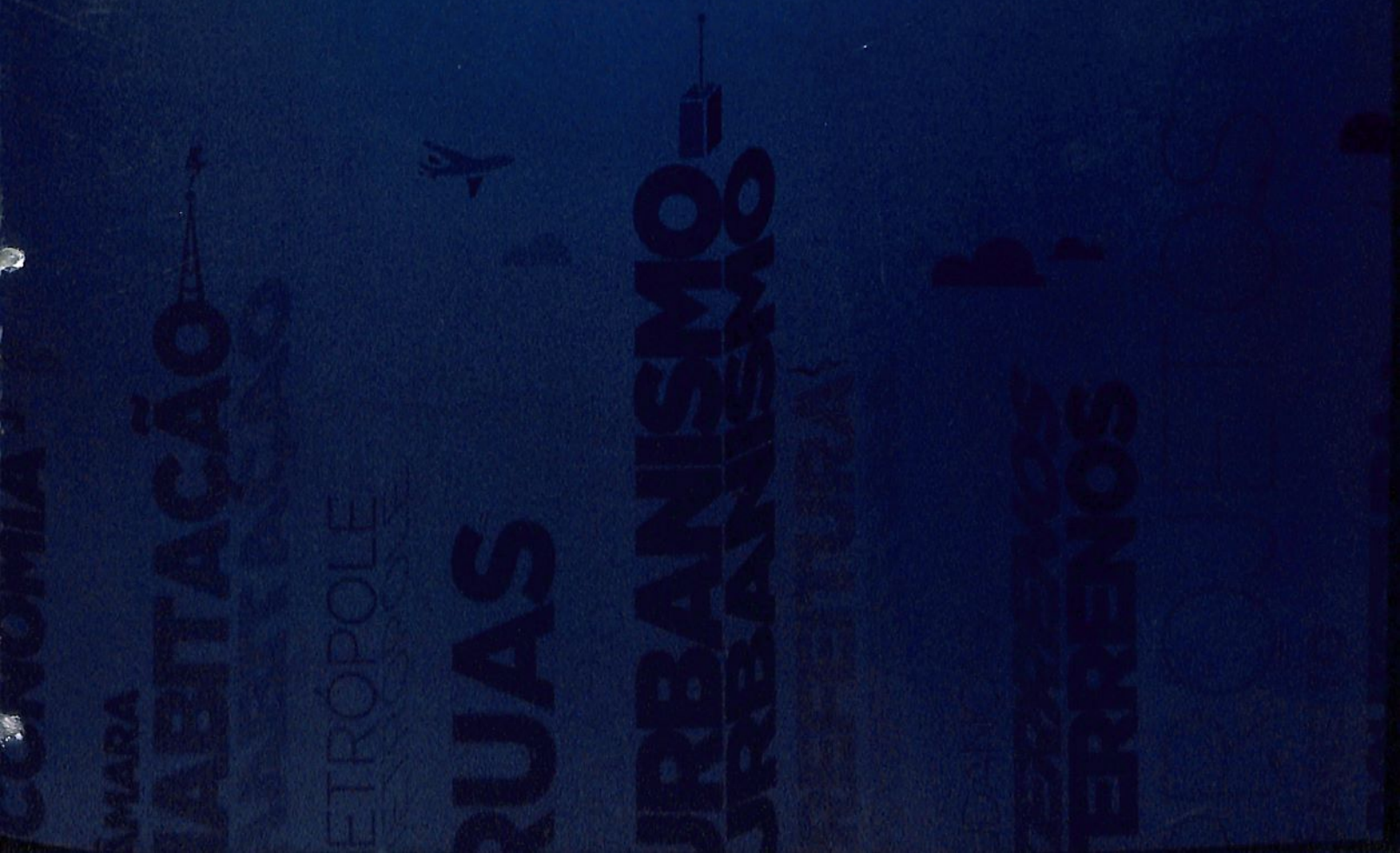
www.acim.com.br
ISSN 1981-1926
Julho/2011
Nº 511 - Ano 48
R$ 5,00

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

MARINGÁ

NOVO PLANO DIRETOR



Dom Giovanni

Edifício Residencial

ÓTIMA LOCALIZAÇÃO

- PRÓXIMO À UEM
- 2 DORMITÓRIOS (SUÍTE)
- SACADA COM AMPLA CHURRASQUEIRA
- 16 PAVIMENTOS
- AMPLA ÁREA DE LAZER
- CONDOMÍNIO A PREÇO REAL DE CUSTO



Koga Imagens

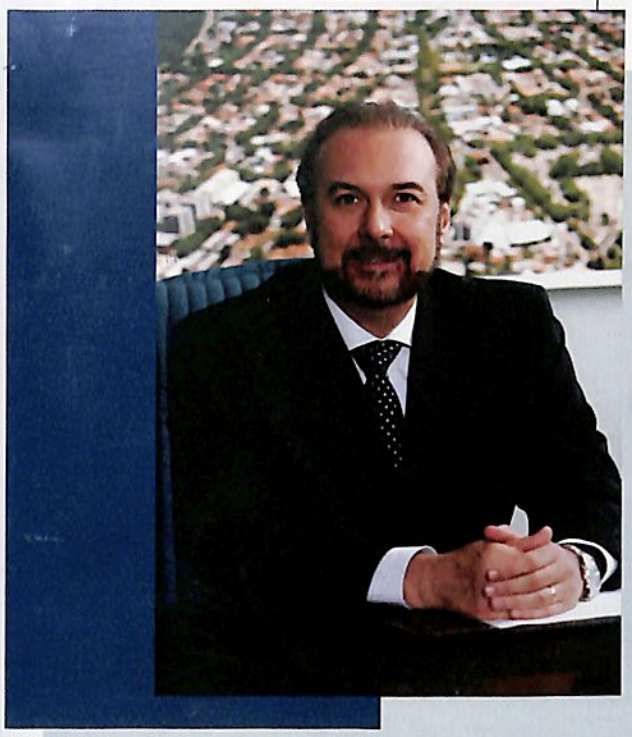
RESERVAS/INFORMAÇÕES PARA FORMAÇÃO DE GRUPO

IMOBILIÁRIA CIDADE VERDE
CRECI 3905-J

44 3222 7778
Rua Neo Alves Martins, 1808
Maringá - PR

CONSTRUTORA Casa Verde
EXECUÇÃO E ADMINISTRAÇÃO

44 3226-6203
Rua Neo Alves Martins, 1808
Maringá - PR



> *Justamente por seu amor ao verde, a Semana do Meio Ambiente de Maringá recebeu o nome de Annibal Bianchini da Rocha, uma homenagem merecida*

Uma homenagem ao jardineiro de Maringá

Duas características de Maringá são motivo de orgulho para os moradores da cidade e merecem elogios dos visitantes: a arborização e o planejamento urbano, que tiveram início no período de colonização da cidade.

O projeto e a execução da arborização são frutos do empenho de dois diretores da Companhia Melhoramentos Norte do Paraná: Luiz Teixeira Mendes, que elaborou o projeto do Horto Florestal, onde foram cultivadas as primeiras mudas de árvores da cidade, e Annibal Bianchini da Rocha, carinhosamente chamado de "o jardineiro de Maringá". O plano paisagístico da cidade previa que cada rua, avenida ou praça teria uma espécie de árvore e que a cidade tivesse árvores floridas o ano todo.

Sem tirar o mérito de Teixeira Mendes, uso este espaço para destacar o trabalho de Bianchini, um engenheiro agrônomo que trabalhou por mais de meio século na Companhia Melhoramentos, foi consultor e um dos responsáveis pelo Parque do Ingá. Justamente por seu amor ao verde, a Semana do Meio Ambiente de Maringá recebeu o nome dele, uma homenagem merecida.

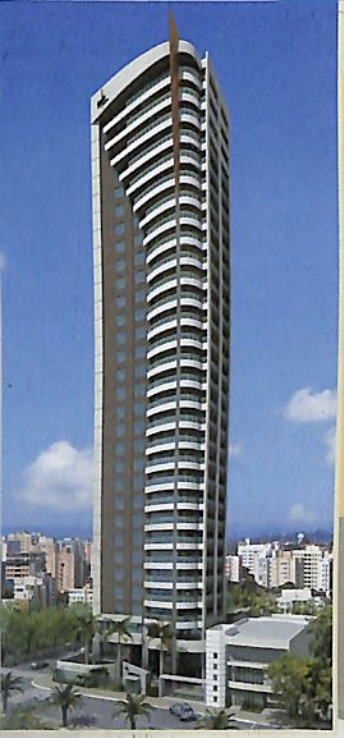
Biachini também se dedicou a outros interesses da sociedade: foi presidente da Santa Casa de Misericórdia e do Sindicato Rural de Maringá. Pelos feitos recebeu os títulos de Cidadão Benemérito de Maringá e de Cidadão Benemérito do Paraná. Que o verde continue sendo uma das marcas de Maringá.

Quanto ao planejamento urbano, que me referi no início do texto, a prefeitura de Maringá discute alterações na lei de uso e ocupação do solo e se elas forem aprovadas pela Câmara Municipal, a área destinada à construção de prédios será ampliada. E são justamente as alterações do plano diretor o tema da reportagem da capa desta edição.

Outro assunto abordado nesta edição é o projeto ACIM em Ação. Em junho, realizamos palestras gratuitas em três bairros da cidade para os empresários. Além de fortalecermos a presença da Associação Comercial nos bairros, queremos oferecer qualificação para que os empresários e seus colaboradores possam aumentar as vendas e atrair os clientes. No segundo semestre estão programadas outras palestras, também gratuitas, na região central e nos bairros. São ações voltadas para os associados, que são a razão da existência da ACIM. Que estas palestras tragam bons frutos e boas vendas.

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

www.acim.com.br





JUNHO 2011

- 1 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

Avenida Herval
com Arthur Thomas
Maringá



A SUA VIDA ACABA DE GANHAR UMA NOVA PERSPECTIVA.

Venha para o alto padrão com a melhor vista da cidade.

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.

- Salão de entretenimento no mezanino
- Sauna, spa, sala de relax e bar no terraço
- Espaço fitness
- Brinquedoteca
- Putting green (mini golf)
- Piscina com deck molhado, coberta e aquecida
- Play ground completo
- Quadra esportiva
- 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



PBQP Nível A

ISO 9001

Rua Néo Alves Martins, 1796
Maringá – PR
Fone: 44| 3226-3563

Acesse a planta
e acompanhe a obra pelo site:
www.CONSTRUTORADESIGN.com.br

design
inovação e qualidade

FACTORY

ÍNDICE

REVISTA ACIM ANO 48 Nº 511



ENTREVISTA

Teoria dos 70%, ambiente mais favorável aos negócios, marketing para pequenas empresas e dicas para quem sonha abrir o próprio negócio são alguns dos assuntos que Amália Sina comenta; ela já foi presidente da Walita e há cinco anos decidiu abrir o próprio negócio, a Sina Cosméticos, que foi lançada na Itália para dois anos depois ser comercializada no Brasil 8



REPORTAGEM DE CAPA

A prefeitura enviará para a Câmara Municipal a revisão da lei 331/1999, de uso e ocupação do solo. Se o projeto for aprovado pelos vereadores, haverá novos eixos de verticalização em Maringá; outra mudança é que nos novos loteamentos, as áreas de fundo de vale, que deveriam ser de responsabilidade da iniciativa privada, serão transferidas para o domínio público 16



SUSTENTABILIDADE

A estimativa é que 39 milhões de toneladas de alimentos sejam jogados fora no Brasil, mas também há desperdício de energia elétrica, água, entre outros; e para evitar o uso inadequado de recursos naturais e materiais, muitas empresas têm adotado medidas que vão de encontro à sustentabilidade e geram economia de dinheiro 24



NEGÓCIOS

Realizada em junho pela Associação Comercial, a quinta edição da Feira Festas & Noivas reuniu sete mil pessoas interessadas em conhecer as novidades e os mais de 60 fornecedores de produtos e serviços para festas; o público seleto traduziu-se em negócios para as empresas participantes, que fazem planos de participar da próxima edição 32



MERCADO

A terceirização tem sido a forma encontrada pelas empresas para se dedicarem exclusivamente ao negócio-fim, mas é preciso escolher com cautela o prestador de serviço, evitando dissabores com eventuais processos trabalhistas; para muitos profissionais, na foto o superintendente da Cocamar Alair Zago 36

“Da *Argentina*
à *Nova Zelândia*,
nós levamos você à
uma viagem ao
mundo dos vinhos.”



GARANTIA
PROCEDÊNCIA
QUALIDADE

Os melhores vinhos,
destilados entre outras
bebidas estão aqui.

ADEGA BRASIL®

Av. Brasil, 6801 | Zona 5 | Tel. 44 2103 0222 | Maringá/PR

stuff



Divulgação

De executiva de sucesso a empreendedora

AMÁLIA SINA TRAÇOU SEU PROJETO DE VIDA PROFISSIONAL QUANDO TINHA 23 ANOS: SER GERENTE ANTES DOS 30 ANOS, DIRETORA ANTES DOS 40 E PRESIDENTE DE UMA EMPRESA ANTES DOS 50. MAS ANTES DOS 40, ELA JÁ ERA PRESIDENTE DA WALITA E TAMBÉM FOI VICE-PRESIDENTE DA PHILIPS PARA A AMÉRICA LATINA. HÁ CINCO ANOS, INVESTIU EM OUTRA EMPREITADA: SER DONA DO PRÓPRIO NEGÓCIO E CRIOU A SINA COSMÉTICOS, QUE TEM UMA LINHA DE PRODUTOS COM O RÓTULO AMAZONUTRY. ELA TAMBÉM DIVIDE O TEMPO MINISTRANDO PALESTRAS E RECENTEMENTE ESTEVE EM MARINGÁ A CONVITE DO SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). ELA CONCEDEU A SEGUINTE ENTREVISTA À REVISTA ACIM:

A SENHORA É AUTORA DA "TEORIA DOS 70%", EM QUE PROCURA 70% DA PERFEIÇÃO EM TODOS OS PAPÉIS (EMPRESÁRIA, MÃE, ESPOSA). ESTA TEORIA SE APLICA AO MUNDO DOS NEGÓCIOS? E ISSO SIGNIFICA DEIXAR DE BUSCAR A EXCELÊNCIA, AINDA MAIS COM CONSUMIDORES SENDO MUITO EXIGENTES?

A teoria tem o objetivo de lembrar que as pessoas nunca atingirão a perfeição, nem na vida pessoal e muito menos na vida profissional. A busca pela chamada excelência nos negócios nos últimos anos levou o mundo corporativo a criar um ambiente tóxico para milhares de pessoas que não estão conseguindo atingir com maestria tudo que lhes é proposto e passaram a se ver como incompetentes. A consequência foi a diminuição da autoestima, o aumento do absenteísmo e a redução do desempenho no trabalho. Tudo isto culminou em maus tratos por parte de quem liderava os trabalhadores e a partir daí surgiu rapidamente o assédio moral no trabalho, que é um mecanismo usado em nome da busca da perfeição. A teoria dos 70% visa demonstrar que é possível dar o melhor, representado por 70%, porém em vários papéis e não apenas em um deles. O que não é possível é querer acertar sempre, agradar todo mundo e ainda por cima se sentir culpado por não conseguir fazer tudo que gostaria. E sendo uma pessoa que aceita não ser perfeita, irá buscar evoluir continuamente oferecendo o melhor para seu consumidor.

VOCÊ PRESIDIU A PHILIP MORRIS DO BRASIL E A WALITA. DE MANEIRA GERAL, HOMENS E MULHERES TÊM FORMAS DIFERENTES DE GESTÃO E DE RELACIONAMENTO PROFISSIONAL? O MUNDO DOS NEGÓCIOS AINDA É MACHISTA?

O mundo dos negócios não é machista, mas é masculino, já que os códigos foram criados por homens. Para decifrá-los, sendo uma mulher a tarefa é desafiadora, pois não há manual de sobrevivência no mundo corporativo. Menos ainda para mulheres que querem galgar espaços onde poucas pisaram, como é o meu caso. Dou aula há mais de 15 anos em cursos de mestrado e muitas mulheres, em geral jovens que estão iniciando a carreira no mundo dos negócios, me perguntam: "Como faço para chegar lá"? Durante todos estes anos

O Brasil vive hoje escassez de mente em obra, ou seja, não é falta de mão de obra, é falta de gente que quer pensar para resolver um problema no trabalho. A juventude descobriu que trabalhar dá trabalho e não gostou da ideia

as perguntas foram sempre em torno da receita para se conquistar espaço: que mestrado fazer, que idiomas estudar, que cursos extracurriculares escolher. Entretanto, ainda não ouvi a pergunta que considero a mais relevante: quanto vai me custar física, emocional e mentalmente chegar lá? Esta pergunta-chave deveria tentar responder questões como quantas horas vou ter que esperar no aeroporto sem comer ou dormir? Quantos aniversários do meu filho eu vou perder? Quantos anos terei que postergar minha maternidade? Quanto será o meu colesterol no auge da minha carreira? Quanto tempo vai sobrar para cuidar de mim, do meu casamento, do meu corpo e espírito? Em gêral as pessoas não querem saber o quanto custa, preferem saber quanto vale e quanto podem ganhar. Não há nada de errado no fato do mundo dos negócios ser masculino e as regras terem sido criadas pelos homens, muitas novas regras estão sendo criadas pelas mulheres. O modelo de gestão das mulheres é muitas vezes menos truculento, mais brando, mas nem por isto menos eficaz ou energético. Neste momento o mundo dos negócios vive uma mescla de modelos de liderança e gestão de homens e mulheres. São novos tempos, onde ambos, nem sempre de mãos dadas, aprendem com os outros. Ainda assim, levará muito tempo para que haja um tratamento igualitário para as mulheres em todos os aspectos, começando com os salários.

VOCÊ ESTABELECEU COMO META PESSOAL SER GERENTE ANTES DOS 30 ANOS, DIRETORA ANTES DOS 40, PRESIDENTE ANTES DOS 50. ALÉM DE ESTABELECER METAS, QUE OUTRAS ATITUDES QUE UM EMPRESÁRIO E UM EXECUTIVO DEVEM TER PARA OBTER SUCESSO?

Sempre quis ter uma família. Penso assim desde cedo, pois tendo sido órfã de pai e mãe aos nove anos sei o quanto é importante ter um núcleo completo que possa servir de apoio para a construção de vida e caráter. As metas que tracei para ser uma executiva e mais tarde empresária sempre estiveram apoiadas nos meus valores, que era ser e não ter. Ou seja, sabia que deveria construir patrimônio, mas que ao mesmo tempo tinha que adquirir conhecimento que seria algo que ninguém poderia me tomar. Tracei minha carreira, desenhei planos de voos baixos, médios e altos, mas sempre mirei alto. Sempre quis fazer diferença por onde passava e nunca me contentava em fazer apenas o que me pediam ou me mandavam fazer. Vejo que atualmente um mal assola a juventude: em geral os jovens só fazem o que lhes pedem e ainda assim com má vontade ou com pouco esforço e esmero. É uma pena. O Brasil vive hoje escassez de mente em obra, ou seja, não é falta de mão de obra, é falta de gente que quer pensar para resolver um problema no trabalho. A juventude descobriu que trabalhar dá trabalho e não gostou da ideia. Sofro sempre para montar uma boa equipe.

VOCÊ JÁ AFIRMOU QUE O EMPREENDEDOR BRASILEIRO DEVERIA SER TRATADO COMO "UM HERÓI MODERNO" DEVIDO ÀS DIFICULDADES QUE ENFRENTA. COMO DEVERIA, NA SUA OPINIÃO, SER CRIADO UM AMBIENTE MAIS FAVORÁVEL AOS NEGÓCIOS?

Para mim, o empresário é o novo herói moderno porque ele consegue, apesar de todas as dificuldades, construir empresas que são os lugares de onde as famílias tiram o sustento. Se uma empresa estiver sobrecarregada de impostos, de tributos injustificados, de pressão de toda sorte por parte do governo e até da sociedade, o empresário perde a oportunidade de fazer uma empresa mais saudável, maior e mais forte. Ou seja, o ambiente tem que contribuir para que o empresário não tenha excesso de burocracia, de impostos a pagar, de dificuldades para importar ou exportar, para registrar produtos, desenvolver tecnologias. Os processos para o empreendedor deveriam ser simplificados. Em geral, as pequenas e médias empresas, por conta do excesso de impostos, não conseguem contratar pessoal qualificado ou treinar de maneira profissional e, portanto, não crescem como poderiam. O ambiente propício é aquele onde a empresa pode desenvolver seu pleno potencial sem ter que viver com grandes fantasmas chamados fluxo de caixa e capital de giro.

QUAIS OS PRINCIPAIS ERROS VOCÊ COMETEU COMO EXECUTIVA QUE TÊM EVITADO REPETIR COMO EMPRESÁRIA?

