou a coordenadora pedagógica, Márcia Escalante, que estava acompanhada de outras duas funcionárias: Cleuza Arruda Lima e Terezinha Garcia.

VENDA DO ESTOQUE

A oportunidade foi de desovar o estoque para a Faro. O gerente administrativo, Alisson Henrique, faz planos de participar da feira em 2011, já que ficou satisfeito com o volume de vendas. As peças de confecção feminina de R\$ 5 a R\$ 25 atraíram os consumidores, que encontraram até fila no estande. “Desovamos o estoque e fizemos capital de giro, já que a maioria das vendas foi à vista”, diz.

O Baú da Felicidade participou pela primeira vez da feira e para oferecer preços atrativos, fez parcerias com fornecedores e contou com a ajuda dos “Imbatíveis”, personagens que vestiam macacões



OS ESTANDES DA PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO FORAM VISTORIADOS POR ACADÊMICOS E PROFESSORES DO CURSO DE NUTRIÇÃO DO CESUMAR PARA VERIFICAÇÃO DAS BOAS PRÁTICAS DE MANIPULAÇÃO DE ALIMENTOS

coloridos para chamar a atenção da clientela. “As vendas foram pulverizadas, ou seja, vendemos bastante televisão, equipamentos de informática e móveis. Outro fato interessante, no nosso caso, é que os consumidores não estavam interessados apenas em produtos de ponta de estoque”, relata o gerente de operações e vendas no Paraná, Dejacir Santos. No ano que vem, a empresa pretende participar da promoção, inclusive num espaço maior.

As opções da praça de alimentação também atraíram os consumidores. Gilberto Brasília Piasentim, da Blitz do Churro, comercializou mais de 2,4 mil churros em quatro dias, fora as bebidas. “Faz nove anos que participo da feira e pretendo continuar nas próximas edições”, diz. Os produtos comercializados por ele receberam um selo de qualidade dos acadêmicos e professores do curso de Nutrição do Centro Universitário de Maringá (Cesumar), que verifi-

caram, várias vezes por dia, as boas práticas de manipulação de alimentos.

Mas a Ponta de Estoque não foi um bom negócio apenas para consumidores e comerciantes. Os cooperados da Coopermaringá dividirão o dinheiro proveniente da coleta dos resíduos reciclados gerados durante o evento. Foi cerca de 1,5 mil quilo de papelão, alumínio, lona e garrafas pet.

Já a renda com o estacionamento será revertida para oito entidades sociais da cidade, que vão dividir R\$ 40 mil. Também serão destinados a entidades sociais 750 quilos de roupas e calçados que foram doados pelos lojistas.

Participaram da Ponta de Estoque cerca de 200 empresas, que se dividiram em 325 estandes. A realização foi da ACIM e do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), com organização do ACIM Mulher, apoio da Prefeitura e Câmara Municipal e patrocínio da Cocamar e Sicoob. ■

Que a construção civil continue crescendo...

É O QUE ESPERAM OS EMPRESÁRIOS DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO, REVENDEDORES DE TINTA, LOJAS DE ACABAMENTOS, ENTRE OUTROS INTEGRANTES DA CADEIA ECONÔMICA, QUE ESTÃO SENDO IMPULSIONADOS PELO CRESCIMENTO DA CONSTRUÇÃO EM MARINGÁ

Por todos os bairros de Maringá há canteiros de obras. E com o *boom* da construção civil, a cadeia que movimenta a engrenagem econômica do setor está aquecida. Além do comércio de materiais de construção e de acabamento, as empresas que comercializam móveis, produtos de decoração e tintas são algumas das que têm registrado aumento no faturamento.

Dados da Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Habitação (Seduh) mostram que de 2007 a 2008 o número de metros quadrados construídos na cidade saltou de 629.481 para 931.013. Mas a crise econômica mundial trouxe reflexos para o setor, e o número caiu para 813.985, em 2009. Mesmo assim ainda foi considerado alto se comparado a anos anteriores.

Segundo o presidente do Sindicato dos Revendedores de Material de Construção de Maringá e Região



NO BRASIL, A CONSTRUÇÃO CIVIL CRESCEU 16,4% NO SEGUNDO TRIMESTRE DE 2010 FRENTE AO MESMO PERÍODO DO ANO PASSADO; NUM EFEITO CASCATA POSITIVO, AS EMPRESAS DA CADEIA DO SETOR COMEMORAM

(Simatec), Valdeci Aparecido da Silva, no ano passado, após um forte período de crescimento, o setor apresentou uma pequena desaceleração. Mas, no balanço, as empresas de materiais de construção registraram aumento de 10% frente ao ano anterior. “O crescimento ideal é de 10% ao ano. Se não tivéssemos enfrentado a crise, acredito que o mercado não suportaria um crescimento maior, já que as indústrias não estão preparadas para atender uma demanda acima do que estamos registrando. Recordo que antes da retração do setor, as indústrias estavam abarrotadas de pedidos e muitas demoravam até 90 dias para a entrega dos materiais. Se não tivesse tido a retração nas vendas, acredito que os preços aumentariam, o que não seria nada bom para o setor”, opina.

Para este ano, Silva espera que o crescimento permaneça na casa dos 10%. “A estabilidade econômica, melhores salários e linhas de financiamento de imóveis são os principais fatores da prosperidade do setor. Além disso, ainda temos um grande déficit habitacional”, diz.

CONTRATAÇÕES

Após um período de retração no faturamento, em 2009, a Arte Classe Móveis e Decoração vem registrando, desde o início do ano, a retomada das vendas. O gerente comercial, Heber Eduardo Gomes da Silva, conta que em 2011 a empresa vai ampliar a linha de produtos e aumentará o quadro de colaboradores. “Passaremos a comercializar móveis planejados e, com isso, teremos uma equipe de vendedores externos”. O investimento, de acordo com ele, é



O PRESIDENTE DO SIMATEC, VALDECI DA SILVA, ACREDITA QUE AS VENDAS DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO SERÃO 10% MAIORES NESTE ANO, GRAÇAS À ESTABILIDADE ECONÔMICA E LINHAS DE FINANCIAMENTO DE IMÓVEIS

A construção no país

O ano de 2009 iniciou sob forte apreensão pelo fato do Brasil estar entre os países atingidos pela crise financeira que se instalou no final do ano anterior. Segundo balanço anual da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), no segundo trimestre de 2009, o setor sentiu os reflexos da crise econômica e, por isso, apresentou queda de 9,3% no conjunto das suas atividades.

No entanto, dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Pesquisa e Estatística (IBGE) mostram que a construção civil registrou expansão de 16,4% no segundo trimestre de 2010 em relação ao mesmo período do ano passado. Já comparando o primeiro semestre de 2009 com 2010, o IBGE apontou que houve um acréscimo de 15,7%.

A CBIC justifica essa alta do setor pelo contínuo crescimento do financiamento imobiliário, pelo incremento do emprego formal e pelo crescimento da renda. Estima-se que a cadeia produtiva da construção no país represente 9,2% do Produto Interno Bruto (PIB) e seja responsável pela ocupação de mais de dez milhões de pessoas.

Segundo o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), com base nos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), o setor da construção foi responsável pela criação de 38.382 postos de trabalho em julho deste ano, número 9,42% superior ao saldo recorde do setor, registrado em julho de 2008. O ano de 2009 fechou com a geração de 217.692 novas vagas de emprego.

resultado do reaquecimento que o setor apresentou em 2010. “Neste ano tivemos um aumento de 60 a 70% no faturamento em relação a 2009, que não foi um ano muito positivo”.

Na K2 Mármore e Granitos a equipe de funcionários já foi ampliada. O diretor Adélcio Pereira Cardoso conta que o faturamento aumentou 200% desde 2006. “Para atender a demanda, tivemos que adequar à equipe e ampliar o espaço físico”, diz ele, mencionando que no ano passado, apesar da crise, as vendas permaneceram estáveis. A K2 tem atualmente 19 funcionários e trabalha com projetos personalizados de pedras e acabamentos finos.

