

Revista

ACIM

www.acim.com.br

ISSN 1981-1926



00507

Março/2011
R\$ 5,00 - Ano 48

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



IMPORTAÇÃO

Câmbio e alta tributação impulsionam a compra de manufaturados de outros países, em especial da China; o cenário é um risco à indústria nacional?

Entrevista

Como conquistar o consumidor de baixa renda?
Para o publicitário Renato Meirelles, não adianta empurrar produto barato

Compras coletivas

Os descontos são o chamariz dos sites de compras coletivas; para os empresários, é uma chance de cativar clientes



Mulher é viver mil vezes em uma vida.

Ser mulher é viver 1000 vezes em 1 vida, lutar por causas perdidas e sair vencedora. Um mundo complexo, sem limites, enigmático, conturbado, porém fantástico. As maiores riquezas estão dentro de si mesma!

Ser nobre, perdoar sempre, criar poesia, lutar por um mundo mais justo. E ser feia e bonita, ver-se pelo avesso, olhar-se pelo espelho. Nos seus olhos e pensamentos que se rendem ao amor e à dor ficam as lembranças de uma vida bem vivida.

PAM Saúde – homenageando as mulheres que engrandecem o lugar onde vivem.

*8 de Março
Dia Internacional da Mulher*



www.drppam.com.br



“ Os micro e pequenos negócios foram responsáveis pela geração de 72% dos 2,5 milhões de empregos criados no Brasil e respondem por 20% do Produto Interno Bruto Brasileiro (PIB).

A força das micro e pequenas empresas

Pela primeira vez o Brasil vai ter um Ministério voltado para às micro e pequenas empresas. O anúncio foi feito pela presidente da República, Dilma Rousseff, no mês passado. A medida é acertada e é um reconhecimento aos maiores empregadores brasileiros. Apenas no ano passado, os micro e pequenos negócios foram responsáveis pela geração de 72% dos 2,5 milhões de empregos criados no Brasil e respondem por 20% do Produto Interno Bruto Brasileiro (PIB).

Mas ainda há muito por fazer. Há um projeto de Lei Complementar (591/10), que altera a Lei Geral para as Micro e Pequenas Empresas e amplia o teto de receita bruta anual das empresas que integram o Simples Nacional. Pelo projeto, o teto será ampliado de R\$ 2,4 milhões para R\$ 3,6 milhões, o que pode aumentar em 500 mil o número de empresas que estão no Simples, segundo o Sebrae. Hoje são 4,7 milhões de empresas que pagam menos impostos e têm outras vantagens graças ao Simples Nacional.

Também é necessário regulamentar a Lei Geral em centenas de municípios. De acordo com o Sebrae, a lei foi regulamentada em 2.783 dos 5.565 municípios brasileiros, que concentram cerca de 69% da população. Aliás, a regulamentação é uma das propostas

da nova diretoria da Faciap, que foi empossada em fevereiro e tem três diretores da ACIM como membros.

A ACIM também tem o objetivo de fomentar os micro e pequenos negócios. Neste mês vamos lançar o Compre ACIM, um shopping virtual que possibilita que as empresas comercializem diversos produtos para consumidores de qualquer localidade do Brasil. O shopping virtual é exclusivo para os associados.

Nós, da Associação Comercial, estamos atentos às mudanças de perfil do consumidor e, por isso, decidimos investir em uma ferramenta voltada para quem faz compras pela internet. Apenas em 2010 foram comercializados cerca de R\$ 13,6 bilhões pela internet, no Brasil, isso sem contar a venda de passagens aéreas, automóveis e leilões online. O novo produto da ACIM é uma oportunidade para ingressar neste mercado virtual e as empresas poderão até ter página na internet. É uma oportunidade principalmente para os micro e pequenos empresários comercializarem seus produtos pela rede mundial de computadores.

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

01 apartamento
por andar



560m² área total
340m² área privativa
53m² terraço gourmet

4 ou 5 vagas de garagem

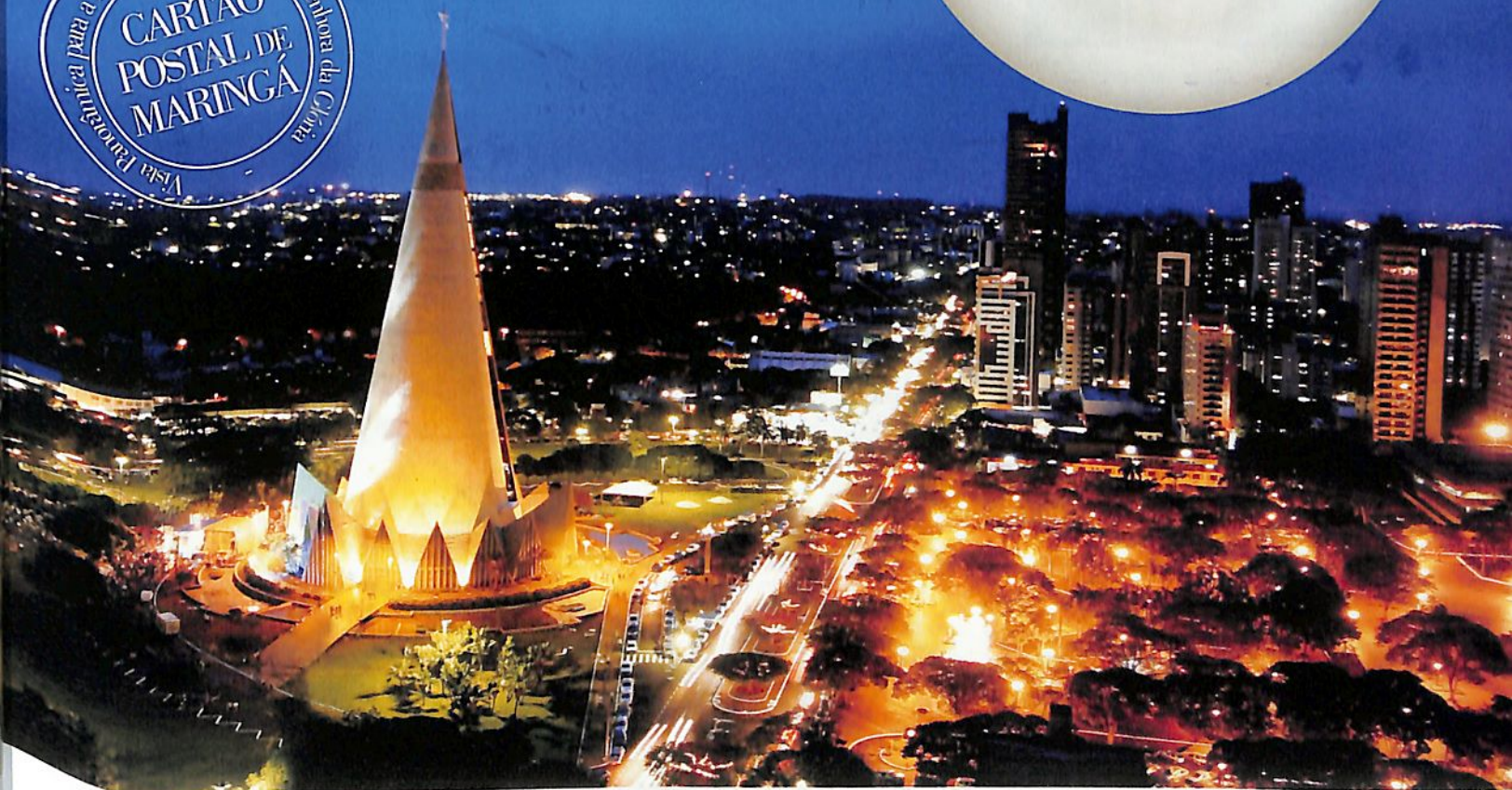
- :: Amplo e sofisticado hall de recepção
- :: Salão de festas no térreo com acesso ao jardim
- :: Salão de entretenimento no mezanino
- :: Sauna, spa, sala de relax e bar no terraço
- :: Espaço fitness
- :: Brinquedoteca
- :: Putting green (mini golf)
- :: Quadra esportiva
- :: Piscina com deck molhado, coberta e aquecida
- :: Play ground completo
- :: Sistema de redução de ruídos e insolação
- :: Uso de energia solar
- :: Captação e tratamento de águas pluviais
- :: Reaproveitamento de águas cinzas (chuveiro)
- :: Guarita com vidros blindados

Avenida Herval c/ Arthur Thomas - Maringá

dos residenciais de altíssimo padrão

atitude

ampla gama de tecnologia incorporada



acrescente este cartão postal ao seu patrimônio

:: simulação da vista panorâmica a partir da sacada do ICON ::

Construção, Incorporação e Vendas Exclusivas:



R. Néo Alves Martins, 1796 - Maringá - Paraná
Fone 44. 3226-3563 | Fax: 44. 3227-2954

Obra em ritmo acelerado, acompanhe pelo site:
www.construtoradesign.com.br



Projeto aprovado pela Prefeitura, conforme Alvará nº. 1048/2009; Incorporação registrada no Registro de Imóveis 1º. Ofício sob o nº. R2/88.897. Os mobiliários, decorações, cores e texturas são meramente ilustrativos. Os materiais de acabamento estão especificados no memorial descritivo anexo ao contrato de compra e venda de cada unidade





ENTREVISTA

O publicitário Renato Meirelles conduziu diversas pesquisas e estudos sobre o consumidor de baixa renda para grandes empresas brasileiras e justamente por isso se tornou um conhecedor dos anseios e desejos dos consumidores da classe C, a "bola da vez" das empresas brasileiras; Meirelles é o entrevistado principal desta edição

7



REPORTAGEM DE CAPA

O tripé alta carga tributária, encargos trabalhistas elevados e dólar desvalorizado não tem sido favorável à indústria nacional e, por isso, muitos empresários têm apostado na importação de produtos acabados; segundo a Fiesp, nos últimos 20 anos a indústria brasileira perdeu quase dez pontos percentuais da capacidade produtiva em relação do PIB

12



CARREIRA

Apesar de terem recebido outras propostas profissionais, alguns colaboradores realmente "vestem a camisa" da empresa e permanecem 20...30 anos no mesmo trabalho; são os "pratas da casa", gente que ocupa a mesma função desde que foi contratada ou que teve oportunidade de ascender na carreira

20



E-COMMERCE

Existem mais de mil sites de compras coletivas no Brasil e, se para o consumidor, é uma oportunidade de comprar produtos e serviços com até 90% de desconto, para os empresários, é uma forma de divulgar a marca, cativar novos clientes e quem sabe fidelizá-los; há diversos sites do gênero em funcionamento em Maringá

24



NEGÓCIOS

Constituir e manter uma empresa poderia ser inviável para diversas categorias de profissionais liberais, mas graças à Lei do Microempreendedor Individual apenas no ano passado mais de 750 mil brasileiros puderam formalizar o negócio; em Maringá são mais de 1,5 mil microempreendedores individuais que pagam menos impostos e passam a ter direitos previdenciários

38

O consumidor emergente é o alvo

Divulgação



QUAL É O PERFIL GERAL DO CONSUMIDOR DE BAIXA RENDA? O VALOR DA PARCELA DA COMPRA DE ITENS DE CONSUMO CONTINUA SENDO PRIMORDIAL PARA ESTE CONSUMIDOR?

É aquele cara que acorda às 5h30 para ir trabalhar, pois geralmente mora longe do trabalho. Quando ainda não adquiriu o seu carro seminovo, ele pega várias conduções para se deslocar até o seu emprego formal, conquistado há poucos anos. Graças ao emprego, este consumidor teve acesso ao crédito, o que permitiu transformar vários dos seus antigos sonhos em metas, como a TV de plasma, a máquina de lavar roupas da mulher, o computador do filho e o sofá novo. Ele percebeu que planejando pode tudo, inclusive viajar de avião pela primeira vez com a família até a Bahia para rever os parentes, bancar a universidade do filho, que já conquistou um emprego melhor e ajuda no orçamento familiar. Este cara é o Brasil de verdade e para ele, pagar parcelado é fundamental para que realize seus sonhos apesar do orçamento restrito.

O CONSUMIDOR DAS CLASSES C, D E E É MAIS FIEL ÀS MARCAS SEGUNDO AS PESQUISAS CONDUZIDAS PELO DATA POPULAR. POR QUÊ?

O consumidor de baixa renda, ao contrário do que se imagina, é muito exigente. Como tem o orçamento restrito, não pode se dar ao luxo de errar na hora da compra. Se comprar um pacote de feijão ruim, por exemplo, será obrigado a consumir este feijão durante todo o mês, juntamente com a família. Ao contrário do consumidor do topo da pirâmide, que quando compra um feijão ruim, joga fora e compra

A AFIRMAÇÃO É DO PUBLICITÁRIO RENATO MEIRELLES: "A CLASSE C DEIXOU DE SER NICHOS DE MERCADO HÁ MUITO TEMPO, HOJE ELA É O PRÓPRIO MERCADO E QUEM QUER SER DE MERCADO NECESSARIAMENTE TEM QUE SER LÍDER NA CLASSE C". SÓCIO DO DATA POPULAR, EMPRESA ESPECIALIZADA EM PESQUISA, CONSULTORIA E MARKETING SOBRE O CONSUMIDOR DE BAIXA RENDA E QUE DESENVOLVEU TRABALHOS PARA O GRUPO PÃO DE AÇÚCAR, CASAS BAHIA, GRUPO SILVIO SANTOS, ENTRE OUTRAS EMPRESAS, MEIRELLES É AUTOR DO LIVRO "UM JEITO FÁCIL DE LEVAR A VIDA - O GUIA PARA ENFRENTAR SITUAÇÕES NOVAS SEM MEDO", PUBLICADO PELA SARAIVA. NA ENTREVISTA A SEGUIR, ELE FALA SOBRE O PERFIL DO CONSUMIDOR DE BAIXA RENDA, PRINCIPAIS ERROS DOS EMPRESÁRIOS NA COMUNICAÇÃO COM ESTES CONSUMIDORES, FIDELIDADE ÀS MARCAS, ENTRE OUTROS ASSUNTOS - NOTA: DE ACORDO COM O INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), OS CONSUMIDORES DA CLASSE C, TOTALIZAVAM, EM 2008, 48,4% DA POPULAÇÃO, A CLASSE D TINHA 17,9% DE REPRESENTANTES E A E, 1,6%. SEGUNDO O CRITÉRIO BRASIL, CONCEITO DE CLASSES ECONÔMICAS DEFINIDO PELA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE PESQUISA (ABEP) E QUE É UTILIZADO PELO IBGE, OS CONSUMIDORES DA CLASSE C2 TÊM RENDA MÉDIA DE R\$ 962 E OS DA CLASSE C1 TÊM RENDA DE R\$ 1.459, EM MÉDIA (DADOS DE 2009):

“Empurrar produto baratinho achando que vai potencializar as vendas é sinônimo de fracasso. O consumidor da classe C é exigente e já descobriu que pode, ele quer comprar e sentir-se bem por ter feito um bom negócio e não ficar no prejuízo, portanto não se importa de pagar um pouco mais.

outro. Essa diferença faz com que o consumidor emergente seja muito mais fiel às marcas do que os das classes A e B. A qualidade do produto cria um vínculo de confiança que dificilmente é quebrado. Neste caso, o consumidor não se importa de pagar um pouco mais se isso garantir que ele e sua família comam um feijão gostoso durante todo o mês e fiquem satisfeitos.

AS EMPRESAS SE COMUNICAM ASSERTIVAMENTE COM OS CONSUMIDORES DE BAIXA RENDA? E COMO DEVE SER ESTA COMUNICAÇÃO: VOLTADA PARA O EMOCIONAL DO CONSUMIDOR, PARA AS DIFERENÇAS DO PRODUTO OU PARA O PREÇO MAIS ATRATIVO?

Costumo brincar que as empresas ainda estão no gerúndio, ou seja, estão tentando acertar, mas a grande maioria ainda peca, principalmente porque acha que o cara da classe C quer ser classe A e, com isso, utiliza os mesmos códigos de linguagens e referências do topo da pirâmide para os emergentes. Há um grande abismo cognitivo que poucos enxergam e essa barreira é responsável pela ineficácia da comunicação. O consumidor C acha o cara do topo da pirâmide um burro, que não sabe valorizar o dinheiro. Ele sim é inteligente, pois faz pesquisas de preço e não compra o produto mais barato, e sim aquele com o melhor custo benefício. A comunicação neste caso deve ser transparente, utilizando as referências e características que fazem parte do dia a dia deste consumidor e que não pertençam a um mundo onde ele não esteja incluído. O empresário precisa ser humilde o suficiente para se reinventar e, para

isso, terá que descer do pedestal e entender o que se passa na comunidade desses consumidores, como eles vivem, como encaram a vida, o que esperam do futuro. Empurrar produto baratinho achando que vai potencializar as vendas é sinônimo de fracasso. Este consumidor é exigente e já descobriu que pode, ele quer comprar e sentir-se bem por ter feito um bom negócio e não ficar no prejuízo, portanto não se importa de pagar um pouco mais.

E QUAIS OS PRINCIPAIS ERROS DAS EMPRESAS EM RELAÇÃO À CONQUISTA DESTES CONSUMIDOR?

Elas insistem em tratar os emergentes como se estes fossem da base da pirâmide, sem contar que ainda há o preconceito de entender estas classes e criar um diferencial para elas. Em uma pesquisa feita pelo Data Popular com executivos verificamos que 70% deles percebem que há um preconceito da sua empresa com o público de baixa renda. E 71% avaliam haver um tipo de resistência interna para lidar com este público.

É VERDADE QUE OS CONSUMIDORES DAS CLASSES C, D E E PREFEREM LOJAS COM CORES MAIS CHAMATIVAS? E EM QUAIS OUTROS DETALHES OS EMPRESÁRIOS PRECISAM INVESTIR PARA CHAMAR A ATENÇÃO DESTES CONSUMIDORES PARA QUE ELES ENTREM NA LOJA?

O consumidor popular é muito ligado à cultura popular brasileira e suas festas típicas, onde a alegria, a música e as cores são fatores predominantes. Este público também costuma se atrair pela repetição auditiva, até porque gosta de compre-

ender a fundo cada produto antes de comprar, e a repetição facilita esta compreensão, principalmente para a porcentagem da população que só estudou até o ensino fundamental. É notável que os jovens emergentes já são presença maciça nas universidades, mas seus pais ainda são menos escolarizados. Só na classe C 68% dos jovens têm mais estudo que os pais, ao contrário da classe A, onde esse número chega até 10%.

VOCÊ AFIRMOU QUE PARA OS CONSUMIDORES DAS CLASSES EMERGENTES “CONSUMIR NÃO É APENAS STATUS, É INCLUSÃO”. POR QUÊ?

Uma vez perguntei para uma jovem da classe A o que era mais importante para ela ao chegar numa festa. Ela me disse que era ser o centro das atenções, chegar e ser notada por todos, estar com uma roupa diferente e ser destaque entre as outras convidadas. Fiz a mesma pergunta para uma jovem da classe C e ela me respondeu exatamente o contrário, queria chegar ao local e que ninguém olhasse para ela, pois só assim se sentiria a vontade por não estar se destoando das demais pessoas. Essa é a grande diferença entre querer exclusividade e inclusão, ou seja, a grande diferença das classes A e C. É natural que tanto um jovem da classe A quanto um da C desejem ter o mesmo tênis, daquela marca X, que é considerada a top de linha. Entretanto, enquanto o cara da classe A manda buscar nos EUA aquele modelo que ninguém tem, o cara da classe C quer o mesmo modelo que seus amigos estão usando.

O CONSUMIDOR DA CLASSE C É PIOR PAGADOR DE CONTAS DO QUE OS DE OUTRAS CLASSES?

Muito pelo contrário, ele se preocupa em honrar suas dívidas e costuma se planejar para isso. Ele aprendeu que mesmo com as asas que o crédito lhe deu, é preciso tomar cuidado para não dar um passo maior que a perna.

COM BASE NAS PESQUISAS DO DATA POPULAR É POSSÍVEL AFERIR QUAL O PERCENTUAL DE PESSOAS DA CLASSE C QUE POSSUEM COMPUTADOR EM CASA? E ESTE SERÁ UM CANAL DE VENDA IMPORTANTE PARA ESTES CONSUMIDORES NUM FUTURO BREVE?

Mais da metade da classe C já possui computador em casa e 40% fazem compras virtuais mensais que variam de R\$ 50 a R\$ 500 e esse número só tende a aumentar. É comum a mãe pedir para o filho pesquisar o preço da geladeira nos sites dos principais varejistas, o que facilita muito a sua vida, pois não precisa gastar tempo "batendo perna" de loja em loja. Aos poucos estes consumidores vão descobrindo a importância do computador em suas vidas.

DADOS DE PESQUISAS LOCAIS DO SEBRAE (QUE DEU ORIGEM AO LIVRO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NO VAREJO, ESCRITO POR LUIZ CARLOS SILVA, GALILEU MAIA E FRANCISCO GIOVANNI VIEIRA) MOSTRA QUE NA CLASSE C É ONDE A MULHER TEM MAIOR PODER DE DECISÃO DE COMPRA. ESTE CENÁRIO SE REPETE NO RESTO DO BRASIL?

Sem dúvidas. A mulher é a grande agente transformadora da classe C e isso ocorre, principalmente, pela sua participação na renda familiar. Enquanto na classe A apenas 25% da renda familiar vem da mulher, na C este valor sobe para 41%.