Para reconhecer um erro é preciso coragem e conhecimento de si mesmo. A idade ajuda a adquir estas duas caracteristicas. Isto sifnifica que fui reconhecendo os erros e tentando não repeti-los. Porém, mais importante do que não repetir o erro é decidir o que fazer com o que aprendeu com os erros. O principal erro que cometi na minha trajetória, que estou longe de eliminar da minha vida, é o excesso de ansiedade. Sendo assim, se tivesse que voltar atrás, faria tudo mais lentamente e sem a ansiedade que sentia durante as 24

horas do dia. Teria sorvido mais os bons momentos e sofrido menos durante as crises e dificuldades de toda sorte. Teria amamentado o Lucas, hoje com 14 anos, durante os seis meses, usufruído de minha licença-maternidade, que me era de direito. Gostaria de ter percebido que tudo iria dar certo, como de fato deu.


Divulgação

A SINA COSMÉTICOS, AO DESENVOLVER OS PRODUTOS, CRIOU EMBALAGENS E FÓRMULAS PRIMEIRAMENTE PARA ATENDER AS NECESSIDADES DO MERCADO INTERNACIONAL PARA DEPOIS SER COMERCIALIZADO NO BRASIL. O BRASILEIRO AINDA VALORIZA MAIS OS PRODUTOS QUE CONQUISTARAM O MERCADO EXTERNO?

A Sina nasceu na Itália, na maior feira de cosméticos do mundo e não foi por acaso. Sendo nova no mercado, a Amazonutry era uma marca que nascia com *pedigree* internacional, e quando desembarcasse no Brasil, o que fez dois anos mais tarde, não teria que explicar a que veio em termos de qualidade. Ainda assim, o mercado mudou, o brasileiro já não vê somente com bons olhos produtos que vêm do exterior, principalmente no setor de cosméticos. Não obstante, vemos marcas grandes, como Sephora e Victoria´s Secret, querendo abocanhar um pedaço do nosso bolo de cosméticos. O Brasil é moda lá fora e os consumidores apreciam nossas fragrâncias, estilo de produtos, modo de preparo e principalmente nossa criatividade. A Sina tem hoje a maior concentração de vendas no Brasil pela razão exposta, o crescimento é o maior que se vê no mundo e a base é muito grande.

QUE DIFICULDADES A SINA TÊM ENFRENTADO PARA CRESCER?

O mercado de cosméticos tem como característica forte a terceirização da produção e envase dos produtos. Por conta disto, as pequenas e médias empresas não competem apenas no ponto de venda com os gigantes do setor, mas dentro da cadeia produtiva. Os fabricantes terceiristas quando têm que escolher para quem produzir, optam pelas multinacionais, onde volume é sempre o diferencial. Não fosse isto, a Sina já teria crescido duas vezes mais. Isto ocorre também na área de embalagens e insumos em geral.

VOCÊ É AUTORA DE LIVROS SOBRE MARKETING. DE MANEIRA GERAL AS PEQUENAS EMPRESAS DÃO A DEVIDA IMPORTÂNCIA ÀS ESTRATÉGIAS DE MARKETING?

Sou autora de oito livros e eles são de negócios em geral. No que se refere à utilização de marketing pelas pequenas empresas é um grande dilema, pois elas vivem um dia-a-dia onde cada centavo conta e marketing custa dinheiro. Em adição, há de se ter o conhecimento dos conceitos de marketing que em geral são sofisticados e carecem de serem estudados. Nem sempre o empresário tem acesso a este conhecimento. Se este é o caso, entidades como o Sebrae podem ser de grande ajuda.

QUAIS SÃO SUAS DICAS PARA QUEM QUER ABRIR O PRÓPRIO NEGÓCIO?

Mire alto e para cima e no mínimo conseguirá metade dos objetivos que tem. Estude e leia sobre o que vai trabalhar, sobre o negócio que escolheu, porém de forma mais abrangente. Tente entender os interesses de todos os envolvidos na cadeia produtiva e não apenas os seus. Aprenda a dominar medianamente os números para que possa tomar decisões rápidas. Saiba de cor os números básicos da carteira de clientes que quer ter, pedidos e linha de produtos. Não há tempo para consultar o que deveria ser de conhecimento diário. Faça isto antes de iniciar o negócio, pois sua empresa será o foco de sua vida profissional. Vista-se de acordo com o que gostaria que pensassem de você. Se tiver que escolher entre ser um grande sonhador ou um grande vendedor, escolha o último. Nunca tenha vergonha de vender, pois quem não está vendendo, está gastando. Invista em técnicas de apresentação e faça cursos para falar corretamente e de forma persuasiva. Porém, acima de tudo, tenha em mente que haverá momentos que tudo será difícil e parecerá impossível ser superado. Haverá dias em que terá medo e neste momento não desista, porque você é um empreendedor, portanto, um vencedor.

Planeje seu futuro sem complicações

SANTA CASA SAÚDE

UM PLANO DE AMOR À VIDA



FAÇA SUA ADESÃO, LIGUE NO 3033-5690
www.planodesaude.santacasamaringa.com.br

Santa Casa
Saúde

ANS Nº 33.683-1

PLANEJAMENTO PARA A MARINGÁ DE 2030

O Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) em parceria com cerca de 40 entidades, entre elas a ACIM, elaborou um estudo de projeção para cidade: o "Maringá 2030". Trata-se de uma visão de futuro do que se deseja para a cidade para os próximos 20 anos.

O estudo começou a ser elaborado em 2008 e foi lançado no aniversário deste ano da cidade. As propostas foram entregues para o governador Beto Richa, autoridades locais e para a Câmara Municipal. A previsão é distribuir os três mil exemplares do documento até agosto. No estudo quatro temas são abordados: cidade, cidadania, desenvolvimento econômico e meio ambiente.



Ivan Amorin

COBERTURA COM ISOLAMENTOS TÉRMICO E ACÚSTICO

Para garantir os isolamentos térmico e acústico em edificações, é possível aplicar um produto nas telhas de fibrocimento ou em chapas galvanizadas, que formará uma espécie de camada emborrachada. A aplicação deste produto ajudará a reduzir a temperatura da telha e, por consequência, a dilatação térmica, ajudando a evitar processos de infiltração nos pontos de encontro entre a telha e o parafuso. Esta é a proposta da Temperflex, uma empresa recém-inaugurada em Maringá pelo arquiteto Marcos Kenji, Alfredo Simões Pires Neto e por Pedro Barrankievicz Neto.

O custo para aplicação do produto é de R$ 9 o metro quadrado para telhados novos e R$ 12 para telhados antigos que precisem de pré-limpeza. O produto é um revestimento elástico, impermeabilizante, resistente à alcalinidade e a intempéries e é classificado como norma NBR 11702, da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) – tipo 4.8.4. Mais informações pelo telefone (44) 3025-6080.

MAIS AGILIDADE NA EMISSÃO DOS ALVARÁS

A prefeitura de Maringá, por meio do prefeito Silvio Barros, e o Conselho Regional de Engenharia, Arquitetura e Agronomia do Paraná (Crea-PR), na pessoa do maringaense Álvaro Cabrini Junior, assinaram um decreto, que passará a vigorar a partir de primeiro de setembro, prevendo mudanças na emissão do alvará de obras. Com isso, as emissões serão mais rápidas, já que os projetos protocolados na prefeitura passarão por uma análise com mais dinâmica. Atualmente, todos os projetos protocolados precisam passar por um crivo detalhado e moroso, em que são observados todos os itens previstos no código de posturas do município.

Com a mudança, a análise dos projetos será realizada com base em critérios urbanísticos (zoneamento, recuos, área de permeável, entre outros). Isso porque durante a elaboração do projeto, esses itens já foram estudados pelo profissional responsável (arquiteto ou engenheiro).

No momento da vistoria para o Habite-se, a prefeitura continuará fazendo a análise em relação aos demais itens do código de posturas, bem como os já avaliados (zoneamento, recuos, área de permeável).

PARCERIA INTERNACIONAL

A Universidade Estadual de Maringá (UEM), através do programa de pós-graduação em Odontologia Integrada (PGO), firmou uma parceria com a Universidade de Harvard (Boston-EUA) para a realização de pesquisas em conjunto.

No mês passado o professor German Gallucci, da Escola de Odontologia de Harvard, esteve em Maringá e ministrou uma palestra sobre a reabilitação unitária com prótese sobre implantes. De acordo com Galluci, a UEM foi escolhida pelo potencial dos docentes e pelos estudos que desenvolve. Um dos estudos que chamou a atenção de Harvard refere-se à cicatrização após extração e colocação de implante dentário.

PRÊMIO PARA A GRÁFICA REGENTE

A Gráfica Regente ficou com o primeiro lugar na categoria catálogos promocionais e de arte com efeitos gráficos especiais na nona edição do Prêmio Paranaense de Excelência Gráfica Oscar Schrappe Sobrinho. O prêmio é concedido pela Associação Brasileira da Indústria Gráfica – regional Paraná (Abrigraf) e Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado do Paraná e a cerimônia foi realizada em 17 de junho, no Santa Mônica Club de Campo, em Curitiba. Disputaram o prêmio mais de 65 empresas, em nove categorias. Com a conquista, a Regente e os vencedores das outras categorias estão automaticamente inscritos no 21º Prêmio Brasileiro em Excelência Gráfica Fernando Pini, que acontecerá em 22 de novembro, em São Paulo.



Divulgação

PARANAENSE PRESIDE CONSELHO DA ANATEL

O presidente da RedeTelesul, associação que reúne provedores de internet com sede em Maringá, Marcelo Siena, foi eleito no início de junho para a presidência do Conselho Consultivo da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Marcelo Siena é empresário do setor de telecomunicações em Marialva e preside ainda o Conselho Nacional dos Provedores de Soluções de Internet (Conapsi). O empresário já foi membro do Conselho do Comércio da ACIM. Seu novo cargo é estratégico. Pelas mãos de Siena passarão os projetos do Ministério das Comunicações nas áreas de telefonia e internet e que poderão se transformar em lei. Entre os projetos que estão em pauta na Anatel, estão o Plano Geral de Metas para a Universalização do Serviço Telefônico Fixo Comutado (PGMU), o Plano Geral de Outorgas (PGO) e o Plano Geral da Atualização da Regulamentação das Telecomunicações do Brasil.

LOGOMARCA PARA O ENCONTRO BRASILEIRO DE ICTIOLOGIA

Uma maringaense ganhou o concurso para escolha da logomarca oficial do XX Encontro Brasileiro de Ictiologia. O concurso contou com 188 propostas, de 92 participantes de dez estados brasileiros. A vencedora foi a designer gráfica Selma Hidae, que ganhou R$ 1 mil.

O XX Encontro Brasileiro de Ictiologia está marcado para 2013, sendo esperada a participação de duas mil pessoas de várias regiões do Brasil e de outros países. No encontro serão discutidos temas que envolvem a ictiologia desde a análise de barragens à interferência na migração dos peixes.

O evento conta com a parceria da Universidade Estadual de Maringá (UEM), através do Núcleo de Pesquisas em Limnologia, Ictiologia e Aquicultura (Nupelia), Conselho de Desenvolvimento de Maringá (Codem), Prefeitura de Maringá, Sistema Fiep/Sindimetal e ACIM, além do Convention & Visitors Bureau e Tasa Eventos.

ebi

2013 XX Encontro Brasileiro de Ictiologia

Nupélia | UEM | Maringá | Paraná

UOL COMPRA PARCIALMENTE SITE MARINGAENSE

O UOL, que é um dos principais portais brasileiros de internet, comprou a participação majoritária do site maringaense boacompra.com. O Boa Compra foi idealizado pelos jovens irmãos Christian e Luciano Carneiro Ribeiro, 28 e 26 anos respectivamente, em 2004. O site é uma ferramenta especializada na intermediação de pagamentos eletrônicos de jogos online.

De acordo com Christian, o Boa Compra passou a representar as principais companhias de desenvolvimento de games e isso colocou o site em evidência, fazendo com que os irmãos recebessem propostas de negócios, entre elas, a da UOL. A sede do site continua em Maringá e tem 30 funcionários. O objetivo agora é ampliar a quantidade de jogos oferecidos, que está na casa dos cem, e fortalecer o site no mercado externo. Atualmente, já comercializa games no Chile, México, Argentina e Portugal.



UM MODELO DE NEGÓCIO PARA SER FRANQUEADO

Por sugestão dos próprios clientes e para testar um modelo que possa ser franqueado, o Pastel do Roberto´s reinaugurou, em meados de junho, a unidade da avenida Prudente de Moraes, 775, com novo leiaute e tipo "Express". Lá também funciona um novo conceito do restaurante oriental Matsuri, com um cardápio com foco no lunch box (marmitex oriental) e delivery, mas quem quiser também pode consumir a refeição ou o pastel no local.

Segundo o empresário Jerry Koyama, "a receptividade tem sido muito boa. O atendimento no Pastel ficou mais rápido e com mais conforto, já que instalamos mesas no mezanino, e a receptividade também tem sido positiva no Matsuri, principalmente em relação ao marmitex oriental, com qualidade e preço competitivo para o dia-a-dia". Com o novo modelo express, de acordo com Koyama, a operação ficou mais ágil e barata para os investidores que desejarem ser franqueados.

CONCILIAÇÃO NO TRÂNSITO

Desde junho está em funcionamento em Maringá o Juizado Móvel de Trânsito. Atuam no programa 15 conciliadores, que se deslocam, sempre em dupla, até o local do acidente para tentar realizar um acordo entre os envolvidos. O objetivo do Juizado é reduzir o número de processos de acidentes e a pacificação do trânsito em Maringá.

O programa, inicialmente, só atende acidentes registrados no perímetro urbano, das 12 às 19 horas, oferecendo atendimento jurídico de forma rápida e gratuita, em casos em que não há vítimas e que não há envolvimento de veículos oficiais. Os acordos são homologados pelos juízes de direito, supervisores dos 1º, 2º e 3º Juizados Especiais Cíveis. O descumprimento do acordo poderá gerar processo de execução.

A equipe do Juizado Móvel de Trânsito pode ser acionada pelo telefone (44) 3028-6848 ou pelo 190. A coordenação do programa é do Terceiro Juizado Especial Cível.

João Cláudio Fragoso



EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA

CURSOS DE GRADUAÇÃO E PÓS GRADUAÇÃO

INSTITUIÇÃO MEC CREDENCIADA



GRADUAÇÃO

A PARTIR DE **R$ 237,78*** MENSAIS

- MATERIAL DIDÁTICO INCLUSO
- AULA UMA VEZ POR SEMANA
  (AO VIVO VIA SATÉLITE / WEB)
- DURAÇÃO DE 2 A 4 ANOS

PÓS-GRADUAÇÃO

A PARTIR DE **R$ 199,50*** MENSAIS

- AULAS AO VIVO
- MATERIAL DIDÁTICO ONLINE
- PROFESSORES RENOMADOS NACIONALMENTE

* Válido somente para pagamentos em dia

INSCRIÇÕES ABERTAS www.ead.cesumar.br | 0800 600 6360

Av. Guedner, 1.610 | 3027-6360 - Maringá - PR

CESUMAR
CENTRO UNIVERSITÁRIO
Comunidade do Conhecimento





VINICIUS CARVALHO

CIDADE VERTICAL



ALTERAÇÃO DA LEI DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO TEM COMO OBJETIVO PULVERIZAR OS EIXOS ONDE SERÁ PERMITIDA A EDIFICAÇÃO DE GRANDES PRÉDIOS; PROJETO SERÁ ENCAMINHADO PELA PREFEITURA PARA APROVAÇÃO NA CÂMARA MUNICIPAL

O crescimento vigoroso do mercado imobiliário de Maringá exige adaptações mais frequentes no planejamento urbano. Há 64 anos, a cidade foi desenhada na prancheta de um urbanista. Desde então, diversas alterações foram necessárias para acomodar o crescimento populacional e a contínua necessidade de terrenos para residências, estabelecimentos comerciais e indústrias. Criado entre 2003 e 2004, o Plano Diretor de Maringá foi aprovado em 2006, contendo as linhas gerais que regem a ocupação do território municipal. Cinco anos depois, uma lei-chave está sendo proposta e deverá causar um grande impacto no aspecto físico de Maringá.

A lei 331 de 1999, que disciplina o uso e a ocupação do solo, foi feita antes do Plano Diretor e passa agora por modificações que em breve serão votadas na Câmara Municipal. Entre as mudanças estão a inclusão de novas vias com autorização para a construção de grandes edifícios, medida conhecida no mercado como verticalização.

De acordo com o secretário de Planejamento, Walter Progiante, ocorreram significativas modificações na realidade socioeconômica e físico-territorial de Maringá depois

www.acim.com.br

da aprovação do Plano Diretor, período marcado pelo dinamismo do mercado imobiliário e crescente escassez de terrenos. "Em 2009 a administração municipal percebeu que havia amadurecido a oportunidade de se introduzir alterações na lei do Plano Diretor e na legislação urbanística dele decorrente para torná-las mais adequadas às condicionantes desse estágio de desenvolvimento do município", destaca Progiante.

A partir de então foram propostas alterações em leis, na busca de acomodar as mudanças e necessidades do município. Entre essas intervenções, em 2010 foi aprovado o desbloqueio na Macrozona de Contenção, uma região em torno do perímetro urbano deixada sem uso por muito tempo, na intenção de forçar a ocupação no miolo do município. A região acabou sendo transformada em Macrozona de Ocupação Imediata, com a redução da área mínima dos lotes de dois mil metros quadrados para 400 metros quadrados. Também foi aprovada a implantação de loteamentos fechados na Macrozona Rural. Na mesma lei foram criadas zonas especiais na região do antigo Aeroporto, na Zona 9 e na Zona 10. A lei estabeleceu a regra de frente mínima de 8 metros para casas geminadas nos lotes das zonas bifamiliares. Na mesma reforma legal, foram aprovadas medidas

Novos eixos de desenvolvimento

A verticalização, ou construção de grandes edifícios, passará a ser permitida da seguinte maneira, caso as alterações na **lei 331/1999** sejam aprovadas.

Tipos de eixos

Eixos Residenciais B (ERB)
Avenidas com pista dupla, baixo volume de tráfego e, geralmente, grandes lotes.

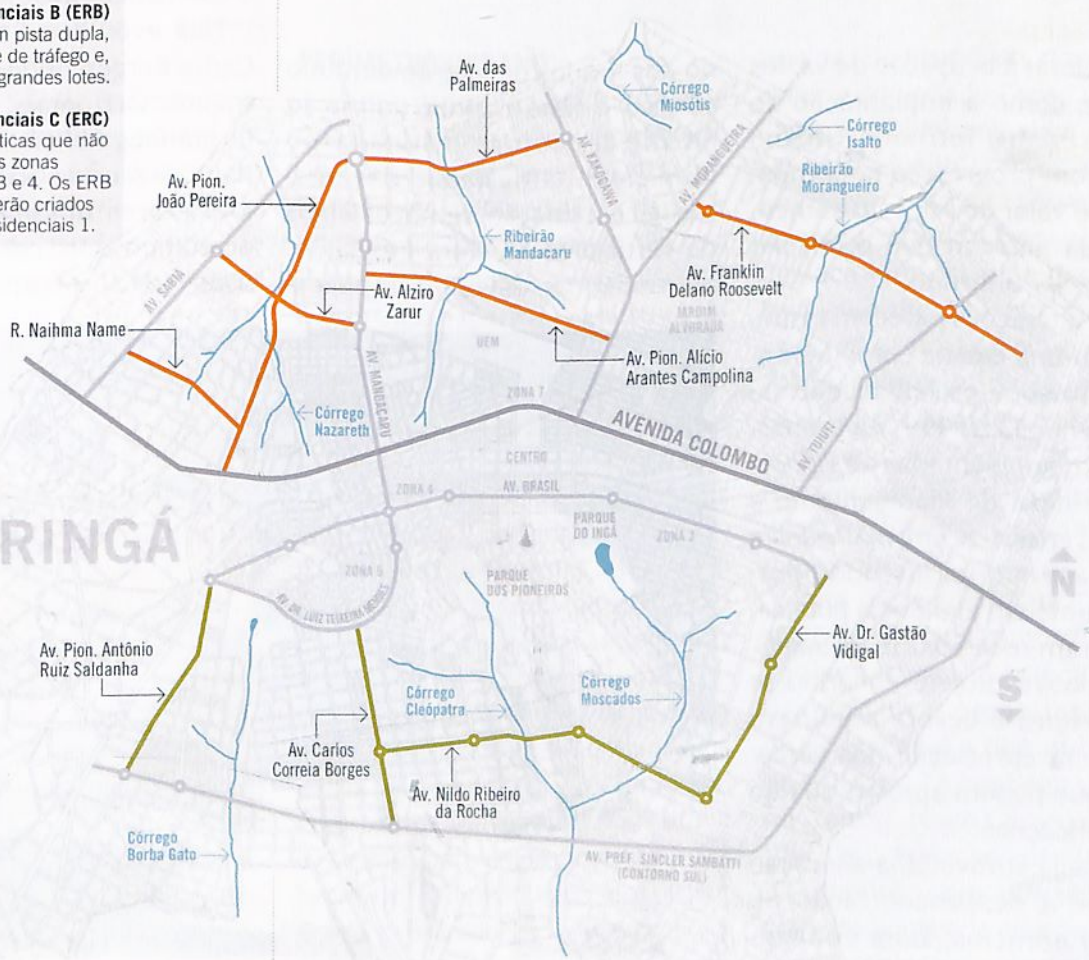
Eixos Residenciais C (ERC)
Vias paisagísticas que não pertencem às zonas residenciais 3 e 4. Os ERB e ERC não serão criados em zonas residenciais 1.