Já o diretor comercial da Reginato Tintas e da Techplus Indústria de Tintas, Nivaldo Reginato, tem encontrado dificuldade para preencher os postos de trabalho. “Na indústria temos dez vagas abertas e não preenchidas e na loja são mais cinco vagas. Falta mão de obra para todo o setor”.

Ele destaca que o segmento de tintas é um dos últimos elos da cadeia da construção civil, por isso, demorou para sentir o reflexo do crescimento do setor. Na Reginato, 2010 está sendo de bons negócios e as expectativas para o restante do ano são ainda melhores. “A partir de setembro, além das construções, muitas pessoas fazem a repintura da residência. Em novembro, costumemente temos um aumento no faturamento de 15% em relação aos meses anteriores e com o setor em expansão, acreditamos que teremos números ainda maiores este ano”, enfatiza Reginato.

No Depósito Japurá a expectativa é que o faturamento cresça



Ivan Amorim

NOS QUATRO ÚLTIMOS ANOS, O FATURAMENTO DA K2 MÁRMORES E GRANITOS CRESCERAM 200%, RESULTANDO NO AUMENTO DA EQUIPE E DO ESPAÇO FÍSICO, SEGUNDO O DIRETOR ADÉLCIO CARDOSO

20% neste ano em relação a 2009, mas poderia ser maior, na opinião do comprador Almir Primon. Ele comenta que, no depósito, as vendas ainda não foram muito avançadas pelas obras realizadas na cidade. “Boa parte dos materiais utilizados em grandes construções, como os edifícios, são fornecidos diretamente pelas indústrias, por isso, não movimentam o comércio local. Mas para este ano estamos mais otimistas. As vendas estão aumentando”, declara Primon. O Depósito Japurá trabalha com produtos de acabamento como materiais hidráulicos, louças e metais, pisos e revestimentos, além de venezianas.

ILUMINAÇÃO

Na cadeia da construção civil, há empresas recém-chegadas ao mercado. É o caso da Kelvin LD, inaugurada dez meses atrás. A empresa trabalha com o desen-

volvimento de projetos lumino-técnicos integrados à arquitetura. A proprietária, Arianne Vatanabe, argumenta que, apesar do pouco tempo de mercado, o aquecimento do setor da construção civil tem refletido no fluxo de projetos e vendas da Kelvin LD. “Não temos parâmetros de comparação, mas estamos registrando aumento nas vendas. Mesmo porque a procura pelos nossos serviços e produtos está presente tanto na fase inicial da obra, quanto na fase de acabamento”.

De acordo com ela, a área de iluminação é um segmento da arquitetura que está cada vez mais sendo reconhecido pelos profissionais da área e pelo cliente final. “O investimento em um projeto de iluminação é recompensado muitas vezes pela economia de energia elétrica, pois cada ambiente é projetado segundo as necessidades e tarefas executadas no espaço”.

Pesquisa aponta demanda por imóveis

A ACIM e o Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá (UEM) realizaram um estudo sobre o mercado imobiliário. O objetivo foi verificar as condições de moradia e pretensões de compras. Ao todo foram entrevistadas 1.618 pessoas nos meses de março a maio de 2010. O número de famílias em Maringá está estimado em 103.296.

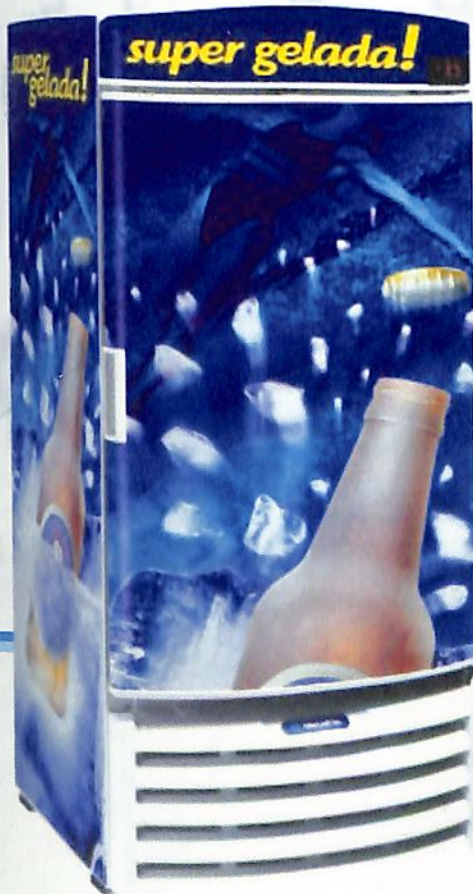
A pesquisa aponta que a maioria das famílias maringaenses reside em imóvel próprio, com 61,6% do total.

As famílias que ocupam imóvel alugado representam 28,7%. Já as famílias que residem em imóvel financiado perfazem 3% da amostra.

Dos entrevistados, 14,5%, ou seja, cerca de 15 mil famílias, pretendem fazer negócios imobiliários (compra, venda ou troca), sendo que deste total, 11,7% desejam comprar um imóvel ainda neste ano. A maioria dos entrevistados que pretende comprar um imóvel (65,4%) deseja investir de R\$ 50 mil a R\$ 150 mil.

De acordo com o presidente

da Central de Negócios Imobiliários, Marco Tadeu Barbosa, os imóveis de até R\$ 200 mil, em especial de R\$ 50 mil a R\$ 100 mil, estão em falta na cidade. "O mercado não estava preparado para esse cenário de grande procura por imóveis causado pela melhoria da renda e pelas linhas de financiamento para as classes C e D. Com a procura, muitas empresas começam a lançar empreendimentos para atender essa demanda e suprir o déficit imobiliário", diz. ■



*Suas bebidas
na temperatura ideal.*

Brascompeças



Distribuidor Autorizado

Metal frio

Av. Brasil, 711 - Aeroporto
44 3227-1800



Acesse nossa loja virtual
www.brascompeças.com.br

www.acim.com.br

Técnica manual para alívio da dor

URUGUAIO RADICADO NO BRASIL UTILIZA TERAPIA NEUROREFLEXA PARA TRATAR A DOR; METODOLOGIA TEM SIDO APLICADA EM EMPRESAS PARA AUMENTAR A PRODUTIVIDADE DOS FUNCIONÁRIOS

O alívio da dor por meio de uma técnica que usa as mãos. Esta é a proposta das terapias neuroreflexas, que são usadas por Ramón Angel Tambucho Conde no atendimento aos pacientes. A técnica é aplicada em diversos pontos do corpo para estimular reações para o restabelecimento da energia. Não há contraindicação nem efeitos colaterais.

Ramón, como é conhecido, aprendeu a terapia com um mestre chinês (Tho Fan Chu) e, desde então, aplica o conhecimento em pacientes que atende nos consultórios localizados em São Paulo, Londrina, Maringá e Arapongas. A maioria dos pacientes (ao longo da carreira, ele atendeu mais de 187 mil pessoas) procura o professor com problemas na coluna, hérnia de disco e problemas no joelho, mas não são incomuns cefaleia e artrose.

Depois de anos de trabalho, o professor desenvolveu uma placa de borracha (já patenteada) para produzir estímulos que proporcionam pontos de descarga de energia e, conseqüentemente, o alívio da dor. No futuro, essas placas deverão ser comercializadas.

As terapias neuroreflexas e as placas terapêuticas estão sendo usadas para melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores e gerar aumento da produtividade em diversas empresas. Um profissional da clínica Teder, que tem Ramón como diretor, realiza um trabalho personalizado junto aos funcionários, determinando o tempo de uso e em quais locais do corpo a placa deve ser pressionada (mãos, cotovelos e pés, por exemplo). “O ideal é que a técnica seja usada entre três e cinco dias por semana”, aconselha o professor. Em cada empresa, é instalada uma cadeira de massagem e uma maca para que os funcionários possam fazer a terapia. “O resultado do trabalho é o desaparecimento da fadiga física e mental”, garante ele, que acrescenta que os profissionais da Teder foram capacitados para aplicar a técnica.