Divulgação

O ASSISTENCIALISMO GOVERNAMENTAL É UM FATOR IMPORTANTE PARA O CONSUMO NAS CLASSES MENOS FAVORECIDAS?

Os programas do governo, como o Bolsa Família, contribuíram para o aumento do consumo desta população, assim como o aumento dos empregos formais. Só o 13º salário colocou nas mãos das classes D e E o equivalente a 16 meses de Bolsa Família.

AS CLASSES EMERGENTES TAMBÉM VALORIZAM E ESTÃO DISPOSTAS A PAGAR MAIS CARO POR UM PRODUTO FABRICADO POR UMA EMPRESA QUE TEM COMPROMISSO COM O MEIO AMBIENTE E COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL?

O emergente ainda não percebeu o que a sustentabilidade significa e o que isso muda em sua vida. Mas isso é um problema do empresário, que precisa tornar o assunto mais didático e direcionado para que estas classes possam entender. Este cidadão não compreende, por exemplo, porque um caderno de papel reciclado custa o dobro do preço de um tradicional e, sinceramente, isto até eu não entendo.

UM ESTUDO DO DATA POPULAR MOSTROU QUE 88% DAS INTENÇÕES DE COMPRA DE IMÓVEIS NO BRASIL ESTÃO CONCENTRADAS NAS CLASSES C, D E E. OUTRO DADO É QUE DE CADA DEZ CARTÕES DE CRÉDITO, SETE ESTÃO NAS MÃOS DOS CONSUMIDORES DESTAS CLASSES, QUE ANSEIAM POR PRODUTOS DE MAIOR QUALIDADE. QUAIS OS SEGMENTOS QUE PODEM GANHAR MAIS MERCADO COM O CRESCIMENTO DAS CLASSES EMERGENTES?

Todos os segmentos tendem a ganhar com os emergentes se investirem em bons produtos e comunicação eficaz para as classes C, D e E. Alimentos, móveis, eletrodomésticos, automobilístico... A classe C deixou de ser o nicho de mercado há muito tempo, hoje ela é o próprio mercado e quem quer ser de mercado necessariamente tem que ser líder na classe C.

A CLASSE C AINDA TEM MUITO ESPAÇO PARA CRESCER NO BRASIL E ATÉ QUANDO ELA CONTINUARÁ CRESCENDO?

As possibilidades para a classe C são infinitas. De acordo com um estudo nosso, até 2014 a expectativa é que a grande maioria dos consumidores das classes D e E migrem para a classe C, que será predominante.

O CONSUMIDOR DA CLASSE C TAMBÉM SONHA EM SER EMPREENDEDOR? E A PROPENSÃO A TER O NEGÓCIO PRÓPRIO É MAIOR DO QUE EM OUTRAS CLASSES SOCIAIS?

A classe C ainda tem muitos sonhos engavetados para colocar em prática e ter o próprio negócio é um deles. Conheço um casal em que o marido era segurança e a mulher massagista e juntos montaram um salão de beleza. Ele fez um curso de cabeleireiro e ela se aprimorou em outras atividades estéticas. Atualmente eles conseguiram triplicar a renda familiar. Para a classe C, tudo é possível, basta se planejar. ■

NOVAS GESTÕES NO CODEM E NO CONSEG

O empresário Luís Fernando Ferraz presidirá o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) por mais um ano. Ao lado dele, na diretoria, está o empresário Carlos Walter Martins Pedro, que ocupa a vice-presidência, e Ariovaldo Costa Paulo é o secretário. Apenas a chapa encabeçada por Ferraz foi inscrita para concorrer à eleição da nova diretoria e este é o segundo mandato dele, iniciado em 22 de fevereiro. Mais de 40 conselheiros compõem a plenária do Codem, cuja reunião acontece uma vez por mês. Além disso, há sete câmaras técnicas em funcionamento.

No processo eleitoral para a escolha da nova diretoria do Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) também apenas uma chapa foi inscrita e a entidade deverá ser presidida pelo coronel Antônio Tadeu Rodrigues, que há dois anos está à frente do Conseg. A eleição acontecerá em 15 de março, das 17 às 18h30, nas dependências do Conseg, que está sediado junto ao prédio da ACIM. Terão direito a voto, de acordo com o estatuto do Conseg, os integrantes da chapa inscrita (pessoas físicas), representantes de associações de classes, assistenciais e de bairros, além de representante das Polícias Federal, Militar e Civil, Corpo de Bombeiros, Guarda Municipal e Poder Judiciário. A primeira vice-presidência estará a cargo de Milton Tassinari e a segunda vice-presidência será ocupada por Fernando Alves dos Santos.

Divulgação



NOVO GRANELEIRO DA RANDON

A ATDL Distribuidora realizou simultaneamente com 79 concessionárias o lançamento do Graneleiro Randon Linha R. O evento, realizado em 24 de fevereiro na sede da Associação Cultural e Esportiva de Maringá (Acema), reuniu dezenas de pessoas. O novo graneleiro apresenta melhorias em relação a modelos anteriores, como nova traseira com sinaleira em LED, arcos de enlonar diagonais e para-barro antispray. Além disso, tem pintura DuraTech (eletrostática). A ATDL Distribuidora tem 22 anos de mercado e comercializa toda a linha de semirreboque da Randon. "Nossa meta neste ano é aumentar o faturamento em 10% em relação a 2010", conta o diretor administrativo, Gilberto Hideo Siraichi, que ressalta que o grupo ATDL completou 50 anos em janeiro de 2011.

CINCO NOVOS CURSOS DE GRADUAÇÃO

Depois de dez anos oferecendo cursos de graduação na área da saúde, a Faculdade Ingá/Uningá abriu mais cinco cursos em outras áreas do conhecimento: Agronomia, Arquitetura e Urbanismo, Ciência da Computação, Engenharia Civil e Gastronomia. Todos têm turmas no período noturno e diurno e as aulas têm início neste mês. Com exceção do curso de Gastronomia, que é tecnológico e tem duração de dois anos, todos os cursos são de cinco anos. No total, a faculdade oferece 17 cursos de graduação, 36 de pós-graduação na área da saúde e dois de Mestrado (Ortodontia e Prótese Dentária). Fora isso, há 60 unidades de pós-graduação em todo o Brasil.

MAIS EMPRESAS EM MARINGÁ

Segundo a Junta Comercial do Paraná (Jucepar), foram abertas 3.903 empresas e filiais em Maringá no ano passado. O número é 4% maior em relação a 2009, quando foram registrados 3.753. Maringá foi a terceira cidade do Paraná onde mais foram abertas empresas: em Curitiba foram 12.347 e em Londrina, 3.919.

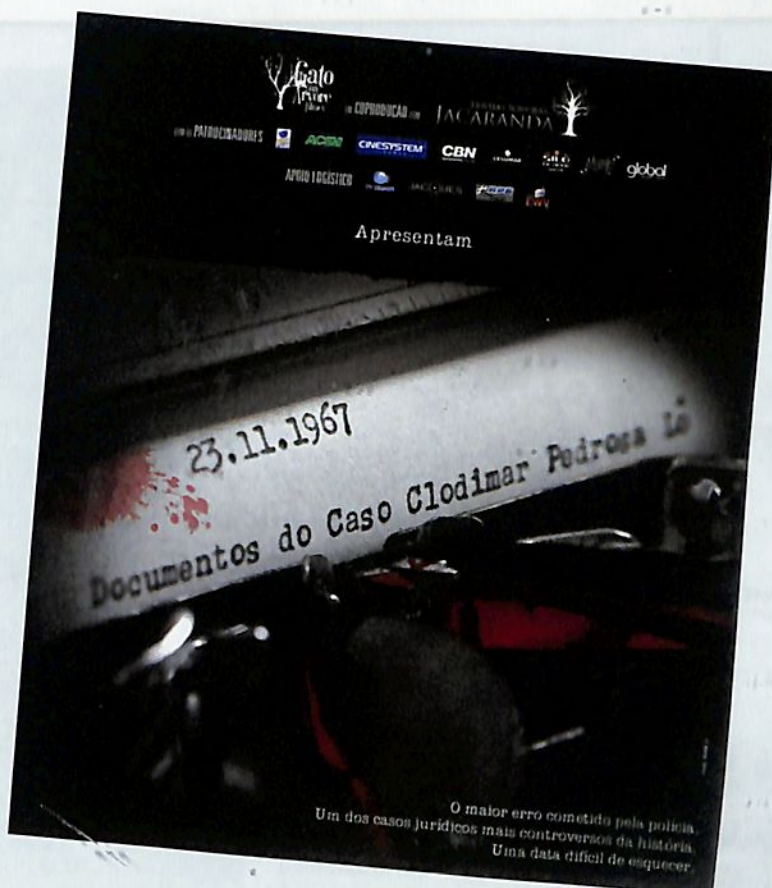
O número de empresas e filiais extintas também cresceu em Maringá: de 1.423, em 2009, para 1.534, no ano passado, ou seja, aumento de 7,8%.

PRODUÇÃO MARINGAENSE NAS TELAS DE CINEMA

Nas salas do Cinesystem será exibido, a partir de 18 de março, um filme produzido em Maringá. Trata-se de "23.11.1967: documentos do caso Clodimar Pedrosa Lô", um documentário que mostra a história do menino nordestino que encontrou uma oportunidade de emprego no extinto Palace Hotel, em Maringá. Acusado injustamente por um hóspede, Clodimar Predosa Lô foi assassinado por policiais. Indignado pela morte de Clodimar, o pai dele, Sebastião, veio de Parambu, no Ceará, para Maringá para se vingar, e como não encontrou os policiais responsáveis pela morte do filho, decidiu matar, à queima roupa e no meio da avenida Brasil, o gerente do hotel, Atílio Farris. Levado três vezes a júri popular, Sebastião foi absolvido.

O documentário foi produzido simultaneamente ao livro "Sala dos Suplícios: o dossiê do caso Clodimar Pedrosa Lô", escrito por Miguel Fernando, e traz entrevistas com familiares, advogados, jornalistas, entre outras pessoas que direta ou indiretamente estiveram ligadas ao caso. O documentário tem cerca de 80 minutos de duração e é uma produção da Gato na Árvore Filmes, que pertence ao diretor de cinema e publicitário maringaense Eliton Oliveira. A coprodução é da Jacarandá Áudio, de São Paulo, e os parceiros são a TV Cidade, RPS Produtora e Jacques Vídeo.

De acordo com Eliton Oliveira, o filme será exibido pri-



meiro nas telas de Maringá e depois nas salas de cinema de Porto Alegre e interior de São Paulo, podendo ser exibido em outras cidades onde o Cinesystem tem salas de cinema. A previsão é que em novembro sejam comercializados os DVDs do filme. "Esperamos uma boa receptividade e bastante interesse do público", diz Oliveira.

NOVOS COMANDANTES

O 4º Batalhão da Polícia Militar (BPM) e 5º Grupamento de Bombeiros (GB) têm novos comandantes desde 17 de fevereiro. O comando do 4º Batalhão está a cargo do tenente-coronel Chehade Elias Geha, em substituição ao coronel Paulo Sérgio Larson Carstens, e o 5º Grupamento tem como comandante o tenente-coronel Cláudio Luiz Zanlucas, que assumiu o cargo de Antônio Luiz Ferreira.

Carstens foi nomeado comandante no final de 2009 e criou, no início da gestão, o grupo Rotam Motos, que tem contribuído para a prevenção e no combate aos crimes. Durante seu comando foram realizadas 792 operações policiais, que resultaram em prisões de pessoas, apreensões de armas, drogas e munições. Já o coronel Ferreira atuou em Maringá por cerca de 20 anos e por sete meses comandou o grupamento, período em que coordenou o curso de formação de sargentos e soldados e fez a aquisição de veículos para serviços operacionais, além de ambulâncias para o Siate.

Na troca do comando, a ACIM, por meio do vice-presidente Antonio Tadeu Rodrigues, entregou placas de agradecimento pelos serviços prestados a Carstens e a Ferreira.

MAIS 12 CURSOS DE GRADUAÇÃO NO CESUMAR

Para suprir a carência de mão de obra do mercado, o Centro Universitário de Maringá (Cesumar) está oferecendo mais 12 cursos tecnológicos, com duração entre dois e três anos. São eles: Construção de edifícios, Sistemas elétricos, Gestão ambiental, Radiologia, Produção publicitária, Design de moda, Design de produto, Segurança privada, logística, Segurança do trabalho, Secretariado e Gestão de eventos. Com exceção do curso de Design de moda, cujas aulas são à tarde, os outros cursos oferecem 50 vagas cada no período noturno. Outra novidade é que a instituição lançou formas de pagamento diferenciadas, para que os alunos possam pagar os cursos em até 54 meses, reduzindo o valor da mensalidade.

NATURALMENTE DO EXTERIOR

SISTEMA TRIBUTÁRIO E ALTOS ENCARGOS TRABALHISTAS IMPULSIONAM IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS, INCLUSIVE POR EMPRESAS MARINGAENSES; PROCESSO PODE LEVAR À REDUÇÃO DA CAPACIDADE DA PRODUÇÃO DA INDÚSTRIA NACIONAL

Os produtos importados atenderam a 21,8% do consumo interno brasileiro em 2010. O número é 3,5 pontos percentuais superior a 2009, segundo a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e é o maior desde que o Coeficiente de Importação passou a ser calculado, em 2003. Trinta dos 33 setores industriais registraram aumento nas importações. Apenas no setor de siderurgia a participação dos produtos estrangeiros cresceu de 9,3%, em 2009, para 16,9%, em 2010. Os dados mostram ainda que do crescimento de 14,2% no consumo dos brasileiros em 2010, 46,8% foi suprido pelas importações.

Apenas as importações de produtos chineses alcançaram US\$ 25,6 bilhões em 2010 - alta de 60% na comparação com 2009. Além disso, o peso da China no total de produtos importados pelo Brasil cresceu, passando de 14%, em 2009, para 15,8%, em 2010.

Quais motivos têm levado os empresários brasileiros a buscar lá fora produtos que poderiam ser produzidos em território nacional? Carlos Walter Martins Pedro, vice-

presidente da ACIM e diretor regional da Federação das Indústrias do Paraná (Fiep), enxerga uma razão principal para o aumento crescente de produtos industrializados no exterior: o sistema tributário nacional. "A tributação sobre o produto é a grande ameaça à desindustrialização do país. Se os produtos brasileiros continuarem perdendo competitividade por conta da injusta tributação, em médio e longo prazos as indústrias deixarão de ter capacidade produtiva, razão de ser de qualquer indústria de qualquer setor", avalia ele, que também preside o Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico de Maringá (Sindimetal).

Num primeiro momento, Martins Pedro explica que as importações limitavam-se aos insumos para os produtos fabricados em território nacional, o que não chegava a ser um problema. O cenário atual é bastante diferente. Ao lado da excessiva carga tributária, os encargos trabalhistas contribuem para a importação de produtos industrializados. "As reformas tributária e trabalhista são funda-



O Diário do Norte do Paraná

A IMPORTAÇÃO DE PRODUTOS ACABADOS É UMA AMEAÇA PARA A INDÚSTRIA NACIONAL; NO ANO PASSADO, APENAS AS IMPORTAÇÕES DE PRODUTOS CHINESES SOMARAM US\$ 25,6 BILHÕES, 60% A MAIS DO QUE EM 2009

mentais para o fortalecimento da indústria nacional", diz Martins Pedro.

Entre as ações desenvolvidas pela Fiep para ajudar o empresário paranaense a encarar a concorrência dos produtos importados, vorazmente alimentada pelos chineses, estão o incentivo à inovação



Em janeiro, China foi maior parceiro comercial

A China foi o principal destino das exportações brasileiras, com 11,66% do total, em janeiro deste ano. Na China também teve origem o maior volume de produtos importados pelo Brasil no primeiro mês do ano, com US\$ 2,344 bilhões, e 15,8% do total.

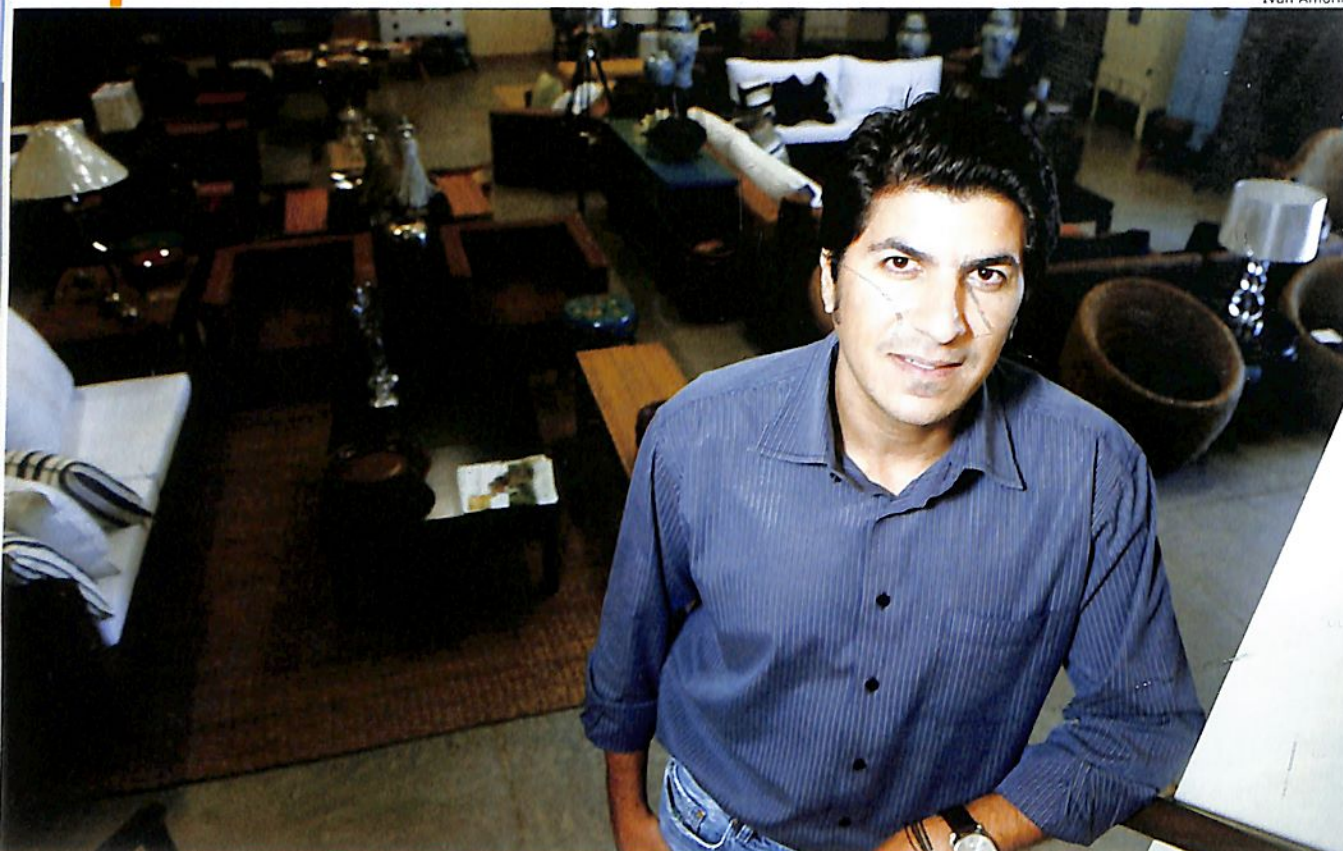
No mesmo período do ano passado, os Estados Unidos foram o país que mais recebeu produtos brasileiros e também a origem da maior parte das importações do Brasil. A participação norte-americana no volume de exportações brasileiras caiu, no período, de 12% para 10,8% e o volume de importações cresceu de 14,6% para 15,4%.

tecnológica, tanto dos produtos quanto das empresas, a melhoria contínua dos processos produtivos para que o produto final possua maior valor agregado e o aprimoramento do design industrial e da qualificação de mão de obra.

De acordo com o dirigente sin-

“SE OS PRODUTOS BRASILEIROS CONTINUAREM PERDENDO COMPETITIVIDADE POR CONTA DA INJUSTA TRIBUTAÇÃO, AS INDÚSTRIAS DEIXARÃO DE TER CAPACIDADE PRODUTIVA”, APONTA CARLOS WALTER MARTINS PEDRO, VICE-PRESIDENTE DA ACIM





SE FOSSE PRODUZIR NO BRASIL OS MÓVEIS QUE A ORGANNE COMERCIALIZA, SERIAM NECESSÁRIOS 100 FUNCIONÁRIOS, MAS COMO OS PRODUTOS SÃO IMPORTADOS A EQUIPE É COMPOSTA POR 10 PESSOAS

dical, se todos estes aspectos do processo produtivo dispensassem melhorias constantes, ainda assim as indústrias brasileiras esbarriam na escala de produção, outro entrave expressivo à maior participação *made in Brazil* no mercado interno.

Do lado do governo, o diretor regional da Fiep espera que em 2011 o debate sobre a necessidade das reformas tributária e trabalhista seja revestido da seriedade e urgência inerentes aos temas, além de um câmbio mais justo. Sem estas medidas, ele acredita que a melhoria da capacidade produtiva do país estará comprometida.

DIRETO DO VIETNÃ

Há pouco mais de um ano e meio no mercado, a Organne Móveis em Fibras Naturais traz da Indonésia, Vietnã e China os móveis que compõem o catálogo da empresa e os comercializa em 13 estados

Em 2010, 46 mil postos de trabalho a menos

Pressionada pelas importações, a indústria brasileira de transformação perdeu R\$ 17,3 bilhões de produção e deixou de gerar 46 mil postos de trabalho em apenas nove meses de 2010. As informações constam em um estudo da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) que mediu o impacto que o processo de perda relativa do setor na formação do Produto Interno Bruto (PIB) apresenta na economia brasileira.