Avenidas escolhidas

1 Ao norte da Avenida Colombo

ERB
Av. Franklin Delano Roosevelt
Av. das Palmeiras
Av. Pion. João Pereira
Av. Pion. Alício Arantes Campolina
Av. Alziro Zarur
R. Naihma Name
Avenidas da Chácara Alvorada

ERC
Trechos das vias ao longo do Córrego Nazareth, Ribeirão Mandacaru, Córrego Miosótis, Córrego Isalto e Ribeirão Morangueiro



2 Ao sul da Avenida Colombo

ERB
Av. Nildo Ribeiro da Rocha
Av. Pion. Antônio Ruiz Saldanha
Av. Carlos Correia Borges
Av. Dr. Gastão Vidigal

ERC
Trecho das vias ao longo do Córrego Borba Gato, Córrego Cleópatra e Córrego Moscados

FONTE | Secretaria de Planejamento/Prefeitura de Maringá

WVAINER

Walter Fernandes



PELOS CÁLCULOS DO SECRETÁRIO DE PLANEJAMENTO, WALTER PROGIANTE, SE UM TERÇO DOS 2,3 MIL LOTES FOR VERTICALIZADO, CERCA DE 60 MIL PESSOAS VIRIAM A MORAR EM PRÉDIOS

para acelerar a ocupação de vazios urbanos, como a implantação do Imposto Predial Territorial Urbano (IPTU) com progressão no tempo, em que o valor do imposto aumenta a cada ano em que o terreno deixa de ser utilizado.

Essas alterações parecem insuficientes numa cidade como Maringá. Com isso, a prefeitura decidiu revisar a lei 331/1999. As propostas foram apresentadas ao Conselho Municipal de Planejamento e Gestão Territorial em maio deste ano. O assunto foi discutido posteriormente em audiência pública, onde foram recebidas mais sugestões. O novo projeto encontra-se na prefeitura e deverá seguir em breve para apreciação dos vereadores, que podem aprovar ou não as modificações.

Caso seja aprovada, a alteração promove a desconcentração de grandes edifícios, hoje concentrados nas Zonas 1, 3, 7 e Novo Centro. Também se busca o retorno dos fundos de vale ao domínio público e uma melhor utilização da infraestrutura instalada no município. O destaque das alterações é a criação de novos eixos de verticalização. Para Progiante, as mudanças deverão ampliar a área disponível para edificação em Maringá em 2,3 mil lotes com frente de 36 metros. A população envolvida nas regiões onde as mudanças serão feitas é de 200 mil habitantes. Juntos, os novos eixos de verticalização somam 90 mil metros. "Evidentemente, deve-se supor que nem todos os lotes nessas vias serão ocupados por edificação vertical, mas se um terço desses 2,3 mil lotes forem, resulta em aproximadamente 60 mil habitantes que viriam a morar em prédios", afirma Progiante. Essa quantidade de pessoas, segundo o secretário, corresponde à população que a cidade incorporou entre os censos de 2000 e 2010, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Nas avenidas Gastão Vidigal e Carlos Borges, onde existem condomínios horizontais, a proximidade de grandes edifícios foi questionada na mais recente audiência pública. Moradores desses condomínios acreditam que, cercados por prédios, seus terrenos perderiam

Walter Fernandes



O PRESIDENTE DA CENTRAL DE NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS, MARCO TADEU BARBOSA, ACREDITA QUE MESMO COM OS NOVOS EIXOS DE VERTICALIZAÇÃO, O VALOR DOS IMÓVEIS NÃO DEVERÁ CAIR

valor. Progiante rebate, dizendo que a maioria dos condomínios horizontais da cidade foi criada em zonas residenciais, que são predominantemente e não exclusivamente residenciais. "Ao adquirir lotes nesses empreendimentos os moradores deviam ter ciência de que eventualmente poderiam ser incomodados com usos ou ocupações não residenciais ou não exclusivamente unifamiliares nas vizinhanças", afirma Progiante. Ele acredita que a convivência entre estabelecimentos residenciais e comerciais é inevitável. "Mesmo em Maringá, verifica-se que os primeiros edifícios surgidos na Zona 1 em muitos casos foram edificados ao lado de residências, cujo uso original foi gradativamente sendo convertido para comércio ou serviços", cita o secretário.

O prefeito Silvio Barros espera que as mudanças na lei de ocupação e uso do solo sejam compreendidas como decisões estratégicas de Estado, não de uma administração. "Quem quer que estivesse sentado aqui deveria analisar a situação da cidade dessa maneira", afirma. Ele também diz que é preciso oferecer opções para o mercado imobiliário crescer, evitando que a pressão por terrenos leve a prefeitura a ampliar o perímetro urbano, que significará aumento de custos com o transporte coletivo, infraestrutura, entre outros.

Com as intervenções feitas na lei de ocupação e uso do solo, Barros acredita que haverá um "crescimento mais harmônico e mais ordenado da cidade, considerando os aspectos da infraestrutura pública disponível e, principalmente, a problemática da mobilidade urbana de Maringá".



Walter Fernandes

PARA O PREFEITO SILVIO BARROS, COM AS MUDANÇAS NA LEI HAVERÁ "UM CRESCIMENTO MAIS HARMÔNICO E ORDENADO"

PERÍMETRO URBANO

Para o presidente da Câmara de Construção Civil e Setor Imobiliário do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), o engenheiro Marcos Mauro Moreira Filho, as alterações são pontuais e o mercado esperava a abertura de novos horizontes, não contemplados na revisão da lei 331/1999. "A justificativa do poder público para esta medida é de que ainda estão sendo realizados estudos de novas áreas, como a do antigo Aeroporto", comenta Moreira. Sobre os novos eixos de verticalização, ele acredita que a medida vai requerer um tempo de maturação, pois muitas das avenidas onde será liberada a construção de grandes edifícios estão com os terrenos ocupados e valorizados. "Isso torna mais difícil e oneroso para os empreendedores fazerem lançamentos em curto prazo nessas áreas", comenta.

Para que a cidade não perca qualidade de vida, Moreira afirma que as leis propostas devem favorecer a sociedade como um todo. "Não é cabível que alguns poucos tenham seus interesses atendidos em detrimento de todo um planejamento definido para a cidade", destaca Moreira. Ele diz que isto fica evidenciado em alterações realizadas no Legislativo, tendo como exemplo maior a recente lei que liberou algumas atividades comerciais na Zona 2. "Não há justificativa técnica para a aprovação desta lei, foi uma vergonha", opina o engenheiro.

Para o presidente da Central de Negócios Imobiliários (CNI), Marco Tadeu Barbosa, o principal efeito das mudanças propostas para a lei de ocupação é a desconcentração de edifícios. "A concentração deles no Centro, Novo Centro, Zona 7 e Vila Operária causou um estrangulamento, com dificuldades no trânsito, vagas de estacionamento e segurança", diz Barbosa. A CNI representa cerca de 70 imobiliárias

de Maringá. Barbosa acredita que a criação de novos eixos corrigirá os problemas da concentração. Ele afirma que o efeito de aumento de oferta de imóveis vai depender dos empreendedores, mas acredita que o preço do imóvel não deverá sofrer mudanças. "Maringá tem um perímetro urbano pequeno, para um crescimento imobiliário grande", compara Barbosa. No entanto, antes de propor a ampliação do perímetro, Barbosa acredita que seja necessária uma ocupação mais vigorosa dos vazios urbanos existentes, bolsões de terrenos não lotados dentro dos limites urbanos do município. "É uma área considerável que está parada. Para o mercado, seria melhor propor a ampliação, mas como cidadão defendo primeiramente a ocupação dos vazios", afirma Barbosa.

Para o imobiliarista Pedro Granado, as mudanças não são tão certas como a prefeitura espera. "Na verdade, muita gente em Maringá não gosta de morar distante do centro. Por isso, não se sabe se haverá tanta procura nesses novos eixos de verticalização", avalia Granado. Ele afirma que o município precisa com urgência de uma ampliação do perímetro urbano e que a carência de terrenos já está limitando o lançamento de mais loteamentos e grandes empreendimentos imobiliários, que estão migrando para cidades como Apucarana e Jandaia do Sul. "O último prefeito que promoveu ampliação do perímetro urbano foi o Jairo Gianotto (1997-2000). Com isso, estamos há mais de dez anos sem ampliação e a população cresceu muito neste período", diz Granado.



Walter Fernandes

O GERENTE DA PLAENGE, LEONARDO FABIAN, LEMBRA QUE EM ALGUNS MUNICÍPIOS A VERTICALIZAÇÃO FOI PROPOSTA EM ÁREAS DESOCUPADAS "PLANEJADAS PARA SUPORTAR A DEMANDA DE INFRAESTRUTURA"

INFRAESTRUTURA

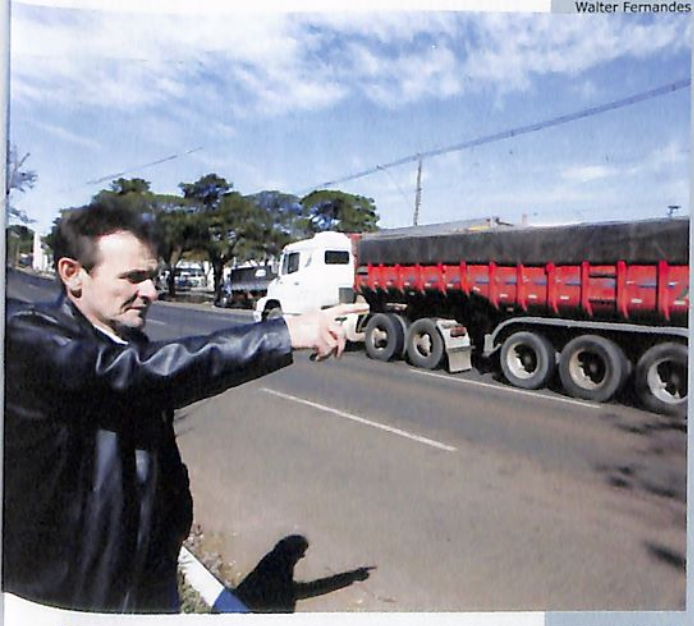
O gerente regional da construtora Plaenge, Leonardo Fabian, acredita que as alterações propostas favorecem o melhor aproveitamento da infraestrutura urbana. "Os empreendedores conseguem viabilizar novos empreendimentos sem que isto crie um impacto em novos custos de execução e de manutenção de infraestrutura urbana para o município", analisa Fabian. Ele acredita que, para o consumidor, a liberação de edificação em novos eixos oferece mais opções de terrenos e imóveis. "Em médio e longo prazos, a tendência é que estas novas regiões também se desenvolvam, ofertando cada vez mais imóveis, aumentado a quantidade e qualidade das unidades habitacionais e comerciais", avalia Fabian.

O gerente defende que o mercado imobiliário teria melhores condições de desenvolvimento se fosse acelerado o processo de ocupação dos vazios urbanos, locais que contam com infraestrutura e que não são aproveitados como deveriam. Ele cita que um dos gargalos é o valor elevado da terra e, para corrigir esta distorção, a solução mais simples seria a ampliação do perímetro urbano. "Porém, esta ampliação gera consequências que nem sempre são positivas", afirma Fabian. Como sugestão de ação com sucesso em outras cidades, Fabian cita a criação de eixos de verticalização em regiões ainda desocupadas e não em áreas já consolidadas, como está ocorrendo em Maringá. "Isto só é viável em longo prazo, mas tem se mostrado uma alternativa

acertada em cidades como Curitiba, no bairro Ecoville, Londrina, na Gleba Palhano, em Ribeirão Preto e Goiânia", enumera Fabian. "São regiões inteiras planejadas para suportar a demanda de infraestrutura, vias, água, esgoto, com lotes grandes para viabilizar a verticalização com qualidade de vida e com alguns chamarizes para o local, como um parque ou shopping center", diz.

Para o presidente da Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Maringá (AEAM), Altair Ferri, a valorização dos imóveis em Maringá, com o valor unitário do metro quadrado de terreno cada vez mais valorizado, também estimula a verticalização das construções, além dos fatores associados à qualidade de vida do município. Ele acredita que a procura por apartamentos está associada ao fato de Maringá, ao longo de sua existência, ter formado excelentes profissionais que atuam como empresários, profissionais liberais e executivos.

Walter Fernandes



DEPOIS DE 18 ANOS INSTALADA NA AVENIDA COLOMBO, A DALPEÇAS PODERÁ MUDAR DE ENDEREÇO; NA FOTO O SÓCIO UMBERTO PRADINI: "NA COLOMBO, HOJE MAL HÁ VAGA DE ESTACIONAMENTO"

Avenida Colombo será transformada em boulevard

Uma das mudanças mais visíveis entre as propostas de alteração da lei de uso e ocupação do solo é na avenida Colombo. Assim que o Contorno Norte for liberado para o trânsito pesado, espera-se uma diminuição significativa no tráfego de caminhões pela via, que poderia ser revitalizada e transformada em sua vocação econômica: num amplo *boulevard,* segundo pretende a prefeitura. A via está incluída na autorização para grandes edificações, mas a administração admite que a conversão do uso atual para o pretendido é um processo de longo prazo, cuja velocidade dependerá principalmente da adesão e interesse da iniciativa privada. Atualmente, a Colombo concentra grande número de oficinas mecânicas e outros estabelecimentos de apoio à atividade de transporte de cargas. A ideia da prefeitura é que, aos poucos, a avenida perca essa característica, em benefício de edifícios residenciais e da instalação de estabelecimentos de comércio e serviços.

Empresários da Colombo já se preparam para a mudança. Há 18 anos instalado na avenida, Umberto Pradini, sócio da Dalpeças, pensa em se mudar. "Já estão vendendo terrenos para prédios aqui na região, com finalidade residencial e comercial", diz Pradini. A Dalpeças vende peças para caminhões, mas a vocação da Colombo mudou com o tempo. "Antigamente, tinha fila de caminhões por aqui, principalmente nos tempos das grandes cerealistas. Hoje, mal há vaga de estacionamento", compara. Ele afirma que diversos empresários do mesmo ramo estão migrando para outras áreas. "Já estou buscando outro espaço, de preferência na avenida Morangueira, na saída para Astorga", diz Pradini.

Já o empresário Odevanir Nonato, sócio da Maxpeças, pretende permanecer na avenida Colombo. A empresa, que presta serviços de revisão e recondicionamento de veículos, aposta que o trânsito na via não deverá cair tão significativamente. "Concordo que o ritmo de caminhões deverá cair entre 50% e 60%, mas a avenida Colombo continuará a ter muito trânsito de veículos de passeio", diz Nonato, instalado na via há dez anos. "A ideia de que o Contorno Norte vai desafogar o tráfego não é totalmente verdadeira, pois foi dito o mesmo quando foi criado o Contorno Sul", diz Nonato. Para o empresário, o Contorno Norte será utilizado por uma série de caminhoneiros, mas parte deles ainda será obrigada a transitar dentro do município, onde a avenida Colombo tem a melhor estrutura viária.

www.acim.com.br



Walter Fernandes

PARA O PRESIDENTE DA AEAM, ALTAIR FERRI, "POR MAIS QUE A CIDADE SEJA SEGURA EM RELAÇÃO A OUTROS CENTROS, AS PESSOAS BUSCAM CONDOMÍNIOS HORIZONTAIS OU VERTICAIS"

"São pessoas bem remuneradas e que buscam qualidade de vida que também é sinônimo de segurança. Por isso, por mais que a cidade seja segura em relação a outros centros, as pessoas buscam condomínios horizontais ou verticais", analisa Ferri.

A AEAM também vê como positiva a criação de diretrizes urbanísticas para a área de fundo de vales, atualmente abandonadas em função de falta de legislação específica. Para Marcos Kenji, diretor da AEAM, a condução das mudanças na ocupação do solo deve evitar situações como a do Novo Centro, onde ele afirma que interesses políticos estiveram acima das questões técnicas. "No Novo Centro, foi concedido um coeficiente muito acima do cabível: oito vezes a área do terreno, enquanto que na região central é 4,5 vezes. Também foram permitidas torres com recuo lateral de 4 metros fixos, enquanto que na cidade toda, edifícios do mesmo porte têm que obedecer 5 metros de recuo", aponta Kenji. "Tudo isto gerou uma especulação imobiliária ímpar, além de gerar um adensamento urbano acima do razoável, criando graves problemas de vagas para automóveis", completa. Ele espera que nas novas áreas de verticalização esses problemas sejam evitados.

BAIXA RENDA

Segundo a coordenadora do Observatório das Metrópoles e pesquisadora da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Ana Lúcia Rodrigues, não havia necessidade de apresentar as propostas de mudança na lei de ocupação e uso do solo, de 1999. Como o Plano Diretor é de 2006, ela afirma que era esperada uma legislação adequada ao novo plano e não reparos e extensões na legislação anterior, em desacordo com a diretriz geral. Para Ana Lúcia, no lugar de pulverizar a construção de prédios, as mudanças deverão forçar uma elevação no preço dos terrenos mais intensa nas regiões periféricas. "Maringá não quer incorporar a população de baixa renda. Em nome de uma imagem a ser mantida, que o conjunto da população considera legítima, se impede direta ou indiretamente essa prática", afirma Ana Lúcia. Para ela, não há parâmetro legal construído na Câmara Municipal para estimular o atendimento a famílias com renda de até três salários mínimos. Esse público demanda lotes menores que os 400 metros quadrados, que são o mínimo permitido em Maringá. "O velho discurso da qualidade urbana não o justifica, pois seria melhor as pessoas poderem morar aqui num lote de 200 metros quadrados, onde trabalham e estudam, do que se deslocarem das periferias metropolitanas, os longínquos locais que lhes restaram", compara.

Ela se opõe à ampliação do perímetro urbano. "É preciso otimizar a ocupação das áreas vazias, de baixa densidade populacional, que já possuem infraestrutura. Isso é melhor do que ampliar o perímetro urbano". Ela também sugere que é necessária a criação de um mecanismo de recuperação de mais-valia fundiária. "Se o Executivo municipal e o Legislativo tiverem vontade política e comprometimento com os interesses públicos e populares, e não apenas compromisso com os loteadores e a indústria da construção civil, construirão mecanismos para restituir ao erário público parte das valorizações que os proprietários privados têm com essas decisões", diz Ana Lúcia.

Privatização de fundos de vale será revista

Maringá tem quase 70 quilômetros de cursos d'água dentro de seu território, boa parte convivendo perto de casas, condomínios e empreendimentos industriais. A preservação desses cursos fica ameaçada pela ocupação de fundos de vale.
O secretário municipal Walter Progiante considera insatisfatória a qualidade dos mananciais presentes no meio urbano e acredita que sua deterioração se deve à "privatização" dos fundos de vale, nos anos 1990. "Partia-se do pressuposto que os particulares teriam melhores condições que o município de cuidar dos fundos de vale contidos no interior do quadro urbano", lembra Progiante.

Hoje a prefeitura acredita que a privatização foi ineficaz para a valorização dos fundos de vale, que em muitos casos passaram a ser ainda mais degradados. Por isso, ela decidiu incluir os fundos de vale nas alterações propostas na lei 331/1999. Em Maringá, as áreas de fundo de vale são delimitadas por um curso d'água e por uma via paisagística, que o acompanha a uma distância mínima de 60 metros de suas margens e nascentes. Os fundos de vale constituem áreas não edificáveis, compostas de duas faixas. Uma delas fica junto ao curso d'água, considerada área de preservação permanente, com acesso à população vedado e onde será mantida ou recuperada a cobertura arbórea original. A segunda faixa, próxima à via, será gramada e aberta à população. Nos novos loteamentos, as áreas de fundo de vale existentes na gleba serão automaticamente transferidas para o domínio público. Nos lotes já edificados, reconhece-se o direito adquirido, mas as edificações não poderão mais sofrer ampliação dentro do fundo de vale. Nos lotes ainda não edificados, as regiões de fundo de vale serão consideradas como área não edificável.