Ivan Amorim

RAMÓN TAMBUCHO É ESPECIALISTA EM TERAPIAS NEUROREFLEXAS, QUE ELE APRENDEU COM UM MESTRE CHINÊS

O professor Ramón

Ramón Tambucho é uruguaio e mora no Brasil desde 2001. Sua rotina inclui meditação por duas a três horas diárias e uma alimentação saudável. Ele tem entre seus pacientes empresários bem-sucedidos, apresentadores de televisão e público em geral.

RESIDENCIAL YANO GARDEN: UM NOVO ESTILO DE VIDA, A 200M DO PARQUE DO INGÁ

A DESIGN Empreendimentos completou 35 anos de intensa atividade em empreendimentos bem sucedidos. Para comemorar, lança a construção de seu centro administrativo com pavilhão decorados, espaço gourmet e eventos para clientes e colaboradores e amplo estacionamento para clientes. Prepara também uma série especial de empreendimentos embasados na experiência, tecnologia e design aplicado como diferencial, e com muita inovação. Constrói em ritmo acelerado os empreendimentos YANO Garden e o ICON Residences. O Yano Garden tem como proposta "UM NOVO ESTILO DE VIDA", por se tratar de um empreendimento residencial implantado em um terreno de 4.680 m² com um verdadeiro clube em sua área comum.

Todas as faixas etárias foram contempladas em sua extensa área de lazer, com praça e gazebo; quiosques com churrasqueiras; quadra de esportes; parque infantil; pista para bicicleta; parque aquático; sauna; SPA; academia Rebook de ginástica; salão de jogos; brinquedoteca; dois salões de festas. O Yano Garden oferece flexibilidade de planta, proporcionado pelo sistema de parede técnica Dry Wall, tecnologia que proporciona melhor isolamento acústico e qualidade de acabamento.

Os apartamentos de 3 dormitórios (1 suíte) com 89 m², privativos e 141,90 m² de área total com ampla sacada com churrasqueira, 2 vagas



de garagem, localizado em região de grande valorização entre o Parque do Ingá e Cesumar, é mais um sucesso de vendas da Design.

Com previsão de entrega da 1ª Torre em setembro de 2011, a obra apresenta um ritmo acelerado, chamando a atenção pelos equipamentos e sistema utilizados,

podendo ser acompanhada através do site www.construtoradesign.com.br. As últimas unidade disponíveis estão sendo comercializadas na Central de Decorados no próprio local, com plantões inclusive aos sábados, domingos e feriados - fone 44 3226-8144.

Área nobre de alta valorização



APARTAMENTO DECORADO NO LOCAL Av. Gurucaia, 565 - Maringá

Informação que gera eficiência

COM CONTROLES E SISTEMAS INFORMATIZADOS, AS EMPRESAS AVANÇAM NA GESTÃO DE LOGÍSTICA, REDUZEM CUSTOS E TORNAM-SE MAIS COMPETITIVAS; SEGUNDO ESPECIALISTA, ELIMINAR GARGALOS E ADOTAR SISTEMAS INTEGRADOS DE LOGÍSTICA PODEM REDUZIR EM 30% OS CUSTOS

Há 13 anos no ramo de farmácias e há dois anos e meio em seu próprio negócio, Paulo Rodrigues dos Santos, proprietário de duas lojas da Drogão da XV, em Maringá, percebeu a necessidade de um controle mais adequado de logística. É com um caderno e caneta que Santos faz o controle das compras, vendas e até da quilometragem e do gasto de combustível dos funcionários entregadores de medicamentos. “Compra de farmácia não é fácil, pois cada produto tem uma programação de datas: 21 dias para perfumarias, 28 para fraldas, de 25 a 60 para medicamentos. É pesado ter que acompanhar tudo sozinho, manualmente”, diz.

O empresário começou a migrar para os sistemas informatizados, mas ainda procura por um *software* com o qual consiga programar as compras e se livrar de vez do caderninho. “Perco um tempo que poderia ser usado para outras funções na empresa”, conclui.

Para Jayme Sandri Filho, professor de Logística da Faculdade Cidade Verde, controles manuais abrem espaço para uma série de problemas que atrapalham o fluxo empresarial. “Gera perda de estoque e as compras são feitas a olho.

Com isso, o capital de giro estará sendo gasto em estoque, quando poderia estar girando”, explica Sandri.

A saída para o empresário é a informatização e a compreensão sobre a importância da gestão de logística. O especialista explica que todo o processo, desde a formação do produto até a entrega ao consumidor final, precisa estar integrado. Para que o responsável pela próxima fase da produção ou distribuição de um produto saiba o que ocorreu na fase anterior e o que vai ocorrer adiante, um fator é indispensável: informação. “No fluxo de material, é preciso que haja o dado correto. Não importa o tamanho da empresa, o que importa é o tamanho da informação”, destaca Sandri.

A logística começa com o pedido feito pelo cliente, na qual o funcionário pode salvar o processo inteiro se alimentar o sistema com informações corretas sobre o produto: quantidade, tipo, características, forma de pagamento, prazo de entrega, entre outros. Quanto mais precisa a informação, melhor será a gestão da empresa e a facilidade em identificar eventuais gargalos. Onde há informação, há sistemas



Ivan Amorim

O CADERNO E A CANETA PARA CONTROLAR AS COMPRAS E AS VENDAS DO DROGÃO DA XV DEVERÃO FAZER PARTE DO PASSADO, JÁ QUE O EMPRESÁRIO PAULO DOS SANTOS ESTÁ MIGRANDO PARA O CONTROLE INFORMATIZADO

para controlá-las. “Logística passa necessariamente por investimento, seja em sistemas de informação, em equipamentos ou em pessoas”, aponta Sandri.

O especialista comenta que as empresas em geral abandonaram os sistemas de informação mais simples, baseados em planilhas para cada departamento, e passa-



intercâmbio entre empresas”, cita Sandri, para os casos de integração em que uma empresa consegue acompanhar o andamento de seu pedido na unidade fornecedora, que compõe sua cadeia de suprimento.

Investimentos na melhoria da gestão de logística não são feitos por acaso. Para o especialista, a motivação é simples: redução de custo. “O uso de sistemas integrados de logística e a superação de gargalos reduzem, em média, 30% do custo para as empresas”, avalia o professor. Há ainda ganhos de eficiência e consolidação da marca que não podem ser completamente medidos. “Esses sistemas geram relatórios, que fornecem uma série de indicadores com mais rapidez”, explica Sandri. “Com esses dados, é possível fazer um mapeamento da empresa, identificar eventuais problemas, treinar pessoas e qualificar o processo”, acrescenta.

GANHO DE TEMPO

No primeiro trimestre de 2010, houve um investimento considerável em logística na indústria maringense Telhaço, que fabrica e revende produtos de aço aplicados em estruturas metálicas, como telhas galvanizadas, perfis e chapas lisas. Com a instalação de um sistema de informação integrado e a aquisição de leitores ópticos e impressoras térmicas, que imprimem informações em códigos de barras, a empresa teve um salto de eficiência. A Telhaço também investiu em equipamentos de armazenagem e movimentação. “Em alguns processos, reduzimos em até 90% o tempo gasto”, diz o gerente de logística, Tarcísio Carlos dos Santos.

O maior ganho de eficiência foi registrado nos setores de produção e de expedição dos materiais. No lugar de um funcionário para checar e anotar as informações sobre os

ram a utilizar os sistemas integrados, conhecidos como ERP, sigla para Enterprise Resource Planning. São sistemas mais adequados para a gestão de logística, pois reúnem informações sobre todos os aspectos da empresa, desde o financeiro, o material até os recursos humanos. Sistemas integrados são essenciais tanto para o controle interno da empresa, na identificação de eventuais custos desnecessários e perdas de eficiência em determinados setores, até para o controle externo, para empresas que possuem acionistas e precisam prestar contas sobre a atividade.