Em dois anos, o chamado Coeficiente de Importação, que mede o porcentual da demanda interna suprido por produtos

vindos do exterior, subiu quase dois pontos. Passou de 19,6%, no acumulado de janeiro a setembro de 2008 (pré-crise), para 21,2%, no mesmo período de 2010. Se o setor não tivesse perdido participação para os produtos estrangeiros, as importações cairiam de R\$ 232,4 bilhões para R\$ 215,1 bilhões, segundo a Fiesp. Ao mesmo tempo, a produção doméstica subiria de R\$ 1,055 trilhão para R\$ 1,072 trilhão. De acordo com a entidade, nos últimos 20 anos, a indústria brasileira perdeu quase dez pontos percentuais da capacidade produtiva em relação do PIB, caindo de 27% para 16%.

brasileiros das regiões sul, sudeste e centro-oeste.

“A principal vantagem de importar o produto pronto é a dispensa de mão de obra. Os impostos incidentes sobre a folha de pagamento encarecem demais o custo da produção”, diz o diretor comercial da Organne, Eduardo Watfe. Caso tivesse optado por fabricar no país a gama de produtos disponíveis para venda, Watfe afirma que seria preciso contratar com funcionários. Em razão da importação, a empresa é tocada com apenas 10% deste total.

As diferenças físicas entre os consumidores dos países de ori-

PROGRAMAÇÃO DE CURSOS DO INSTITUTO MERCOSUL

Março



23, das 8h30 às 17h30

“Aspectos fiscais, administrativos e cambiais nas importações”



24, das 8h30 às 17h30

“Formação de custos nas importações”



23 e 24, das 19 às 22h30

“Classificação fiscal de mercadorias”

Informações: oportunidades@institutomercosul.org.br e 3025-9613

gem e do destino final da importação exigem ajustes ergonômicos nos móveis em relação ao tamanho, profundidade e altura dos assentos. O processo de fabricação é monitorado à distância

para desfazer o estigma de que produtos asiáticos, principalmente chineses, deixam a desejar quanto à qualidade.

Se na indústria nacional, o volume de produção é um dos obstáculos à competitividade da indústria, no caso dos móveis e acessórios de fibra natural o que preocupa é o prazo de entrega. Em média, a fabricação das peças de-

mora 30 dias. A viagem de navio até o Brasil leva mais de um mês. Do desembarque no porto de Paranaguá à nacionalização da carga na unidade alfandegária maringaense se vão mais algumas semanas. Ao



National Business Brokers
Selling Businesses Confidentially

www.nbbrokers.com

69 ESCRITÓRIOS, 26 PAÍSES, 4 CONTINENTES
COLOQUE SUA EMPRESA NO BRASIL, NO MUNDO
CONSULTE OS ESPECIALISTAS NA COMPRA E VENDA DE EMPRESAS.

A NBB apoia empresas e empresários em processos de:

- Compra e Venda de Empresas
- Angariação de Capital ou Sócio Investidor
- Corporate Finance
- Alienação a Fundos de Investimento
- Avaliação de Empresas e Negócios
- Análise Financeira e de Mercado
- Fusões e Spin-Offs
- Importação/Exportação

CONTATE-NOS E MARQUE UMA REUNIÃO.

NBB Brasil - Maringá
Av. São Paulo nº 172, Edifício Aspen Park Trade Center,
sala 1019, Centro
87013-040 Maringá - Paraná
Tel: (44) 3023-9389 | Cel.: (44) 9838-3543
maringa@nbbrokers.com

Portugal | Brasil | Espanha | Alemanha | Hungria | Grécia | Polónia | Uruguai | México | Roménia | República Checa | Colômbia | Angola | Cabo Verde | S. Tomé e Príncipe | Ucrânia | África do Sul | China | Taiwan | Macau | Hong Kong | Singapura | Israel | Turquia | Canadá | Rússia



Ivan Amorim

NEIF KADRI, DA KAMONE, IMPORTA ARTIGOS PARA PESCA E ACESSÓRIOS PARA AUTOMÓVEIS; PARA ELE, TECNOLOGIA CHINESA É UM PONTO A FAVOR DA IMPORTAÇÃO DOS PRODUTOS

final do processo foram cem dias entre o pedido e a entrada da peça no depósito da empresa. “Tentamos minimizar a possibilidade de eventuais atrasos comprando mais e estruturando melhor o estoque”, diz Watfe.

TECNOLOGIA EXEMPLAR

Para o empresário Neif Kadri, da importadora Kamone, a superioridade da tecnologia de produção chinesa é um ponto fortíssimo a favor da importação dos produtos industrializados. “Há máquinas capazes de fabricar mil peças por hora”, exemplifica. Kadri importa apetrechos para pesca, como carretilhas, molinetes, iscas artificiais e varas – uma delas, de 6,4 metros pesa 49 gramas, além de acessó-

rios automotivos.

O trio carga tributária, alto custo de produção e encargos trabalhistas também é citado pelo importador como a origem do número crescente de empresários brasileiros dispostos a encarar longos voos até a Ásia para abastecer o mercado interno com variedade, qualidade e preço.

De acordo com Kadri, a tentativa de modernizar o parque industrial brasileiro na década de 1990 depois de 20 anos de estagnação tecnológica foi recebida com despreocupação por muitos empresários, que não “acordaram” para a necessidade de atualizar as estruturas de sustentação da cadeia produtiva para garantir um “lugar ao sol” na competitividade. “O Brasil impediu que

as empresas se modernizassem, pois não permitiu financiamentos em longo prazo para a compra de maquinários”, avalia.

CONSTRUÇÃO CIVIL

Na construção civil a presença de produtos industrializados chineses promoveu uma economia de 40% nos custos em comparação com a produção nacional. A afirmação é do presidente da Associação dos Comerciantes de Material de Construção do Nordeste (Acomac/Simatec), Valdeci Silva. Segundo ele, nos últimos três anos as importações de porcelanatos, tijolos de vidro, louças, ferramentas e peças em inox, entre outras, foram intensificadas. “O que viabiliza a importação é o

preço atrativo e a qualidade dos produtos.”

Embora a indústria nacional do setor esteja trabalhando com a capacidade total de produção, com um crescimento superior a 8% ao ano, os fabricantes tendem a aumentar os preços. E aí o “lado B” das importações se revela. “Trazer de fora produtos industrializados serve para frear estes reajustes e contribui para manter os preços relativamente estáveis para o consumidor”, garante Silva.

Mas ele não vê exagero na afirmação de que o crescente número de importações seja um risco para a cadeia produtiva. Na avaliação do sindicalista, se o governo brasileiro não buscar formas de reduzir o custo Brasil, para que a indústria nacional consiga reduzir os custos, principalmente os tributários e trabalhistas, a chance de desindustrialização e suas graves consequências é real.

Aparecido Queiroz, proprietário da Martimaq Office Store, também passou a importar em 2007. No início eram produtos prontos, como cadeiras giratórias, que, por ocuparem muito espaço nos contêineres, foram substituídos por acessórios e produtos com maior valor agregado e novidades que complementam a linha de produção da indústria.

“O mercado exigente procura conciliar preço e qualidade. Visitei fornecedores na China para não correr o risco de comprar ‘gato por lebre’”, diz. Desde que iniciou o processo de importação, a margem de economia no custo dos produtos feitos em Maringá varia entre 15 e 60%.

Queiroz afirma que a cadeia produtiva da indústria de móveis sofre pouca interferência das im-

A política fiscal do Paraná continua sendo revista, mas atualmente as importações de bens, insumos e mercadorias pelos portos e aeroportos do Estado têm crédito presumido de **9%** na base de cálculo do ICMS.

Em relação aos outros **3%** há situações específicas:



1 No caso de bens do ativo fixo (máquinas e equipamentos), os 3% vão para uma conta gráfica e poderão ser parcelados e/ou não pagos



2 Para insumos e materiais intermediários, os 3% são diferidos para a saída dos produtos industrializados



3 Somente as mercadorias destinadas à revenda recolhem os 3% no desembaraço alfandegário

portações, já que a concorrência trabalha com produtos manufaturados, que dispensam alto grau tecnológico. Tanto faz produzir aqui ou importar, pois a carga tributária e o frete oneram o produto ao ponto do custo ser muito próximo ao que seria se fosse *made in Brazil*. Porém, em se tratando de acessórios que exigem tecnologia, a importação é a melhor opção.

BENEFÍCIOS FISCAIS

O Paraná pretende enfrentar a concorrência dos produtos asiáticos com uma política fiscal que leva em conta os interesses do Estado na concessão de benefícios e flexibiliza a negociação com os investidores. Ricardo Barros (PP), secretário estadual da Indústria, do Comércio e Assuntos do Mercosul, acredita que, indiretamente, os objetivos do Programa Paraná Competitivo, lançado em solenidade na Associação Comercial e Industrial de Londrina (Acil) na última semana de fevereiro, serão capazes de frear o impulso de empresários paranaenses pelo

mercado externo.

“Entre os pontos para a definição dos benefícios do Paraná Competitivo estão o ineditismo e a inovação. Queremos e vamos estimular os empresários paranaenses e brasileiros a produzir parte da pauta que hoje é importada”, afirma Barros.

O secretário afirma que a meta de substituir produtos importados por similares fabricados aqui será alcançada por meio de programas como Exporte Paraná e Investe Paraná, embora estes ainda dependam da análise de algumas áreas para definir o suporte a ser oferecido pelo governo estadual.

Barros também adianta que a Agência de Internacionalização do Paraná deverá entrar logo em funcionamento. A entidade será uma parceria entre o governo com federações, associações, entidades, câmaras de comércio, consules e órgãos da área de comércio exterior e tem como propósito ampliar a participação do Estado no mercado internacional com suporte para feiras, missões,



“QUEREMOS E VAMOS ESTIMULAR OS EMPRESÁRIOS PARANAENSES A PRODUZIR PARTE DA PAUTA QUE HOJE É IMPORTADA”, DIZ O SECRETÁRIO DE ESTADO RICARDO BARROS SOBRE O PARANÁ COMPETITIVO

Divulgação

organização da pauta de eventos e outros assuntos.

Barros reconhece que há um processo de desindustrialização ocorrendo tanto no Paraná quanto no restante do país e afirma que o atual governo está trabalhando na revisão da estratificação das importações para identificar os setores de necessitam de mais apoio.

IMPORTAÇÕES NO PARANÁ

Em 2010 as importações paranaenses somaram US\$ 13,9 bilhões, 45% a mais do que o registrado no ano anterior. A conta inclui a desvalorização do dólar, que reduz a competitividade das exportações brasileiras ao mesmo tempo em que barateia a compra de importados e a perda de espaço de produtos industrializados na pauta de exportação do Estado. “Estamos exportando cada vez

mais produtos básicos e menos faturados”, explica Barros.

Contudo, na avaliação do secretário, a importação não deve ser vista como prejudicial ao Paraná. “Em inúmeros casos, tais crescimentos representam amostras de ampliações e investimentos industriais que estão ocorrendo por todo o Estado e serão sinônimos de geração de empregos e de riquezas.”

A nova política fiscal refere-se ao diferimento e variação do percentual do ICMS incremental, ou seja, o novo imposto gerado. De acordo com Barros, terão acesso aos benefícios tanto as novas empresas que queiram se instalar no Estado quanto as já instaladas que pretendem expandir, as em reativação e em recuperação judicial.

O secretário afirma que a grande modificação da política fiscal feita com o Paraná Competitivo é a

flexibilização dos benefícios. “Vamos analisar caso a caso, ouvindo setores governamentais e do setor privado antes de definir os índices e prazos”, diz.

Interiorizar a industrialização também está na pauta do programa. Nesse quesito, Maringá está em vantagem. Na avaliação do secretário, a cidade possui atrativos para receber esses investimentos: acessos rodoviários, boa qualidade de vida, aeroporto internacional de passageiros e cargas com desembarço aduaneiro, linha férrea e qualificação profissional.

“Além disso, a prefeitura deve inaugurar em breve a Cidade Industrial de Maringá, uma grande estrutura com cerca de um milhão de metros quadrados que vai permitir a instalação de dezenas de novos empreendimentos na cidade”, explica Barros.

INSTITUTO MERCOSUL

O administrador Milton Gato tem mais de 25 anos de experiência na condução de processos de importação e exportação. Professor de comércio exterior dos cursos de pós-graduação da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), Gato será instrutor de três cursos sobre importação realizados pelo Instituto Mercosul no final deste mês.

Entre as mudanças havidas no comércio entre países em mais de duas décadas, o professor destaca a adoção do Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex) – Plataforma Importação, a partir de 1997, como uma das mais significativas e impactantes. “O sistema facilitou muito o trabalho dos importadores e despachantes aduaneiros, que até então realizavam todos os processos em formulários em papel e enfrentavam uma extensa burocracia”, diz.

Apesar das facilidades, buscar produtos em outros países ainda é sinônimo de dor de cabeça para alguns empresários. De acordo com Gato, muitas vezes o participante de um treinamento sobre comércio exterior possui um conceito pré-formado sobre o processo de importação que, na maior parte dos casos destoa da realidade, ou então é completamente leigo no assunto.

E enquanto alguns desconhecem os requisitos básicos para começar a importar, outros apresentam problemas reais e de solução delicada, como remessas financeiras para o exterior em que o fornecedor desapareceu sem deixar de cumprir o que havia sido acordado. Mas a origem do maior interesse e questionamento pelos participantes

Importadores para todos os gostos

O administrador Rodrigo Girdelli esteve na China seis vezes nos últimos cinco anos participando de negociações internacionais. Ele classifica o importador em duas categorias: na primeira, o candidato já é empresário e intenciona melhorar o negócio com produtos chineses, podendo ser matéria-prima, máquinas, equipamentos ou produtos para revenda. Na outra categoria está o investidor, que deseja aproveitar a onda de consumo no Brasil. Diferentes na essência, os grupos também divergem nas dúvidas. O primeiro quer saber mais sobre os custos da importação e qualidade do produto importado. O segundo se interessa pelo tipo de produto que deve importar e quer aproveitar o investimento do capital da melhor forma.

“Importar da China não é algo simples. São vários agentes envolvidos no negócio, tanto na origem quanto no destino. Muitos erros são cometidos por desconhecimento, por parte do empresário, de todos esses detalhes”, avalia.

Girdelli dá duas dicas aos candidatos a importadores. É preciso fazer uma boa análise do tipo de produto que se pretende importar. “Trazer o produto para o Brasil é algo técnico que deve ser feito por profissionais. Não é difícil. Difícil mesmo é comercializar com lucro no mercado interno”, opina.

A segunda é observar os custos de importação e aspectos técnicos. Existem muitas leis e detalhes a serem observados que podem inviabilizar ou trazer dissabores ao negócio de comércio exterior.

dos treinamentos são as questões de ordem tributária, especialmente quanto à base de cálculo dos impostos.

OPORTUNIDADE

Milton Gato acredita que a importação controlada não oferece risco à economia nacional. Ao contrário, é uma oportunidade do país adquirir *know-how* e assimilar o atual desempenho tecnológico praticado pelos países desenvolvidos, além de abrir caminho para a instalação de empresas estrangeiras em território nacional com

a consequente criação de novos postos de trabalho e incremento econômico, a exemplo do que se viu a partir de 1990.

No entanto, segundo ele, o crescente aumento no número de empresários dispostos a importar produtos industrializados pode abalar a cadeia produtiva brasileira. “O Brasil tem de controlar a entrada de produtos que a indústria nacional tem condições e capacidade produtiva para colocar no mercado, como forma de fortalecer as empresas e os postos de trabalho”, sugere. ■

Bravos guerreiros

ELES RECEBERAM OUTRAS PROPOSTAS DE TRABALHO, MAS OPTARAM POR CONTINUAR NA MESMA EMPRESA POR DÉCADAS; CONHEÇA HISTÓRIAS DE "PRATAS DA CASA" E SAIBA COMO TRANSFORMAR VÍNCULO EMPREGATÍCIO EM UMA RELAÇÃO DURADOURA

Ter estabilidade no emprego e registro na carteira de trabalho é o desejo de quase todo trabalhador. Mas para alguns profissionais estes desejos são traduzidos em longa estabilidade e podem significar mais de 20, 30 anos de trabalho numa mesma empresa. São os "pratas da casa", profissionais que optaram por continuar na empresa exercendo a mesma função para a qual foram contratados ou ascenderam na carreira.

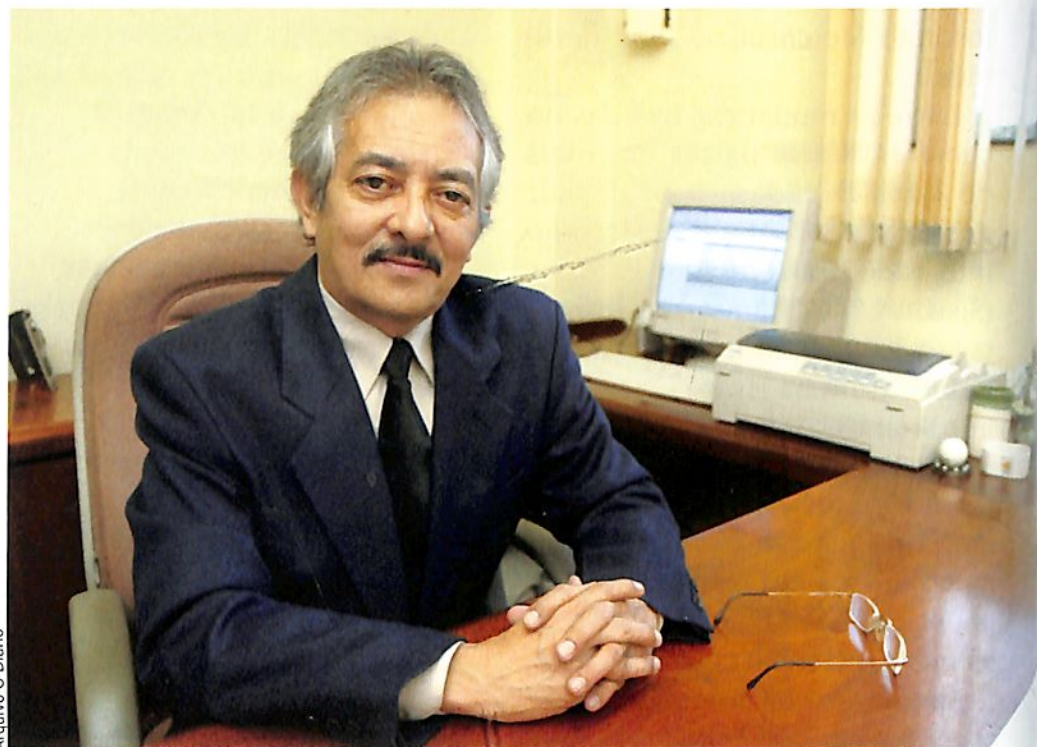
Um exemplo bem-sucedido vem de Josué Tadashi Endo, que integra há mais de três décadas o quadro de colaboradores do jornal O Diário do Norte do Paraná. Ele ingressou na empresa como contador, passou pelas áreas de recursos humanos, departamento de compras, comercial, administrativo e financeiro até chegar ao cargo atual: de diretor geral.

Nem mesmo propostas tentadoras de trabalho de outras empresas fizeram Endo deixar o jornal. "Acredito que salário é uma consequência do trabalho. E na época que recebi outras propostas os desafios na empresa eram muitos, então optei por ficar", diz.

Para ele, a longevidade de um funcionário em qualquer empresa se dá por competência e pela confiança que transmite aos empregadores. "É importante que a empresa sinta que o colaborador 'veste a camisa' da organização. A vantagem é que a fidelidade entre empregador e empregado gera estabilidade para ambas as partes", garante.

MOTIVAÇÃO

Mas permanecer muitos anos na mesma empresa é um bom negócio? Para a economista e psicóloga, mestre em Psicologia Organizacio-



JOSUÉ ENDO INGRESSOU NO JORNAL O DIÁRIO COMO CONTADOR E HOJE, TRÊS DÉCADAS DEPOIS, É DIRETOR GERAL; PARA ELE, FIDELIDADE ENTRE EMPREGADOR E EMPREGADO GERA ESTABILIDADE PARA OS DOIS LADOS

nal do Trabalho, Isla Gonçalves, o profissional deve avaliar a relação custo-benefício. "É preciso analisar cada caso, observando a personalidade do profissional, as condições de mercado, as chances de desenvolvimento e pretensões individuais". Ela ressalta, porém, que "quando o profissional busca outro emprego, independente do segmento, ter trabalhado, por exemplo, 15 anos em uma única empresa gera dúvidas no futuro empregador. Isso porque ele vai

se perguntar se o candidato irá se adaptar ao novo sistema de trabalho", diz.

Porém, profissionais que têm "muitos anos de casa" trazem vantagens, segundo Isla: cria-se uma relação de fidelidade, diminui a rotatividade entre os funcionários e o empregador terá a tranquilidade de que o colaborador resolverá as situações de acordo com os objetivos da empresa. "Por outro lado, o empregador poderá apresentar uma

tendência em desqualificar este 'prata da casa', pois pode colocar foco somente na atividade que ele exerce e não perceber as potencialidades que este funcionário pode desenvolver", diz.