Os proprietários poderão beneficiar-se da Transferência de Potencial Construtivo (TPC), calculando-se a área transferível em 25% da área total do lote, multiplicada pelo coeficiente de aproveitamento da zona em que o mesmo se localiza. Todo proprietário que tiver área de terra lindeira a um curso d'água será estimulado a doar para o município a área de fundo de vale e a faixa da via paisagística nela contidas, mediante o benefício da TPC.



Na contramão do desperdício

MINIMIZAR O DESCARTE DE MATERIAIS, ALÉM DE CONTRIBUIR COM O MEIO AMBIENTE, AJUDA NA REDUÇÃO DE CUSTOS, INCLUSIVE VÁRIAS EMPRESAS ADOTAM AÇÕES SIMPLES PARA DIMINUIR AS PERDAS

De cada cem caixas de alimentos produzidos no campo, apenas 39 chegam à mesa do consumidor e a estimativa é que no Brasil todos os dias sejam jogados fora 39 milhões de toneladas de alimentos, o suficiente para alimentar 19 milhões de pessoas com três refeições básicas por dia. Os dados são da ONG Banco de Alimentos. Desperdiçar alimentos, energia elétrica e materiais de uso contínuo, como papel e copos descartáveis, além de ir contra o caminho da sustentabilidade ambiental, pode diminuir o lucro de uma empresa. A afirmação pode parecer exagerada, mas jogar comida em condições de consumo na lata do lixo, principalmente no caso de empresas do segmento de alimentação, e fazer uso inadequado da energia, água e outros recursos significa que o dinheiro está "indo pelo ralo". Isso sem contar os prejuízos ao meio ambiente e para o futuro das próximas gerações.

E justamente para evitar o desperdício, empresas maringaenses têm adotado diversas medidas, algumas simples e fáceis de serem aplicadas. A unidade do restaurante Casa Nova da avenida Curitiba, por exemplo, prepara aproximadamente 120 quilos de alimentos diariamente e 15% disso é perdido, apesar da empresa adotar medidas para evitar o desperdício. "Trabalhamos duro na reposição do bufê durante o horário das refeições. Fazemos os pratos conforme a demanda para evitar perdas", conta a

Walter Fernandes



NO RESTAURANTE CASA NOVA DIVERSAS MEDIDAS SÃO TOMADAS PARA EVITAR O DESPERDÍCIO E MESMO ASSIM 15% DOS ALIMENTOS PREPARADOS SÃO PERDIDOS; NA FOTO, A EMPRESÁRIA ELISÂNGELA TOMINAGA

proprietária, Elisângela Tominaga.

Outras medidas também são adotadas no manuseio de alimentos. "Higienização de verduras, corte e limpeza de carnes, controle de estoque e conservação correta ajudam no aproveitamento desses produtos", analisa Elisângela. E mesmo assim lá se vai 5% do faturamento com as perdas de alimentos. De acordo com Elisângela, essas sobras são destinadas à suinocultura. "Não podemos doar alimento pronto por uma questão de saúde, mas pagamos uma taxa mensal para que as sobras sejam recolhidas e usadas na criação de suínos".

Já na frutaria Depieri como os produtos são *in natura*, as frutas que ainda estão em condições de serem consumidas ganham um novo destino. Segundo o proprietário, Roberto Depieri, os produtos que são doados não têm mais condições de serem comercializados, mas ainda podem ser consumidos. "Os clientes compram as frutas que não têm nenhum dano, mas muitas vezes uma porção batida da fruta pode ser retirada e o consumo pode ser feito tranquilamente, por isso doamos para entidades da cidade. Só vai para o lixo o que realmente não oferece condições de reaproveitamento".

Durante o verão a frutaria registra perda de cerca de 20% das frutas mais frágeis, como uva e mamão, e no inverno a perda é reduzida para 8%. Mas, de acordo com ele, o trabalho realizado ajuda a evitar um desperdício ainda maior. "Guardamos tudo em câmaras de ar frio e fazemos as reposições nas prateleiras aos poucos".

Outra empresa de Maringá que trabalha para minimizar o desperdício é o supermercado Preço Bom, que integra a Rede Grand. Os hortifrutis são os produtos que mais são descartados. "No caso de uma caixa de tomates de R$ 100, pelo menos R$ 30 deixam de dar lucro", revela o empresário Marcelo Aderval. No final do mês, entre todos os hortifruti que não são vendidos, a conta chega a 2% de perda.

Uma das alternativas para solucionar o problema, de acordo com Aderval, é investir em ações promocionais. "Fazemos muita promoção para atrair o consumidor antes dos produtos estragarem. Chegamos a vender abaixo do preço de custo para não ter que jogar produto bom no lixo", explica.



Walter Fernandes

SEGUNDO O VICE-REITOR DO CESUMAR, WILSON DE MATOS FILHO, O USO DE CANECAS E SQUEEZES REDUZIU EM 95% O GASTO COM COPOS DESCARTÁVEIS

DESPERDÍCIO X AMBIENTE

Alguns materiais utilizados pelas empresas podem gerar poluição da natureza e gastos desnecessários. Por isso, o mercado Preço Bom também toma medidas econômicas em relação a produtos que podem poluir o meio ambiente. "Embalamos as mercadorias dos clientes em caixas de papelão para evitar o uso das sacolas plásticas. Isso gera economia e reduz a poluição", conta Aderval.

No Centro Universitário de Maringá (Cesumar) os copos descartáveis foram substituídos por canecas e *squeezes* (garrafas plásticas) para o consumo de água e de café dos 12 mil funcionários contratados. Eram utilizados 165 mil copos descartáveis por mês, uma média de mais de dez copos por dia por funcionário. Este número foi reduzido em 95%, ou seja, mais de 156 mil copos descartáveis deixaram de ser utilizados mensalmente. "Isso proporciona, além de redução de gastos para a instituição, o cuidado com o meio ambiente", diz o vice-reitor do Cesumar, Wilson de Matos Filho.



Walter Fernandes

PARA WAGNER SEVERIANO, AS EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSÁVEIS "GANHAM VISIBILIDADE SOCIAL, PASSAM A COLABORAR COM QUEM TRABALHA COM A COLETA DE RECICLÁVEIS E REDUZEM O ACÚMULO DE LIXO NOS ATERROS"

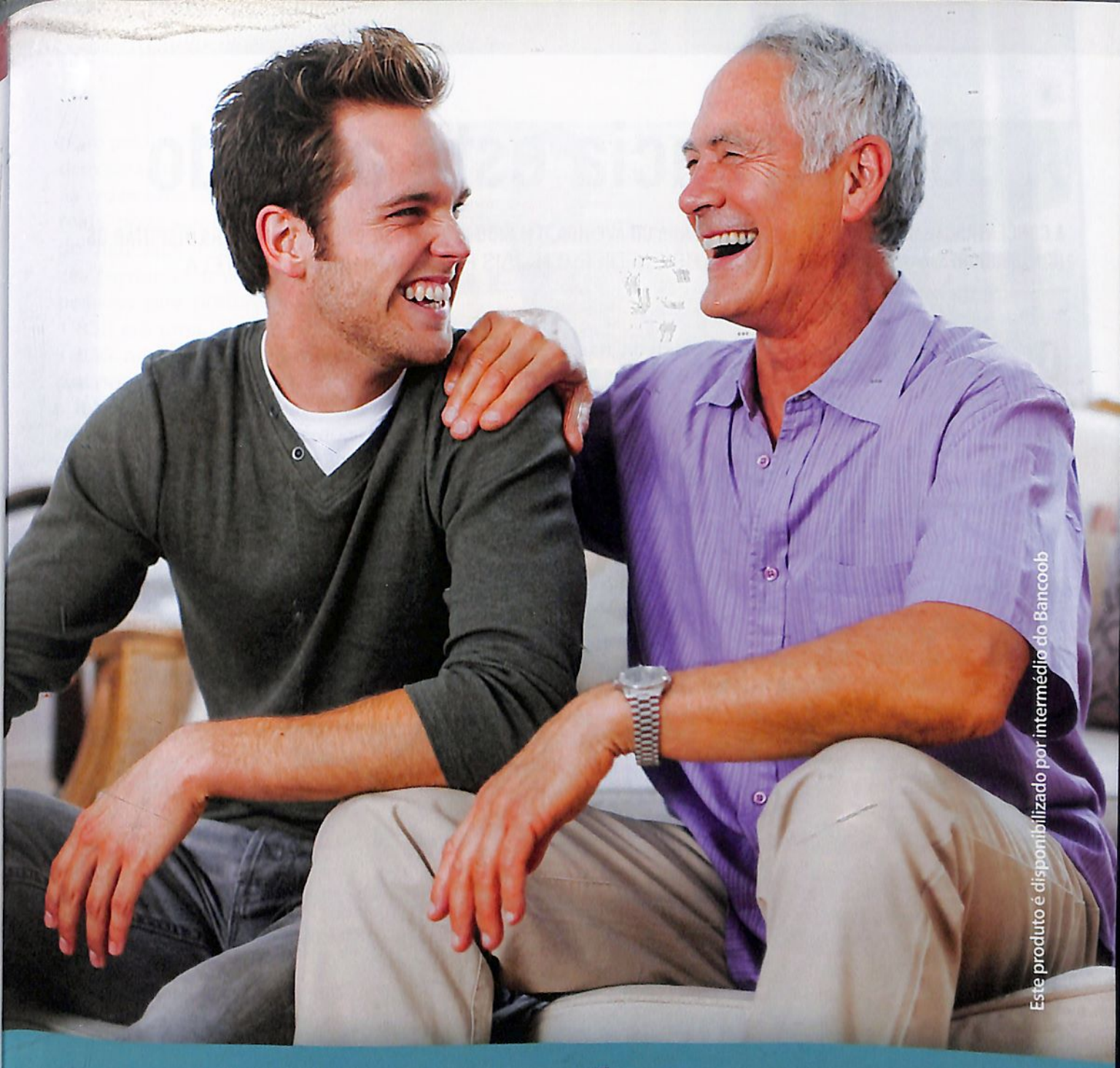
Outra iniciativa de rebate de custos adotada pelo Cesumar foi a substituição de torneiras comuns pelas de pressão. "Com as torneiras de pressão, a água é controlada evitando o desperdício", diz Matos Filho. Ele ainda conta que a instituição tem trabalhado na conscientização dos alunos e docentes como forma de economia e preservação do meio ambiente. "Foram espalhados adesivos nas salas de aula para que as luzes e equipamentos sejam desligados assim que as salas forem desocupadas".

O trabalho de conscientização gerou o interesse dos estudantes até para pesquisas que levaram o Cesumar a diminuir gastos com energia elétrica. Alunos do curso de Engenharia Elétrica analisaram o consumo de caixas de som presentes nas salas de aula que ficavam no modo *stand by*. A análise implicou na adoção de um sistema de desligamento que é ativado aos finais das aulas e gerou uma economia de R$ 6 mil mensais para a instituição. "Conseguimos que as pessoas participem desse processo contra o desperdício".

Uma das alternativas para as empresas evitarem o uso inadequado de materiais e adquirirem uma postura ambientalmente responsável é buscar assessoria e consultoria em projetos ambientais. E é justamente este o foco da Eco Alternativa, que há um ano em funcionamento atende cerca de cem clientes. De acordo com o sócio da Eco Alternativa Wagner Severiano, um dos trabalhos mais solicitados pelas empresas é o gerenciamento dos resíduos. "Fazemos consultoria na empresa para elaborar o diagnóstico do quanto e como os materiais estão sendo utilizados e com isso são implantadas metas para reduzir a produção de lixo e gastos com a coleta", diz.

Desde o início de 2010 a prefeitura de Maringá deixou de recolher os resíduos das empresas que geram mais de cem litros por dia de lixo e não sobrou outra alternativa se não terceirizar a coleta. Segundo Severiano, as empresas que procuram a Eco Alternativa buscam reduzir os gastos com a coleta terceirizada e efetivar as metas propostas pelo plano de gerenciamento de resíduos. "Um dos nossos objetivos é que a produção de lixo diminua e que a prefeitura volte a recolher o lixo gerado pela empresa", conta Severiano. Ele ainda esclarece que a separação dos materiais é essencial para a diminuição do volume de rejeito. "Separamos o lixo em reciclável, orgânico e rejeito. Os rejeito são os únicos que não são reaproveitáveis".

Reduzir os custos não é o único benefício. A seleção do lixo e a redução da utilização de materiais poluentes são ações que ajudam a preservar o meio ambiente. Para Severiano, a responsabilidade socioambiental é um dos principais acréscimos para a sociedade. "A empresa ganha visibilidade social, passa a colaborar com as pessoas que trabalham com a coleta de materiais recicláveis e reduz o acúmulo de lixo nos aterros".



Este produto é disponibilizado por intermédio do Bancoob

O MELHOR DA VIDA É FEITO EM PARCERIA.

SICOOB PREVI

A PREVIDÊNCIA DO COOPERATIVISMO BRASILEIRO

A concorrência está ao lado

A CONCENTRAÇÃO DE EMPRESAS NUMA MESMA RUA OU AVENIDA TEM SIDO A APOSTA DE EMPRESÁRIOS PARA DISPUTAR OS CONSUMIDORES, MAS É PRECISO INVESTIR EM DIFERENCIAIS PARA GANHAR A CLIENTELA

Quando vai às compras o consumidor deseja encontrar opções para que possa escolher a melhor. E é por isso que os empresários planejam ações para atraí-los. Uma destas estratégias é instalar o ponto comercial próximo aos concorrentes, acirrando a disputa pelo cliente e gerando uma concentração de empresas de um mesmo segmento em uma mesma rua ou avenida.

Esta estratégia até pode resultar em queda nas vendas e levar à redução nos lucros, mas também pode ser positiva. Em São Paulo, cidade com mais de 450 anos, ruas como a 25 de Março têm como a principal característica lojas de comércio popular. Maringá, que tem apenas 64 anos, também concentra lojas de um mesmo segmento num mesmo eixo. Um exemplo é a rua Joubert de Carvalho, endereço certo para os consumidores que estão em busca de máquinas de costura.

A primeira loja do setor instalada na rua há 35 anos foi a Tucomaq. Hoje são pelo menos seis concorrentes nas proximidades. Segundo a proprietária, Sônia Sousa, "são consumidores de Maringá e de toda a região que vêm direto na Joubert de Carvalho. Fazem cotação de preço nas lojas e podem optar pelo produto com melhor custo-benefício".

De acordo com Sônia, a compe-

Walter Fernandes



SE HÁ CONCORRÊNCIA POR PERTO, ALEXSANDRO PEREIRA, DA CENTRAL MÁQUINAS, TEM SUA RECEITA: "TEMOS VENDEDORES EXTERNOS, DEIXAMOS A MÁQUINA PARA TESTAR E ATÉ BUSCAMOS O CLIENTE EM CASA"

tição pelo menor preço pode trazer desvantagem. É que pagar menos, às vezes uma diferença de poucos reais, pode significar maquinários de qualidade inferior. "Muitas vezes perdemos a venda porque há pessoas que preferem pagar R$ 1.830 em uma loja em vez de R$ 1.835 na nossa, mas pode levar para casa um produto inferior".

E para que a concorrência não se dê apenas pelo preço, é necessário agregar valor ao produto. "Buscamos comercializar máquinas de costura que ofereçam qualidade e damos garantia de seis meses", conta Sônia. Outras formas de aproximar o consumidor foram testadas. "No começo do ano sorteamos uma máquina em parceria com uma escola de costura de Maringá, gostamos do resultado e faremos mais ações deste tipo", afirma.

Outra loja do segmento é a Central Máquinas, que há 13 anos figura entre os concorrentes do setor situadas na Joubert de Carvalho. O proprietário, Alexsandro Bortoleto Pereira, avalia que a disputa de mercado exige que os lojistas aprimorem o serviço. "Ações para ganhar o cliente são um estímulo ao crescimento, o atendimento melhora e a qualidade da mercadoria também". E para ganhar mercado, a Central Máquinas tem apostado no atendimento. "Temos vendedores externos, fazemos demonstrações dos produtos, deixamos a máquina na casa do cliente para testar e até buscamos o cliente em casa", conta Pereira.

Segundo ele, o atendimento diferenciado é uma das formas de minimizar a possível desvantagem na concorrência. "O lucro pode cair porque às vezes temos que baixar muito o preço, mas isso acaba trazendo mais consumidores e movimentando mais as lojas", analisa.



Walter Fernandes

"O PRODUTO DEIXOU DE SER PRIMORDIAL. POR ISSO, O ATENDIMENTO É UM DIFERENCIAL. TAMBÉM PREZAMOS PELA SATISFAÇÃO DO COLABORADOR EM TRABALHAR CONOSCO", DIZ VANDA FELIPE, DA ESTRELINHA ELEGANTE

VESTUÁRIO INFANTIL

Para os consumidores que procuram lojas de vestuário infantil, a rua Santos Dumont têm várias opções. A Estrelinha Elegante foi uma das primeiras a se instalar na rua, há 15 anos (uma segunda loja fica na avenida São Paulo). Para a empresária Vanda Lúcia Barbosa Felipe, a proximidade com os concorrentes é positiva. "Isso atrai o consumidor, que pode ser compartilhado quando se torna cliente de mais de uma loja".

Para atingir as metas de vendas com tantas lojas do mesmo segmento nas proximidades, Vanda diz que o diferencial é o atendimento. "O produto deixou de ser o primordial como fator de compra. Por isso, o atendimento é um diferencial para concorrer. Também prezamos pela satisfação do colaborador em trabalhar conosco", explica. A variedade de produtos e a oferta de conforto também ajudam a cativar e reter os consumidores, tanto que faz pouco tempo há loja foi reformada: há espaço para as crianças se divertirem e um local para que o acompanhante do consumidor possa ficar confortavelmente aguardando as compras.

E se os concorrentes estão na Santos Dumont por que não ficar junto deles? Foi o que fez a proprietária da Fuá Kito Baby, Lisa Vidal, que há dois meses inaugurou a loja. "Escolhemos este ponto justamente por ter uma concentração de lojas infantis, mas oferecemos um diferencial que é a qualidade do produto", revela. "Não trabalhamos com as tradicionais roupas de bebês,

fazemos moda para crianças, por isso não a tendência é menor em comparar o preço", defende.

Já quem quer comparar preços e comprar tintas andando apenas alguns passos encontrará na avenida Brasil diversas lojas. E foi justamente lá que se instalou há 22 anos a Reginato Tintas, uma das primeiras a escolher o maior eixo comercial da cidade como ponto. Segundo o empresário, Nivaldo Reginato, foi o sucesso da Reginato Tintas que chamou a atenção de outros comerciantes. "Registramos um crescimento rápido e abrimos filiais em outras cidades. Isso chamou a atenção de outros lojistas. Então houve um deslocamento de lojas que ficavam em outros trechos da avenida Brasil, como nas proximidades da Vila Operária, para as proximidades da praça José Bonifácio, onde estamos".

Assim como outros empresários entrevistados nesta reportagem, Reginato acredita que estar próximo da concorrência é vantajoso e estimula a criatividade e a inovação. "Temos que estar atentos ao mercado e manter sempre um diferencial em relação ao vizinho concorrente. Devemos pensar a qualidade, exclusividade de produtos, ambientação da loja, estacionamento e ter uma equipe treinada para dar ao cliente o melhor serviço". E isso significa estar sempre uns passos à frente, porque "copiar a concorrência é ficar para trás", diz ele.

A Metal Tintas, no mercado desde 1983 com duas lojas em Maringá, também não ficou de fora da concentração do segmento e há três anos tem uma unidade na avenida Brasil. Segundo o proprietário, Jurandir Minatel, a concorrência acirrada gera lucro menor. "A unidade fora do polo de tintas é mais rentável. Claro que lojas novas acabam ganhando a atenção do cliente depois da inauguração, mas com o passar do tempo a margem de lucro diminui".



Ivan Amorin

NIVALDO REGINATO, DA REGINATO TINTAS, DIZ QUE É PRECISO OFERECER PRODUTOS EXCLUSIVOS, ESTACIONAMENTO E TER UMA EQUIPE TREINADA PARA SE DIFERENCIAR DA CONCORRÊNCIA

Uma das ações da Metal Tintas para atrair os consumidores é investir em publicidade, mas isso também leva o consumidor aos concorrentes. "O consumidor vem até a loja, faz pesquisa de preços e depois vai ao concorrente para comparar, o que vejo como uma desvantagem".

PERFIL DO CONSUMIDOR

O Car Wash Choperia, instalado desde 1985 na Zona 4 da cidade, foi um dos primeiros estabelecimentos que nasceu em locais onde não existiam empresas do segmento. Segundo o proprietário, Julio Cesar Hilgemberg, "o terreno estava vazio e a intenção de sair do agitado centro da cidade nos motivou a começar um novo negócio. Na época, conseguimos fazer com que o movimento da avenida Herval, onde estavam instalados os bares, migrasse para a região do Car Wash", conta.