Estes sistemas também representam oportunidades de negócios. “Eles permitem até mesmo o



PARA O PROFESSOR JAYME SANDRI FILHO, “LOGÍSTICA PASSA NECESSARIAMENTE POR INVESTIMENTO, SEJA EM SISTEMAS DE INFORMAÇÃO, EM EQUIPAMENTOS OU EM PESSOAS”



Ivan Amorin

O INVESTIMENTO EM UM SISTEMA DE INFORMAÇÃO INTEGRADA E EM LEITOR ÓPTICO TROUXE MAIS EFICIÊNCIA PARA A TELHAÇO, DE ACORDO COM O GERENTE DE LOGÍSTICA, TARCÍSIO DOS SANTOS

produtos numa planilha, item por item, o material entra na cadeia de produção com os códigos de barra impressos, que depois são reconhecidos pelo leitor óptico. Com a redução de tempo, a empresa conseguiu melhorar os indicadores de produtividade e o tempo total de produção. “É o tipo de aplicação de retorno constante, com resultados significativos em curto prazo. A empresa se tornou mais ágil e mais flexível”, afirma Santos.

Os 25 funcionários da Telhaço tiveram que passar por treinamentos para se adequar às modificações nos processos e a informatização integrada deu à empresa mais competitividade no mercado. “O nível de informação permite que um parceiro consulte seu estoque na empresa e acompanhe os pedidos em tempo real”, cita Santos. “As mudanças na logística interna

melhoraram em 100% nosso nível de serviço para os clientes e parceiros e a qualidade da informação nos controles dos produtos”, acrescenta.

FATORES EXTERNOS

Não adianta ter investimento e gestão de logística dentro da

Ivan Amorin



empresa se, da porta para fora as condições de distribuição e recebimento não estão adequadas. É o que ocorre com o setor de transportes, que convive há décadas com estradas em condições ruins, alto custo de operação e estruturas de distribuição e recebimento abaixo da demanda.

O presidente da Transcocamar, Afonso Shiozaki, afirma que em 15 anos, a participação dos combustíveis sobre o custo final das operações de transporte subiu de 20% para 46%. “Este é um fator externo e está relacionado aos altos tributos brasileiros, que oneram tudo”, afirma Shiozaki. Ele revela também que os custos com pedágio chegam a representar 14,5% do custo das operações. “O governo não investiu adequadamente em rodovias. Vejo o pedágio como um mal necessário, pois nas estradas não pedagiadas as condições do asfalto são muito ruins”, avalia Shiozaki.

Para o transportador, no entanto, nenhum fator é mais lesivo para as operações quanto a situação atual

EM 15 ANOS, O GASTO COM COMBUSTÍVEL PASSOU DE 20% PARA 46% E O CUSTO COM PEDÁGIO CHEGA A 14,5% DO VALOR DAS OPERAÇÕES DE TRANSPORTE RODOVIÁRIO DA TRANSCOCAMAR, DIZ AFONSO SHIOZAKI

dos portos brasileiros. Os veículos da Transcocamar utilizam, principalmente, os terminais de Santos e Paranaguá. Depois de dez horas de viagem, as filas para descarregar produtos no porto podem prender o veículo por até 36 horas. "No tempo que o caminhão fica parado no porto, poderia estar fazendo uma segunda viagem", diz Shiozaki. "Além disso, se a espera passar de 24 horas, a empresa precisa gastar com estadia para o caminhoneiro, então o custo começa a disparar", destaca.

A Transcocamar trabalha com uma frota de 430 veículos, que geram um faturamento anual de R\$ 180 milhões. Noventa e três por cento da frota é terceirizada e os gastos com manutenção ficam

por conta dos proprietários dos caminhões. Cerca de 60% da carga transportada é de açúcar, principalmente do noroeste e norte do Paraná, as demais cargas geralmente são de laranja, álcool, soja e milho. A empresa atende produtores do Paraná, São Paulo, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Goiás e Minas Gerais. Um frete entre Maringá e Paranaguá custa, em média, de R\$ 68 a R\$ 70 por tonelada de carga.

Shiozaki também preside o Sindicato das Empresas de Transporte de Cargas de Maringá (Setcamar), que representa cerca de mil empresas do município - 230 das quais estão filiadas. A maior ação interna de logística realizada pelas empresas foi feita em conjunto por meio

do controle de eficiência dos veículos. O Setcamar adquiriu, há dois anos, um opacímetro, que é um aparelho capaz de medir a eficiência dos motores a diesel a partir da fumaça emitida pelo escapamento. Ligado a um medidor eletrônico, o opacímetro informa, em dez segundos, se o motor está regulado ou se está gastando acima do que deveria. "Identificando os motores desregulados, conseguimos reduzir entre 25% e 30% o custo com combustível, além de contribuir com o meio ambiente", comenta Shiozaki. "Na busca pelo resultado, toda economia é importante e nesse caso, muitos transportadores simplesmente estavam queimando combustível à toa", declara. ■

11 novembro

CURSO **COMO IMPORTAR DA**

CHINA

2ª Edição

PALESTRANTE

Rodrigo Giraldeili

Administrador de Empresas pelo Cesumar (2003) e tem especializações nas áreas de Consultoria Financeira pela UEM (2006) e Gerenciamento de Projetos (2009). Participou de vários cursos de aperfeiçoamento, entre eles, Sistemas de Controle e Redução de Custos (FIA/USP 2006), PM Crash Course (RMC-Washington DC 2008) Consultoria de Campo em Franquias (Grupo Cherto 2008). Atua como consultor empresarial gerenciando projetos nas áreas de gestão empresarial e como trader internacional auxiliando empresas brasileiras a iniciarem seus processos de importação da Ásia, especialmente China. Visitou a China por seis vezes nos últimos cinco anos, conhecendo mais de 15 cidades e participando ativamente na negociação de produtos para mais de 20 empresas em diversos segmentos.

TÓPICOS

- Pesquisa de Fornecedores
- Avaliação de Fornecedores
- Escolha do produto
- Escolha da embalagem
- Meios de Transporte
- Custos de Importação
- Impostos de Importação
- Viabilidade do Projeto
- Fluxo de Caixa necessário
- Check List do Importador
- Métodos de Controle dos processos de Importação

* Aos participantes serão oferecidos material didático, coffee-break e certificado de participação de 8 horas.

INVESTIMENTO

Inscrições até o dia 15 de outubro
Associado ACIM R\$ 200,00
Não-associado ACIM R\$ 250,00

Inscrições após o dia 15 de outubro
Associado ACIM R\$ 250,00
Não-associado ACIM R\$ 300,00

LOCAL

Data: 11 de novembro - Quinta-Feira
Horário: 8h30 às 12h30 e 13h30 às 17h30
Local: Auditório da ACIM
Rua Basílio Sautchuk 388 - Centro

Inscrições e informações pelo telefone
44 3025-9616 (Daiane)
ou pelo e-mail:
eventos@institutomercosul.org.br

REALIZAÇÃO

Instituto MERCOSUL
SEMPRE - PR - BRASIL
Sua ligação com o MUNDO...

APOIO

PRADO GIRALDEILI
GESTÃO EMPRESARIAL

ACIM
Associação Comercial e Empresarial de Maringá

“Estávamos sujeitos ao livre arbítrio dos fiscais”

PRESIDENTE DA ACIM ENTRE 1966 E 1967, RODOLFO PURPUR TEVE COMO PRINCIPAIS DESAFIOS CONDUZIR A CLASSE EMPRESARIAL DURANTE A MUDANÇA DA LEGISLAÇÃO TRIBUTÁRIA BRASILEIRA E A SUBSTITUIÇÃO DO IMPOSTO DE VENDA E CONSIGNAÇÃO PELO ICMS. A DEDICAÇÃO AO ESTUDO DA NOVA TRIBUTAÇÃO, IMPLANTADA PELO REGIME MILITAR, GARANTIU QUE ANOS MAIS TARDE PURPUR SE TORNASSE PROFESSOR DE DIREITO TRIBUTÁRIO E, DEPOIS, REITOR DA UEM.

Ivan Amorim



O SENHOR ASSUMIU A PRESIDÊNCIA DA ACIM, SUCEDENDO JOÃO FARIA PIOLI, QUE PRECISOU SE AUSENTAR POR MOTIVOS DE SAÚDE. QUAIS DESAFIOS ENFRENTOU NA ÉPOCA EM QUE FOI PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL?