E se a empresa almeja ter funcionários fiéis, e quem sabe futuros pratos da casa, precisa valorizar os funcionários e capacitá-los. Desta forma, diz Isla, eles se sentirão recompensados, motivados e, provavelmente, não terão interesse de se desligar da empresa.

Empresários que remuneram abaixo do valor de mercado devem estar atentos, pois, de acordo com Isla, a situação impede a possibilidade de desenvolvimento. Já as empresas que não investem em capacitação podem criar um clima organizacional ruim. "A melhor forma do empresário valorizar seus colaboradores é dar mais atenção à administração de recursos humanos, ou seja, perceber sintomas, reações, clima organizacional, consequências e pensar em projetos de capacitação. O colaborador precisa visualizar possibilidades de crescimento e desenvolvimento", justifica.

A psicóloga lembra que há outros motivos que fazem com que o funcionário fique insatisfeito na empresa: cobrança de familiares, busca de poder e *status* são alguns deles. "Mas o medo e a insegurança podem impedir este profissional de buscar novas possibilidades", diz Isla. Isso ocorre por falta de orientação profissional, e sessões de *coaching* (processo de orientação e assessoramento pessoal e de carreira) costumam trazer resultados positivos.

Para os colaboradores, a dica da profissional é "que se capacitem, gerenciem a carreira e criem metas pessoais e profissionais".



FUNCIÓNÁRIA FIEL: ÉLCIA VALENTINI TRABALHOU 22 ANOS NA ACIM E HÁ 14 ANOS INTEGRA A EQUIPE DA FIEP; OPORTUNIDADE DE QUALIFICAÇÃO E CRESCIMENTO

DOSE DUPLA

Se o sobrenome fosse um fator que garantisse funcionários fiéis e comprometidos, as irmãs Élcia e Edna Maria Valentini seriam bons exemplos. Élcia trabalhou durante 22 anos na ACIM e há 14 anos integra a equipe da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), onde é secretária executiva da coordenadoria regional.

Élcia conta que sempre trabalhou nas mesmas funções, aceitando os desafios e acompanhando as mudanças do cargo estabelecendo novas metas. Para ela, as vantagens de trabalhar no mesmo local são muitas. "Não só pelos benefícios sociais, mas pelas oportunidades de qualificação e de crescimento que a empresa proporcionou", diz.

A dica de Élcia para os empresários que querem reter os funcionários é confiar e delegar funções. "Funcionário que trabalha inseguro não rende. Vive com medo de errar



SEGUNDO A PSICÓLOGA ISLA GONÇALVES, PARA RETER O FUNCIONÁRIO, É PRECISO QUE ELE SE SINTA RECOMPENSADO E MOTIVADO; EMPRESÁRIOS DEVEM FICAR ATENTOS A OUTRAS POTENCIALIDADES DOS "PRATAS DA CASA"

e não tem coragem de expor sugestões e mostrar sua capacidade de produzir”, alerta.

Do trabalho na Associação Comercial, Élcia abriu as portas para a irmã, Edna, que trabalha na entidade há quase três décadas. Edna trabalhou como atendente de consultas de crediário por cerca de oito anos, mas mudou de função: “na época a telefonista saiu da empresa, então pedi para assumir o cargo”, conta ela, que é telefonista e recepcionista da associação.

Edna diz que é admirada por ter apenas um registro na carteira de trabalho. “Mas pode haver a desvantagem de não ter outra experiência”, pondera. Os conselhos dela? “É preciso que o patrão saiba ser chefe, com equilíbrio e amizade, pois muitas pessoas abandonam uma empresa por causa do patrão. E os funcionários devem ter um bom relacionamento com todos os colaboradores e com os chefes, devem saber conversar e fazer pedidos na hora certa”.

ESTÍMULO À FIDELIDADE

No Escritório Gomes de Contabilidade dois funcionários merecem medalha de prata da casa: Maria Aparecida dos Santos Domingos e Paulo César Antunes de Oliveira, que trabalham há mais de 26 anos na empresa. Maria é gerente operacional, mas ocupou outras funções. “Iniciei na empresa como auxiliar financeira e fui sendo promovida”, diz.

Depois de completar dois anos na empresa, Maria foi promovida para o departamento institucional. “Ali fiz uma carreira destacada e quando percebi já era responsável pelo departamento de imposto de renda de pessoa física. Então fui agregando mais responsabilidades,



Walter Fernandes

MARIA APARECIDA DOMINGOS E PAULO CÉSAR DE OLIVEIRA TRABALHAM HÁ MAIS DE 26 ANOS NO ESCRITÓRIO GOMES DE CONTABILIDADE, APESAR DE TEREM RECEBIDO OUTRAS PROPOSTAS DE EMPREGO

até que passei a ser responsável por todos os departamentos operacionais e financeiros”, diz.

Para ela, se a empresa atende as necessidades profissionais, não há motivos para mudar de emprego. “Tive momentos de indecisões. No entanto, não me arrependo de ter permanecido na empresa, mesmo recebendo até hoje propostas com vantagens financeiras”, conta.

Como funcionária, ela enumera algumas atitudes que a fazem estar na empresa há tanto tempo. “Dedicação, honestidade, respeito com chefes, subordinados, fornecedores e clientes, e tratar a empresa como se fosse minha”, conta.

Oliveira teve no Escritório Gomes o primeiro emprego. Ele passou por diversas funções até chegar ao atual cargo de coordenador do setor de imposto de renda pessoa física e contabilidade rural. Segundo ele, por se tratar de uma empresa familiar, criou-se um vínculo de amizade, o que estimulou sua permanência. “Trabalhamos próximos de nossos superiores, o que faz com

que não sejamos apenas mais um funcionário”, diz.

Assim como a colega, Oliveira recebeu propostas de outros empregos, mas conta que a empresa em que trabalha sempre ofereceu oportunidades de aprendizagem e crescimento profissional. Para ele, desempenhar funções além das que foram acordadas no contrato de trabalho é o caminho certo para conquistar a empresa. “É preciso fazer muito mais”, aconselha.

O proprietário do escritório, José Gomes Ferreira, conta que a empresa tem 60 funcionários, alguns com 15, 20 anos de “casa”. Para ele, ter funcionários antigos tem como principal vantagem a fidelidade, “pois isso é positivo para a empresa e o funcionário, visto que há um crescimento contínuo e em conjunto”.

O segredo para reter os colaboradores? Para Ferreira, é dar oportunidade de crescimento e promover a sintonia, “pois os recursos humanos fazem parte do capital intangível das organizações”. ■

APRECIE COM MODERAÇÃO.



ADEGA BRASIL®

Adega Brasil - Vinhos e Destilados
Av. Brasil, 6801 | Zona 5 | Tel. 44 2103 0222 | Maringá/PR
www.adegabrazil.com.br

A era dos cyber descontos

OS MAIS DE MIL SITES DE COMPRAS COLETIVAS SÃO UMA OPORTUNIDADE PARA ADQUIRIR PRODUTOS E SERVIÇOS COM DESCONTOS QUE CHEGAM A 90%, E PARA AS EMPRESAS, É UMA CHANCE PRECIOSA DE DIVULGAR A MARCA E ATRAIR NOVA CLIENTELA

Em 72 horas o empresário Ben-Hur Lobo da Costa Prado comercializou os quase 800 rodízios de pizza que se propôs a vender. Como? Anunciando os rodízios do Farol Brasil com preço 50% menor num site de compras coletivas. Ele também usou de igual expediente para vender ingressos da peça de teatro O Mercador de Veneza, também pela metade do preço. E, neste caso, registrou a venda de cem ingressos, que era a cota mínima que estipulou no site de compra coletiva.

O empresário conta que além de divulgação, os sites de compras coletivas servem como um medidor do prestígio e aceitação do produto. "Comercializamos quase 800 rodízios em três dias. Esse é um número alto, o que mostra que o restaurante é bem visto pelo consumidor. O mesmo aconteceu com a peça de teatro. Nesse caso, contamos com um público mais restrito, e mesmo assim atingimos a marca de cem ingressos", diz. Ele acredita que a promoção pode resultar na fidelização de clientes, que irão conhecer o produto e retornarão ao estabelecimento mesmo sem o desconto.

No caso da pizzeria, o cupom da compra coletiva tem validade

de dois meses, devendo ser usado às quartas-feiras. Já o cupom de O Mercador de Veneza pôde ser usado nas quintas e sextas-feiras, enquanto a peça esteve em cartaz.

Prado é um dos milhares de empresários que têm recorrido aos sites de compras coletivas, oferecendo produtos e serviços com descontos que chegam a 90%. Segundo o site Bolsa de Ofertas, há mais de mil sites do gênero no Brasil e o faturamento neste ano deverá atingir R\$ 1,2 bilhão, de acordo com a ClickOn, um dos maiores sites de compras coletivas do país.

O negócio é atrativo para as empresas, que conseguem conquistar novos clientes através de uma mídia diferenciada e com público específico e também para os consumidores, que fazem compras pela internet pagando preços mais baratos do que os habituais. O sistema funciona da seguinte forma: os administradores do site de compra coletiva fazem um acordo com uma empresa que irá anunciar a venda de um produto ou serviço com descontos atrativos – os sites de compras costumam receber comissão de até 50% sobre o valor do produto vendido. Para ser coletiva, a compra tem uma quantidade mí-



Walter Fernandes

BEN-HUR PRADO, DO FAROL BRASIL, TEVE QUASE 800 RODÍZIOS DE PIZZA E CEM CONVITES DE UMA PEÇA TEATRAL COMERCIALIZADOS EM TRÊS DIAS NUM SITE DE COMPRAS COLETIVAS

nima de vendas a ser atingida e tem duração de poucas horas ou dias. Assim que a quantidade mínima for atingida, o usuário cadastrado no site terá o cupom de compra disponibilizado em sua conta. Com o cupom em mãos, é só usufruir da compra. No entanto, as empresas podem estabelecer regras de uso,



como horários, datas e prazo de validade do cupom.

Alguns sites nascidos na cidade fazem sucesso entre os consumidores. Em dezembro do ano passado entrou no ar o Offersday. As compras neste site ficam disponíveis, em média, por três dias e a quantidade que será comercializada depende da empresa anunciante. “A empresa, durante a negociação, faz suas exigências como prazo de validade do cupom, quantidade de produto ou serviço a ser comercializada, quantidade de venda máxima por CPF, entre outros critérios”, esclarece a proprietária, Franciane Rodrigues.

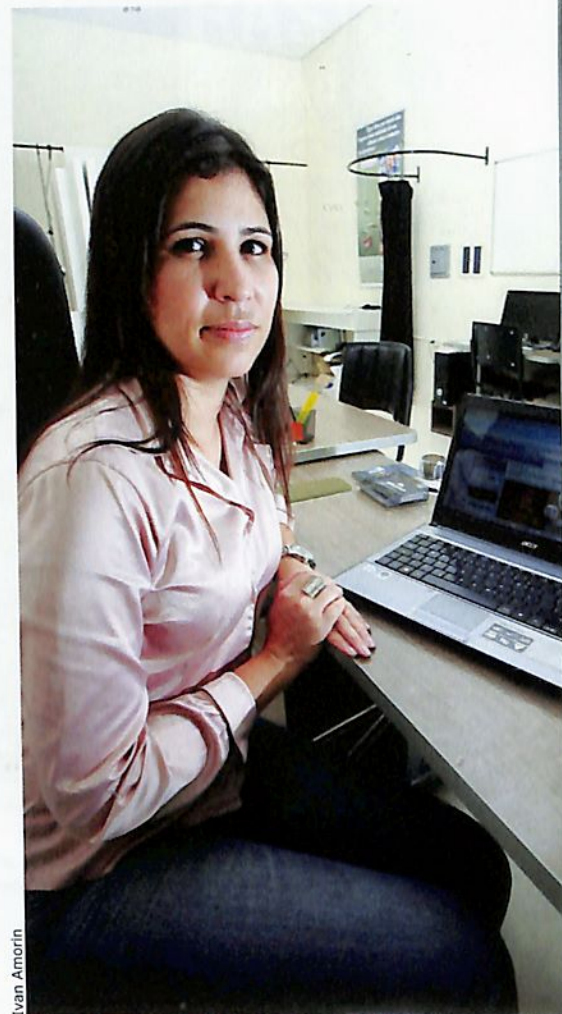
Segundo ela, a principal vanta-

gem para a empresa anunciante é a mídia diferenciada de divulgação. “Se uma empresa fizer panfletagem provavelmente não atingirá 1% de retorno em relação à quantidade de material distribuído. E outras mídias podem ter um valor alto, o que inviabiliza a divulgação. Com o site de compra coletiva, as empresas irão efetivamente comercializar produtos e serviços. Isso garante que o cliente vá até o empreendimento e após conhecê-lo, aumentam as chances dele voltar, mesmo sem o desconto”, explica Franciane.

Mas é preciso tomar cuidado para que a estratégia de vender em sites de compras coletivas, em vez de trazer benefícios para a empresa anunciante, gere retorno negativo. “Durante a negociação com o anunciante deixamos claro a necessidade de que o cliente do Offersday deva receber o mesmo tratamento de um cliente sem desconto. Mesmo porque a intenção é fidelizar o cliente, e se ele não receber um bom tratamento, não irá voltar”, diz Franciane. Outro cuidado, segundo ela, é buscar parceiros que tenham credibilidade e estabilidade no mercado. “Temos o cuidado de ter compradores satisfeitos, isso reflete como propaganda positiva para nós”.

Outra estratégia para aumentar a divulgação é que os sites de compras enviam e-mails diários para a lista de contatos cadastrados. No caso da Offersday, são cerca de 70 mil contatos. E no meio de tanta concorrência, Franciane explica que tem usado a regionalidade para conquistar anunciantes e compradores. “O fato do site ser de Maringá transmite mais segurança e credibilidade”.

Franciane já trabalhava com o *cyber* negócio. Tem um site de e-



O OFFERSDAY TEM 70 MIL PESSOAS CADASTRADAS; PARA A EMPRESÁRIA FRANCIANE RODRIGUES, AUMENTAM AS CHANCES DO CLIENTE RETORNAR À EMPRESA QUE VENDEU PRODUTOS PELO SITE DE COMPRA COLETIVA

commerce: o Offersclub que atua no ramo de confecção. “Como são áreas similares, estudei o mercado e acompanhei a evolução das compras coletivas no país. Foi então que percebi que se tratava de uma oportunidade para expandir meu negócio”.

Edson da Silva Júnior também viu nos sites de compras coletivas uma oportunidade de mercado e em novembro de 2010 colocou no ar o Gato Oferta, que veio complementar o Click do Gato, site bastante conhecido na cidade. “O fato de lançarmos um produto parceiro de um site conhecido tem facilitado o

começo do negócio. As pessoas confiam no produto que estamos anunciando e o comerciante acredita no nosso trabalho”, destaca.

O site tem espaço para até cinco promoções diárias, sendo que, em média, a cada 24 horas o anúncio da página principal é renovado. A empresa que anuncia a promoção, além da divulgação no Gato Oferta, conta com anúncios diários veiculados em emissora de rádio e anúncio da promoção em um banner disponível no site Click do Gato.

Quem tiver interesse em vender seu produto ou serviço no Gato Oferta poderá esperar até 15 dias para ver sua promoção no ar. “A maior procura dos consumidores é por produtos de alimentação e por serviços estéticos. Quando oferecemos este tipo de promoção chegamos a ter oito mil acessos diários”, conta.

DESCONTOS EM ACADEMIA

A promoção veiculada num site de compras coletivas pela academia Curves resultou na comercialização de 324 mensalidades da franquia de Maringá, com 55% de desconto em relação ao plano anual. De acordo com a sócia Juliana Sardi Guilherme, a maioria das pessoas comprou o máximo de meses permitido pela promoção. “As mais de 300 mensalidades resumiram-se em cerca de cem pessoas. Para aproveitar o valor, elas já garantiram três meses de academia, que foi o período



DESCONTO DE 55% NA MENSALIDADE DA ACADEMIA CURVES ATRAIU CERCA DE CEM PESSOAS NUM SITE DE COMPRAS COLETIVAS; NA FOTO, A SÓCIA JULIANA GUILHERME

máximo que liberamos para que uma mesma pessoa adquirisse o pacote”, frisa.

Para Juliana, a promoção pode servir como um incentivo à atividade física. Pelo valor, ela acredita que, entre os compradores, haverá até pessoas mais sedentárias, que aproveitarão a oportunidade para começar a treinar. “A Curves tem um padrão de treinamento diferenciado de uma academia convencional. Por ser especializada em mulher e oferecer um circuito de apenas 30 minutos por treino, poderá somar ao baixo preço e estimular mulheres que não têm o hábito de praticar exercícios a darem o pontapé inicial”.

A promoção se encerrou em 31 de janeiro, mas a matrícula pode ser efetuada até 31 de março. “Muitas alunas ainda não começaram as atividades, por isso, ainda não conhecemos o perfil da maioria das compradoras”, esclarece.

Groupon foi o pioneiro no mundo

A história dos sites de compras coletivas teve início em novembro de 2008, quando o jovem norte-americano Andrew Mason fundou o Groupon, hoje avaliado em US\$ 1,35 bilhão. O site conta atualmente com mais de 20 milhões de usuários e está presente em mais de 30 países, incluindo o Brasil. A empresa não funciona apenas virtualmente, já que conta com um espaço de 85 mil metros quadrados, com sede oficial, em Chicago. São 900 funcionários na sede e 2,5 mil em todo o mundo. ■

“MELHOR DISTRIBUIDORA DO BRASIL”

CAMPEÃ NO PLANO DE EXCELÊNCIA DA RECKITT BENCKISER 2010.



Esse é mais um motivo, para nós da Arilu, continuarmos sempre desenvolvendo formas de atendê-lo melhor.



44 3025-9999 | www.arilu.com.br

VOCÊ INFORMADA PARA CONQUISTAR O QUE QUISER.
VOCÊ LINDA PARA CONQUISTAR QUEM QUISER.

ASSINE O DIÁRIO
E GANHE UMA
MINI PRANCHA



OU
JUNTE 3 SELOS DE CORES
DIFERENTES + R\$ 14,90 E
TROQUE POR UMA MINI
PRANCHA DE CABELO.

POSTO DE TROCA: JORNAL O DIÁRIO, AV. MAUÁ 1988, MARINGÁ.

OS SELOS SAIRÃO NAS
EDIÇÕES DO JORNAL O DIÁRIO.



ASSINE:
44 3221-6001

GRUPO O DIÁRIO

O DIÁRIO odiario.com



BUSDOOR



PROMOÇÃO VÁLIDA ATÉ 31/05/2011 OU ENQUANTO DURAR O ESTOQUE. SOMENTE PARA ASSINATURAS E RENOVÇÕES A PARTIR DO DIA 15/02/2011. CASO NÃO SEJA ASSINANTE, É INDISPENSÁVEL PARA TROCA QUE O LECTOR ESTEJA MUNDO COM 3 SELOS DE CORES DIFERENTES OU 2 DIFERENTES + 1 CORINGA. POSTOS DE TROCA: SEDE DE O DIÁRIO, AV. MAUÁ 1988, HORÁRIO COMERCIAL



www.odiario.com/assinaturas

5281 EDIÇÃO: 20 PAGINAS - FÉRIAS R\$ 210,00
 TERÇA-FEIRA - QUARTA, 27 DE OUTUBRO DE 2009 - ANO XXXI - Nº 10.852

O DIÁRIO DO NORTE DO PARANÁ

EXEMPLAR DE ASSINANTE - VENDA PROIBIDA

NA JUSTIÇA AI
As idas e vindas da Rodoviária

Após dez meses de trabalho, a obra de reforma da Rodoviária de Curitiba chegou ao fim. A expectativa é que a obra seja concluída em dezembro. Mas ainda há outras ações a serem realizadas.

ARTES 04
MON apresenta gravuras do mestre Poly Lazzarotto

Feitura e Conseg são

Arilu, a melhor distribuidora do Brasil, ganha prêmio da Reckitt

A EMPRESA MARINGAENSE CONQUISTOU O PRÊMIO FÓRMULA RB, DA RECKITT BENCKISER, E SUPEROU OUTROS 43 CONCORRENTES NO PRÊMIO QUE AFERE INDICADORES DE RESULTADOS

A Arilu Distribuidora recebeu o prêmio Fórmula RB, da Reckitt Benckiser 2010, multinacional de produtos de limpeza doméstica, cuidados pessoais e com a saúde, que entre outras marcas tem no portfólio as marcas Vanish, Harpic, Veja, Poliflor e SBP, com produtos comercializados em cerca de 200 países. O prêmio é um reconhecimento anual para o distribuidor que cumpre o plano de excelência da multinacional.

Todos os distribuidores da Reckitt no Brasil que concorriam ao prêmio tiveram diversos critérios para serem cumpridos durante todo o ano passado, entre eles, a estrutura logística e física, processos de informação, volume de vendas e de distribuição e execução nos postos de venda. E, por isso, a Arilu e os outros concorrentes receberam diversos auditores da Reckitt para a verificação dos quesitos. “É a primeira vez que recebemos o prêmio da etapa nacional. Nos anos anteriores fomos premiados na etapa regional”, conta André Costa Paulo, da Arilu. A empresa ganhou troféu e premiação em dinheiro.