Ao longo do tempo o Car Wash atraiu a clientela e outros bares se deslocaram para o local. Para ele, há algumas desvantagens com a concentração de bares nas proximidades. "Há concorrência desleal, apelativa, com empresários que oferecem preços abaixo do custo e atrapalham o setor durante um tempo", conta. Mas a proximidade também gera benefício devido à concentração dos consumidores.

O consultor do Sebrae/PR especialista em varejo Marcelo Wolff alerta que o empresário deve estar atento a vários fatores que influenciam a migração das empresas a determinados polos e que no caso de Maringá um dos problemas que pode desfavorecer os comerciantes situados nesses polos é a falta de estacionamento. "Se o cliente precisar estacionar o automóvel muito distante, é provável que ele prefira comprar em lojas de bairro, já que o trânsito na cidade é cada vez maior". Por isso, é importante conhecer o perfil de compra do ciente. "Os empresários devem levar em conta a cultura de compra local. Isso significa saber que o público-alvo costuma pesquisar preços, se desloca até a loja de automóvel ou de ônibus, por exemplo".

Para Wolff, a concentração de lojas favorece o consumidor, que tem mais opções de produtos e de preço para escolher, e por isso, o lojista precisa agregar valor ao produto para que a disputa não

aconteça apenas pelo preço. A dica dele é manter um leiaute da loja atrativo e um atendimento eficiente. O valor do produto fica por último na conquista do cliente. "Os fatores que mais influenciam a compra são a localização da empresa, o atendimento, que quando mal feito pode espantar a clientela, e por último preço". Assim, o empresário não precisa de ações imediatistas para atrair o consumidor. "Agradar o cliente é mais importante para a venda, gera fidelidade e o proprietário não precisa entrar na concorrência suicida, vendendo produto abaixo do preço. Sobreviver a esta concorrência depende de ações planejadas e que diferenciem uma empresa das demais".



Ivan Amorin

"AGRADAR O CLIENTE É MAIS IMPORTANTE PARA A VENDA, GERA FIDELIDADE E O PROPRIETÁRIO NÃO PRECISA ENTRAR NA CONCORRÊNCIA SUICIDA", ACONSELHA O CONSULTOR MARCELO WOLFF

Celebrando os 10 anos em Maringá
o **Martinelli Advocacia Empresarial** anuncia a abertura de sua nova sede

Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 2386
Zona 5, 87015-001

tel. 44 2101.5383
maringa@martinelli.adv.br



Martinelli
advocacia empresarial

SOLUÇÕES JURÍDICAS EM DIREITO EMPRESARIAL

São Paulo | Joinville | Rio de Janeiro | Brasília | Belo Horizonte | Porto Alegre
Curitiba | Florianópolis | Maringá | Caxias do Sul | Ribeirão Preto | Campinas

www.martinelli.adv.br

GIOVANA CAMPANHA



Walter Fernandes

MAIS DE 60 EMPRESAS PARTICIPARAM DA FEIRA FESTAS & NOIVAS E CAPRICHARAM NA DECORAÇÃO PARA ATRAIR OS VISITANTES

Festas, noivas e negócios

FEIRA REALIZADA PELO QUINTO ANO REÚNE SETE MIL PESSOAS E POSSIBILITA QUE FORNECEDORES DE PRODUTOS E SERVIÇOS PARA FESTAS DIVULGUEM A EMPRESA E CONCRETIZEM NEGÓCIOS; UM CONCURSO CULTURAL FOI UMA DAS AÇÕES DA FESTAS & NOIVAS

As amigas Greice Kelly e Viviane Mandotti, de Terra Rica, pretendem contratar todos os fornecedores da festa de casamento em Maringá e, para isso, contaram com uma facilidade: a Feira Festas & Noivas, realizada entre os dias 17 e 19 de junho, pela ACIM. Viviane, que é professora, está com o casamento marcado para 18 de fevereiro do ano que vem e deverá contratar os fornecedores da festa para 400 pessoas, incluindo bufê, decoração e fotógrafo, nas semanas seguintes à feira. Ela aproveitou a Festas & Noivas para conhecer fornecedores e pesquisar preços. "Amei a feira. Realmente valeu à pena participar".

Já Greice Kelly deverá casar em 2 de junho de 2012. Aliás, a data de casamento teve que ser trocada porque a banda que ela quer contratar já tinha compromisso agendado na data inicial do casamento. E foi justamente na própria feira que a nutricionista deixou agendada uma visita e fez a pré-reserva da nova data com a banda. "Vim conhecer prestadores de serviços

www.acim.com.br

da área de decoração e de trajes de casamentos para depois fechar os contratos".

O casamento da nutricionista Ângela Buzzo também está marcado para 2012, mas ela já está planejando a festa. Visitando a feira pela primeira vez em companhia do pai, Ângela conheceu diversos expositores e muitos estavam oferecendo condições especiais para os visitantes que fechassem contrato durante o evento e nos dias seguintes à feira. Atenta aos detalhes e disposta a conhecer vários expositores, ela deveria voltar no último dia para ter mais tempo.

Viviane, Greice e Ângela fazem parte do público de sete mil visitantes que a quinta edição da Feira Festas & Noivas recebeu. Realizada no Excellence Centro de Eventos, o evento reuniu mais de 60 expositores, incluindo empresas de som e filmagem, fotografia, bufês, decoração, trajes de festas, salões de beleza e bandas.

Entre as empresas participantes, o balanço foi de bons negócios. O sócio e baixista da Banda Biss, André Silva, explica que agendou diversas visitas para apresentar a banda e orçamento aos noivos e casais de namorados que estiveram na feira. Com apresentações agendadas até para 2014, Silva conta que apenas ele atendeu mais de 20 casais que passaram no estande e que já tinham contratado a banda anteriormente, "o que mostra que realmente os visitantes foram pessoas que tinham interesse em realizar casamentos e outras festas".



Walter Fernandes

AS AMIGAS GREICE KELLY E VIVIANE MANDOTTI ESTÃO COM O CASAMENTO MARCADO PARA 2012 E VIERAM DE TERRA RICA VISITAR A FEIRA E CONHECER EMPRESAS ESPECIALIZADAS

A Florifest e a Gold Prev, empresas do Sistema Prever, investiram em ações promocionais combinadas. O fechamento de contrato, independente do valor, na Florifest garantiu um par de alianças da Gold Prev. Outra vantagem para quem fechou o contrato de decoração na feira ou até 30 dias após o evento era ganhar o translado da noiva até a igreja e até o salão no dia do casamento. "Foi uma excelente oportunidade de divulgar a empresa e fechar



Walter Fernandes

ANGELA BUZZO, QUE JÁ ESTÁ SE PROGRAMANDO PARA O CASAMENTO, ESTAVA ACOMPANHADA DO PAI, LEONILDO

negócios. Nas próximas semanas teremos bastante trabalho, já que fizemos 80 agendamentos para os visitantes da feira", conta a diretora da Florifest, Helena Czezacki, que deverá participar da próxima edição, em 2011.

Andreza Bettencourt, que tem uma empresa especializada em doces finos que leva o nome dela, participou pela primeira vez da feira e ficou bastante satisfeita com os resultados. Apenas no domingo, que foi o último dia da feira, ela fez mais de cem agendamentos de visitas para noivos que passaram pelo estande. "O evento superou, de forma positiva, todas as minhas expectativas e realmente ofereceu uma oportunidade de fazer negócios". E assim como Helena, Andreza já faz planos para participar da edição do ano que vem.



Walter Fernandes

PARA O BAIXISTA DA BANDA BISS, ANDRÉ SILVA, REALMENTE "OS VISITANTES FORAM PESSOAS QUE TINHAM INTERESSEM EM REALIZAR FESTAS"

CONCURSO CULTURAL

Quinhentas e trinta e duas pessoas participaram do concurso cultural "O casamento dos meus sonhos", ação que integrou a Festas & Noivas. Para participar, era preciso enviar uma foto, com um texto explicativo de um momento especial ao lado da pessoa amada – as fotos e os textos vencedores estão disponíveis no www.feirafestasenoivas.com.br.

Daniel Romaniuk Lima ficou em primeiro lugar no concurso e ganhou diversos serviços para realizar a festa de casamento: bufê para cem pessoas (Della Rè Eventos); sete noites de hospedagem em Maceió (9000 Viagens e Turismo); locação do vestido de noiva (Maison Beta Ranzani); música ao vivo para a cerimônia religiosa (Celebrate Coral e Orquestra); buquê da noiva (Wilma Beloto Creative Flowers); kit de utilidades para cozinha (Ordini Presentes); *book* fotográfico pré-casamento com 30 fotos (Studio Letícia Bertelli); suíte com pacote de núpcias (Hotel Deville Maringá); banda para o baile e jantar (Banda Aqua); 200 bem-casados (Andreza Bettencourt Doces Finos); kit de adereços de luxo para os noivos para utilização no baile (Festar Festas); acessórios para a noiva (Djanira Acessórios Finos); um pacote de cabelo e *make-up* para a noiva (Nobre Cabeleireiros); assessoria personalizada antes do casamento com organização de leiaute e cronograma (Thais Mariani); 12 pontos de iluminação cênica para o salão da festa e um sinalizador aéreo externo (Radamés Eventos).

O segundo colocado foi Erick Margutti, que ganhou traje completo para o noivo (Eliana Noivas), 50 litros de chopp com chopeira e copos inclusos (Chopp Brahma Express), produção de cabelo e maquiagem (Stilo Cabeleireiros), cerimonial do dia do evento (MG Macedo e Eventos), sessão fotográfica em estúdio (Studio Brasicolor), serviços musicais para o cerimonial religioso (Musical Afagu´s), kit de adereços de luxo para os noivos para utilização no baile (Festar Festas) e um website para os noivos com um ano no ar (Agora e Sempre).

Roseli de Oliveira inscreveu a foto e o texto que lhe garantiram o terceiro lugar e, por isso, ganhou um pacote promocional para eventos com no mínimo 328 convidados (Moinho Vermelho), segurança para o dia do evento (Grupo Toni Seguranças), áudio-convite com gravação da locução dos noivos em estúdio (Music Brother), 5% de desconto no contrato de decoração (Beto Burim Decorações), kit de adereços de luxo para os noivos utilizarem no baile (Festar Festas), uma cesta de núpcias (Versati Decorações de Eventos) e um *day spa* com maquiagem e penteado para o casal (Lady & Lord Cabeleireiros). ■

www.acim.com.br

ACIM

SUAS IDEIAS ESTÃO MAIORES QUE A EMPRESA?



COOPER cred

ACIM CARD

Crédito facilitado, com juros baixos,
para você ampliar os seus negócios. Adquira o seu!

www.acimcard.com.br



JULIANA DAIBERT

Dedicação total ao próprio negócio

TERCEIRIZAR SERVIÇOS COMPLEMENTARES AO NEGÓCIO-FIM DE QUALQUER EMPRESA É PRÁTICO E SEGURO DESDE QUE SE ESCOLHA COM CAUTELA O FORNECEDOR; TERCEIRIZAÇÃO ABRE OPORTUNIDADES PARA FUNCIONÁRIOS SE TORNAREM EMPREENDEDORES

Foco no principal negócio da empresa. Este é o motivo que mais leva os empresários a terceirizar serviços. Para eles, o tempo ganho com a falta de preocupação com o que não é vital para o funcionamento da empresa se reverte em ganho no final do mês, pela disponibilidade de pensar única e exclusivamente naquilo que é, de fato, a razão de ser do negócio.

Pioneira na região na descentralização de serviços, a Cooperativa Agroindustrial de Maringá (Cocamar) iniciou o processo de terceirização no início da década de 1990, quando a prática ainda não era popularizada.

Há 20 anos, o país passava por um momento econômico bastante tumultuado, com uma sucessão de pacotes econômicos mal sucedidos e a inflação sem controle. Muitas empresas foram fechadas, inclusive bancos.

Neste cenário a Cocamar decidiu implementar uma reestruturação administrativa e reposicionar o foco exclusivamente em atividades-fim para ganhar mais agilidade na gestão. A alternativa foi terceirizar uma série de setores que faziam parte da estrutura, abrindo espaço para o surgimento de dezenas de empresas de portes variados que passaram a ser prestadoras de serviço. Por algum tempo, a cooperativa garantiu a sobrevivência dessas empresas, mas elas deveriam buscar mais clientes e serem independentes. Os primeiros setores a serem terceirizados foram o restaurante industrial, transportes e a gráfica, seguidos pelos serviços de manutenção, zeladoria, vigilância e limpeza, comunicação social, departamento técnico, assessoria jurídica e de fabricação de alguns itens usados na indústria, como



Walter Fernandes

PARA ALAIR ZAGO, SUPERINTENDENTE DA COCAMAR, "A PRINCIPAL FINALIDADE DA TERCEIRIZAÇÃO É EVITAR QUE O PROCESSO DE GESTÃO PERCA TEMPO E ENERGIA COM ATIVIDADES-MEIO"



Walter Fernandes

OS EX-FUNCIONÁRIOS DA COCAMAR CARLOS CASTILHO, ANDRÉ LONGEN, ROSANA SANTINONI, JEAN MATTOS E APARECIDA MINGUEZ CRIARAM A AGROCRED, QUE PRESTA SERVIÇO NAS ÁREAS DE CRÉDITO E COBRANÇA

embalagens pet.

Com a terceirização, a prestação de serviços profissionalizou-se e houve um ganho de qualidade. Muitas dessas empresas, que nasceram em meio à incerteza, desenvolveram-se ao longo dos anos e são hoje importantes em seus segmentos. O restaurante transformou-se no Haddock Buffet, um dos mais prestigiados da cidade. A área de transportes deu origem à Transcocamar Transportes Rodoviários S.A., uma das grandes transportadoras da região. E o departamento técnico fez nascer a Unicampo, atualmente a maior cooperativa prestadora de serviços agronômicos do Brasil, sediada em Maringá.

"A principal finalidade da terceirização é evitar que o processo de gestão perca tempo e energia com atividades-meio. Antigamente, a área de transportes exigia que houvesse um departamento para administrar a frota e fazer a manutenção de caminhões, cuidar dos motoristas, entre outros. Concluiu-se que essa função não deveria ser executada pela cooperativa, pois o serviço poderia ser comprado no mercado", explica o superintendente financeiro e administrativo da Cocamar, Alair Zago.

A partir do final da década de 2000, quando a cooperativa decidiu investir na gestão por processos, a terceirização voltou a acontecer, abrangendo outros setores, como o de tecnologia de informação, de controladoria (contabilidade, contas a pagar, contas a receber e área tributária), gestão ambiental, segurança e saúde ocupacional e manutenção industrial.

"As estruturas foram terceirizadas, mas a Cocamar manteve consigo a inteligência, a estratégia e a gestão dos contratos, com uma equipe mínima. Para o terceirizado-empreendedor, essa oportunidade foi interessante, pois ele passou a ter um negócio e já com um grande cliente", diz Zago.

A Agrocred é fruto desse processo. Criada em 2009 por cinco ex-funcionários da área financeira da cooperativa, a empresa presta serviços de análise de crédito e cobrança, além de assessoria, consultoria e treinamento nestas áreas. "Passamos de funcionários a fornecedores e buscamos prestar um serviço cada vez melhor. O terceirizado é um parceiro da empresa, não um mero prestador de serviço", afirma André Longen, um dos sócios-administradores da empresa.

A qualidade exigida pelos clientes caminha lado a lado com a necessidade de pensar o futuro

www.acim.com.br



Walter Fernandes

NEDSON GOMES, ÉDERSON FREITAS E ALEXANDRE POPULIM, DA ELF: EMPRESA OFERECE DIGITALIZAÇÃO E ARMAZENAMENTO DE DOCUMENTOS PARA CLIENTES DE QUATRO ESTADOS BRASILEIROS

da empresa, visando à diversificação do mercado de atuação e dos serviços oferecidos. "Na condição de funcionário o trabalho é seguir o planejamento feito por alguém, diferente de quando se é empresário", diz Rosana Santinoni, também sócia-administradora da Agrocred.

DOCUMENTOS A SALVO

As facilidades trazidas pela tecnologia da informação para o arquivamento de documentos necessários ao dia-a-dia das empresas resolveram apenas parte do problema. A existência física de muitos deles é uma exigência legal – alguns documentos públicos devem ficar disponíveis por 30 anos -, o que implica armazená-los em incontáveis caixas, que por sua vez precisam ser guardadas em locais seguros e que permitam rápida localização.

Essa nova demanda fez da Elf Banco de Documentos uma empresa especializada em digitalização e armazenamento de documentos. Com atuação em quatro estados brasileiros e 80 funcionários, a empresa maringaense mantém sob sua responsabilidade, em contêineres especiais, cerca de 20 milhões de documentos armazenados e catalogados e mais de 50 milhões de documentos com digitalização contratada.

Apesar dos números, o sócio-administrador da empresa, Ederson Leiva Freitas, diz que a cultura de terceirizar o arquivamento físico e a digitalização de documentos ainda não é muito difundida entre os empresários. "Na maior parte dos casos eles só percebem a necessidade do serviço quando precisam de um documento e não o encontram".

Há um ano, a Elf é terceirizada da Coopercred. O gerente operacional da empresa, Ailton Takama, afirma que a diminuição de custos operacionais e a agilidade nas informações pesaram na contratação dos serviços de guarda e digitalização de documentos, além do *know-how* da terceirizada. Cerca de 1,3 milhão de documentos da administradora de cartões está em mãos da Elf. Tanta confiança está resguardada por um contrato bem elaborado e pela verificação, antes do mesmo entrar em vigência, da prestação do serviço para outras empresas. A Coopercred pretende ainda terceirizar a impressão das faturas e dos cartões de crédito.

MERCADO GARANTIDO

Há 14 anos, a pequena quantidade de empresas que fornecia refeições aos funcionários apontou ao diretor da Sabor e Art, Josemar Rodrigues Alves, um nicho de mercado. Oferecer o serviço de cozinha industrial passou a ser o foco de seu trabalho. Os clientes esporádicos foram atendidos com serviços mais amplos como assessoria em todas as etapas de planejamento, implantação e gerência de uma cozinha, cardápios variados, acompanhamento nutricional, entre outros.

Atualmente, com mais de 25 clientes, a alimentação coletiva corresponde a 80% do faturamento da Sabor e Art. De acordo com Alves, a maior vantagem de ser terceirizado é garantir um nicho de mercado que vem aumentando de 15 a 20% ao ano, com forte tendência de alta para a próxima década. Entre as dificuldades, o empresário destaca a contratação de mão de obra e o imposto alto. "O setor de prestação de serviços é mais taxado que outros, pois pagamos ISS sobre o faturamento bruto".

Na contratação, prudência para evitar problemas

Quando uma empresa opta por terceirizar um serviço, ela deve observar primeiro a solvabilidade e a solidez da empresa prestadora. A orientação é do advogado César Eduardo Misael de Andrade, que é consultor jurídico da ACIM, e vale também para quem pretende terceirizar. "O 'momento certo' é aquele em que a empresa está sólida e forte economicamente. Isto é importante porque na hipótese do prestador de serviço não adimplir alguma obrigação trabalhista, o prejuízo recai sobre o contratante", explica Andrade.

De acordo com o advogado, a contratação de terceiros deve ser pautada pela prudência, formalizando contratos com prestadores que ofereçam qualidade e tenham condições de arcar com um eventual passivo trabalhista. "Empresas que simplesmente fazem a intermediação de mão de obra são as que mais causam prejuízos às contratantes", esclarece.

Andrade também enxerga na otimização econômica e organizacional da empresa o principal benefício da terceirização, uma vez que, ao optar por esta modalidade, sobra mais tempo para a dedicação ao objetivo social. A desvantagem, segundo ele, é que o setor terceirizado fica, em tese, sob administração do prestador de serviços. "Ainda que a contratante tenha o direito e até o dever de verificar o correto pagamento das verbas aos empregados da empresa terceirizada, nem sempre esse acompanhamento é eficaz, o que pode causar prejuízo justamente, no caso da prestadora inadimplir alguma verba", ilustra.

Ele destaca que toda relação de prestação de serviços autônomo ou por contrato pode ser reconhecida como de emprego caso sejam tipificadas as características do artigo 3° da Consolidação das Leis de Trabalho (CLT). "Contratar uma pessoa, ainda que através de uma empresa, pode desencadear o reconhecimento do vínculo de emprego. Isso ocorre com maior evidência nas contratações de mera prestação de serviços de uma determinada pessoa, ou seja, quando a contratação é restrita à mão de obra", explica ele. Quando a prestação de serviços envolve vários funcionários ou também o fornecimento dos equipamentos, a possibilidade de reconhecimento do vínculo se afasta.