A questão dos tributos foi nosso principal desafio, já que a reforma tributária foi muito difícil para ser assimilada pelos empresários. Ela deveria ter sido implantada de forma mais paliativa. Naquela época, as empresas pagavam impostos isolados, taxas e contribuições ao bel prazer dos estados e dos municípios. E foi implantado o Código Tributário Nacional de cima para baixo, sem que tivéssemos muitas informações sobre as mudanças. Outro problema que enfrentamos era em relação à fiscalização do pagamento dos tributos. Estávamos sujeitos ao livre arbítrio dos fiscais, que manipulavam as coisas para poder cobrar mais impostos e imputar uma série de multas. Toda vez que um fiscal entrava na loja, o comerciante ficava apavorado.

COMO FOI O PROCESSO DE CRIAÇÃO DAS COMISSÕES DE ESTUDOS TRIBUTÁRIOS?

Naquela época o contador era uma referência: era bom em previdência social, outro era perito em imposto de renda, outro tinha como foco os impostos. E o Estado era mal administrado. Neste contexto, foi criada uma comissão para tentar melhorar o entendimento sobre os tributos. Os integrantes eram os profissionais de contabilidade considerados os melhores de Maringá. Formamos este “clubinho” para a troca de informações. Em meu escritório mantávamos duas revistas: uma sobre impostos federais e outra sobre impostos estaduais. Então, quando tínhamos dificuldade, nos reuníamos. Isso aconteceu até surgir o Código Tributário Nacional, que organizou tudo. Formávamos um grupo integrado, que trouxe bons resultados no assunto.

NA ÉPOCA ESSA COMISSÃO CONTRIBUIU PARA A FILIAÇÃO DE MAIS EMPRESAS À ACIM?

Não me lembro de números que comprovasse isso, mas acredito que sim, porque em relação à reforma tributária da época, a ACIM era referência e isto trazia novos associados.

O SENHOR FOI PRESIDENTE DA ACIM DURANTE O REGIME MILITAR. COMO ERA A SITUAÇÃO ECONÔMICA DE MARINGÁ NA ÉPOCA? OS EMPRESÁRIOS SOFRERAM REPRESSÃO DOS MILITARES?

Os problemas maiores foram na hora em que o novo regime começou a baixar decretos e leis para criar tributos, que eram alterados sem apreciação das assembleias. Mas em relação à repressão, os empresários não sentiram muito. O regime foi indiferente para o desenvolvimento da cidade.

QUAIS AS PRINCIPAIS CONQUISTAS DA ACIM, QUE NA OPINIÃO DO SENHOR GERARAM IMPACTO NO DESENVOLVIMENTO E CONTRIBUÍRAM PARA O CRESCIMENTO DA MARINGÁ?

Na época em que fui presidente, com certeza foi a questão tributária. Fomos escolhidos exatamente para estabelecer um núcleo que estudasse os tributos. Tanto que por estudar a fundo os impostos, acabei me tornando professor de Direito Tributário na Universidade Estadual de Maringá (UEM). O primeiro depois da criação do Código Tributário Nacional.

O SENHOR FOI REITOR DA UEM APÓS O FIM DA PRESIDÊNCIA DA ACIM...

Como reitor o trabalho foi mais administrativo. Tínhamos algumas divergências com a Secretaria Estadual de Educação, principalmente porque a UEM foi criada, mesmo tendo muitas pessoas sendo contrárias. Não se aceitava uma universidade em Maringá, uma cidade cabocla, ainda pequena. Éramos

olhados com desdém. Foi por causa de uma dessas divergências que larguei tudo e fiquei cerca de 40 dias em casa e neste período a UEM ficou sem reitor.

HÁ QUEM CRITIQUE AS UNIVERSIDADES ESTADUAIS SOB A ALEGAÇÃO DE QUE ELAS PODERIAM SER MAIS PARCEIRAS DA CLASSE EMPRESARIAL. NA DÉCADA DE 1970, QUANDO O SENHOR FOI REITOR DA UEM, A INSTITUIÇÃO ERA PARCEIRA DOS EMPRESÁRIOS?

Primeiro: a existência da UEM se deve muito aos clubes de serviço e à ACIM. A criação da universidade promoveu um progresso grande e valorizou as áreas próximas. Minha nomeação para reitor serviu para criar uma ligação ainda maior com os empresários. Quando havia uma crise na universidade, os diretores da UEM telefonavam para o presidente da ACIM. As lideranças com certeza estavam na Associação Comercial e nos clubes de serviço. Inclusive, acredito que a minha nomeação como reitor se deve ao fato de ter sido presidente da ACIM.

O SENHOR FICOU SOMENTE UMA GESTÃO COMO REITOR DA UEM...

Sou contra o continuísmo. Até queriam que eu permanecesse no cargo de reitor, mas não aceitei. Acredito que era preciso outras pessoas com ideias novas para o cargo. É preciso abdicar da vaidade. Mas me orgulho de ter participado da ACIM e de ter sido um reitor que marcou época.

COMO O SENHOR VÊ A ACIM HOJE?

A imagem da entidade hoje é bem melhor, porque as pessoas entenderam o real papel da associação, que é ajudar e ser um apoio para os empresários. ■

Ardinal Ribas, um homem polêmico

Nascido em Castro, em 1920, Ardinal Ribas foi garimpeiro nos rios Igapó e Tibagi. Ainda jovem iniciou os trabalhos de instalador de cabos telefônicos na Companhia Telefônica Nacional e, em pouco tempo, se tornou gerente da empresa.

Em 1953, ao lado de mais cinco sócios, adquiriu a Sociedade Telefônica do Paraná S/A, em Maringá. Três anos depois Ardinal trouxe sua família para morar na cidade.

A instituição da telefonia automática em Maringá foi um marco na história do Paraná. A cidade foi a primeira do estado a receber a benfeitoria. Apesar de algumas críticas do formato de comercialização do sistema, aos poucos, os cidadãos se deram por satisfeitos, visto que não era mais necessária a presença da telefonista. A partir de então, cada um pôde realizar as próprias chamadas pelo telefone a disco. Em 1967, a Sociedade Telefônica foi incorporada pela TELEPAR (Telecomunicações do Paraná S/A.).

Ardinal Ribas ainda compôs o grupo de sócios majoritários do O Jornal de Maringá e fundou a Telefônica Esporte Clube. O campo deste time ficava onde hoje está o Shopping Cidade.

Na comunidade, Ardinal Ribas participou de diversas entidades. Foi presidente do Grêmio de Esportes de Maringá e vice-presidente da Federação Paranaense de Futebol. Ao lado de outras pessoas, foi um dos responsáveis pela implantação da Faculdade de Direito de Maringá. Nas eleições para a presidência da Associação Comercial de Maringá, no final de 1969, Ardinal fez "bate-chapa" com Ubirajara de Araújo Pismel. Do confronto, Pismel saiu vitorioso.



Em 1967, Ardinal Ribas ao lado de Nelson Hungria, então ministro do Supremo Tribunal Federal



O time de futebol Telefônica Esporte Clube

Ardinal também compôs o cenário político como figura pujante e crítica. Candidatou-se à prefeitura de Maringá, mas, foi derrotado pelo advogado Adriano José Valente. Dois anos depois, sagrou-se o terceiro deputado federal mais votado do Paraná, com 48 mil votos. Esse também foi o momento da maior bancada maringaense composta na Câmara Federal. Ao lado de Ardinal estavam Ary de Lima, Túlio Vargas e Sílvio Barros.

Apesar de integrar a coligação da ARENA (Aliança Renovada Nacional), Ardinal Ribas não compactua-

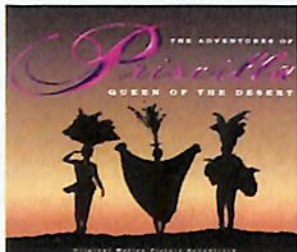
va das opiniões do regime militar. E, geralmente, questionava os projetos impostos pelo governo. Uma das críticas mais polêmicas foi o pedido de abertura de uma CPI para averiguar os gastos com a seleção brasileira na participação da Copa de 1970.