De acordo com o Gerente Nacional de Trade Marketing para Distribuidores da Reckitt, Ricardo Cano, o objetivo da premiação é buscar a excelência em todo o processo, desde o recebimento do produto pelo distribuidor até a chegada ao consumidor. “A Arilu se destacou pela performance e inovação, investindo



EQUIPE DA ARILU, COM O CHEQUE DO PRÊMIO CONQUISTADO DEPOIS DA VERIFICAÇÃO DE INDICADORES DE DESEMPENHO, AVALIADOS EM 2010

na equipe de trabalho e estrutura, apresentando alianças com o varejo e mecanismos de alavancagem de vendas, como tablôides e combos promocionais. Por isso, foi reconhecida como a melhor performance no plano de excelência de 2010 entre todos os distribuidores da Reckitt Benckiser”.

O Gerente Nacional de Vendas Canal Indireto da Reckitt, Ricardo Gobatto, conta que “o Programa Fórmula Reckitt Beckiser de excelência é muito exigente e mede a performance dos distribuidores com base em 36 indicadores voltados para resultados. “A Arilu foi a Campeã Brasil em 2010, superando outros 43 distribuidores e atingindo 77% dos pontos possíveis. O segredo foi o foco colocado no dia-a-dia, buscando atender as prioridades da Reckitt e

dos clientes”. Segundo Gobatto, a empresa maringaense “se alinhou rapidamente aos objetivos comuns e foi ao mercado em busca de resultados, com o envolvimento de toda equipe, da liderança do dono ao comprometimento do promotor mais distante. Para nós, da Reckitt, foi um prazer imenso reconhecer este empenho da Arilu”.

A Arilu Distribuidora está no mercado desde 1984 e conta com 250 funcionários, sendo que destes, 50 são vendedores e 35 são promotores de vendas. É responsável pela distribuição de diversos produtos, como Meleus, Frigão, Bunge, J.Macedo, Colgate-Palmolive, além dos produtos da Reckitt Benckiser. A empresa conta com 40 caminhões de entrega, 4.280 clientes ativos e tem atuação em todo o Paraná. ■



Cooperativa de crédito encerra 2010 com sobras de 7,4 milhões.

SICOOB METROPOLITANO DESTINA MAIS DE 4 MILHÕES DE REAIS (JUROS MAIS SOBRAS), BENEFICIANDO SEUS COOPERADOS E COMUNIDADE.

O Sicoob Metropolitano – Cooperativa de Crédito de Maringá e região – realizou no dia 23 de fevereiro, a Assembléia Geral Ordinária (AGO). O evento aconteceu no Teatro Marista, com a participação dos cooperados, da diretoria e convidados em geral.

A Cooperativa divulgou a prestação de contas do exercício de 2010, beneficiando seus

cooperados ao destinar sobras de 2,4 milhões de reais, que, somados aos 1,9 milhões de juros pagos ao capital dos cooperados em 31/12/2010, perfazem um total de 4,3 milhões de reais de retorno aos mesmos. O sistema cooperativista de crédito favorece diretamente a população local, garantindo que as sobras resultantes das movimentações financeiras fiquem na região onde atua.

Dentro do sistema cooperativista, quanto mais o cooperado centralizar sua movimentação financeira na cooperativa, maior é a participação dele nas sobras. Outro diferencial do Sicoob Metropolitano é a atuação na comunidade e os projetos de responsabilidade social. A Cooperativa tem como objetivo o crescimento dos cooperados e da sua comunidade.

O vigoroso crescimento do Sicoob Metropolitano – que caminha para a marca histórica dos 200 milhões de reais em recursos administrados – reflete a credibilidade da instituição e o crescimento do cooperativismo no Brasil, a exemplo do que já ocorre em outros países, em que o cooperativismo de crédito já superou os bancos comerciais.

Durante o evento, a diretoria do Sicoob Metropolitano destacou o crescimento da Cooperativa no último ano, apresentando números expressivos. Os recursos administrados



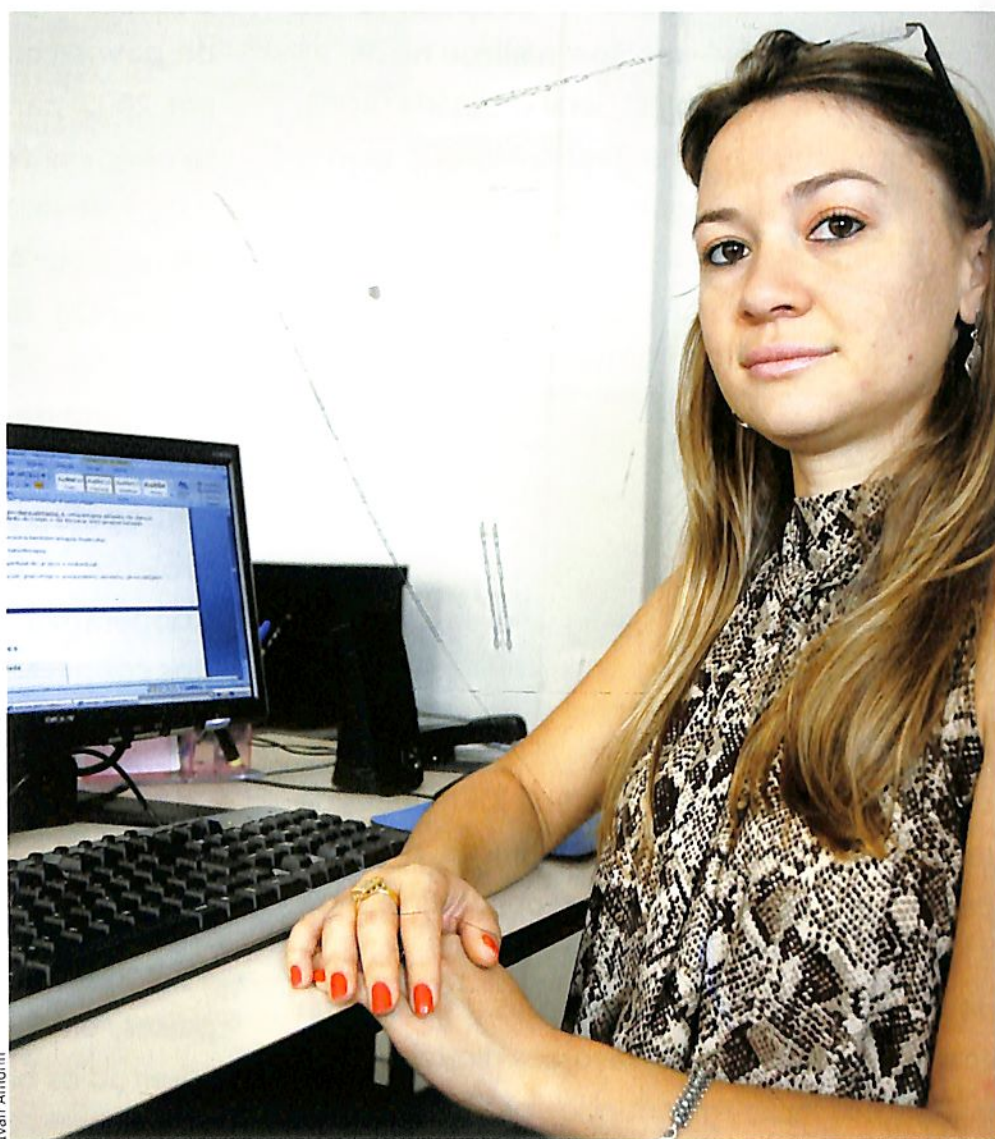
A estimativa é que de 10 a 15% dos funcionários das empresas brasileiras são dependentes de algum tipo de droga, o que mostra que o problema pode estar inserido no dia-a-dia das empresas. Uma proposta aprovada pela Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania da Câmara, em caráter conclusivo, proíbe a demissão por justa causa em caso de embriaguez habitual ou em serviço. A proposta deverá seguir para o Senado. Já a Organização Mundial da Saúde reconhece a dependência química como uma doença.

Mas como identificar e lidar com o problema? Faltas no trabalho sem justificativa, sonolência, baixo rendimento, excesso de atestados médicos, embriaguez, comportamentos agressivos, desatenção, pedidos constantes de adiantamento de salário e dificuldade de cumprir agendas podem ser sinais de que um funcionário é um dependente químico. Mudanças físicas também são sinais de alerta, segundo a assistente social da Casa de Nazaré, Lígia Cristina Zoni Tavares. “O comportamento do funcionário se transforma e ele apresenta olheiras, dores no corpo e emagrecimento”, diz. O conselho dela é discutir o assunto junto ao funcionário na tentativa de alerta. E o passo seguinte é “entrar em contato com a família para solicitar uma intervenção”.

Para a psicóloga da Associação Maringense de Reintegração de Adolescentes/Recanto Mundo Jovem e presidente do Conselho Municipal de Políticas sobre Drogas (Comad), Ângela Cecília Medeiros de Rezende, se o assunto é abordado na hora da contratação, o candidato pode se sentir constrangido e encarar como preconceito, podendo processar a empresa por

Aos dependentes químicos, tratamento

COMO LIDAR COM A DEPENDÊNCIA QUÍMICA, QUE É RECONHECIDA COMO UMA DOENÇA PELA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAÚDE, ENTRE OS FUNCIONÁRIOS? EMPRESAS OFERECEM SUPORTE, FUNDAMENTAL PARA A SUPERAÇÃO DO VÍCIO, E ENTIDADES DISPONIBILIZAM TRATAMENTO



SEGUNDO A ASSISTENTE SOCIAL LÍGIA TAVARES, O COMPORTAMENTO DO FUNCIONÁRIO DEPENDENTE QUÍMICO MUDA; SONOLÊNCIA, BAIXO RENDIMENTO, AGRESSIVIDADE E DESATENÇÃO PODEM SINALIZAR DEPENDÊNCIA

discriminação. Se o problema for detectado entre um funcionário, “a atitude mais acertada é ter uma conversa franca e propor o internamento. Ele poderá ser encaminhado para um tratamento ambulatorial no Centro de Atenção Psicossocial para atendimento de pacientes com transtornos decorrentes do uso e dependência de substâncias psicoativas (Caps) ou para o internamento em uma comunidade terapêutica”, diz. Ângela acrescenta que o funcionário com carteira assinada tem direito de fazer o tratamento e receber o benefício do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), sem ônus para o empregador, após 15 dias de afastamento.

APOIO DA EMPRESA

O operador de máquina da Cocamar Valdinei Lopes da Silva é um exemplo de quem superou a dependência com a ajuda do empregador. Silva trabalha há cinco anos na cooperativa e era usuário de maconha quando foi contratado. No mesmo ano se envolveu com o crack e notou o rendimento no trabalho cair. “Tornei-me irresponsável, me atrasava, ficava ansioso e com dores no corpo”, diz.

Mas foi só no final de 2007 que ele teve a iniciativa de procurar o encarregado do setor e pedir ajuda. Depois, foi encaminhado para a assistente social e passou por um tratamento de nove meses. “O apoio da empresa foi fundamental, pois muitos dependentes não têm condições de arcar com as despesas de um tratamento”, conta.

Há cerca de uma década os funcionários da Cocamar que necessitam de ajuda para tratar a dependência química recebem atenção especial. Trabalho de prevenção

com palestras informativas, grupos de apoio e encaminhamento a entidades parceiras integram a lista de iniciativas de prevenção e tratamento de dependências. Segundo a assistente social Vera Cristina Pelegrini Tozzo, quando o funcionário é encaminhado para tratamento, a cooperativa oferece acompanhamento durante o processo e no retorno ao trabalho. “Mantemos contato com a clínica de recuperação e com a família do colaborador durante o período de tratamento e no retorno acompanhamos seu desempenho profissional”, explica.

Ela conta que quando um caso de reincidência foi detectado, foram realizadas orientações e encaminhamentos a pedido do próprio colaborador. “Não desligamos o funcionário, mas nos empenhamos para que ele se reintegre ao trabalho e à vida pessoal”, diz. Vera destaca que, com o apoio da empresa, os funcionários que são dependentes se sentem mais seguros e têm a certeza de que existe uma equipe pronta para ajudar a melhorar a qualidade de vida.

Na Romagnole, dos 2,1 mil funcionários, três passaram por tratamento em função da dependência química nos últimos três anos, desde que foi criado um projeto de acompanhamento dos dependentes. Segundo a assistente social da empresa, Tatiane Rivelini, quando o problema é notado, o funcionário passa por uma triagem e é direcionado ao Caps, que se encarrega de oferecer tratamento ou encaminhar para clínicas de recuperação. Os funcionários também recebem acompanhamento da assistente social da empresa e do superior do setor onde trabalha.

90% abandonam cigarro graças a projeto da UEM

Um apoio gratuito para que os fumantes consigam se livrar do vício. Esta é a proposta do projeto “Tabagismo: tratamento e apoio aos usuários de tabaco de Maringá e região”, desenvolvido desde 2005 pela Universidade Estadual de Maringá (UEM).

Segundo o fundador e orientador do projeto, Celson Ivan Conegero, são formados grupos de aproximadamente 15 pessoas que participam de encontros duas vezes por semana com duração de 1h30. “Os participantes são informados sobre o tabagismo e como superar a dependência”, diz. Ele acrescenta que o trabalho é cognitivo-comportamental, técnica usada com o objetivo de mudar os hábitos dos fumantes. Nos casos em que os indivíduos apresentam elevado grau de dependência, também podem ser prescritos medicamentos, que são distribuídos gratuitamente.

Conegero conta que “algumas pessoas param de fumar logo após o primeiro encontro, e outros não conseguem mesmo participando de todos”. Neste último caso é necessário reiniciar o tratamento. A boa notícia, segundo ele, é que 90% dos fumantes que participam até o final do projeto abandonam o vício.

TRATAMENTOS

Em Maringá, algumas entidades oferecem tratamento para dependentes químicos. No Recanto da Fraternidade Plantando Vidas, por exemplo, 17 pacientes estão sendo atendidos em função da dependência química. Segundo o presidente da entidade, Alcides Martinhago, primeiro o paciente é acolhido e depois é encaminhado ao médico. “O próximo passo é iniciar os trabalhos individuais e terapêuticos”, diz. O internamento dura nove meses, sendo que a partir do sexto mês o paciente pode visitar os familiares uma vez por mês.

No Recanto Mundo Jovem o tratamento também dura nove meses e é direcionado para meninos com idade entre 12 e 17 anos. Segundo Ângela Cecília Medeiros de Rezende, depois de passar por exames e avaliações médicas, é traçado um plano terapêutico. Entre as atividades de recuperação estão trabalhos em grupo, atendimentos individuais com a psicóloga e o coordenador, estudo dos 12 passos para adictos, prevenção de recaída e atividades físicas.

Na Casa de Nazaré o tratamento tem duração de seis meses e voltado para mulheres a partir dos 16 anos. Segundo a coordenadora e enfermeira da entidade, Tatiane Gimenes Mendola, a casa tem capacidade para dez pacientes, que recebem tratamento baseado no trabalho, disciplina e oração.

PUNIÇÃO E DEMISSÃO

Segundo o Secretário de Assistência Social e Cidadania, Ulisses Maia, em Maringá existem sete comunidades terapêuticas mantidas por entidades religiosas que recebem ajuda do município. “Além disso, temos o Caps e quando o caso é de internamento, o paciente é en-



Ivan Amorim

COCAMAR OFERECE GRUPOS DE APOIO E FAZ ENCAMINHAMENTO A ENTIDADES PARA TRATAMENTO DE DEPENDÊNCIAS; SEGUNDO A ASSISTÊNCIA SOCIAL VERA TOZZO, FUNCIONÁRIOS TÊM ACOMPANHAMENTO DO DESEMPENHO APÓS TRATAMENTO

caminhado ao Hospital Municipal, Hospital Psiquiátrico ou a comunidades terapêuticas”, diz.

O advogado especialista na área empresarial César Eduardo Misael de Andrade reforça que a jurisprudência dos tribunais trabalhistas vem se pronunciando em favor da tese de que o alcoolismo é uma doença e que não deve motivar a demissão por justa causa. Ele explica que há, inclusive, um projeto de lei, de autoria do deputado Roberto Magalhães (que foi aprovado pela Comissão de Constituição, Cidadania e Justiça da Câmara em dezembro do ano passado), que retira da Consolidação das Leis do Trabalho o texto em que um funcionário poderia ser demitido por justa causa devido à “embriaguez habitual ou

em serviço”. “Por analogia, em consoante a maciça jurisprudência, embora não seja expreso na lei, vale para todo tipo de dependência química”, diz Andrade.

A situação é diferente quando o funcionário que não é dependente de álcool e comparece ao trabalho alcoolizado ou sob efeito de substância entorpecente, neste caso ele pode ser punido. “A título de exemplo: um motorista que vai trabalhar embriagado para conduzir um ônibus lotado pode ser demitido por justa causa, afinal ele não é doente e colocou em risco a vida de dezenas de pessoas. Por outro lado, um office boy que comparece neste estado, como ele não colocou a vida de outras pessoas em risco, primeiro

deve ser punido com penalidades mais brandas, como advertência, suspensão de um dia de trabalho e depois três dias e numa outra oportunidade pode ser demitido por justa causa”, diz. Andrade ressalta que estas penalidades não devem ser aplicadas a “alcoólatras que têm uma doença crônica, pois são dependentes do álcool”.

O advogado pondera que uma jurisprudência do Tribunal Regional do Trabalho do Paraná reconheceu a justa causa após uma empresa ter disponibilizado tratamento ao empregado e ele ter se recusado. “É importante que as empresas disponibilizem tratamento antes de aplicar a justa causa ou a demissão”, ressalta. ■



Ivan Amorim

O ADVOGADO CÉSAR EDUARDO MISAEL DE ANDRADE DIZ QUE, EM FACE DE JURISPRUDÊNCIAS, A DEPENDÊNCIA NÃO DEVE SER MOTIVO PARA DEMISSÃO POR JUSTA CAUSA

12 MAIO QUINTA-FEIRA
CURSO COMO IMPORTAR DA

China

3ª Edição

Rodrigo GiraldeLLi PALESTRANTE

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

- 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 04 de abril
Associado ACIM R\$ 200,00
Não-associado ACIM R\$ 250,00

Inscrições após o dia 04 de abril
Associado ACIM R\$ 250,00
Não-associado ACIM R\$ 300,00

LOCAL

Data: 12 de Maio - 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
ou pelo e-mail:
eventos@institutomercosul.org.br

REALIZAÇÃO

Instituto
MERCOSUL
Maringá - PR - Brasil
Sua ligação com o MUNDO...

APOIO

PRADO
GIRALDELLI
GESTÃO EMPRESARIAL

ACIM
Associação Comercial e Empresarial de Maringá

Tradição em vender bem

A MARINGÁ LIQUIDA FAZ PARTE DO CALENDÁRIO DE MARINGÁ E REGIÃO E OS DESCONTOS SÃO UM CHAMARIZ PARA ATRAIR MILHARES DE CONSUMIDORES; NA 17ª EDIÇÃO, MAIS DE 1,4 MIL EMPRESAS PARTICIPARAM

Calçados, confecções, acessórios, artigos de cama, mesa e banho, móveis e materiais de construção foram alguns dos itens que os consumidores encontraram com preços abaixo dos praticados habitualmente nas mais de 1,4 mil empresas que participaram da Maringá Liquida. A campanha é uma realização da ACIM e do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) e tem apoio do Sindicato dos Revendedores de Materiais de Construção de Maringá e Região (Simatec/Acomac), da prefeitura e Câmara Municipal de Maringá.

A comerciária Zilda Moura da Silva é uma consumidora assídua da promoção. Este ano ela foi às compras para aumentar o número de peças no guarda-roupa e gastou R\$ 200.

A assistente administrativa Karla Fior também comprou itens de vestuário, além de calçados e acessórios. Moradora de Santos, ela ficou sabendo da promoção pela televisão, mas já tinha participado de outras edições da campanha. “Valeu à pena participar, pois os preços estavam realmente muito baixos”, completa.

“É PRA ACABAR TUDO”

Em época de Maringá Liquida, a relação é de ganha-ganha. Prova disso é que os lojistas fizeram jus ao tema da campanha deste ano, “É pra acabar tudo”, e liquidaram o estoque.

A quantidade de consumidores que passou pela loja Bom Bom nos três dias de promoção surpreendeu



ÀS COMPRAS: DURANTE A MARINGÁ LIQUIDA AS LOJAS FICARAM LOTADAS DE CONSUMIDORES DE MARINGÁ E REGIÃO

o proprietário, Eduardo Alexandre de Oliveira, que ofereceu até 70% de desconto. “Se soubesse que iríamos receber tantos consumidores, teria contratado funcionários”, diz. Ele conta que as vendas foram 80% maiores em relação à última edição da campanha.

Na Amoré Confecções as vendas da Maringá Liquida equivaleram a dez dias de faturamento, segundo o proprietário, Joel Nader. O quadro de funcionários da loja foi ampliado para dar conta da clientela.

O empresário Helenton Correa participou pela segunda vez e conta que o faturamento da Nova Luz Materiais Elétricos foi 30% maior do que os dias em que não há Maringá Liquida.

Termômetro das vendas, as consultas ao Serviço ACIM de Informações Comerciais (SAIC) durante os dias da promoção foram 15,7%

superiores à edição de fevereiro do ano passado.

ATIVIDADES EXTRAS

O comércio funcionou em horário especial no domingo. Além disso, no domingo foram realizadas atividades gratuitas em praças da cidade.

Na praça Napoleão Moreira da Silva, por exemplo, houve distribuição de pipoca e algodão doce, aferição da pressão pelo Paraná Assistência Médica (PAM), presença do Clube do Carro Antigo com exposição de veículos, presença da Polícia Rodoviária Estadual e atividades pedagógicas. Já quem passou pela praça Raposo Tavares pode conferir as atrações da Feira do Artesanato e Feira da Agroindústria Familiar. E em parceria com o Sesc foram realizadas atividades pedagógicas e recreativas na praça Farroupilha. ■

Walter Fernandes

PROTESTO FÁCIL

O associado da ACIM conta com um serviço exclusivo contra a inadimplência: o Protesto Fácil.