Para o superintendente financeiro e administrativo da Cocamar, Alair Zago, "não se pode terceirizar os serviços considerados estratégicos para o sucesso da cooperativa, como a área técnica. Em 1992, este foi um dos setores terceirizados, mas em 1996 a Cocamar voltou atrás, constatou que havia sido um erro e corrigiu". Segundo ele, a área técnica faz o relacionamento direto com os cooperados e isto é estratégico para a cooperativa. "Aprendemos com o próprio processo. Hoje nos sentimos tão seguros com a terceirização que avançamos inclusive para RH, contabilidade, parte da informática e pagamentos. Terceirizar tais setores para a maior parte das empresas seria algo impraticável". ■



JOSEMAR ALVES, DA SABOR E ART, OFERECE SERVIÇO DE COZINHA INDUSTRIAL, UM MERCADO QUE TEM CRESCIDO, MAS HÁ DIFICULDADES PARA CONTRATAR MÃO DE OBRA E O ISS É COBRADO SOBRE O FATURAMENTO

CARLOS AJITA POR VERÔNICA MARIANO

Na presidência de Ajita, campanha para fomentar o comércio

CARLOS AJITA FOI O PIONEIRO NA REALIZAÇÃO DE CAMPANHA DE VENDA PARA O COMÉRCIO; O TÉRMINO DA PROMOACIM CULMINOU COM UM SHOW DA CANTORA E APRESENTADORA ANGÉLICA, QUE REUNIU MAIS DE 24 MIL PESSOAS


Walter Fernandes

O empresário Carlos Mamoru Ajita chegou a Maringá em 1978 com uma dupla missão: gerenciar a Casas Ajita de Maringá, que pertencia à família, e integrar a equipe de técnicos do Projeto Metrópole Linear do Norte do Paraná (Metronor), que tinha o objetivo de projetar o crescimento ordenado de Maringá até Londrina. Dez anos depois da vinda para Maringá ele assumiu a presidência da ACIM e entre outras ações criou uma campanha para fomentar as vendas do comércio local. Casado com Emilia há 26 anos, ele é pai de três filhos. Ajita é o entrevistado do Perfil deste mês e relembra parte da história da ACIM durante sua gestão:

ANTES DE ASSUMIR A PRESIDÊNCIA DA ACIM O SENHOR FOI DIRETOR DO ENTÃO SPC, OCASIÃO EM QUE FOI RESPONSÁVEL PELA INFORMATIZAÇÃO DO SERVIÇO. O QUE REPRESENTOU ESTA MUDANÇA?

Na época o atendimento era realizado via telefone por atendentes. Cada um era responsável por um grupo de nomes de consumidores separados por letras do alfabeto, e em frente do atendente havia um fichário. Como o processo era manual, o serviço era muito moroso e foi preciso informatizar para tornar o processo mais ágil.

NA SUA GESTÃO, A REVISTA ACIM, NA ÉPOCA CHAMADA DE REVISTA DO COMÉRCIO E INDÚSTRIA, ENFRENTOU DIFICULDADE POR FALTA DE RECURSOS. O QUE FOI FEITO PARA MANTER A REVISTA EM CIRCULAÇÃO?

Nomeamos como diretor Luís Carlos Masson, que foi fantástico e se envolveu pessoalmente com a revista. Ele convencia os associados e empresários sobre a importância de anunciar na nossa revista. Com isso, conseguimos sair do déficit para o superávit.

FOI TAMBÉM NO PERÍODO QUE O SENHOR PRESIDIU A ACIM QUE FOI REALIZADA A PRIMEIRA CAMPANHA PROMOCIONAL DA ENTIDADE NOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS, A PROMOACIM, COM O OBJETIVO DE INCREMENTAR AS VENDAS. E PARA O ENCERRAMENTO DA CAMPANHA HOUVE UM SHOW PARA 24 MIL PESSOAS. COMO O SENHOR AVALIA ESSA CAMPANHA?

A campanha teve origem na necessidade da ACIM de aumentar o quadro de associados. Desta forma para participar da campanha, o lojista tinha que ser associado. Foram disponibilizados cerca de 30 mil ingressos do show: metade para os lojistas venderem e outra metade para ser distribuída aos clientes que gastassem um determinado valor nas lojas. Com a ação, conseguimos um público de 24 mil pessoas no show da Angélica. A Promoacim realmente foi um sucesso, tanto que a entidade teve superávit com este evento e conseguiu conquistar novos associados. Além disso, a campanha foi uma forma de presentear a população e os comerciantes da cidade, promovendo uma integração com a Associação Comercial.

A PROMOACIM FOI O PRIMEIRO PASSO PARA AS PRÓXIMAS CAMPANHAS COMO A MARINGÁ LIQUIDA?

Existia na época uma preocupação grande da ACIM em aumentar a participação dos lojistas na entidade. Acredito sim que a iniciativa da entidade de se aproximar dos lojistas através da Promoacim proporcionou maior interação, facilitando o desenvolvimento de outras campanhas.

DURANTE SUA GESTÃO, O BRASIL VIVIA MUDANÇAS POLÍTICAS IMPORTANTES. INCLUSIVE A ELEIÇÃO DIRETA PRESIDENCIAL, A PRIMEIRA APÓS A DITADURA MILITAR, TENDO COMO NOVO PRESIDENTE FERNANDO COLLOR DE MELO. ESSA NOVA FASE TEVE REFLEXO NA ACIM E PARA OS EMPRESÁRIOS MARINGAENSES?

A ACIM durante a campanha eleitoral entregou ao Fernando Collor uma robusta carta de reivindicação. A expectativa e confiança no candidato eram grandes, mas depois a decepção também foi.

QUAL FOI A POSIÇÃO DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DIANTE DO "CONFISCO" EFETUADO PELO GOVERNO FEDERAL EM 1990, EM QUE TITULARES DE CONTAS CORRENTES E POUPANÇAS TIVERAM PARTE DO DINHEIRO CONGELADO COMO FORMA DE TENTAR CONTER A HIPERINFLAÇÃO?

Lembro que em março de 1990 a inflação mensal era de mais de 80%. O fato foi que 15 dias após assumir, o Presidente Collor lançou um pacote econômico bloqueando o dinheiro depositado nos bancos das pessoas físicas e jurídicas. Foi algo absurdo e inacreditável. Depois foram escapando do congelamento das contas as escolas, as prefeituras e algumas empresas que impetraram medidas judiciais. Num primeiro momento a ACIM foi muito demandada para prestar orientação aos empresários e sempre foi contundente na defesa dos interesses dos associados.

ATUALMENTE O SENHOR É PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE LOJISTAS DE ARTEFATOS E CALÇADOS (ABLAC). O QUE A ENTIDADE TEM DEFENDIDO?

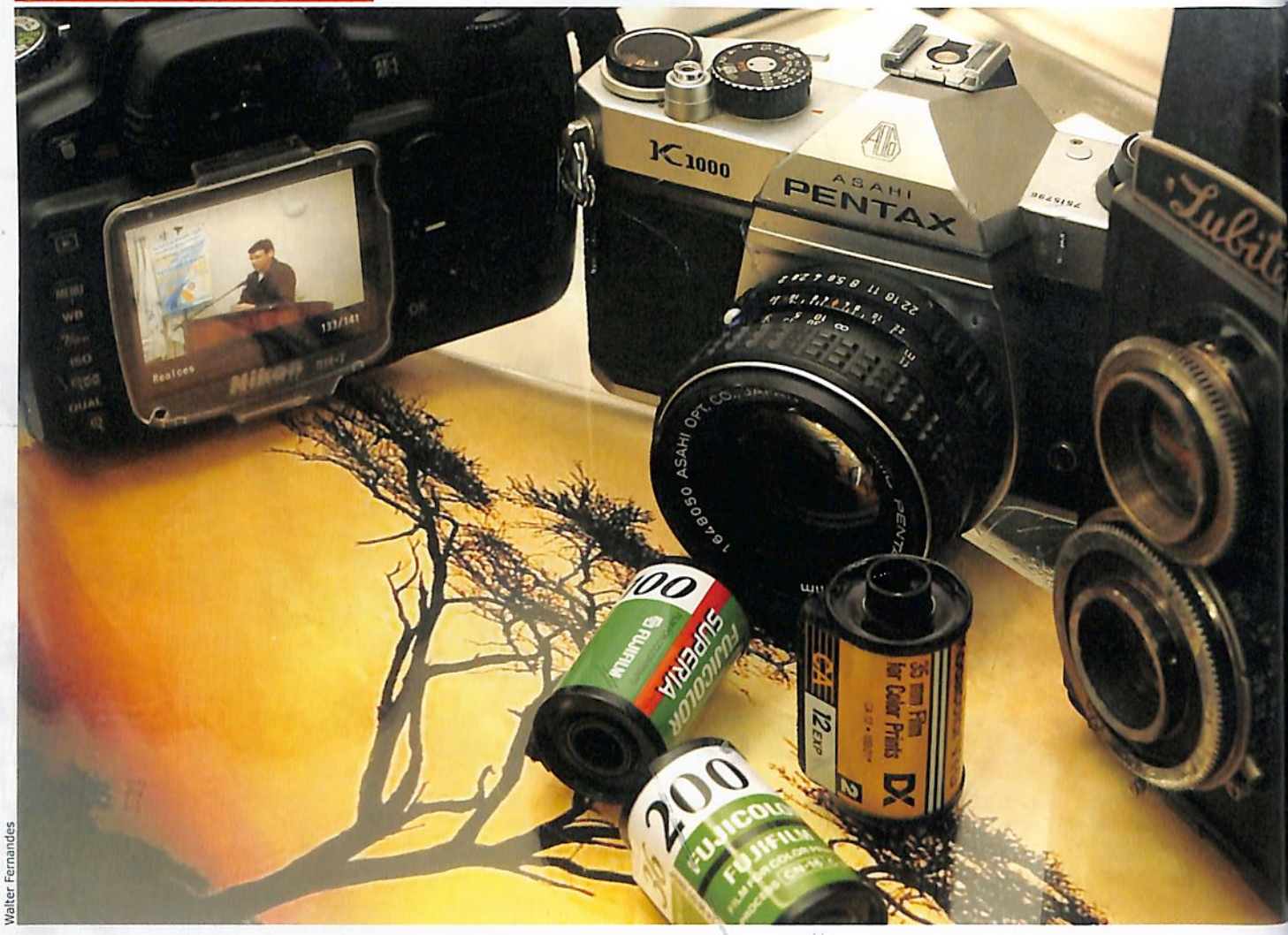
A Ablac é uma entidade associativa que representa interesses de cerca de 62 mil pontos de venda. A sede é em São Paulo e tem defendido, com apoio da ACIM, Sivamar e entidades de abrangência nacional, a mudança do artigo 101 do Código de Defesa ao Consumidor. O objetivo é evitar o aumento de ações por danos morais em caso de pessoas que estão inscritas no SCPC por dívidas em um estabelecimento de cidade diferente da sua residência. Com a mudança, visamos que a empresa, caso constate que a pessoa não é devedora, retire o nome do devedor do SCPC em 15 dias e não enfrente ações por danos morais.



O SERVIÇO QUE PAGA O CHEQUE E GARANTE A SUA TRANQUILIDADE.

Dê mais opções de pagamento aos seus clientes e aumente suas vendas de forma segura. Com o **ACIM GARANTE**, sua empresa tem acesso a um banco de dados completo para realizar a verificação de cheques.
E se mesmo assim ocorrer algum imprevisto na compensação, seja de pessoa física ou jurídica, a ACIM paga o cheque pra você.
Saiba mais: 0800 600 9595 ou www.acim.com.br

ACIM



Walter Fernandes

Negócios em mutação

CONSUMIDORES MAIS EXIGENTES, AUMENTO DA CONCORRÊNCIA E NOVAS TECNOLOGIAS EXIGEM ADAPTAÇÃO DOS EMPRESÁRIOS EM DIVERSOS SEGMENTOS, E SE O FATURAMENTO COM O PRINCIPAL SERVIÇO OFERTADO PELA EMPRESA CAIR, A SOLUÇÃO É DIVERSIFICAR O NEGÓCIO

O que pensariam os físicos franceses Joseph Nicéphore Niépce e Louis Daguerre e o cientista britânico William Henry Talbot, precursores da fotografia, se vivenciassem a disseminação das máquinas fotográficas digitais? Talvez eles entrassem num embate de ideias com Steven Sasson, inventor deste equipamento inovador. Em Maringá, os empresários do setor precisaram caminhar junto com o avanço da tecnologia para se manterem no mercado. Mas não foram só eles que tiveram que reinventar o negócio para sobreviver: videolocadoras e floriculturas passaram a oferecer novos produtos e serviços para consumidores mais exigentes, num mercado de concorrência mais acirrada.

O sócio da Kimura Foto Imagem Hiroaki Kimura destaca a migração da era analógica para a era digital como o maior impacto que ocorreu no mercado de fotografia. Ele explica que a disseminação das câmeras fotográficas, inicialmente, trouxe prejuízo às empresas do setor. "As pessoas passaram a carregar sua própria câmera e dispensaram os serviços de fotógrafos profissionais", diz. Mas com o passar do tempo, segundo Kimura, houve um reconhecimento da qualidade do trabalho dos profis-

COM A EXPANSÃO DAS MÁQUINAS DIGITAIS, O NÚMERO DE FOTOGRAFIAS REVELADAS CAIU, FAZENDO OS EMPRESÁRIOS DO SETOR APOSTAREM NA DIVERSIFICAÇÃO PARA A PERMANÊNCIA NO MERCADO



"PLANEJAMOS E PROGRAMAMOS NOSSA MIGRAÇÃO PARA A ERA DIGITAL", DIZ HIROAKI KIMURA, DA KIMURA FOTO, QUE PROCUROU NOVOS FORNECEDORES E RECORREU A UMA LINHA DE CRÉDITO PARA A COMPRA DE EQUIPAMENTOS

sionais e aumentou a procura por fotógrafos. "No início houve uma corrida dos amantes da fotografia por câmeras digitais amadoras, pois tudo era novidade. Mas hoje é possível diferenciar a qualidade da fotografia feita por um profissional da produzida por um amador. Os consumidores estão voltando a se interessar por qualidade e trabalho bem feito", diz.

Com a era digital, houve uma redução de 40% no número de fotos reveladas na loja de Kimura, que precisou agir rápido e com eficiência. "Planejamos e programamos nossa migração para era digital", diz. Ele procurou um novo fornecedor de equipamentos para revelar fotografias de forma mais rápida e com custo menor. E foi preciso até contratar um empréstimo para se adaptar aos novos tempos e adquirir mais equipamentos.

O resultado deste planejamento foi positivo: nos últimos anos Kimura tem notado uma recuperação no número de fotos reveladas e hoje o serviço representa 50% do faturamento da empresa.

A gerente da Ueta, Celina Tomoko Abe, também sentiu o impacto da expansão da fotografia digital. "Revelamos 70% menos fotografias quando comparado há dez anos e hoje este serviço representa 30% do faturamento. Tivemos que diminuir nosso quadro de funcionários, reduzir o espaço físico da loja e treinar os funcionários para assumirem funções diversas", diz.

E para conviver com a expansão da tecnologia nos equipamentos domésticos, foi preciso agregar serviços, como reproduzir fotografias em camisetas e canecas e oferecer sessão de fotos em estúdio, que representa 50% do faturamento.

FLORICULTURA

A competição com os supermercados tem tornado mais difícil a sobrevivência das floriculturas. Mas a decisão da empresária Neide Maria Maia foi de se adaptar à nova realidade. Ela é proprietária da Floricultura Menina Flor Decor, que está no mercado há 23 anos. Os preços das flores vendidas nos supermercados, aliados à correria dos tempos modernos, segundo Neide, têm sido obstáculos para as empresas do setor. E foi preciso apostar em alternativas para se manter no mercado: Neide passou a vender produtos como chocolates, perfumes, bichos de pelúcia e até joias de pratas de bali e criou o site da floricultura, que além de conter informações sobre a empresa, tem uma loja virtual e promoções especiais.

Outra medida adotada foi a abertura do Viveiro Menina Flor, inaugurado há cerca de um ano e que exigiu um investimento de R$ 25 mil. Lá os clientes podem comprar e locar plantas. E para cativar os clientes, Neide aposta no serviço de interflorista: se um consumidor for até a floricultura para presentear um conhecido de outra cidade, os funcionários entrarão em contato com uma floricultura conveniada e intermediarão a venda. A equipe da



Walter Fernandes

NEIDE MAIA, DA MENINA FLOR DECOR, PASSOU A VENDER CHOCOLATES E PERFUMES, CRIOU UMA LOJA VIRTUAL E ABRIU UM VIVEIRO

Menina Flor fotografará o produto desejado para que a floricultura da outra cidade entregue o produto nos mesmos moldes. O serviço não gera lucro à floricultura que faz a intermediação da venda, mas ajuda a fidelizar os consumidores.

Outro diferencial é uma espécie de assinatura de flores. Isso significa que o cliente pode contratar a entrega de flores, por semana, mês ou em qualquer outra periodicidade, para a pessoa que ele escolheu. A cobrança é mensal e geralmente é feita por boletos.

Além dos produtos que são o carro-chefe da floricultura de Neide, as flores e as cestas de café, a empresa realiza eventos nos finais de semana, como casamentos, jantares e aniversários, onde disponibiliza flores, arranjos e artigos de decoração. O serviço representa mais de 50% do faturamento da loja.

Apesar de todos os esforços para diversificar a gama de serviços, Neide diz que os resultados estão aquém do esperado e ela acredita que uma das soluções para as empresas ganharem mais competitividade é a união dos proprietários de floriculturas para driblar os desafios por meio de um núcleo setorial.

Já a comerciante Elizabeth Sekiyama conta que sentiu necessidade de investir mais quando arrendou a Floricultura Tiradentes, há pouco mais de um ano. "A fachada era antiga e faltava uma câmara fria para melhorar a conservação das flores", diz. A concorrência com os supermercados também está sendo sentida, mas o ponto positivo, segundo Elizabeth, é que os consumidores encontram nas floriculturas um trabalho mais artístico, com flores embaladas em papéis especiais.

Na loja, além das flores e arranjos, são comercializados bichos de pelúcia. "O que mais dá lucro é a montagem de arranjos florais, pois se vende a criatividade", diz Elizabeth. A empresa oferece ainda serviço de disk-entrega e pretende em breve criar um site. Elizabeth conta que costuma assistir palestras para fazer investimentos mais assertivos e ampliar a visão dos negócios. Já para estimular os consumidores a comprar fora de datas comemorativas, o conselho da empresária é que os lojistas invistam em preços justos.

Walter Fernandes



A OFERTA DE SERVIÇOS DE GRÁFICA RÁPIDA, COMO A IMPRESSÃO DE BANNERS E CARDÁPIOS, FOI A APOSTA DE FLÁVIO TAVARES, DA COPIADORA QUE LEVA SEU SOBRENOME

VIDEOLOCADORA

A internet e a pirataria representaram uma ameaça ao negócio do empresário Márcio Francisco, da videolocadora Art & Master Video Shop. Há quase três décadas no mercado, Francisco diz que o número de clientes já foi maior e na época do *boom* dos *downloads*, o faturamento da empresa chegou

a cair. "Superamos com bom atendimento e dedicação aos nossos clientes", diz.

O que mais mudou neste mercado, segundo o empresário, foi justamente o hábito dos clientes e as tecnologias de acesso. Foi aí que ele resolveu inovar. "Além de DVDs, oferecemos locações de blu-ray, jogos para videogames e comercializamos jogos, filmes, conveniência e player's", diz.

Devolução 24 horas por dia, site, reserva de filmes e polimento de mídias também são serviços encontrados na locadora. Além disso, para agradar os mais de 25 mil clientes, o empresário passou a comercializar alimentos como pipoca, sorvete e eletroeletrônicos. Resultado: o faturamento aumentou nos últimos anos.

GRÁFICA RÁPIDA

Com a difusão de impressoras multifuncionais, que contam com copiadora acoplada, as empresas copiadoras também precisaram ampliar a gama de serviços ofertada, além das já tradicionais impressões, plotagens, encadernação e plastificação. E foi justamente esta a aposta da Copiadora Tavares. O empresário Flávio Tavares conta que a tecnologia até trouxe mais comodidade, já que os arquivos são enviados por email pelo cliente para a impressão na copiadora, mas também foi preciso investir em serviços de gráfica expressa, ou seja, impressão de banners, cartões de visita, cardápios, crachás, folders, entre outros.

Resultado: o faturamento aumentou. "Precisamos investir em equipamentos modernos e multifuncionais com mais velocidade e capacidade de alta produção com melhor qualidade", conta. E um serviço que tem contribuído para aumentar significativamente o faturamento da copiadora é o de impressão coloridas de fotos a laser. "Em vez de o cliente ir a uma empresa de foto para revelar as fotos, pode optar por este serviço aqui", diz.