Em 1973, devido a um infarto, Ardinal Ribas morreu no final do mandato na Câmara Federal. Por causa de seus feitos, muitas cidades do Paraná fazem honrarias ao seu nome.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

O Vale a pena
OUVIR

ELAINE GUARNIERI - JORNALISTA



Vários - The Adventures of Priscilla, Queen of the desert

É o CD perfeito para quem gosta de dançar. Traz canções variadas das décadas de 1950 a 1990, de intérpretes como Abba, Gloria Gaynor e Village People. Tem músicas mais animadas e tem também baladinhas românticas. Eu adoro e o CD é uma ótima companhia também para uma viagem.

U2 - The Best of 1980-1990

Para mim essa foi a época áurea da banda irlandesa. Sou fã do U2 desde a década de 1980, talvez por isso tenha marcado tanto. Entre minhas canções preferidas estão "I Still Haven't Found What I'm Looking For" e "Bad". O encarte do CD traz fotos antigas da banda para matar saudade ou para quem não conhece o passado, ter a oportunidade de conhecer. Indicado para ouvir em qualquer lugar.

A Vale a pena
ASSISTIR



ANDRÉIA SANTANA - EDUCADORA FÍSICA

CHOCOLATE - LASSE HALLSTRÖM (2000)

Chocolate é uma boa pedida. Um romance para ser assistido em boa companhia e como sugere o nome do filme, com

uma boa dose de chocolate. Trata-se da história de Vianne Rocher (Juliette Binoche) e de sua filha, que se mudam para uma cidade do interior da França. Lá elas abrem uma loja de chocolates que desperta sentimentos diversos em quem degusta o produto. Em meio a isso, Vianne conhece um misterioso pirata, vivido por Johnny Depp, e acaba vivendo um delicioso romance.

O AMOR NÃO TIRA FÉRIAS - NANCY MEYERS (2006)

Estrelado por Cameron Diaz, Kate Winslet, Jude Law e Jack Black, o filme é um conjunto agradável de uma boa fotografia, uma história de amor comovente, uma trilha sonora envolvente, com pitadas de boas risadas. Em meio a um intercâmbio de casas, dois casais são levados a esquecer o passado e dar outro rumo a suas vidas. Um filme que vale à pena ser visto.

L O que estou
ENDO

JORGE DUARTE GOMES - AUXILIAR DE MARKETING



COMO FAZER AMIGOS & INFLUENCIAR PESSOAS DALE CARNEGIE
COMPANHIA EDITORA NACIONAL
312 PÁGINAS

Num primeiro instante achei que este livro não iria me acrescentar novas ideias, até por ele ter uma aparência antiga e não muito chamativa. Ao ler, percebi que o título do livro é apenas uma consequência de nossas atitudes, ou seja, a obra aborda questões de como devemos agir para obter um ótimo relacionamento pessoal. São pequenos detalhes que podem fazer toda a diferença, principalmente na área profissional. O autor apresenta sugestões de como devemos nos comportar diante de grandes empresários, diretores e gerentes, porque muitas vezes nos demonstramos pessoas arrogantes e insensatas sem que percebamos. Carnegie nos faz parar e pensar justamente nas atitudes corretas que devemos aderir no nosso dia a dia para que possamos ter o maior número possível de relacionamentos pessoais bem-sucedidos.

VERÔNICA MARIANO - JORNALISTA



O HOMEM QUE MATOU GETÚLIO VARGAS JÔ SOARES
COMPANHIA DAS LETRAS
344 PÁGINAS

O Homem que matou Getúlio Vargas é um livro para quem gosta de trama policial. Escrito por Jô Soares, tem doses irreverentes de humor - característica marcante do autor. O livro, que foi lançado em 1998, conta a história de Dimitri Borja Korosec, anarquista especializado em assassinatos políticos. O personagem possui um dedo indicador extra em cada mão, é desastrado e tem facilidade de aprender línguas. Korosec é filho de um sérvio com uma brasileira, que é filha ilegítima do coronel Manuel Vargas, pai de Getúlio. Durante a trama, ele passa por diversos lugares, envolvendo-se em importantes episódios históricos e convivendo com estrelas como Al Capone, Franklin Roosevelt e Getúlio Vargas.

N Vale a pena
AVEGAR

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

<http://www.redeasta.com.br>: trata-se de uma rede de vendas de artesanato, moda e decoração produzidos por artesãos do Rio de Janeiro; no site é possível comprar luminária de cipó de assai, porta vela de cerâmica, bolsas de patchwork, entre outros

<http://revistapegn.globo.com>: reportagens sobre negócios dos mais variados segmentos, oportunidades de mercado, dicas para abrir um negócio e outros assuntos empresariais são encontrados no site da Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios

<http://www.jb.com.br>: depois de mais de cem anos de circulação, o Jornal do Brasil passou a ser publicado apenas no formato digital, desde primeiro de setembro, mas o site já está entre os mais acessados do Brasil; a partir de outubro, para ter acesso a todo conteúdo online, será preciso pagar a assinatura.

Valorize o seu conteúdo

TRANQUILIDADE, BOA EDUCAÇÃO, EMPATIA E UM VISUAL ELEGANTE CONTAM PONTOS EM UMA APRESENTAÇÃO DE NEGÓCIOS

Nada combate mais o nervosismo do que se sentir - e estar - bem preparado para uma apresentação de negócios. Este é o primeiro passo para controlar um provável estresse na véspera do grande dia - o que colocaria muito a perder. Ir fundo ao tema, ler e reler opiniões de especialistas, conferir pesquisas recentes: vale tudo na busca de uma visão global do assunto em questão e se sentir seguro. Mas preparar o conteúdo com antecedência é o que garante tempo extra para você se ocupar de outras questões que envolvem o ritual, como a escolha do melhor traje.

Conteúdo pronto, chegou a hora de tratar de quesitos não menos importantes. Comece a pensar na melhor maneira para se apresentar. O ideal é buscar o equilíbrio e nunca parecer arrogante ou íntimo demais. Na dúvida, seja o mais educado possível, isso garante que a plateia vai começar a prestar atenção em você. Fale seu nome e cite algumas passagens importantes do seu currículo, só as principais e de maneira rápida. Vale muito saber que quem está falando tem experiência, mas é desnecessário enumerar todas suas atividades profissionais dos últimos dez ou 20 anos. Não deixe para improvisar a introdução, porque se você não conquistar as pessoas nos primeiros minutos, vai estar fadado ao insucesso.

Transmitir paixão em suas palavras, sorrir e provocar sorrisos são sempre bons aliados e tão importantes quanto boa aparência.



Ivan Amorim

Claro, se vestir adequadamente vai render frutos melhores do que você supõe. Ao escolher uma roupa, leve em conta o tema que será apresentado, o público, o local e o horário. Para noite e lugares mais conservadores, terno e gravata - ou *tailleur* para as mulheres - e opte por cores mais sóbrias. O importante é que a roupa seja atual, com corte mais moderno, já que esse detalhe revela que o profissional está em sintonia com seu tempo.

Em casos menos formais, os homens devem optar por ternos mais claros e a gravata pode até ser deixada de lado (mas se quiser impressionar, é melhor usar). As mulheres podem apostar na dupla

saia e blusa, nada extravagante, mas saltos altos sempre conferem um visual marcante. Com a roupa escolhida, na véspera jante uma comida leve e tenha uma boa noite de sono. No dia da apresentação, nada de descuidar de detalhes básicos: cabelos bem penteados, perfume na medida certa, homens de barba bem feita e mulheres de maquiagem discreta. Para uma dose extra de confiança, invista em um acessório que chame atenção, como uma bela pasta de couro, um relógio ou uma joia no caso delas. Até porque um pouquinho de luxo faz muito bem para a autoestima.