O Protesto Fácil é gratuito* e permite às empresas protestar títulos e aliar a eficácia do Protesto com a força do SPC e permite às empresas

Agende uma visita de um consultor ACIM

Mais informações: 0800 600 9595

* A gratuidade é referente às custas cartoriais do Protesto de Títulos nos cartórios participantes.

ACIM

Associação Comercial e Empresarial de Maringá



Arquivo PPM

“FIQUE LEGAL”: PROGRAMA DA PREFEITURA INCENTIVA A FORMALIZAÇÃO DOS NEGÓCIOS, POR MEIO DE VISITAS EM DIVERSOS BAIRROS DA CIDADE, COM UMA TENDA ITINERANTE

Uma janela para a formalização nos negócios

MENOS BUROCRÁTICA E COM CUSTOS REDUZIDOS PARA QUEM QUER INGRESSAR NO MERCADO FORMAL, A LEI DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL POSSIBILITOU A FORMALIZAÇÃO DE MAIS DE 36 MIL PROFISSIONAIS LIBERAIS NO PARANÁ EM 2010; EM MARINGÁ, ESTE NÚMERO PASSA DE 1,5 MIL

Abriu o próprio negócio é o sonho de milhões de brasileiros, afinal o Brasil é o terceiro mais empreendedor entre os países que integram o G-20 (atrás da Argentina e do México), de acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que mede as taxas de empreendedorismo mundial. Ter autonomia de trabalho e a possibilidade de aumento da renda são alguns dos

chamarizes para quem quer ter um negócio próprio. Mas quem tem ou já teve esta experiência, sabe que ser empresário acarreta em preocupações extras.

Impostos, aluguel, despesas com funcionários... muitas vezes desanimam aqueles que se aventuraram no mundo empresarial. Foi o que aconteceu com Ardinial Dias Pereira, conhecido como Tito. Durante sete

anos ele trabalhou como funcionário em produtoras de vídeo em Maringá e em 2000 resolveu trabalhar por conta. Durante quase oito anos ele trabalhou na informalidade e em 2008 criou coragem e, com dois sócios, formalizou o negócio: abriu uma produtora de vídeo.

No entanto, os gastos fixos da empresa acabaram com o sonho de Tito. E se não fosse a Lei do Micro-

empreendedor Individual, talvez ele teria voltado para a informalidade. “Depois que abri a empresa, não tive mais sossego, tinha que trabalhar dobrado para poder pagar todas as despesas. Era inviável continuar com a empresa aberta”, lembra Tito, que hoje como microempreendedor da Top Digital Vídeo conseguiu sanar as dívidas, administrar o negócio com tranquilidade e cogita a possibilidade de investir em novos equipamentos. “Estou recomeçando minha vida como empresário, agora como microempreendedor individual. E se tudo correr bem, espero conseguir uma linha de crédito para comprar uma filmadora e uma ilha de edição com tecnologia mais avançada”. A produtora funciona na casa dele, o que gera mais economia. Além da produção de vídeos de casamentos e formaturas, a empresa de Tito faz trabalho audiovisual de festas, com telão e som, e realiza a produção de comerciais.

A lei complementar número 128 que criou a figura do Microempreendedor Individual (MEI) está em vigor no Brasil desde 2009. O objetivo da lei é permitir a formalização de profissões até então exercidas na informalidade, como pintores, eletricitas, costureiras, entre outros profissionais liberais. “Esta lei instituiu um tipo de empresa simplificada, tanto na sua constituição quanto nas obrigações mensais”, comenta o consultor do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em Maringá, João Luís Moura. Menos burocrática, a lei insere no mercado formal em torno de 170 atividades, sendo que o faturamento bruto anual não pode ser superior a R\$ 36 mil. Em 2010, de cada dez novas empresas brasileiras, 5,5 foram de empreendedores individuais, segundo o Ministério do Desenvolvimento,



ARDINAL PEREIRA ABRIU, COM DOIS SÓCIOS, UMA EMPRESA, MAS OS PLANOS NÃO DERAM CERTO; HOJE ELE É MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL E PLANEJA COMPRAR MAIS EQUIPAMENTOS PARA SUA PRODUTORA

Indústria e Comércio Exterior. Isso significa que das 1.370.464 empresas constituídas no Brasil no ano passado, 752.628 foram de empreendedores individuais.

Em Maringá, em 2010, foram criados 1,2 mil empreendedores individuais, número relativamente baixo quando comparado a todo o Paraná, quando foram criados 36.370. O desconhecimento da lei, segundo o consultor do Sebrae, é um dos principais fatores para o número de adesões não ser maior. “As pessoas que atuam na informalidade ainda desconhecem os benefícios da lei. O limite de faturamento permitido também restringe o aumento de negócios formalizados. E o limite de funcionário, somente um, é outro fator restritivo”.

BENEFÍCIOS

Porém para se tornar um Microempreendedor Individual, há uma

série de vantagens. “Não é necessário ter contador, a carga tributária é reduzida e há uma cobrança de uma taxa fixa que chegará a, no máximo, R\$ 65,40 que garante direitos previdenciários, como a aposentadoria”, explica Moura.

O crédito é outro benefício para aqueles que aderem à lei. “O empreendedor tem direito a acessar linhas de crédito como o Programa de Geração de Emprego e Renda (Proger). Também há condições diferenciadas para abertura de conta nos bancos e há possibilidade de ter um funcionário contratado com custo menor”, destaca Moura.

O empreendedor e a família também usufruem de cobertura previdenciária: auxílio-doença, aposentadoria por idade, salário-maternidade, pensão e auxílio-reclusão.

A principal obrigação do microempreendedor é a declaração anual sobre o faturamento, que

deve ser controlado mês a mês. “Vale lembrar que independente da atividade, o microempreendedor também precisará do alvará de funcionamento que é emitido gratuitamente pela prefeitura, de acordo com a legislação municipal”, lembra o consultor.

Para o contador José Vanderley Santana, a Lei do Microempreendedor Individual foi um avanço, pois atinge uma classe que não tinha condições de legalizar o negócio. “Na informalidade, estes empreendedores não podiam utilizar a rede bancária para conseguir crédito e não tinham direito à previdência social”. Outro fator relevante destacado pelo contador é de que havendo crescimento do negócio, esses microempreendedores se tornarão, automaticamente, empresas, “gerando mais receitas e empregos”.

“FIQUE LEGAL”

Há pouco mais de um ano a prefeitura de Maringá vem incentivando a formalização de microempreendedores individuais por meio do programa “Fique Legal”, que tem o apoio da ACIM. Servidores da prefeitura e consultores de entidades, como da Associação Comercial, com uma tenda itinerante, vão até os bairros da cidade, levando informações sobre como os interessados podem se formalizar. “Nosso objetivo é tornar mais dinâmico o processo de abertura de empresas no município e levar até os profissionais informais as vantagens e facilidades de legalizar seu negócio”, informa o secretário de Desenvolvimento Econômico de Maringá, Valter Viana.

Antes do programa ter início na cidade, eram 448 microempreendedores individuais, hoje são



“OS EMPREENDEDORES TIVERAM UM POUCO DE RECEIO QUANDO A OPORTUNIDADE SURTIU, MAS LOGO PERCEBERAM QUE OS BENEFÍCIOS SÃO GRANDES”, DIZ O SECRETÁRIO VALTER VIANA

1.545 negócios formalizados. Viana acredita que o programa contribuiu, e muito, para a divulgação da lei do microempreendedor. “Os empreendedores tiveram um pouco de receio quando a oportunidade surgiu, mas logo perceberam que os benefícios são grandes, como acesso à nota fiscal, participação em licitações para compras públicas, cobertura previdenciária para o empreendedor e sua família”.

Ele informa que graças a uma lei municipal, algumas atividades puderam ser incluídas na Lei do Microempreendedor Individual em Maringá, como a de mototaxista.

MENOS BUROCRACIA

O eletricitista Erik Francisco Alves se tornou um microempreendedor individual em novembro do ano passado. Depois de um ano de trabalho na informalidade, ele percebeu que a nova lei poderia melhorar as condições de trabalho, sem que tivesse que desembolsar mais por isso. “Sabia que havia alguns benefícios para autônomos, como isenção de taxas de

Processo de formalização é gratuito

O consultor do Sebrae João Luis Moura, da regional Maringá, destaca que o interessado em ser um microempreendedor individual deve procurar orientação especializada no próprio Sebrae ou em um escritório contábil. Isto é importante para entender os requisitos da lei, deveres e direitos. Após esta orientação, o futuro empresário deve procurar a prefeitura para solicitar o alvará. O passo seguinte é a formalização, que pode ser feita de forma gratuita pelo Sebrae, por um contador ou pelo próprio microempreendedor por meio do Portal do Empreendedor (www.portaldoempreendedor.gov.br).

imposto e possibilidade de contribuir com a previdência social. Para mim, compensou muito”. A facilidade para se formalizar também é destacada por ele. “Procurei um escritório de contabilidade, só levei uma cópia do documento de identidade, o CPF e comprovante de residência e consegui me formalizar gratuitamente”.

Alves enfatiza que se não fosse pela lei, seria difícil ingressar no mercado formal, o que acarretou em benefícios. “Hoje tenho uma conta telefônica por meio de um plano empresarial, que é mais vantajoso e mais barato”. A possibilidade de emitir nota fiscal também contribuiu com o trabalho do electricista. “Tem muito cliente que pede nota e antes não tinha como emitir”. ■



Ivan Amorim

“NA INFORMALIDADE, ESTES EMPREENDEDORES NÃO PODIAM UTILIZAR A REDE BANCÁRIA PARA CONSEGUIR CRÉDITO”, LEMBRA O CONTADOR JOSÉ VANDERLEY SANTANA



AGILIZE A LOCAÇÃO DO SEU IMÓVEL!

Entre os serviços da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM), o SCPC Imobiliário é o que oferece informações de protestos, SCPC e cheques devolvidos em nome do locatário e fiador. O serviço é para quem deseja alugar um imóvel em Maringá e quer agilidade, praticidade e economia no processo de locação.

Com o SCPC Imobiliário, o usuário não precisa se deslocar a vários locais para conseguir a documentação exigida (certidão do Cartório Distribuidor, informando se há protesto e do SCPC, informando se há restrições no comércio). No SCPC Imobiliário constam as seguintes informações: se há protestos, restrições SCPC e cheques devolvidos em nome da pessoa consultada, além de uma síntese com dados cadastrais. Essas são informações exigidas do locatário e do fiador no processo de locação de imóvel.

O locatário sai da ACIM com a certidão sua e do seu fiador em mãos. A grande vantagem deste serviço é a impressão imediata da certidão. O valor de cada certidão é R\$ 17,00.

Em média, mensalmente, o SCPC Imobiliário registra mais de mil consultas. Nos meses de janeiro e fevereiro os números tendem a aumentar. Esse crescimento é reflexo da vinda de estudantes de outras cidades que passam nos vestibulares e movimentam o mercado imobiliário de Maringá.

Os interessados em utilizar o serviço precisam dirigir-se até a sede da ACIM tendo em mãos os seguintes documentos: CPF e RG originais do locatário, cópias do CPF e RG do fiador, além da proposta de locação preenchida pela imobiliária. A sede da ACIM está localizada na rua Basílio Sautchuk, n° 388, centro.

Informações pelo telefone 0800 600 9595

Fazer compras sem sair de casa, o que significa não ter que enfrentar o trânsito, nem filas e ainda poder conseguir descontos é uma das possibilidades oferecidas pelo mundo virtual. O comércio eletrônico, chamado de *e-commerce*, tem expandido no mundo todo. No Brasil, somente nos últimos dois anos houve um aumento de R\$ 3 bilhões nas vendas pela internet, sendo que em 2010 foram comercializados cerca de R\$ 13,6 bilhões - sem contabilizar as vendas de passagens aéreas, automóveis e leilões online. Segundo estimativas, em 2010 havia cerca de 23 milhões de "e-consumidores" no Brasil. Os números são do E-commerce Org, site brasileiro especializado no assunto.

De olho neste mercado e por se tratar de um canal de vendas importante, a ACIM está lançando neste mês o portal Compre ACIM. Num primeiro momento, o portal foi um espaço para exposição de produtos das empresas associadas, que podiam anunciar promoções. Cerca de 220 empresas aderiram, em um período de seis meses.

A partir deste mês o Compre ACIM ganha novo visual e conceito: será um shopping virtual. É uma oportunidade para os empresários disponibilizarem produtos para outros mercados, fazer parcerias para vendas cruzadas (com outras lojas) e ainda oferecer ao cliente a comodidade de comprar sem ter que ir até a loja física.

Para participar, o empresário poderá optar por um dos três planos disponíveis, com mensalidades de R\$ 19,90, R\$ 49,90 e R\$ 99,90. Cada plano tem características e vantagens diferentes, como e-mail personalizado, banners, pagamentos com cartões de crédito ou boleto bancário e número de fotos dos

Compras pelo computador

ACIM LANÇA O SHOPPING VIRTUAL COMPRE ACIM, UM ESPAÇO PARA O ASSOCIADO COMERCIALIZAR PRODUTOS PELA INTERNET; O PORTAL PASSA A FUNCIONAR A PARTIR DESTES MÊS



(44) 3027-7000 (44) 3027-7001

Cadastro Meus Pedidos Meu Carrinho
Inicial Produtos Serviços Empresa Contato

R4 DATA CENTER

Links redundantes
SLA 99,7 ano
Ambiente Seguro
Grupo gerador

Servidores Dedicados
Colocation
Contingência
Hospedagem de Sites
Comércio Eletrônico
44 3027-7000

Pesquisa

Escolher Grupo

Telefonia

Eletrônicos

Cine e Foto

Informática

Eletrodomésticos

Games

Moda e Acessórios



Roda - Torino - Honda New Civic CSI - 17x7 - 5x114.3

R\$ 25,00



Fogão 4 Bocas Electrolux Celebrate de Priso Duplo

De R\$ 3.499,00
Por R\$ 2.699,00 à vista



Plano AGL-300 mb de disco e e-mails ilimitados

R\$ 25,00

ATENDIMENTO ON LINE

NEWSLETTER

TVs LCD com até 15% de Desconto

produtos. Além de espaço para cadastro de cliente, notícias e ainda domínio da conta. "Com o Compre ACIM, a empresa terá a chance de expandir o leque de consumidores, podendo vender para clientes de qualquer lugar do Brasil", diz o vice-presidente de tecnologia da ACIM, Ilson Rezende.

FUNCIONALIDADE

Para a realização do Compre ACIM, a Associação Comercial conta com a parceria da R4 Data Center, que desenvolveu a parte técnica do portal. De acordo com o proprietário da R4, Roberto Teixeira, as atualizações e postagens das promoções e produtos ficarão a cargo do anunciante. "O portal é

funcional e prático, o empresário não terá dificuldade para manuseá-lo. No entanto, caso encontre algum problema, a equipe da R4 dará todo suporte", explica.

Teixeira ainda destaca que cada anunciante do portal terá um site próprio (com ou sem domínio - irá variar conforme o plano). "Assim que o consumidor entrar no portal Compre ACIM e clicar em um produto, automaticamente será direcionado à página do site do anunciante. Isso dará ao anunciante mais autonomia quanto ao espaço".

O Compre ACIM é um serviço exclusivo para associados da ACIM. O telefone para aderir ao projeto e para tirar dúvidas é o 0800-6009595. ■



Capacitação é mais que informação, é crescimento profissional

O Centro de Capacitação e Treinamento da ACIM oferece cursos nas áreas de vendas, RH, administração financeira, liderança, atendimento, comunicação entre outros.

Conta com instrutores experientes e de influência no mercado, conferindo ao associado um serviço único e de qualidade.

Outro diferencial que evidencia o empenho da Associação Comercial de Maringá em atender com excelência seus associados, são as instalações disponíveis para locação, que compreendem duas salas de reunião, três salas de treinamento e um auditório, com capacidade para atendermos de 08 a 85 pessoas.

Venha conhecer o Centro de Capacitação e Treinamento da ACIM e faça da sua equipe um verdadeiro sucesso!

**Para os associados,
os preços são especiais**

Tenha mais informações pelo telefone

(44) 3025-9636 ou e-mail apoiocapacitacao2@acim.com.br

Capacitação e Treinamento

SALA DE LICITAÇÕES

+ Transparência + Economia + Controle



Arquivo PNM

**LICITAÇÃO DA
PREFEITURA DE
MARINGÁ; SÓ NO
ANO PASSADO
FORAM LICITADOS
R\$ 269 MILHÕES**

Concorrência para vender ao governo

PARA AUMENTAR O FATURAMENTO E O NÚMERO DE CLIENTES, EMPRESÁRIOS APOSTAM NA PARTICIPAÇÃO DE LICITAÇÃO DE ÓRGÃOS PÚBLICOS; MAIS DE 28 MIL LICITAÇÕES ESTAVAM EM ANDAMENTO EM FEVEREIRO EM TODO O BRASIL

A participação em licitações de órgãos públicos pode ser uma oportunidade para a comercialização de produtos e serviços. No entanto, Monia Marton Pavan foi além: encontrou a oportunidade de ter o próprio negócio. Até 2002 ela prestava consultoria para órgãos públicos sobre uma modalidade de licitação que gerava dúvidas:

o pregão eletrônico. Nesse período, ela percebeu a dificuldade de muitos empresários em relação ao fornecimento da documentação necessária para a participação num processo licitatório. “Os órgãos públicos queriam comprar e as empresas, vender. O que estava faltando era técnica”. Foi daí que surgiu a Pavan e Marton, que atual-

mente assessora 25 empresas que participam de licitações em todo o país. “Começamos com um cliente e demos um salto grande. Hoje participamos de 15 a 20 licitações por dia, um número expressivo”, destaca Monia. A empresa atua desde o estudo do edital até a finalização da compra e o pós-contrato. “Temos um departamento jurídico

para assessorar e dar suporte ao cliente em todo processo”, acrescenta.

Monia lembra que muitos empresários ainda acreditam que órgãos públicos são maus pagadores. “Desde que iniciamos neste ramo não tivemos problemas com falta de pagamentos. Hoje, o índice de inadimplência dos órgãos públicos é quase zero”, afirma.

Segundo a consultora do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) Patrícia Valente Santini, “não se pode garantir que não haverá o direcionamentos em licitações, mas isso é exceção. E quanto ao pagamento, a Lei de Responsabilidade Fiscal exige o cumprimento de deveres, entre eles o pagamento correto de despesas”.

PARTICIPANDO DA LICITAÇÃO

Há 12 anos participando de licitações, a proprietária da Nasser Alimentos Hortifrutigranjeiros, Michele Nasser, tem hoje 65% do faturamento vindo de licitações. Ela conta que a maioria dos processos que participa acontece entre dezembro e janeiro e o contrato para fornecimento de merendas para as escolas tem duração de um ano. Somente neste ano a empresa dela ganhou 20 licitações, no Paraná e no interior de São Paulo.

A ideia de participar de licitações surgiu da necessidade de ampliar o número de clientes. Michele é atacadista no Ceasa. “Era difícil ficar esperando o consumidor aparecer. Precisava de clientes e que pagassem em dia. Apostei na

Prefeitura de Maringá e hoje atendendo 20 municípios”, comemora. Ela lembra que no início o processo era mais simples: a exigência de documentos e a concorrência eram

menores.

O empresário Marcelo Leme venceu uma licitação da prefeitura de Maringá em setembro de 2010 e a empresa dele, a Linda Li Via-

AS MODALIDADES E TIPOS DE LICITAÇÕES

Modalidades

COMPRAS E SERVIÇOS

OBRAS E SERVIÇOS DE ENGENHARIA



CARTA CONVITE

de R\$ 8 mil a R\$ 80 mil

de R\$ 15 mil a R\$ 150 mil



TOMADA DE PREÇO

de R\$ 80 mil a R\$ 650 mil

de R\$ 150 mil a R\$ 1,5 milhão



CONCORRÊNCIA

acima de R\$ 650 mil

acima de R\$ 1,5 milhão

Tipos

MENOR PREÇO

O que vale é o menor preço

MELHOR TÉCNICA

Em alguns casos os parâmetros técnicos determinam o vencedor

MENOR PREÇO E MELHOR TÉCNICA

Neste caso, os dois parâmetros são importantes. O peso de cada um dos parâmetros deverá estar claro na licitação

WVAINER



MONIA MARTON PAVAN ABRIU UMA EMPRESA PARA ASSESSORAR QUEM QUER PARTICIPAR DE LICITAÇÕES; “HOJE O ÍNDICE DE INADIMPLÊNCIA DOS ÓRGÃOS PÚBLICOS É QUASE ZERO”



Ivan Amorim

GRAÇAS À PARTICIPAÇÃO EM LICITAÇÕES, ALÉM DE RECEBER EM DIA, O EMPRESÁRIO MARCELO LEME, DA LINDA LI VIAGENS E TURISMO, TEM CONSEGUIDO NOVOS CLIENTES PELA INDICAÇÃO DA PREFEITURA DE MARINGÁ

gens e Turismo, é a responsável por fornecer as passagens para as secretarias de Educação, de Transporte e para o Gabinete. De acordo com Leme, o valor do contrato é de R\$ 198 mil para viagens nacionais e de R\$ 20 mil para viagens internacionais, sendo que esta é restrita ao gabinete.