Na opinião de Tavares, as empresas do setor que continuarem oferecendo apenas serviços de cópias não irão sobreviver. "O cliente exige qualidade e capacidade de adaptação dos profissionais desta área para conseguir o resultado que precisa para a impressão de arquivos e materiais", justifica.

No mercado editorial é preciso acompanhar desejo do leitor

Quem também vivenciou mudanças com o avanço da tecnologia e da internet foi Damares Venazzi, uma das proprietárias da Ler Distribuidora. Hoje é fácil ler revistas e até livros através da rede e, no caso das revistas, a internet complementa a leitura, pois o leitor tem mais meios de acesso ao conteúdo. "Experiências de várias editoras apontam que a boa utilização da internet contribui para a circulação da revista impressa e pesquisas mostram que a internet agrega valor ao produto impresso", diz.

Damares aponta como a grande mudança no mercado de publicações a segmentação, pois as editoras descobriram segmentos que não estavam sendo explorados e alguns títulos tiveram grande relevância na evolução no mercado editorial, como as publicações voltadas para o público feminino. "As publicações que não acompanham a evolução do leitor ficam obsoletas e são extintas", conta.

Ela acrescenta que o mercado está crescendo devido a esta segmentação, mas os canais de venda estão se diversificando. "Os editores estão buscando alternativas para chegar até o leitor e hoje temos cerca de 200 pontos de vendas entre bancas, livrarias, lojas de conveniências, locadoras, padarias e supermercados", diz, acrescentando que essa quantidade inclui Maringá e 60 municípios da região. A Ler distribui publicações de diversas editoras, entre elas a Editora Abril, Editora Globo e Editora Panini.

Para ela, o caminho para continuar no mercado nas próximas décadas está sendo traçado pelo próprio mercado, ou seja, o leitor busca mais conveniência em todos os sentidos e as publicações devem acompanhar esta tendência. "As distribuidoras nacionais têm consultores em áreas especializadas, que assessoram os distribuidores regionais a monitorar este mercado e prospectar oportunidades de venda", completa.

Unidos pela solidariedade

A PARTIR DE UMA PARCERIA ENTRE O ACIM MULHER E O MARINGÁ PARK, LOJISTAS ESTÃO REVERTENDO, EM FAVOR DA FUNDACIM, UM PERCENTUAL DAS VENDAS EM DIAS DETERMINADOS

Os empresários Plínio Teles e Massimo Lorenzetti vinham estudando, há algum tempo, uma forma de implementar uma ação de responsabilidade social eficaz e duradoura no restaurante Carolla Pizza D.O.C. Maringá, do qual são sócios. A oportunidade surgiu com a criação da Confraria do Bem a partir de uma parceria entre o ACIM Mulher e o Maringá Park Shopping Center.

A Confraria nasceu do projeto "Eu me importo" e reúne lojistas do Maringá Park que destinam, por meio do ACIM Mulher, um percentual das vendas em dias determinados à Fundacim, o instituto de responsabilidade social ligado à ACIM, que por sua vez repassa os recursos a entidades assistenciais cadastradas.

Os empresários participantes são identificados com um selo e os clientes que compram nas datas previamente definidas tornam-se "Confrades do Bem", ganhando um certificado de participação no ato da compra. Para cada lojista que adere à iniciativa, é estabelecido um calendário com os dias em que um percentual das vendas será revertido para o projeto.

No caso do restaurante de Plínio Teles, a primeira loja a aderir à Confraria, toda segunda e terça-feira 25% da renda com a venda de pizzas é destinada ao projeto. "Participar da Confraria do Bem é a maneira que encontramos de retribuir e agradecer a população de Maringá pela receptividade e boa aceitação que tivemos desde a abertura do restaurante. Com este projeto, ficamos certos de que o que for arrecadado será muito bem empregado, melhorando a vida de quem realmente precisa", explica o empresário.



Walter Fernandes

CLÁUDIA MICHIURA, DO MARINGÁ PARK, FEZ O PRIMEIRO REPASSE DOS RECURSOS DA CONFRARIA DO BEM EM MAIO PARA CLEIDE NORONHA, DA FUNDACIM, E PITY MARCHESE, DO ACIM MULHER

PRIMEIRO REPASSE

Em maio, a Confraria do Bem fez o primeiro repasse. A presidente do ACIM Mulher, Pity Marchese, elogia a iniciativa e explica que as conselheiras estão empenhadas na divulgação das promoções das lojas participantes da Confraria e na adesão de um número maior de lojistas. "O projeto é interessante e esperamos que ele dê mais frutos, já que os empresários têm a oportunidade de exercer a responsabilidade social e os consumidores compram em lojas que têm preocupação com o lado social".

A presidente da Fundacim, Cleide Noronha, conta que o primeiro repasse foi usado para adquirir parte dos edredons da campanha Solidariedade Sim, que foram doados para 42 entidades que atendem pessoas em situação de risco em Maringá e Sarandi.

A diretora de Relacionamento do Maringá Park, Cláudia Michiura, ressalta que a Confraria do Bem veio se somar a outras ações sociais que o shopping desenvolve. "A responsabilidade social é uma questão cada vez mais presente nas empresas e o Maringá Park está sintonizado com esta realidade", diz.

ÚLTIMAS VAGAS

28 e 29 de JULHO

3 CURSOS INÉDITOS

DIA 28
QUINTA-FEIRA

Logística de IMPORTAÇÃO

PLANEJAMENTO E REDUÇÃO DE CUSTOS



DIA 29
SEXTA-FEIRA

Logística INTEGRADA



28 e 29
QUINTA-FEIRA E
SEXTA-FEIRA

Logística de EXPORTAÇÃO

Aumente a competitividade de sua empresa reduzindo custos



FACILITADOR: Paulo Rago

Bacharel em Administração de Empresas com ênfase em Comércio Exterior, com especialização em Logística de Transportes e Empresarial e MBA em Gestão Empresarial pela FGV. Atuando há mais de 20 anos em Logística com experiências, inclusive internacionais, em posições executivas, com a criação e desenvolvimento de operações logísticas em empresas como Souza Cruz S/A, Cia. Ultragaz S/A (Grupo Ultra), Telemar, DuCôco Prods. Alimentícios e Hipolabor Farmacêutica. Desenvolveu e ministra diversos programas de treinamento em Logística Integrada, Distribuição, Comércio Exterior e Administração de Tempos. Palestrante e professor convidado do tema "Logística" em Universidades como: FGV Brasília, Metodista, Unisa Business School, FAAP, FEI, MBA FIA/FEA - USP, Aduaneiras, SETCESP, Mackenzie, Abracomex, dentre outras. É Ex-Diretor da Associação Brasileira de Logística e autor de vários artigos para jornais e revistas do setor. Diretor do Ceteal.

INFORMAÇÕES & INSCRIÇÕES

44 **3025-9613** (Daiane)

oportunidades@institutomercosul.org.br

*Desconto para associados ACIM e matrículas antecipadas. | *Desconto especial para os participantes de mais de um curso de Logística

REALIZAÇÃO

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

APOIO

ACIM
Associação Comercial e Empresarial de Maringá

PORTO SECO
NORTE DO PARANÁ - BRASIL

Auditório da ACIM
Rua Basílio Sautchuk nº 388 | Centro
Maringá - Paraná





ACIM REALIZOU PALESTRAS NO CENTRO, JARDIM MANDACARU E JARDIM ALVORADA, COM PARTICIPAÇÃO GRATUITA

ACIM nos bairros

EM JUNHO ACONTECEU MAIS UMA ETAPA DO ACIM EM AÇÃO, COM PALESTRAS GRATUITAS EM TRÊS LOCAIS E PARTICIPAÇÃO DE MIL PESSOAS; FOI UMA OPORTUNIDADE DE SABER MAIS SOBRE COMO ATRAIR E FIDELIZAR CLIENTES

As palestras do ACIM em Ação realizadas em junho reuniram cerca de mil pessoas. A primeira aconteceu no dia 28 no Teatro Marista, a segunda no dia 29 no Mandacaru Eventos e a última no dia 30 no Centro Comunitário do Jardim Alvorada. Todas tiveram participação gratuita.

De acordo com o presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, as palestras tiveram como tema assuntos com aplicabilidade no dia-a-dia das empresas, para que empresários e funcionários possam conquistar e reter os clientes, contribuindo para o aumento das vendas. "Assim como no ano passado, quando foi realizado o ACIM em Ação, optamos por realizar estas palestras na região central e nos bairros da cidade para que os empresários pudessem participar, escolhendo o local mais próximo do seu estabelecimento".

O médico Jougi Takahashi, que é vice-presidente da ACIM, fez





a palestra de abertura, onde abordou autoconsciência, autodisciplina e o sentido da vida. Ele também falou sobre programas neurolinguísticos, emoção, razão e intuição. O objetivo foi que os participantes identificassem sua personalidade para aprimorar o comportamento profissional e pessoal.

A segunda e última palestra ficou a cargo do publicitário Marcelo Chita, que tem pós-graduação em Pedagogia Empresarial e é palestrante e consultor com mais de 27 anos de experiência com foco na área comercial.

Chita falou, de forma descontraída, como lidar com clientes mais exigentes e mais informados. Também falou sobre como atrair e fidelizar os consumidores. "O cliente chato é melhor do que cliente nenhum", disse ele, dando dicas de como deve ser feito um atendimento de qualidade, incluindo apresentação pessoal, recepção ao cliente, sondagem das necessidades de compra, valorização do produto, como enfrentar resistência e objeções e como fechar uma venda. "O profissional precisa fazer com que o cliente o perceba como parceiro em um processo em que todos ganham". Para ele, o profissional de vendas deve fazer um atendimento diferente para cada tipo de cliente. "Em vez de querer vender, conquiste o cliente", disse.

O publicitário aconselhou que ao fazer a demonstração, o vendedor valorize o produto. "Ele deve sempre destacar as características e os benefícios do que está vendendo", sugeriu. Outra dica de Chita é ficar atento aos sinais de compra, como quando o consumidor questiona sobre garantias de produto, sobre quando será encerrada a promoção ou como é a manutenção do produto. Chita finalizou a palestra dizendo que o segredo do varejo é a venda repetida e, para conquistar o cliente, é importante aprovar a decisão de compra dele com segurança e sempre surpreendê-lo.

Um pioneiro em todos os sentidos: Primo Monteschio

Muitas vezes desfrutamos de iniciativas que aportaram em épocas anteriores a que vivemos. São personagens que consolidaram projetos, empresas e ideais. Hoje uma das maiores empresas do Paraná, o Sistema Prever "tem um pé" na década de 1940.

Isso graças a Primo Monteschio que chegou a Maringá em 14 de abril de 1946. No núcleo inicial, o "Maringá Velho", ele, como dentista prático, instalou o primeiro consultório odontológico da cidade. Segundo relatos, quando necessário, realizava extrações e atendimentos na rua sem muita cerimônia.

Nas primeiras eleições municipais, em 1952, Monteschio ficou como suplente de vereador, cargo que ocupou até 1956. No pleito seguinte, atingiu os votos necessários para exercer o mandato. Em 1964, repetiu o feito e em 1968 encerrou sua carreira política e focou na vida empresarial.

Ele atuou em diversos segmentos: foi dentista, agricultor, piloto civil e comerciante de artigos dentários. No final da década de 1960, ao lado do filho Álvaro, fundou uma das empresas funerárias mais importantes do norte do estado: a Serviço Social e Luto Funerária Maringá. A empresa chegou a contar com uma frota especial de transporte operando em todo o país, além de uma capela mortuária e necrotério particular. Ele também fundou o Plano Social Maringá, que tinha um conceito moderno para a época: com baixas mensalidades, as pessoas, de várias classes sociais, poderiam se preparar para o momento da morte. Foi um sistema pioneiro implantado com sucesso.



Primo Monteschio: um pioneiro em diversos segmentos de Maringá



Capela mortuária particular da Funerária Maringá

Não raro Monteschio era visto chorando nos funerais de amigos. Sem anedotas, a Capela Mortuária Particular, que se localizava em frente ao Cemitério Municipal, na rua que hoje leva o nome do pioneiro em questão, acabou se tornando ponto de encontro de diversas famílias que iam se despedir dos que partiram.

Primo Monsteschio faleceu em 19 de outubro de 1986 e foi um pioneiro em diversos segmentos de Maringá. No final da década de 1990 Reginaldo Czezacki, eleito Empresário do Ano 2011 pela ACIM e outras três entidades, adquiriu o empreendimento consolidado: a Funerária Maringá. Foi o primeiro passo para a constituição do Sistema Prever.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

www.acim.com.br

Acessórios valorizam a roupa de trabalho masculina

O LOOK ESCRITÓRIO PODE SER MUITO MAIS DO QUE PEÇAS COM CORTES RETOS E CORES NEUTRAS; APOSTE NOS DETALHES PARA SE ATUALIZAR



Walter Fernandes

Carregar acessórios certos pode fazer muita diferença na hora de causar uma boa impressão. Porque combinar as peças do vestuário já está se tornando uma tarefa sem mistérios e o próximo passo é inserir "ingredientes" novos ao look. Calma, isso não vai ser nenhum quebra-cabeça fashion. Vamos falar do básico para os homens: sapato, cinto, relógio e óculos. Com algumas informações a mais sobre esse quarteto, fica mais fácil na hora de fazer as combinações e passar uma imagem de homem elegante.

Quem não gosta de ousar deve saber que o sapato social marrom combina com grande parte das cores mais tradicionais, como tons claros de cinza e azul-marinho. Já os pretos fazem companhia perfeita a roupas pretas, cinza-escuro e azul-marinho. Para um toque mais moderno, apostar em releituras do sapato clássico é uma ótima escolha, assim como os com aspecto de couro envelhecido. As cores mais badaladas do momento passam pelas várias nuances de preto, carbono, chocolate, marrom e marinho. E, antes de comprar, leve em conta se ele realmente combina com suas roupas e se é confortável.

Para os óculos conferirem aquele estilo intelectual na medida certa, é preciso investir tempo na escolha da armação. Sim, porque este acessório pode deixar um homem mais jovem e passar o tão desejado ar de credibilidade. Não ultrapassando o limite do bom senso, é possível deixar os óculos neutros na gaveta e apostar em peças que traduzam a sua personalidade. Para este ano, armações em acetato antialérgico em cores vivas estão totalmente em alta. A ideia é não tentar esconder que se usa óculos e sim aproveitar esse recurso de estilo. Mas se vermelho e azul são um pouco demais para você, vá de preto ou tartaruga.

Cintos mais estreitos com fivelas mais discretas estão em alta. Eles acompanham a linha retrô que dita a tendência atual dos sapatos, mas não pense que eles chegam simples, pode apostar sem medo nos couros lisos ou desgastados, em cores como vinho, marinho e marrom-café. Já as fivelas mais modernas são as de formato arredondados com tons que vão do prata ao dourado envelhecido. A dica para o cinto estar em harmonia com a roupa é que a sobra seja de 10 a 15 centímetros. Detalhes fazem a diferença!

E não menos importante, o relógio. Mesmo em épocas onde o telefone celular é o mais usado para conferir a hora, o relógio também mostra sua personalidade pelo modelo escolhido. Mas o mais importante é um relógio original e uma marca que você confia, isso é mais importante do que querer impressionar com um modelo *fake* de algum clássico. Relógios com pulseiras prateadas com aspecto fino são perfeitos para uma aparência sofisticada, assim com os analógicos metálicos. Mas o mais chique mesmo é não perder a hora.

Dayse Hess é jornalista e especialista em design de moda

www.acim.com.br

O Vale a pena OUVIR

EMERSON DOS SANTOS DE OLIVEIRA - EDITOR DE VÍDEO



Thaís Gulin – ôôôôôôô

Este é o segundo trabalho da curitibana Thaís Gulin. Com uma boa pitada de samba, o álbum traz também guitarras fazendo distorções e o som do bom e velho piano. Diferente do primeiro CD - que tinha apenas duas músicas de autoria própria – o novo trabalho traz cinco composições de Thaís, entre elas, a música que dá titulo ao álbum. A paranaense contou com a participação para lá de especial de Chico Buarque e Tom Zé. São 13 faixas de um mergulho cultural que vai desde o samba carioca, salsa e pitadas de ironia na música de Tom Zé.

Ana e Mú - Voo silencioso

Este é o novo trabalho de Mú Carvalho em parceria com a esposa, Ana Zingone. O álbum foi planejado em cada detalhe e é a melhor pedida para quem gosta de uma boa música, passando pelos mais variados estilos, desde o nordestino, samba e MPB. O sucesso fica por conta das músicas "Cântico azul e branco", Olhos d'água" e "Quando a gente ama pra valer". Há ainda a participação especial de Luiz Caldas.



A Vale a pena ASSISTIR





JARY MÉRCIO ALMEIDA PÁDUA - JORNALISTA

DOGVILLE – LARS VON TRIER (2003)

Em tempos de indignação com as declarações levianas de Lars von Trier no Festival de Cannes (disse, numa brincadeira de péssimo gosto, que era nazista e tinha simpatia por Hitler, o que lhe valeu uma justa expulsão do festival), vale lembrar que o diretor dinamarquês é o cineasta mais inquieto e inquietante da atualidade. "Dogville", uma fábula sobre a compaixão, a ingratidão e a ira santa numa América do Norte inventada por Trier (ele nunca pisou lá). Não tem cenários e os objetos de cena são mínimos, mas tem Nicole Kidman sublime no seu melhor papel. E um final que é de arrepiar.

O SEGREDO DOS SEUS OLHOS - JUAN JOSÉ CAMPANELLA (2009)

Para quem anda acreditando que o cinema brasileiro chegou, finalmente, à fase adulta, nada como o choque de realidade proporcionado pelo cinema argentino. "O Segredo dos seus olhos" mostra que *los hermanos* estão na nossa frente nos quesitos argumento, roteiro, diálogo e interpretação. Uma história policial contada com sensibilidade, delicadeza, mas nenhuma frescura. E tem um dos planos-sequências mais belos do cinema (a cena da perseguição no estádio de futebol). O fato de ter levado o Oscar de Melhor Filme Estrangeiro de 2010 é mero detalhe.

N Vale a pena NAVEGAR

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

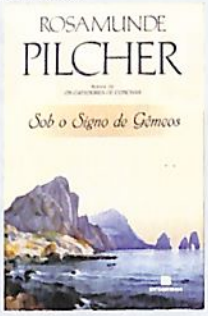
www.pucrs.br/manualred: trata-se de um manual on line da PUCRS, com normas de acentuação gráfica, uso de crases, hífen, concordância verbal, entre outras normas da língua portuguesa

http://redacaoemcampo.com: site com informações sobre o futebol paranaense, incluindo relação de times, tabela de jogos, entrevistas e notícias

http://www.fnq.org.br: portal da Fundação Nacional da Qualidade, que promove a excelência da gestão para aumentar a competitividade das organizações brasileiras; traz artigos, entrevistas, agenda de cursos...

O que estou LENDO

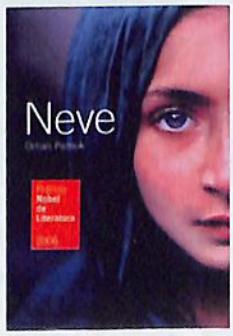
SUELEN COSTA PAULO - FONOAUDIÓLOGA



SOB O SIGNO DE GÊMEOS
ROSAMUNDE PILCHER
EDITORA: BERTRAND BRASIL
365 PÁGINAS

Rosamunde Pilcher é uma autora reconhecida pela narração de belas histórias de amor. No livro Sob o Signo de Gêmeos, ela narra a revelação de um segredo de família: Flora Waring vivia com o pai em uma pequena cidade quando decide morar sozinha em Londres. Porém, nesta mudança ela descobre, aos 22 anos, que tem uma irmã gêmea idêntica, Rose, que vive com a mãe biológica, de quem Flora não tem nenhuma lembrança. Depois de um encontro inesperado e frio, Flora assume a identidade de Rose para viver em um mundo de mentiras e felicidade e se sente realizada como nunca imaginou. E neste turbilhão de sentimentos, assumir sua identidade pode fazê-la acordar de um sonho. A autora nos faz viajar nesta história encantadora e conflituosa pela riqueza de detalhamento dos fatos, trazendo o cheiro, o visual e os sentimentos em cada página lida.

IVANILDA OLIVEIRA - SECRETÁRIA



NEVE
ORHAN PAMUK
EDITORA: COMPANHIA DAS LETRAS
488 PÁGINAS

O livro é uma história de um poeta e jornalista com o nome de Ka. Ele é um exilado político que mora na Alemanha, mas volta para sua cidade de origem Kars, Turquia. A história mostra um movimentado e envolvente conflito político e religioso e mistura um romance com os valores da cultura oriental. É uma boa leitura e recomendo.