Dayse Hess é jornalista e especialista em design de moda

CURSOS

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

■ COMO AVALIAR O DESEMPENHO DO COLABORADOR

Instrutora: Daniela Zanuto
Data: 8 a 10 de novembro, das 19 às 23 horas

■ GESTÃO FINANCEIRA E ADMINISTRAÇÃO DE FLUXO DE CAIXA

Instrutor: Jovi Barbosa
Data: 11, 12, 18 e 19 de novembro, das 19 às 23 horas

■ LIDERANÇAS NO CHÃO DE FÁBRICA – A ARTE DE SER ASSERTIVO

Instrutora: Ana Carolina Dallalio
Data: 16 a 18 de novembro, das 19 às 23 horas

■ ANÁLISE DE CRÉDITO VISANDO A REDUÇÃO DA INADIMPLÊNCIA

Instrutor: Braz Ismael Vendramini
Data: 16 a 19 de novembro, das 19 às 23 horas

■ LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO

Instrutor: Tarcísio Marcelo Menezes
Data: 22 a 25 de novembro, das 19 às 23 horas

■ ESTRATÉGIAS E TÁTICAS DE VENDA E DE NEGOCIAÇÃO

Instrutora: Elizabete Willemann
Data: 22 a 25 de novembro, das 19 às 23 horas

■ COMO ENCANTAR CLIENTES ATRAVÉS DO ATENDIMENTO

Instrutora: Jane Eyre Colombo da Cruz
Data: 23 a 25 de novembro, das 19 às 23 horas

■ FORMAÇÃO DE PREÇO DE VENDA

Instrutor: Eduardo Viola Simões
Data: 29 de novembro a 2 de dezembro, das 19 às 23 horas

■ ROTATIVIDADE NAS EMPRESAS

Instrutora: Ana Carolina Dallalio
Data: 30 de novembro a 2 de dezembro, das 19 às 23 horas

■ NEGOCIAÇÃO ESTRATÉGICA

Instrutor: Adriano Cipriano
Data: 6 a 9 de dezembro, das 19 às 23 horas



Ivan Amorim

ASSOCIADO DO MÊS

Presente em Maringá desde março deste ano, o Instituto da Costura foi idealizado pelo grupo Microlins e pelo estilista Ricardo Almeida e está no mercado desde 2008. Trata-se de uma empresa profissionalizante, com foco na capacitação de profissionais para trabalhar em diversos segmentos da moda. Segundo a proprietária da unidade local, Fabiana Menghini, a empresa conta com cerca de cem alunos, inscritos nos cursos de costureiro polivalente industrial e modelagem básica industrial, que participam de aulas individuais. “Em breve iremos oferecer especializações para profissionais da costura e para os modelistas”, adianta.

O Instituto da Costura é filiado à ACIM há pouco mais de dois meses e segundo Fabiana, o que levou a empresa a se associar foi a importância da entidade no contexto empresarial. “Não há como imaginar uma empresa competitiva que não esteja inserida numa entidade forte e atuante da cidade”, diz. Ela conta que o Instituto está utilizando a consulta de proteção ao crédito e os resultados têm sido positivos. “O que mais me motiva é a certeza que nos consolidaremos no mercado com o apoio e o incremento de produtos e serviços de uma associação forte como a ACIM”, finaliza.

O Instituto da Costura está localizado na avenida Duque de Caxias, número 579, sobreloja, zona 01. O telefone de contato é o (44) 3041-4774. Para mais informações, é possível também acessar o site www.institutodacostura.com.br

JOGOS PARA JOVENS EMPREENDEDORES

Maringá sediará a quarta edição dos Jogos de Jovens Empreendedores do Paraná (Jojep's), que acontecerá nos dias 23 e 24 de outubro, nas instalações do Centro Universitário de Maringá (Cesumar). São esperados 150 jovens de diversos municípios paranaenses, que disputaram tênis de mesa, sinuca, basquete trio, futebol, vôlei misto, entre outras modalidades. Os três primeiros colocados de cada modalidade serão premiados. O evento tem organização do Copejem.

HOMENAGEM

Já estão sendo comercializados os convites para a cerimônia de entrega do prêmio Jovem Empreendedor a Charles Piveta Assunção, da Strut. A homenagem será em 28 de outubro, no Clube Hípico, em Maringá, a partir das 20 horas. O convite custa R\$ 55. Assunção receberá o prêmio do Copejem e foi escolhido por uma comissão composta por representantes da ACIM, Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), Sindicato dos Jornalistas, prefeitura, Câmara Municipal, Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) e Maringá e Região Convention & Visitors Bureau. A comissão o escolheu, por votação secreta, entre os três nomes que receberam maior número de indicações, de acordo com 12 entidades que participaram da primeira fase do processo de escolha.

O homenageado é advogado e empresário, e investe no mercado da moda em couro, atuando desde a produção da matéria-prima à venda do produto acabado em lojas próprias, a Strut, que tem filiais em Maringá, Londrina e São Gabriel do Oeste/MS. Assunção também comercializa couros de carneiro e avestruz no atacado, é sócio do Frigorífico Strut, em Campo Grande, e cria avestruzes.

Ivan Amorim



GERENCIAMENTO E LIDERANÇA

A ACIM e o Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alimentícios do Paraná (Sinca/PR) realizaram um workshop sobre gerenciamento e liderança. Foi no dia 30 de setembro no auditório do CREA. A participação foi gratuita. O palestrante foi Jair Santos, que discutiu o papel do gestor, líderes que aprendem e ensinam com os erros, administração do tempo, gerenciamento de resultados, entre outros.



Ivan Amorim

PALESTRA NO COPEJEM BUSINESS

O assessor de Relacionamento com investidores da Eternit, Rodrigo Lopes da Luz, esteve em Maringá, no dia primeiro de outubro, para proferir uma palestra no Copejem Business. Aos participantes, ele falou sobre “uma visão geral sobre a empresa Eternit”, que é líder nacional no mercado de fabricação de telhas e caixas d’água, contando com mais de 1,4 mil colaboradores. A participação foi gratuita.

A MARCA DO MILÉSIMO

O Notícias ACIM completou, em 28 de setembro, a milésima edição. Trata-se do informativo eletrônico da Associação Comercial enviado de segunda a sexta-feira para mais de dez mil contatos, incluindo empresas e comunidade em geral.

O informativo foi criado em julho de 2006 para manter empresários e associados informados sobre diversos assuntos como economia, notícias da ACIM, previsão do tempo, entre outras.

Quem tiver interesse em receber o Notícias ACIM pode se cadastrar no site www.acim.com.br, é só preencher o e-mail no link do “Notícias ACIM”, localizado no canto direito da tela. Mais informações pelo 0800 600 9595. As notícias que compõem o informativo também podem ser encontradas na página inicial do site.



O desafio da UEM é responder às demandas sociais sem perder a identidade

A UNIVERSIDADE DEVE DISPOR DE UM BANCO DE DADOS ATUALIZADOS DOS EGRESSOS DE SEUS CURSOS, VISANDO A CONTRIBUIR COM O REPASSE DE INFORMAÇÕES PARA O MERCADO DE TRABALHO – EMPRESAS PÚBLICAS E PRIVADAS, ONGS, SINDICATOS, ASSOCIAÇÕES, ENTRE OUTROS

Atualmente somente 12% dos jovens entre 18 e 24 anos estão matriculados no ensino superior e a discussão ampla acerca dos desequilíbrios e das injustiças que marcam o acesso ao ensino superior representa um ganho.

O desafio da UEM, assim como das demais universidades públicas, é responder às demandas sociais sem perder sua identidade. As novas modalidades de ensino, como a distância e os mestrados profissionais, representam um desafio que a universidade vem enfrentando com excelência.

A UEM possui 63 cursos de graduação (presenciais e a distância), 30 programas de mestrado e 17 de doutorado. O crescimento da universidade quanto ao número de oferta de vagas e os esforços devem continuar para garantir a consolidação dos cursos existentes e dotá-los da infraestrutura necessária.

Os próximos anos devem ser de ações para criar e consolidar, por exemplo, a Divisão de Apoio Didático-Pedagógico da Pró-Reitoria de Ensino; fomentar a política de estruturação de infraestrutura para o funcionamento dos colegiados de cursos; continuar o investimento no Programa Kit Sala de Aula, laboratórios de ensino e em outras mídias consideradas básicas para as disciplinas da graduação; ampliar e atualizar o acervo bibliográfico para atendimento da demanda dos cursos de graduação; criar um fórum composto por coordenadores de cursos e especialistas em ensino a distância para propor suas políticas; ampliar o espaço físico do Programa Interdisciplinar de Pesquisa e Apoio aos Excepcionais (Propae) e apoiar o conjunto de ações didático-pedagógicas para alunos com exceções educacionais especiais; ampliar a acessibilidade de mobiliário, de instalações e de urbanização do câmpus sede e regionais.