Depois de participar de um curso sobre licitações na ACIM, ele decidiu que poderia ser fornecedor de órgãos públicos. "Achei interessante e vantajoso, então decidi buscar consultoria do Observatório Social de Maringá, que tem uma parceria com o Sebrae e a ACIM. Nessa consultoria recebi as orientações necessárias e acredito que isso foi fundamental para que minha empresa ganhasse a licitação", argumenta Leme.

Segundo ele, a prefeitura tem sido uma boa cliente, tanto no quesito pagamento em dia, quanto pelo leque de relacionamentos que

tem aberto para a agência. "Nossos pagamentos nunca atrasaram um dia. Além disso, outros órgãos públicos pedem indicação para a Prefeitura sobre o prestador de serviço e isso tem gerado orçamentos e vendas", complementa Leme, que com a experiência positiva pretende continuar participando de licitações.

VANTAGENS

Monia, da Pavan e Marton, explica que é grande o universo das licitações. "São mais de 12 mil órgãos públicos consumindo. O mix de produtos também é extenso. Por meio de licitação se compra e contrata os mais variados produtos e serviços, atingindo um número grande de segmentos. Outro fator vantajoso da licitação é que não há muitas oscilações ao longo do ano, já que os órgãos públicos compram o ano todo".

Um mercado que vem despon-

tando e abrindo mais possibilidades de negócio são as licitações privadas, como as feitas por hospitais, instituições de ensino e agências bancárias. "A licitação é uma ferramenta que tem sido cada vez mais utilizada. É preciso estar atento e aproveitar as oportunidades", acrescenta Monia.

Na visão do contador e consultor Orlando Chiqueto, com a licitação o empresário tem a oportunidade de ir até o cliente. "É um processo inverso de venda. Em vez de esperar o cliente, o empresário vai buscá-lo, tendo a vantagem de saber, de antemão, o que ele quer comprar, já que tudo está especificado no edital", frisa.

Para as micro e pequenas empresas (MPEs), há ainda a chance de disputa com grandes empresas tendo uma vantagem. Segundo Chiqueto, as MPEs contam com o benefício do empate ficto, ou seja, a Lei Geral das Micro e Pequenas

Empresas, de 2006, determina que nas licitações será adotado, como critério de desempate, a preferência pela contratação das MPEs.

Os empates devem ser entendidos como situações em que as propostas apresentadas pelas MPE sejam iguais ou até 10% superiores à proposta melhor classificada nas licitações. Já na modalidade de pregão, o percentual estabelecido é de até 5% superior ao melhor preço. "Exemplificando: podemos ter uma MPE com uma proposta no valor de R\$ 1.050, contrapondo a uma grande empresa que oferece o mesmo produto ou serviço por R\$ 1 mil. Baseada na lei, a MPE terá a opção de fazer a mesma proposta, se assim desejar", explica.

Outro benefício da lei geral é a possibilidade de que as licitações de até R\$ 80 mil sejam específicas para as micro e pequenas empresas. No entanto, para que isso ocorra, Chiqueto esclarece que pelo menos três empresas devem estar aptas e com condições de participar da concorrência.

Segundo Patrícia, do Sebrae, as MPEs estão percebendo que vender para o poder público é uma oportunidade de negócio. Até 2006, quando entrou em vigor a Lei Geral e estabeleceu mecanismos e facilidades para a participação em processos licitatórios, 129.687 MPEs participavam de licitações somente do Governo Federal. Até setembro de 2010, este número chegou a 226.654, de acordo com informações do Ministério do Planejamento, o que representa um crescimento de 75%.

A LICITAÇÃO

A Lei 8.666, de 1993, regulamentou o artigo 37, inciso XXI, da Constituição Federal, que institui

Assessoria para a participação em licitações

A ACIM, o Observatório Social de Maringá (OSM) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) se uniram para que mais empresas possam participar de licitações. O OSM identifica as licitações em andamento. Feito isso, busca-se no banco de dados da ACIM e do próprio OSM as empresas que se enquadram no perfil dos editais. Se necessário, as empresas que se interessarem irão receber uma consultoria por profissionais do Sebrae e do OSM. As consultorias são quinzenais, mas o objetivo é que neste ano o atendimento seja semanal.

Para o presidente do OSM,

Carlos Anselmo Corrêa, o objetivo do Observatório é que haja boa gestão dos recursos públicos e um dos aspectos para que isso aconteça é que a prefeitura possa adquirir os produtos pelo preço de mercado. "Para estabelecer preço de mercado, é preciso que haja concorrência e nesse sentido a parceria entre a ACIM, o OSM e o Sebrae é imprescindível. Temos que mudar a cultura de que vender para órgãos públicos é difícil ou que é um processo com 'cartas marcadas'. Vender para órgãos públicos é regulamentado e é a essa regulamentação que os empresários têm acesso na consultoria".

normas para licitações e contratos feitos pela administração pública. De acordo com a lei, o processo licitatório é obrigatório para a contratação de empresas nas áreas de obras, serviços - inclusive de publicidade -, compras, alienações e locações dos governos federal, estadual e municipal.

A legislação, além de dar mais transparência às compras públicas, é uma oportunidade de venda para milhares de empresas. Para se ter ideia da dimensão do mercado, no fechamento desta reportagem, no final de fevereiro, havia 28.338 licitações públicas

em andamento em todo o país. A informação é da Conlicitação, empresa especializada em processos licitatórios.

Na Prefeitura de Maringá, somente em 2010, foram licitados aproximadamente R\$ 269 milhões, segundo o Observatório Social de Maringá. No total, foram abertos 500 processos licitatórios, entre pregões presenciais, tomadas de preços, concorrências e convites. A Câmara Municipal de Maringá licitou aproximadamente R\$ 550 mil no ano passado, entre serviços, materiais de consumo e de expediente. ■

Um protesto épico: Marcha da Produção

Um dos maiores protestos de Maringá contra o governo ocorreu há mais de 50 anos, em 21 de setembro de 1958. A Marcha da Produção organizou os cafeicultores rumo ao Palácio do Catete na então capital federal, Rio de Janeiro.

O estopim se deu dois anos antes, quando os produtores paranaenses e paulistas haviam solicitado um reajuste nos preços das sacas de café, mas a reivindicação não foi atendida em sua totalidade. Algumas exigências foram acatadas por meio do Instituto Brasileiro de Café, contudo, o problema na balança comercial permaneceu.

Em 1958, duas grandes manifestações organizadas em Maringá e Londrina definiram 18 de outubro daquele ano como a data para a ida dos protestantes ao Rio de Janeiro, inclusive, a Igreja Católica abraçou a causa dos produtores. Dom Jaime Luiz Coelho e Dom Geraldo Fernandes se empenharam para acompanhar a Marcha. Com isso, a mídia passou a noticiar ainda mais o plano.

Durante o comício de preparação da Marcha de Maringá, diversas personalidades discursaram, entre elas o Bispo da cidade, Dom Jaime Luiz Coelho, e o cafeicultor londrinense Álvaro Godoy. Centenas de pessoas prestigiaram o acontecimento. Placas ilustraram a revolta das entidades maringaenses, inclusive a ACIM pactuou do mesmo ideal por meio da frase: "A Associação Comercial apóia a Marcha da Produção".

Também participariam agricultores de São Paulo, Espírito Santo, Minas Gerais e do próprio Rio de Janeiro. Da região, foram organiza-



Com a faixa "Café não é brinquedo do governo", a Marcha da Produção seguiria até o Rio de Janeiro

Dom Jaime Luiz Coelho durante seu pronunciamento em Maringá; ao fundo, diversas faixas e placas de protesto, entre elas a da ACIM



das quatro frentes: de Maringá, Londrina, Jacarezinho e Paranavaí. Do Paraná, a grande caravana seguiria até Ourinhos-SP, onde se encontraria com os cafeicultores paulistas. A previsão era de que aproximadamente 40 mil pessoas pressionassem o então presidente da República, Juscelino Kubistchek.

Os produtores pegaram a estrada em direção a Ourinhos. Entretanto, a poucos quilômetros de Maringá, o grupo de veículos foi surpreendido por uma barricada e por soldados armados do 13º Regimento de Infantaria do Exército de Ponta Grossa, que estavam submetidos às ordens do Major Edmar Barreto Bernardes.

Apesar do pedido para os produtores pararem, Renato Celidônio, que era presidente da Associação Rural de Maringá, insistiu para a liberação dos manifestantes. O pedido foi em vão e os produtores tiveram que retornar a Maringá, onde ficaram concentrados na área urbana.

Com o ocorrido, boatos se espalharam para as demais regiões. E com isso, as frentes das outras cidades foram perdendo força. Apesar do revés aos cafeicultores, o movimento mostrou a força das organizações contra os abusos do Governo.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

Em defesa de melhorias para o agronegócio

NOS PRIMEIROS ANOS DA DÉCADA DE 1980 A ACIM TEVE COMO PRESIDENTE ATAIR NIERO, QUE, EM SUA GESTÃO, BUSCOU MELHORIAS PARA OS PRODUTORES RURAIS, ATRAVÉS DO AUMENTO DAS LINHAS DE FINANCIAMENTO E NO ESCOAMENTO DA SAFRA; NAQUELA ÉPOCA A ACIM TAMBÉM REIVINDICOU MELHORIAS NA SEGURANÇA PÚBLICA

Natural de Nuporanga (SP), Atair Niero se mudou para Maringá no final de 1958, transferido de Londrina como funcionário da Companhia Melhoramentos do Norte do Paraná. Ele ingressou na ACIM como representante da companhia e anos depois, em 1980 e 1981, se tornou presidente da Associação Comercial, período no qual conseguiu intermediar o aumento do efetivo policial e da quantidade de vagões de trem para o escoamento da safra de grãos. Ele é casado com Cláudia Aparecida Niero e pai de cinco filhos:

DURANTE SUA GESTÃO UMA DAS AÇÕES LIDERADAS PELA ACIM FOI A SOLICITAÇÃO DO AUMENTO DE VAGÕES PARA ESCOAR AS SAFRAS DE SOJA E MILHO. QUAL ERA A SITUAÇÃO DOS PRODUTORES RURAIS DA ÉPOCA? O PLEITO DO AUMENTO DOS VAGÕES FOI ATENDIDO?

Naquela época escoar a safra era muito difícil. Quando chovia, os caminhões paravam em Marialva e não conseguiam se deslocar para o Porto de Paranaguá porque não havia asfalto. A solução era conseguir mais vagões para o transporte ferroviário. Então, nós empresários, tomamos várias ações: fomos a Curitiba e fizemos requerimento para o prefeito João Paulino, por exemplo. Além disso, eu tinha uma amizade grande com o Octávio Cesário, que era Secretário de Estado da Justiça, e intermediou nosso pedido junto ao governador Ney Braga. Com os vagões, podíamos transportar a safra ligeiramente para o Porto de Paranaguá. Recordo-me que chegamos a ter cerca de 350 vagões.

A ACIM AINDA INTERVEIO, JUNTO AO BANCO DO BRASIL, PARA A AMPLIAÇÃO DOS FINANCIAMENTOS PARA A INDÚSTRIA E A AGRICULTURA.

ESSA INTERMEDIÇÃO APRESENTOU RESULTADOS?

Uma comissão foi a Curitiba visitar o Banco do Brasil para solicitar a ampliação dos financiamentos. Como os valores que conseguimos foram pequenos, fomos para Brasília negociar com a diretoria do banco. Após a viagem, Maringá passou a receber três vezes mais recursos voltados para o financiamento de indústrias e da agricultura.

A IMPLANTAÇÃO DO ESCRITÓRIO DA JUNTA COMERCIAL DE MARINGÁ ACONTECEU DURANTE SUA GESTÃO NA ACIM. DE QUE FORMA A ENTIDADE CONTRIBUIU PARA QUE ESTE ESCRITÓRIO SE INSTALASSE NA CIDADE?

Naquela época, para abrir uma empresa na cidade a morosidade era grande, já que toda papelada precisava ser encaminhada para o escritório de Curitiba. A ACIM era intermediária neste processo, mas era um transtorno para o empresário. Então, mais uma vez contamos Octávio Cesário, que demorou cerca de 90 dias para dar um parecer positivo. A ACIM sediou a Junta Comercial e o cargo de primeira relatora e responsável ficou sob responsabilidade de Cláudia Cristina Paniche. Lembro que esse cargo estava sendo almejado por políticos e



Ivan Amorim

para evitar isso, conversei com o prefeito João Paulino e expus a situação. Tratava-se de uma função técnica e o objetivo era agilizar o processo. O lojista não podia ser prejudicado e manter as despesas do comércio, enquanto aguardava para abrir as portas. No final, todos concordaram. A cidade estava em pleno crescimento e a abertura de uma empresa que antes demorava 40, 50 dias, com a instalação do escritório não demorava mais do que 12 dias.

OUTRA PREOCUPAÇÃO DA ACIM FOI QUANTO À SEGURANÇA PÚBLICA, PRINCIPALMENTE EM RELAÇÃO AO GRANDE NÚMERO DE ROUBOS DE VEÍCULOS...

A segurança pública em Maringá era muito precária, apesar de que ainda hoje faltam alguns ajustes. O coronel Aroldo, que era comandante da PM na época, ajudou bastante. Recordo que eram registrados vários roubos de automóveis por dia. A ACIM fez vários ofícios para o comando da PM em Curitiba e conseguimos cerca de 12 soldados a mais para Maringá. Em 1983, já não era mais presidente da ACIM, mas recordo-me da união de forças para a criação do Conselho Comunitário de Segurança de Maringá, o primeiro do segmento no país e que está em pleno funcionamento até hoje. ■

O Vale a pena
OUVIR

LUIZ CARLOS ROZOLEN - EMPRESÁRIO

Fallen - Evanescence

O álbum é da banda Evanescence, que tem como vocalista Amy Lee. A líder da banda, além de considerada uma das 50 mulheres mais *sexy* do rock, é uma excelente cantora. As músicas são profundas e gostosas de serem ouvidas.



JUARES ALVES DA SILVA - EMPRESÁRIO

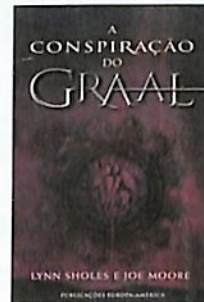
Multishow Ao Vivo – Maria Gadú

Talento indiscutível da nova geração da MPB, Maria Gadú é cantora e compositora com tudo muito próprio: letra, música e voz. Vale à pena ouvir a música “Lanterna dos afogados”.



O que estou
ENDO

ROBERTH FABRIS -
CRÍTICO DE CINEMA E ARTES E APRESENTADOR
DO PROGRAMA DICAS DE ROBERTH NA TV GIRAFÁ



A CONSPIRAÇÃO DO GRAAL
LYNN SHOLES E JOE MOORE
EDITORA: PENSAMENTO
320 PÁGINAS

Indicado para quem gosta de suspense, emoções fortes e adrenalina regada ao sobrenatural. Um livro envolvente e que nos faz repensar como o Graal é importante em nossa sociedade seja pelo mito ou pelo poder que desperta em várias gerações. Vencedor do prêmio de melhor livro de mistério do ano pela Revista ForeWord.

Vale a pena
ASSISTIR

A VIAGEM PERFEITA
A ARMADILHA PERFEITA



O TURISTA



rapidamente na medida em que os dois se envolvem involuntariamente. Toda a história está interligada a intrigas, romances e perigo e com uma pitada de comédia. Com o encanto extra da história ser ambientada em Paris e Veneza. É um filme espetacular, que recomendo.

CAMILA CABAU -
ASSISTENTE DE COMUNICAÇÃO

SOMOS MARSHALL –
MCG (2006)

O enredo é baseado em uma história real. Os Marshalls são um time de futebol de uma pequena cidade norte-americana, que ganhou diversos campeonatos. Até que um dia, retornando para casa em uma viagem de avião, os jogadores sofrem um acidente, onde todos morrem. A cidade fica de luto até que um novo treinador (interpretado por Matthew McConaughey) chega à cidade e propõe reestruturar o time. A saga é emocionante e cheia de desafios. Vale à pena conferir.



UM CERTO VERÃO NA SICÍLIA –
UMA HISTÓRIA DE AMOR
MARLENA DE BLASI
EDITORA OBJETIVA
272 PÁGINAS

Uma obra-prima da literatura atual que nos faz descobrir a força da cultura italiana e os encantos e segredos de uma Sicília repleta de nostalgia e tradições. No verão de 1995, a jornalista norte-americana Marlena de Blasi estava casada há apenas nove meses com um veneziano, quando uma revista acadêmica encomendou um artigo sobre as regiões do interior da Sicília. E deste modo começamos a entrar na vida deste povo fascinante e na sua cultura.

FÁTIMA SAMPAIO DE CASTRO - EMPRESÁRIA

O TURISTA –
FLORIAN HENCKEL VON DONNERSMARCK (2011)

O Turista é um filme internacional que traz Johnny Depp e Angelina Jolie no elenco e mostra a história de um turista norte-americano durante uma viagem à Europa. No trem, este turista encontra uma mulher, que lhe faz várias perguntas, mas não gosta de ser interrogada. O romance se desenvolve

Vale a pena
NAVEGAR

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

www.infologis.blogspot.com: blog que traz notícias sobre armazenagem, distribuição, transportes entre outros assuntos referentes à logística

www.anpad.org.br/rac: link da Revista de Administração Contemporânea, que é uma publicação *on line* científica “que tem como missão contribuir para o entendimento aprofundado da Administração e das Ciências Contábeis (...) para subsidiar as atividades acadêmicas e a ação administrativa em organizações públicas e privadas”

www.braziltradenet.gov.br: portal do Departamento de Promoção Comercial e Investimentos, ligado ao Ministério das Relações Exteriores, que é o “maior banco de dados de empresas estrangeiras importadoras disponível”

Imprevistos não devem comprometer a elegância

NINGUÉM ESTÁ LIVRE DE PINGOS DE CAFÉ NA CAMISA OU ROUPA MOLHADA DE CHUVA, ENTÃO TENHA PACIÊNCIA E NÃO SE DESESPERE...

Tudo bem que escolher a melhor roupa para o dia de trabalho já exige certa dose de elegância e bom senso. Mas quando imprevistos acontecem - e eles acontecem mais cedo ou mais tarde com qualquer pessoa - o que você vai precisar são pitadas de bom humor e agilidade. Esperar que um anjo caía do céu com um *look* prontinho ou franzir a testa durante toda manhã não vai resolver nada quando o assunto é mancha de café na camisa branca, banho de chuva inesperado ou sapato lustradíssimo com vestígios nada agradáveis do que um cachorro deixou pela calçada.

Quando um desses imprevistos acontece, o primeiro passo é pensar na melhor e mais rápida forma de solucionar o problema, nada de ficar se lamentando para o chefe e nem para os colegas. Se você não consegue resolver um problema doméstico tão simples, como vai resolver questões importantes relacionadas ao trabalho? Não perder o controle é a regra de ouro e depois analise se é preciso voltar para casa ou se vai ser possível contornar a situação no escritório. Se a melhor opção é voltar para casa, consulte seu superior ou o setor de Recursos Humanos e não perca tempo.

Mas isso, apenas em casos mais extremos, como um banho chuva



em que nenhuma peça sobre seu corpo está seca. Quando a questão for mais amena, como uma mancha de café ou tinta, é bem provável que possa ser resolvida no ambiente profissional. Para facilitar o processo, a dica é estar prevenido. Ter uma "maleta de primeiros socorros", equipada com um removedor de manchas e paninhos limpos pode facilitar.

Deixar uma camisa coringa - e até uma gravata - em um armário no trabalho é sempre uma boa estratégia, principalmente para os homens e, especialmente, em dias de muito calor. Já as mulheres podem se beneficiar do mundo mágico dos acessórios, como lenços e echarpes, que com um pouco de criatividade, podem

esconder manchas e conferir um toque de charme. Mulheres antenadas devem também ter sempre uma meia-calça extra na bolsa ou na gaveta, porque meia com fio puxado pode derrubar uma boa produção.

O cuidado em evitar acidentes com o visual deve ser redobrado em dias em que uma reunião importante estiver marcada ou a apresentação de um novo projeto faça parte da agenda. Para quem acredita ser uma pessoa de sorte, seguir essas dicas pode parecer um exagero, mas não espere um imprevisto acontecer para se tornar uma pessoa mais prevenida.

Dayse Hess é jornalista e especialista em design de moda

Nova diretoria da Faciap tem três maringaenses

RAINER ZIELASKO, DE TOLEDO, ASSUME A PRESIDÊNCIA DA FACIAP EM EVENTO QUE REUNIU MIL PESSOAS EM CURITIBA; TRÊS DIRETORES DA ACIM COMPÕEM A NOVA DIRETORIA DA FEDERAÇÃO

A posse da diretoria gestão 2010-2012 da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Estado do Paraná (Faciap), que passa a ser dirigida pelo industrial Rainer Zielasko, reuniu cerca de mil pessoas em 21 de fevereiro, no Castelo do Batel, em Curitiba. Entre os presentes estavam o ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, o governador, Beto Richa, o prefeito de Curitiba, Luciano Ducci, e a senadora Gleisi Hoffmann. Uma comitiva de empresários maringaenses prestigiou o evento e acompanhou a posse de três vice-presidentes da ACIM que integram a nova diretoria da Faciap.