SCPC IMOBILIÁRIO

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

VERÔNICA MARIANO

Ultrapassando fronteiras

DEPOIS DE MAIS DE UMA DÉCADA REALIZANDO CURSOS EM MARINGÁ, O INSTITUTO MERCOSUL PASSA A OFERECER TREINAMENTOS EM OUTRAS CIDADES PARANAENSES, COM PARCEIROS LOCAIS

Procedimentos técnicos e conhecimento sobre processos burocráticos são necessários para exportar e importar produtos. *Drawback*, regimes aduaneiros especiais, câmbio e operações financeiras são temas indispensáveis para quem quer atuar ou já atua com o comércio exterior.

E é justamente para profissionais que trabalham na área de comércio exterior que o Instituto Mercosul, há 11 anos, realiza cursos. A novidade é que devido ao sucesso, o Instituto está com uma agenda de treinamentos em outras cidades: inicialmente em Londrina e Curitiba, mas o objetivo é estender para várias cidades do estado.

Em 2010, mais de mil pessoas de várias regiões paranaenses e de até outros estados, como Mato Grosso do Sul e São Paulo, participaram dos cursos. De acordo com a presidente do Instituto, Renata Mestriner, a ideia é levar o sucesso dos treinamentos para outras cidades, atendendo a demanda dos empresários locais. "Para isso, esperamos formar parcerias com entidades e as associações comerciais locais. Pretendemos criar uma rede de fomento ao comércio exterior em todo o estado", destaca Renata.

A Terra Roxa Investimentos e a Associação Comercial e Industrial de Londrina (Acil) foram os primeiros parceiros fora de Maringá. "Essa é uma sinergia de habilidades de cada entidade envolvida. São esforços para fazermos acontecer em Londrina ações que dão certo em Maringá. Essa experiência do Instituto Mercosul vem de encontro à demanda existente na nossa cidade", explica o diretor executivo da Terra Roxa, Alexandre Farina.



Arquivo

INSTITUTO MERCOSUL, LIGADO À ACIM: EXPANSÃO DO KNOW HOW PARA OUTRAS CIDADES PARANAENSES

De acordo com ele, este é um momento importante para quem deseja ingressar no comércio exterior, em especial na área de importação. "O dólar em baixa e o clima favorável para o comércio exterior têm feito com que mais empresários se interessem por esse mercado, principalmente no que diz respeito à importação de tecnologia para o parque fabril. Por isso, torna-se tão importante oferecer treinamentos na área", complementa Farina.

O superintendente do Porto Seco, Edson Lima Lara, participou de dois cursos realizados pelo Instituto, um em 2010 e outro este ano. Para ele, o diferencial é a qualidade didática dos instrutores, "todos bem preparados e com alto grau de conhecimento no assunto". As informações adquiridas pelo superintendente são utilizadas para instruir os clientes, que muitas vezes têm dúvidas sobre comércio exterior. "Será de grande valia para as demais cidades poderem contar com treinamentos de comércio exterior. E espero que o Instituto continue atendendo a demanda da nossa cidade".

ABRINDO A AGENDA

Próximos cursos do Instituto Mercosul fora de Maringá:

Londrina

12/07 - Aspectos fiscais, administrativos e cambiais nas importações

13/07 - Formação de custos nas importações

Curitiba

03/09 - Como importar da China

ACIM NEWS

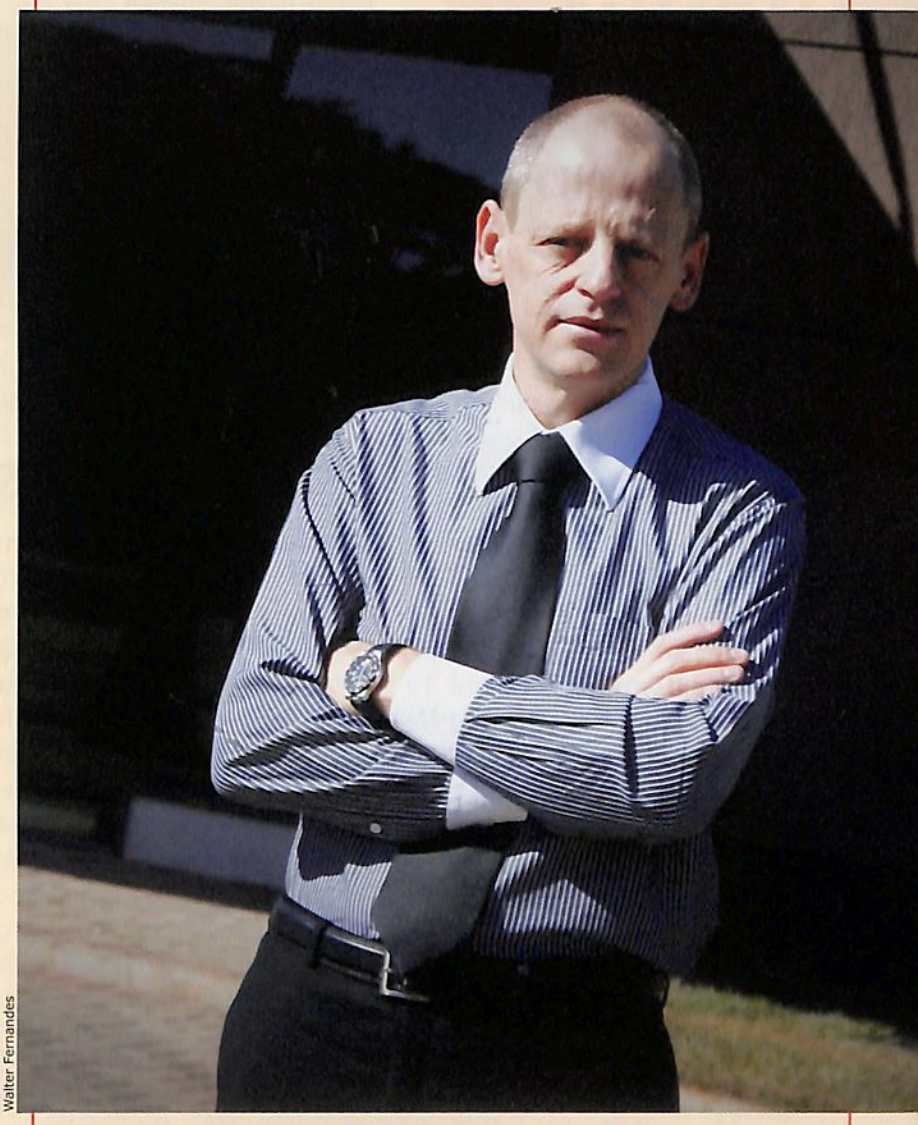
CURSOS

A partir de agosto o Centro de Desenvolvimento e Treinamento da ACIM estará com novos cursos na grade, entre eles o de "Gestão de capital de giro e fluxo de caixa", que será ministrado entre os dias 13 e 20 por Nerildo Bezerra. Ele é formado em Gestão de Negócios, tem MBA em Finanças e já ministrou mais de 950 palestras e treinamentos. No curso serão apresentadas ferramentas para a administração do capital de giro e para a tomada de decisões quanto ao fluxo de caixa. Mais informações e inscrições sobre este curso e os demais que estão programados para agosto podem ser obtidas pelos pelo capacitação@acim.com.br e pelo telefone (44) 3025-9640.

230 MIL PESSOAS SÃO ESPERADAS NA PONTA DE ESTOQUE

Durante os quatro dias da 21ª edição da Feira Ponta de Estoque, que acontecerá de 13 a 16 de julho, o Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá, deverá receber mais de 230 mil consumidores. Serão 325 estandes de empresas de confecções, calçados, eletrodomésticos, acessórios, entre outras, que oferecerão descontos especiais

A entrada será gratuita e o estacionamento será pago, com renda revertida para a Secretaria de Assistência Social e Cidadania (Sasc). A feira é realizada pela ACIM, por meio do ACIM Mulher, e conta com o apoio do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), prefeitura, Câmara Municipal de Maringá e Sociedade Rural de Maringá.



Walter Fernandes

EMPRESÁRIO DO ANO: REGINALDO CZEZACKI

Reginaldo Czezacki receberá o prêmio de Empresário do Ano numa cerimônia que será realizada em agosto, em data a ser definida. Proprietário do Sistema Prever, que tem negócios em 12 segmentos, sendo que o principal é o de atendimento funerário, Czezacki chegou à Maringá em 1992 e hoje o grupo tem negócios no Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo e Mato Grosso do Sul.

Os convites para a cerimônia de entrega do prêmio são por adesão. O prêmio é uma realização da ACIM, Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), Associação Paranaense de Supermercados (Apras) e coordenadoria regional da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep). No ano passado o homenageado foi o proprietário da Construtora Design, Wilson Yabiku.

ACIM NEWS

EMPRÉSTIMO PARA FUNCIONÁRIOS DAS EMPRESAS ASSOCIADAS

Colaboradores das empresas associadas à ACIM podem contrair empréstimo consignado por meio da Apoio à Iniciativa Empreendedora, que nasceu em 2002, dentro da Fundacim. Através da Apoio, o colaborar tem acesso a empréstimo de baixo custo, com parcelamento em até 12 vezes descontado na folha de pagamento.

Desde que a Apoio entrou em funcionamento, foram efetuados mais de seis mil contratos de empréstimo, resultando em mais de R$ 6,6 milhões. São 313 empresas cadastradas. Qualquer empresa associada à ACIM pode se cadastrar sem custo a Apoio, para que os funcionários possam ter acesso ao crédito.

FUNDACIM DOA EDREDONS PARA 42 ENTIDADES

Duas mil pessoas em situação de risco assistidas por 42 entidades sociais de Maringá e Sarandi ganharam edredons neste inverno. Isso foi possível graças a Fundacim, que realizou a quarta edição da campanha Solidariedade Sim para arrecadar recursos para a compra dos edredons, que foram comprados a preço de custo da F. A Maringá. O repasse para as entidades aconteceu no final de maio (foto).



Walter Fernandes

ASSOCIADO DO MÊS

Fortalecimento muscular, mais flexibilidade, equilíbrio e diminuição do estresse são alguns dos benefícios proporcionados pelo pilates. Em Maringá, o Pilates Estúdio Alongue oferece o método pilates há oito anos. São três unidades, sendo que a última foi inaugurada há dez meses.

A proprietária da empresa, Patricia Kun, explica que as aulas têm uma hora de duração e cada professor atende no máximo dois alunos, com programas de exercícios individualizados. "Qualquer pessoa pode fazer. Os exercícios são facilmente adaptados às necessidades de cada um, respeitando limitações e objetivos", diz.

A empresa se associou à ACIM há pouco mais de um mês, "devido às vantagens e seriedade da associação", justifica Patricia, acrescentando que já está utilizando o serviço de proteção ao crédito. "A vantagem é estar em um grupo mais seleto de comerciantes, ter acesso às informações do mercado e cursos de aperfeiçoamento", conta.

As três unidades do Pilates Estúdio Alongue estão localizadas na avenida Itororó, 597, rua Benjamin Constant, 78, e rua José Clemente, 168. O telefone para contato é o (44) 3031-6519.

Walter Fernandes



APRENDIZAGEM COMO OPORTUNIDADE PROFISSIONAL

O presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, foi um dos palestrantes do Seminário Maringaense sobre Aprendizagem, realizado em 9 de junho, no Teatro Marista. O tema da palestra foi "Aprendizagem: uma oportunidade profissional". Para Santos, "a aprendizagem deve ser encarada como parte do desenvolvimento da empresa, como uma oportunidade de crescimento. O futuro das nossas empresas está nas mãos desses aprendizes, que são os profissionais de amanhã".


Walter Fernandes

Ele destacou que o estoque de aprendizes com contrato assinado em 31 de dezembro de 2010, em todo o país, era de 192.959 pessoas e nos quatro primeiros meses deste ano o saldo (contratações menos demissões) foi de 42.780 novos contratos, número 58% maior do que no mesmo período de 2010. No Paraná, apenas do mês de abril, o saldo de aprendizes foi de 808 empregos.

Santos destacou que para haver uma maior efetivação dos aprendizes, é preciso solucionar alguns impasses em conjunto com o Ministério Público, entidades formadoras, empresários e aprendizes: há carência de aprendizes em setores de alta empregabilidade, como a produção, há concentração de aprendizes em áreas administrativas e faltam projetos de integração entre empresas que têm necessidades iguais ou similares.

ENCONTRO DE NEGÓCIOS SOBRE POTENCIAL DE CONSUMO

O diretor da IPC Marketing Editora, Marcos Pazzini, ministrou uma palestra para empresários sobre "potencial de consumo de Maringá e região". O evento fez parte do Encontro CBN de Negócios e aconteceu na sede da ACIM em 13 de junho. A IPC é uma empresa de pesquisa de mercado que tem entre os clientes grandes varejistas e franquias.


Walter Fernandes

Pazzini destacou que Maringá ocupa a terceira posição no índice de potencial de consumo no Paraná e 49ª posição no Brasil. O consumo per capita do maringaense que mora na área urbana é de R$ 17.929. De acordo com ele, 44% dos maringaenses pertencem às classes A/B, 44,5% integram a classe C e 11,5% são da classe D/E - na classe A a renda é superior a R$ 9,1 mil, na classe B a renda está situada entre a faixa de R$ 2, 75 mil e R$ 9,1 mil, na classe C entre R$ 1,1 mil e R$ 2,75 mil, na D oscila entre R$ 710 e R$ 1,1 mil e na E entre R$ 490 e R$ 710.

No Brasil, 46,4% do potencial de consumo está concentrado na classe B, 29,6% na C, 18,9% na classe A e o restante nas D e E. Os moradores do interior serão responsáveis, neste ano, por 67,3% do consumo – contra 32,7% das capitais (em 1991, o interior respondia por 54,3% do consumo). Já os habitantes da região sudeste continuam sendo os responsáveis pela maioria do consumo no Brasil, com 52,2% - contra 59% do consumo em 1991.

Para Pazzini, "o brasileiro vem mudando o perfil de consumo nos últimos anos graças à facilidade de crédito, crescimento econômico e estabilidade de emprego. Despesas básicas estão pesando menos no orçamento e o consumidor se arrisca comprando mais produtos para pagamento parcelado".


Divulgação

O futuro do trânsito no principal eixo comercial de Maringá

O PROJETO BÁSICO PREVÊ QUE A AVENIDA BRASIL SEJA REMODELADA COM CALÇADAS DE CERCA DE CINCO METROS DE CADA LADO DA VIA, ESTACIONAMENTO PARALELO AO SENTIDO DE CIRCULAÇÃO DA VIA NOS DOIS SENTIDOS, DUAS FAIXAS DE CIRCULAÇÃO PARA O TRANSPORTE PRIVADO EM CADA SENTIDO E UMA FAIXA POR SENTIDO PARA O TRANSPORTE PÚBLICO

O Projeto do Corredor de Transportes da avenida Brasil é resultado de estudos elaborados com base nos desejos de viagens dos cidadãos maringaenses que utilizam o transporte público. Tendo como ideia a mobilidade centrada nas pessoas, tal ação terá reflexos na melhoria da qualidade de vida como política de mobilidade urbana.

Adicionalmente a estes estudos que indicaram que a avenida Brasil é um dos principais pontos de interesse para os usuários do transporte público, foi realizada uma pesquisa para identificar o modo de transporte que os clientes do comércio do principal eixo comercial da cidade utilizam. Os resultados indicaram que 47% fazem uso de transporte público, 30% utilizam veículos privados, 15% utilizam motocicletas, 5% se locomovem a pé e 3% são usuários de bicicleta. A partir dos resultados e de conceitos de mobilidade urbana foram desenvolvidas análises de alternativas para compatibilização do espaço urbano.

A solução proposta foi a que apresentou os melhores indicadores para pedestres, ciclistas, usuários de transporte público, de motocicletas e de transporte privado e comerciantes. O projeto básico prevê que a avenida Brasil, que apresenta cerca 35 metros de largura no trecho entre a avenida Tuiuti e praça Sete de Setembro, seja remodelada com calçadas de cerca de cinco metros de cada lado da via, estacionamento paralelo ao sentido de circulação da via nos dois sentidos, duas faixas de circulação para o transporte privado em cada sentido e uma faixa por sentido para o transporte público.

Um aspecto que é a grande diferença com o projeto proposto é que atualmente os ônibus do transporte público utilizam a faixa de tráfego da direita em cada sentido, com cerca de 90 ônibus circulando nos horários de maior movimento, o que gera grande impedância para o tráfego de veículos privados e para a faixa de estacionamento. Com as alterações, os ônibus passarão a utilizar uma faixa por sentido no centro da via sem interferência nos estacionamentos e deixarão duas faixas para circulação exclusivas para transporte privado, garantindo a melhoria da circulação para todos os modais de transporte.

A quantidade de ônibus em circulação também será otimizada com a utilização de veículos com maior capacidade de carga e menor prejuízo ao meio ambiente. O volume de ônibus na via no trecho do projeto será de 24 viagens por hora, ou seja, menos de 1/3 do volume atual. As estações de embarque para o transporte público serão modernas com embarque em nível, oferecendo acessibilidade universal e mais conforto aos usuários da avenida Brasil e seu entorno.

Outro fator importante é que o intervalo de passagem entre cada ônibus será de 2,5 minutos nos horários de maior movimento, ou seja, similar aos mais modernos sistemas de transporte existentes atualmente. O sistema de transporte será o BRT (*bus rapid transit*), que está sendo adotado nas cidades brasileiras que sediarão a Copa do Mundo e é utilizado em diversas cidades de outros países. Enfim, o projeto da avenida Brasil transformará Maringá também em Cidade Modelo em mobilidade urbana.

Antonio Carlos Marchezetti é engenheiro e diretor da Logitrans, empresa especializada em logística, engenharia e transportes, que desenvolveu um estudo de trânsito e transporte para a avenida Brasil

REVISTA ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 48 Nº 511 JULHO/2011
PUBLICAÇÃO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ - ACIM / FONE: 44 3025-9595

DIRETOR RESPONSÁVEL
José Carlos Barbieri
Vice-presidente de Marketing

CONSELHO EDITORIAL
Altair Aparecido Galvão, Emanuel Giovanetti, Wládia Dejuli, Giovana Campanha, Gisele Altoé, Helmer Romero, José Carlos Barbieri, Lúcio Azevedo, Massimiliano Silvestrelli, Miguel Fernando Perez Silva, Sérgio Gini, Walter Thomé Júnior, Tatiane Consalter

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Giovana Campanha MTB 05255

COLABORADORES
Giovana Campanha, Juliana Daibert, Ivy Valsecchi, Verônica Mariano, Vinícius Carvalho, Fernanda Bertolla.

EDITORAÇÃO
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Giovana Campanha
Helmer Romero
Sérgio Gini

CAPA
Anima Lamps

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

FOTOS
Ivan Amorin, Walter Fernandes, João Cláudio Fragoso

CTP E IMPRESSÃO
Gráfica Regente

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

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

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO
PRESIDENTE: Adilson Emir Santos
CONSELHO SUPERIOR - Presidente: Carlos Alberto Tavares Cardoso
COPEJEM - Presidente: Cezar Bettinardi Couto
ACIM MULHER - Presidente: Pity Marchese
CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS - Presidente: Massimiliano Silvestrelli

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

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

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



Prêmio Excelência Gráfica Oscar Schrappe Sobrinho

PRA SER COMEMORADO COMO A NOSSA QUALIDADE: SEM MODERAÇÃO.

Com um produto da **ALTO GIRO - RECCO CONFECÇÕES**, a **Gráfica Regente** comemora a conquista do **9º Prêmio Oscar Schrappe Sobrinho**, na categoria **CATÁLOGOS PROMOCIONAIS E DE ARTE COM EFEITOS GRÁFICOS ESPECIAIS**. Promovida pela Abigraf-PR e o Sigep (Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado do Paraná), e considerada a maior premiação da indústria gráfica do estado, essa conquista vêm consolidar a posição da **Regente** entre as melhores gráficas do país e só foi possível graças à sua constante busca, sem moderação, pela excelência na qualidade de seus impressos.



GRÁFICA REGENTE

FONE: (44) 3366-7000

Av. Paranavaí, 1146 - CEP 87070-130 - Maringá - PR

www.graficaregente.com.br

wbz comunicação

ENERG BRASIL



O CRESCIMENTO *da sua* EMPRESA

está de vento em popa,
mas ainda sente que falta algo?

O plano empresarial do PAM Saúde serve para empresas de todo porte: pequena, média e grande. Seja qual for o tamanho da sua, faça um plano empresarial PAM Saúde e deixe sua empresa completa.
PAM Saúde - apostando no bem estar da sua empresa.

44. **3218 1515** | www.**drpam**.com.br

pam SAÚDE

ANS - nº 31526-5