É imprescindível, ainda, manter forma alternativa de seleção dos futuros estudantes da UEM, com a implantação do Processo de Avaliação Seriada (PAP). Outra dimensão a avaliar corresponde àqueles que já ingressaram na universidade, sendo necessário o aprimoramento de políticas universitárias para evitar a evasão. Por isso, entre outras ações, é fundamental garantir as condições necessárias à continuidade do Programa de Formação Inicial para os Estudantes de Graduação (Proinicio), com ampliação do número de bolsas concedidas pelo programa, e a construção da Casa do Estudante, programas de mobilidade internacional da graduação e avaliação e supressão da evasão dos alunos de graduação.

E, finalmente, em uma terceira dimensão, a universidade deve dispor de um banco de dados atualizados dos egressos de seus cursos, visando contribuir com o repasse de informações para o mercado de trabalho – empresas públicas e privadas, ONGs, sindicatos, associações, entre outros, por meio do Programa Conexão UEM para alunos egressos.

Os 40 anos de existência da Universidade Estadual de Maringá têm mostrado o quão acertada foi a iniciativa de sua criação, voltada para o grande projeto de interiorização do desenvolvimento do Paraná. Reconhecemos que os avanços devem-se, principalmente, ao esforço e ao comprometimento dos nossos docentes e agentes universitários. A busca pela capacitação técnica e pelo desenvolvimento humano é uma marca da nossa instituição e, a partir dela, devemos continuar estimulando ações que valorizem e priorizem o reconhecimento dos servidores, buscando a humanização nas relações de trabalho.

Júlio Santiago Prates Filho é reitor eleito da UEM para a gestão 2010 – 2014

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 47 Nº 503 OUTUBRO/2010
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, Miguel Fernando Perez Silva, Sérgio Gini, Walter Thomé Júnior

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Giovana Campanha MTB 05255

COLABORADORES
Giovana Campanha, Ivy Valsecchi, Murilo Gatti, Vanessa Bellei, Verônica Mariano, Vinicius Carvalho

EDITORIAÇÃO
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Giovana Campanha
Helmer Romero
Sérgio Gini

CAPA
Adriana Santarozza

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

FOTOS
Ivan Amorin, Divulgação e O Diário do Norte do Paraná

CTP E IMPRESSÃO
Gráfica Regente

CONTATO COMERCIAL
Altair Galvão
9972-8779
aapgalvao@hotmail.com

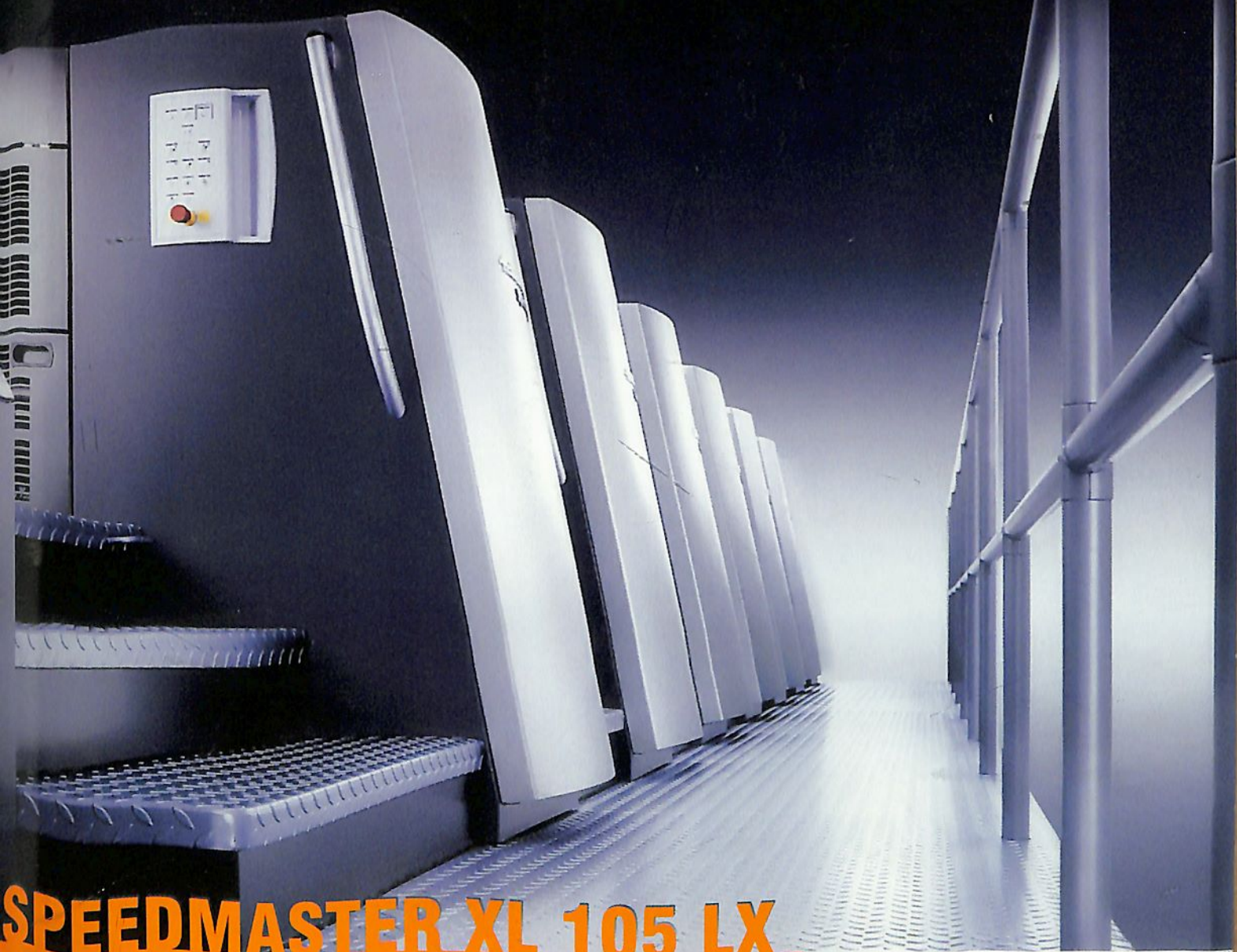
ESCREVA-NOS
Rua Basílio Sautchuk, 388
Caixa Postal 1033 Maringá - Paraná
CEP 87013-190
e-mail: revista@acim.com.br

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: Massimiliano Silvestrelli

Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM

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

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



SPEEDMASTER XL 105 LX

Somente as **GRANDES GRÁFICAS** chegam a um formato como esse!

A AQUISIÇÃO DESSA NOVA MÁQUINA COM FORMATO DE IMPRESSÃO DE **105x75cm, 5 CORES + VERNIZ**, (A ÚNICA DO SUL DO BRASIL) VEM CONSOLIDAR A GRÁFICA REGENTE ENTRE AS MAIORES E MELHORES GRÁFICAS DO PAÍS.



GRÁFICA REGENTE

FONE: (44) **3366-7000**
 Av. Paranavaí, 1146 - CEP 87070-130 - Maringá - PR
www.graficaregente.com.br

S24

ATENDIMENTO 24 HORAS
DOMICILIAR E EMPRESARIAL

Tenha um
atendimento
diferenciado,
seja em **casa**
ou no **trabalho**

energybrasil.com.br

ANS - nº 31526-5



**Atendimento
Pré-Hospitalar
de Urgência
24 horas**

Você tem outros assuntos para se preocupar, deixe sua saúde por nossa conta. Em caso de emergência médica, através do **S24**, você e sua família podem ser atendidos em casa ou no trabalho, por uma equipe completa e especializada.

Disponível para **beneficiários PAM** nas cidades de Maringá, Sarandi, Marialva, Paigandu e Mandaguçu.

Ligue: (44) 3218.1530 e receba mais informações.



Mais que Plan
de Saúde

www.dr pam.c