Na cerimônia, Zielasko destacou a alegria de assumir uma Federação que representa a força do empreendedorismo e 75% dos municípios do Paraná. "Assumo a Faciap com a honra de ter sido escolhido por grandes líderes de nosso sistema, com a responsabilidade de representar a força do interior". O presidente lembrou que desde o início de janeiro estava atuando à frente da entidade e dará continuidade ao trabalho de fortalecimento dos negócios, defendendo as bandeiras dos empresários também junto ao governo. "Vamos usar a força do nosso sistema para cobrar investimentos



Rubens Nemitz Jr

EMPRESÁRIOS MARINGAENSES PRESTIGIARAM A POSSE DA DIRETORIA DA FACIAP E NA FOTO LADEIAM O PRESIDENTE RAINER ZIELASKO

públicos, melhoria da estrutura de nossas cidades, para que elas tenham riquezas e prosperidade".

O governador Beto Richa reconheceu que o evento foi o mais prestigiado que ele participou desde que assumiu o cargo e agradeceu, em nome do Estado do Paraná, ao trabalho realizado pela Federação à sociedade e ao setor empresarial paranaense. "A Faciap sempre foi liderada por grandes nomes e pessoas competentes e desta vez sei que não será diferente", disse.

O Ministro das Comunicações, Paulo Bernardo, destacou que o Governo Federal está atuando junto a todos os Estados, independente de partidos políticos. "O governo da Dilma Rousseff criou hoje um Ministério de Pequenas e Micro Empresas, o que irá benefi-

ciar todos os estados, inclusive a economia paranaense", diz.

O ex-presidente da Faciap Ardisson Naim Akel tomou posse no Conselho Superior da Federação. "Quem passa pelo movimento associativista não sai mais, hoje presido a Junta Comercial do Paraná, mas esteja onde estiver vou continuar lutando pelas bandeiras do nosso sistema, e no Conselho Superior continuo atuando em nosso sistema", destacou.

Três empresários maringaenses, que compõem a diretoria da ACIM, integram a nova diretoria da Faciap. O presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, assumiu a 2ª vice-presidência da Federação, Massimiliano Silvestrelli é vice-presidente para assuntos do SPCPC e Luiz Ajita assumiu a vice-presidência de cooperativismo. ■

Diretores da ACIM participam de seminário de liderança

MINISTRADO PELO MÉDICO JOUGI TAKAHASHI, O SEMINÁRIO ESTÁ NA SEGUNDA EDIÇÃO; PARTICIPANTES DISCUTEM COMO SER UM LÍDER COM BASE NO AMOR COMPORTAMENTAL

Quinze diretores do Conselho de Administração da ACIM participaram da primeira turma do Seminário de Liderança, ministrado pelo vice-presidente da Associação Comercial, Jougi Takahashi, que é médico, psicoterapeuta especialista em Medicina Legal, Acupuntura e *trainer* em programação neurolinguística. E no dia 23 de fevereiro teve início a segunda turma composta por outros membros da diretoria, cujos trabalhos serão concluídos em maio com um treinamento de imersão de 38 horas.

O seminário tem dez módulos de quatro horas, divididos em seis encontros, onde os participantes apresentam e discutem o conteúdo de dez livros, entre eles "O monge e o executivo", "O maior vendedor do mundo", "O segredo da mente milionária" e "Como fazer amigos e influenciar pessoas". Além disso, os diretores da ACIM devem assistir a filmes sobre autoconsciência, autodisciplina, motivação, comunicação empática, relacionamento intrapessoal, relacionamento interpessoal e formação de equipe. "Qualquer pessoa pode se tornar um líder e, principalmente, cada pessoa deve ser o líder de si mesmo", diz Takahashi.

Ele acrescenta que o líder, como definido no livro "O monge e o executivo", deve ser uma pessoa



PRIMEIRA TURMA DE DIRETORES DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL QUE PARTICIPOU DO SEMINÁRIO; FORAM DEZ MÓDULOS DIVIDIDOS EM SEIS ENCONTROS; NO DETALHE, O INSTRUTOR DO SEMINÁRIO, JOUGI TAKAHASHI, QUE É MÉDICO E DIRETOR DA ACIM

que inspira confiança, que sabe compreender e trabalhar o amor comportamental. Segundo o médico, o amor comportamental parte do princípio que um líder deve ser solidário e praticar a caridade com os membros da equipe de trabalho. "Não se trata de um amor sentimental e sim de ter um comportamento do amor", diz ele.

O vice-presidente para assuntos da indústria da ACIM, Carlos Alexandre Winderlich Ferraz, afirma que "a partir do seminário ficou mais fácil conciliar o líder familiar,



e o líder empresarial e o líder social. O treinamento ajudou a solidificar como liderar o meu 'eu' com humildade, tolerância, discernimento, paciência, prudência, silenciamento e amor".

A intenção do projeto é que o curso seja promovido pela ACIM para as empresas associadas. ■

CURSOS

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

FORMAÇÃO DE AUDITOR INTERNO DA NORMA ISO 9001

Instrutor: Osmar da Cruz Martins

Data: 2 a 9 de abril, das 8 às 12 horas e das 13 às 17 horas

LIDERANÇA E DESENVOLVIMENTO DE EQUIPE

Instrutora: Elizabeth Willemann

Data: 4 a 14 de abril, das 19 às 23 horas

DEPARTAMENTO PESSOAL

Instrutor: Edson Palma

Data: 4 a 15 de abril, das 19 às 23 horas

RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Instrutora: Daniela Zanutto

Data: 18 a 20 de abril, das 19 às 23 horas

VENDAS – A ARTE DAS SOLUÇÕES

Instrutora: Jane Eyre

Data: 18 a 20 de abril, das 19 às 23 horas

TÉCNICAS PARA APRIMORAR O ATENDIMENTO DE SECRETÁRIAS E RECEPCIONISTAS

Instrutor: Adriano Cipriano Pereira

Data: 25 a 28 de abril, das 19 às 23 horas

ATUALIZAÇÃO DE AUDITOR INTERNO DA NORMA ISO 9001

Instrutor: Osmar da Cruz Martins

Data: 30 de abril, das 8 às 12 horas e das 13 às 17 horas



Ivan Amorin

ASSOCIADO DO MÊS

O grupo Embrasil Segurança está há mais de 12 anos no mercado e conta com quatro filiais nos estados de São Paulo, Santa Catarina e Paraná, incluindo uma unidade em Maringá, e a empresa Plena Serviços, especializada na terceirização de serviços de limpeza e conservação. Além disso, conta com escritórios de apoio em Foz do Iguaçu. Em Maringá, a empresa está em funcionamento desde 2005, conta com 140 funcionários e tem foco na vigilância patrimonial, segurança eletrônica, escolta e segurança pessoal. Segundo o gerente regional, Silas Soek Pepes, os serviços de tecnologia eletrônica da empresa estão sendo inovados para aumentar a qualidade do serviço e diminuir o custo. "Investimos em equipamentos para manter uma estrutura atualizada que favorece o monitoramento de grandes redes corporativas, como agências bancárias", diz.

A empresa se associou à ACIM há pouco mais de dois meses e está utilizando o SCPC com o objetivo de combater a inadimplência. "Hoje nosso produto é o serviço e caso haja inadimplência, não poderemos recuperar o prejuízo, por isso existe a necessidade da consulta de crédito antes de firmarmos um contrato", justifica Pepes. A Embrasil Segurança está localizada na avenida Laguna, 845. O telefone é o (44) 3269-5888 e o site é www.embrasilseguranca.com.br.

DOAÇÃO DE EQUIPAMENTOS PARA O 4º BATALHÃO

A ACIM e o Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) doaram para o 4º Batalhão da Polícia Militar uma câmera filmadora e três binóculos de longo alcance. Os equipamentos estão contribuindo com as atividades preventivas e na constituição de provas contra infratores durante o registro de ocorrências. O repasse foi feito durante a primeira reunião deste ano do Conselho de Administração da ACIM, realizada em 14 de fevereiro. "A comunidade sempre se envolveu com os praças e oficiais do Batalhão, que por sua vez sempre estiveram comprometidos com a comunidade. O 4º Batalhão agradece de coração a ajuda da comunidade, da ACIM e do Conseg", afirmou a tenente-coronel Audilene Dias Rocha - na foto, Audilene, Adilson Emir Santos (presidente da ACIM), Antônio Tadeu Rodrigues (presidente do Conseg) e Thiago Rodrigues Urbano (2º tenente).

Ivan Amorin



SITE VOLTADO PARA A ACESSIBILIDADE

Há pouco mais de dois meses no ar, o site Vida Acessível foi criado com o objetivo de divulgar empresas de diversos segmentos de Maringá, divididas por áreas, como academias, restaurantes e consultórios ortopédicos. "É também um guia de locais em que não existem barreiras arquitetônicas", diz o jornalista e criador do site, Vicente Lugoboni. De acordo com ele, o site tem tido cerca de 150 acessos diários.

O site está realizando uma campanha para incentivar os empresários investir em acessibilidade em seus empreendimentos. "Vamos estimular os restaurantes a oferecer cardápio em braile, a instalação de balcões na estação rodoviária e no aeroporto para que os surdos, cegos e anões tenham orientação especial na hora de comprar passagens", adianta. Lugoboni acrescenta que é necessário ainda que o município contrate pessoas habilitadas para dar atendimento em libras e braile. "Infelizmente Maringá não tem nenhuma empresa acessível a todas as deficiências", diz.

Para se tornar parceiro, é preciso entrar em contato pelo e-mail lugoboni@gmail.com ou pelos telefones (44)3029-2415 e (44) 9938-2415. O endereço do site é o <http://www.vidaacessivel.com.br>.

PARTICIPAÇÃO NA FEIRA FESTAS & NOIVAS

Os empresários interessados em participar da Feira Festas & Noivas já podem adquirir os estandes. Com realização da ACIM, a feira deverá reunir, nos dias 17, 18 e 19 de junho, sete mil pessoas, no Excellence Centro de Eventos. Serão 79 estandes de fornecedores de diversos produtos e serviços voltados para festas, como estúdios de fotografia, bufês, trajes de festas e bandas. Para participar da feira e para mais informações, o telefone é (44) 3025-9674.



Ivan Amorim

PRÊMIO WORKING DE JORNALISMO

O presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, recebeu o título de Personalidade do Ano, através do Prêmio Working de Jornalismo, da Editora Online Jornalismo, que é responsável pela publicação da Revista Conexão Paraná. O prêmio foi um reconhecimento ao trabalho que Emir Santos tem feito a frente da ACIM, inclusive pela conquista dos 4 mil associados recentemente.

Segundo Joel Cardoso, da Editora Online, é feita uma análise jornalística do homenageado, que inclui pesquisas de ordem tributária, ações sociais, geração de empregos e outras ações de interesse estadual ou setorial. "Outro aspecto importante é o sigilo, cujo resultado só é conhecido na primeira edição do ano da Revista Conexão Paraná.

ENTREGA DO PRÊMIO ACIM MULHER SERÁ EM 17 DE MARÇO

A cerimônia de entrega do prêmio ACIM Mulher está agendada para 17 de março, às 20 horas, no Teatro Marista, e será procedida de um coquetel. A homenageada será a bailarina Márcia Angeli, que é maringaense e proprietária da academia que leva o nome dela. Márcia dedica-se ao balé clássico desde que tinha sete anos, fez o programa de metodologia cubana de ensino de dança clássica em São Paulo, concluiu o programa de metodologia russa e, para isso, fez aulas no Ballet Bolshoi em Moscou, no Ballet Nacional de Minsk, na Bielorrússia, no Ballet Kirov, na Rússia, no Ballet Nacional de Copenhague, na Dinamarca, e no Ballet Nacional de Budapeste, na Hungria. Além disso, ela ganhou diversos prêmios em festivais nacionais de dança.

Esta será a oitava edição do prêmio, que é uma realização do ACIM Mulher, o conselho de mulheres empresárias e executivas da Associação Comercial. No ano passado, a homenageada foi a presidente do Instituto São Francisco de Responsabilidade Sócio-ambiental e vice-presidente do Conselho Consultivo do São Francisco Supermercados, Jeane Nogaroli Guioti. Os convites são por adesão e custam R\$ 50.

INSTITUTO MERCOSUL: PARCERIA E WORKSHOPS EM FEVEREIRO

O Instituto Mercosul em parceria com YellowPagesBrazil.net divulga, no Paraná, o maior portal brasileiro de negócios. Trata-se de um diretório multissetorial de empresas e uma ferramenta de negócios. No portal, mais de um milhão de empresas brasileiras estão cadastradas, divididas em 30 categorias e 620 subcategorias. O espaço é utilizado para a viabilização de contato entre fornecedores e compradores de todo o mundo.

O portal, que apresenta versões em cinco idiomas, é de livre acesso para consulta e para cadastro de empresas interessadas em divulgar produtos ou serviços. A empresa cadastrada cria seu próprio ambiente, divulgando produtos através da vitrine virtual (*trade page*), escolha de palavras-chave, vídeos, imagens, *click to talk*, entre outros.

Em fevereiro uma equipe da YellowPagesBrazil.net esteve na sede do Instituto Mercosul tirando dúvidas dos empresários sobre o portal. Informações pelo telefone (44) 3025-9616 ou pelo e-mail eventos@institutomercosul.org.br.

E por falar em Instituto Mercosul, o órgão realizou quatro workshops gratuitos em fevereiro, com a participação de dezenas de pessoas. O primeiro encontro aconteceu em 2 de fevereiro e teve como tema "Planejando a importação". Já o segundo workshop, realizado no dia 9, foi sobre a "participação em feiras no exterior".

"Planejando as exportações" foi o tema do terceiro workshop. Já no último workshop foi discutido o "comércio exterior na era digital".

UNIVERSIDADE PARANAENSE DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

Já tiveram início as atividades da Universidade Paranaense de Responsabilidade Social (Unipr), que é uma iniciativa da Fundacim. O lançamento e a primeira palestra aconteceram em 16 de fevereiro, nas instalações do Centro de Capacitação da ACIM. Na ocasião, a presidente da Fundacim, Cleide Noronha, reforçou que a Unipr tem o objetivo de

"disseminar o que é responsabilidade social nas empresas. Neste ano promoveremos dez palestras sobre esta temática".

O tema da primeira palestra foi "responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável", ministrada pelo diretor de projetos do Instituto de Pesquisa e Conservação Ambiental (Ideia Ambiental), Rodrigo de Almeida. Em março, o tema da palestra, agendada para o dia 16, será "Política sobre responsabilidade social", que será ministrada por Edmilson de Moraes Rocha.

Empresários e funcionários das empresas associadas à Fundacim poderão se inscrever nas atividades da Unipr. Para se associar à Fundacim, é necessário solicitar uma ficha de inscrição e contribuir com R\$ 5 por mês, que serão cobrados junto à mensalidade da ACIM. Mais informações e para se conveniar, o telefone é o (44) 3025-9676.



VISITA DO CÔNSUL GERAL DA ALEMANHA

O Cônsul Geral da Alemanha, Matthias Von Kummer, visitou a ACIM em 23 de fevereiro. Ele estava acompanhado do Cônsul Honorário da Alemanha no Norte do Paraná e vice-presidente da Agência Terra Roxa, Adrian Von Treuenfels, e foi recepcionado pelo vice-presidente, Antonio Tadeu Rodrigues, que no ato representou o presidente, Adilson Emir Santos, além de diretores da Associação Comercial e do prefeito Silvio Barros.

No encontro na ACIM foram discutidas as atividades do Ano Brasil-Alemanha, agendado para 2013, inclusive serão programadas atividades comemorativas nas regiões norte e nordeste do Paraná. Na pauta também estava a possibilidade de cooperação e fomento de negócios e parcerias nas áreas de educação, cultura e empresarial entre a Alemanha e a região noroeste do Paraná. A visita foi organizada pela Agência de Desenvolvimento Terra Roxa.

Von Kummer é o novo cônsul geral para os estados de São Paulo, Paraná e Mato Grosso e fez uma série de visitas a lideranças políticas e de classe das principais cidades da sua base de trabalho.





FEIRA DE imóveis DE MARINGÁ

Você não pode perder a 14ª Feira de Imóveis de Maringá: todas as ofertas imobiliárias da cidade em um só lugar. A oportunidade ideal para você conhecer as novidades e, claro, fazer bons negócios.



EXPOSÍNDICO MARINGÁ - 2011

Aproveite também o grande evento paralelo deste ano, a Exposindico, Feira de Produtos, Serviços e Soluções para Síndicos, Condomínios e Residências.

Todas as ofertas
imobiliárias em um só lugar.

**De 8 a 10 de abril no
Parque de Exposições.**

Três grandes eventos:
14ª Feira de Imóveis de Maringá,
Exposindico e Feira Casa.com.

www.secovimaringa.com.br

EVENTOS PARALELOS:



REALIZAÇÃO:



ORGANIZAÇÃO:



PATROCINADORES:



APOIO:



Mais velocidade para o desenvolvimento dos negócios

INVESTIREMOS NA MODERNIZAÇÃO OPERACIONAL E NA ÁREA DE INFORMÁTICA, VISANDO MAIOR SEGURANÇA E EFICÁCIA NOS REGISTROS DAS ATIVIDADES MERCANTIS. ISSO ASSOCIA A JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ E O SISTEMA DE ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS DO PARANÁ AO NOVO CICLO DE PROGRESSO

Alguns dizem que quando se ingressa na política não há mais como sair. Acredito que em se tratando do associativismo o vírus é ainda mais forte e o contágio mais intenso, pois esse é um movimento voluntário. Empreendedores que poderiam se ver como concorrentes nos negócios passam a se encarar como parceiros e buscam juntos o desenvolvimento nos negócios e da sua região. Fui contagiado por esse vírus há alguns anos e acredito que o movimento precisa envolver ainda mais pessoas com visão para o progresso.

Vivemos um momento econômico ímpar no país e no Paraná. Nossa economia conseguiu superar o pico da crise econômica mundial e a inteligência para os negócios dos paranaenses faz com que as empresas da nossa terra tenham projeção internacional. Hoje, um novo governo, amigo dos empreendedores, sinaliza enfaticamente no sentido de atrair novos investimentos em nosso Estado, mas também busca prestigiar aqueles que já demonstraram sua confiança empreendendo no Paraná.

É gratificante ver o quanto o movimento associativista cresceu e ganhou força no Paraná. Com uma base sólida, as associações comerciais têm, em nossa Federação, a Faciap, a força que representa mais de 50 mil empreendedores paranaenses. Algumas bandeiras marcantes têm destacado o papel das Associações Comerciais e da Faciap no universo empresarial brasileiro. As lutas contra a CPMF e contra a redução da jornada de trabalho, além da busca por pisos salariais efetivamente negociados entre empregadores e empregados e não outorgados arbitrariamente pelo Estado são importantes ações. A luta pela ética na política e o apoio a outros movimentos positivos, como a implantação de Observatórios Sociais, o "Paraná que Queremos" e a criação do TRF da 6ª região também fazem parte das bandeiras assumidas pela Faciap.

Ao deixar a presidência da Faciap para assumir a Presidência de Conselho Superior da entidade recebi o honroso convite do governador Beto Richa para presidir a Junta Comercial do Paraná (Jucepar). Sendo essa uma atividade diretamente ligada ao desenvolvimento do Paraná e essencial para as atividades do setor empreendedor, assumi a tarefa com coragem e já estou buscando medidas para potencializar a ação da Junta em todo o Estado.

A grande parceria existente entre a Jucepar e as ACEs de nosso Estado, bem como com os Sindicatos de Contabilistas por certo facilitarão nossos trabalhos. Pretendemos, aliás, implantar, nos próximos 90 dias cerca de 15 novos escritórios no interior do Estado, oferecendo mais comodidade, facilidade e velocidade para o desenvolvimento dos negócios.

Além disso, investiremos na modernização operacional e na área de informática, visando maior segurança e eficácia nos registros das atividades mercantis. Isso associa a Junta Comercial do Paraná e o sistema de Associações Comerciais do Paraná ao novo ciclo de progresso. Sob a égide do programa "Paraná Competitivo", a Secretaria de Estado da Indústria, Comércio e Assuntos do Mercosul e o governo comandado por Beto Richa irão decididamente implantar em nosso Paraná esta nova fase de progresso.

Ardisson Akel é presidente da Junta Comercial do Paraná (Jucepar) e presidiu a Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap)



Academia do saber



Campus / Faculdade Ingá

A Uninga, além de proporcionar ensino de alta qualidade através da Faculdade Ingá, também oferece a comunidade de Maringá e região atividades especiais que promovem a saúde e o bem-estar da população em suas Instituições.



Hospital Memorial



Farmácia UNINGÁ



Laboratório de Análises Clínicas



Clínica Fisioterapia



Clínica de Fonoaudiologia



Laboratório de Técnica Dietética e Tecnologia de alimentos



Clínica de Psicologia



Clínica Odontológica - 78 consultórios

FACULDADE INGÁ
HOSPITAL MEMORIAL
FARMÁCIA UNINGÁ
LABORATÓRIO DE ANÁLISES CLÍNICAS
CLÍNICA DE FISIOTERAPIA
CLÍNICA DE FONOAUDIOLOGIA
LABORATÓRIO DE TÉCNICA DIETÉTICA
CLÍNICA DE PSICOLOGIA
CLÍNICA DE ODONTOLOGIA

www.faculdadeinga.com.br / www.uninga.br
(44) 3033 5009



SANTA CASA SAÚDE

presente por toda a vida

Uma homenagem para todas as mulheres



Ligue: 44 3033-5690

www.planodesaude.santacasamaringa.com.br



Santa Casa
Saúde

ANS Nº 33.683-1