

www.acim.com.br

ISSN 1981-1926



9 771984 61549895 1 005 3

Setembro/2011  
Nº 513 - Ano 48  
R\$ 5,00

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

## A MODA EM MARINGÁ

Conheça uma indústria forte, que une visão de negócios e estilo próprio



# ENCONTRO EMPRESARIAL DA CONSTRUÇÃO CIVIL E PRÊMIO SINDUSCON NOR-PR 2011

PRÊMIO SINDUSCON NOR-PR  
FORNECEDORES 2011

21 DE  
OUTUBRO  
ÀS 19h30min  
MOINHO VERMELHO  
BUFFET

Av. Colombo 7800  
Maringá - PR

REALIZADORES:



CO-REALIZADOR:



MÍDIA PARTNER:



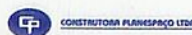
APOIO:



PATROCINADORES:



PARICIPANTES: PARABENIZAMOS OS PARTICIPANTES DO PRÊMIO SINDUSCON NOR/PR 2011, NA BUSCA PELA MELHORIA CONTÍNUA DOS PROCESSOS, OBRAS COM QUALIDADE, SEGURANÇA PARA OS TRABALHADORES, SUSTENTABILIDADE E RESPONSABILIDADE SOCIAL.



OBRAS COM QUALIDADE, NÃO PODERIAM SER REALIZADAS SEM BONS PRODUTOS. PRÊMIO SINDUSCON NOR-PR FORNECEDORES 2011.



“ Só em Maringá e nos 70 municípios da região, a indústria têxtil gera cerca de 25 mil empregos diretos em 1,2 mil indústrias, que produzem uma média de sete milhões de peças por mês.

## Aqui se produz moda

A cadeia têxtil é um dos pilares da economia local e um exemplo de união. Os empresários, além de fazerem a lição de casa e investirem em maquinários e qualificação profissional, uniram esforços para tornar a região conhecida junto a confeccionistas de todo o Brasil como uma produtora de moda e tendências e não apenas facção.

Para isso, realizam lançamento de coleções em conjunto, concurso de moda, colóquio, entre tantos outros eventos que visam capacitar profissionais e divulgar o potencial confeccionista da região. O resultado é que as indústrias tiveram nos últimos anos um salto de qualidade na produção e as empresas contam com equipes de estilo e produção de moda antenadas às tendências não só no Brasil, mas no exterior. E como consequência a região, que é o segundo maior polo brasileiro, recebe confeccionistas de todo o Brasil e até de países vizinhos.

Só em Maringá e nos 70 municípios da região, a indústria têxtil gera cerca de 25 mil empregos diretos em 1,2 mil indústrias, que produzem uma média de sete milhões

de peças por mês. Apenas nos shoppings atacadistas de Maringá são 800 mil unidades comercializadas por mês, em 510 lojas.

Mas este setor, assim como outros, tem desafios pela frente. A maior qualificação de mão de obra, apesar dos esforços, e a concorrência com os produtos chineses são obstáculos. O dólar baixo e a tributação brasileira alta contribuem para uma concorrência mais acirrada com a China. O governo federal, inclusive, lançou no começo de agosto o plano Brasil Maior para estimular as indústrias brasileiras e reduziu a zero a alíquota de 20% para o INSS de alguns setores, incluído o de confecções.

A medida foi motivo de elogios dos empresários. Mas ainda há muito a ser feito, como as tão esperadas reformas trabalhista e tributária, que vão contribuir para o aumento da competitividade não apenas da indústria têxtil, mas de todas as empresas brasileiras.

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



AVENIDA HERVAL  
COM ARTHUR THOMAS  
MARINGÁ

- 1 APARTAMENTO POR ANDAR
- 560M<sup>2</sup> ÁREA TOTAL
- 340M<sup>2</sup> ÁREA PRIVATIVA
- 53M<sup>2</sup> TERRAÇO GOURMET
- 4 OU 5 VAGAS DE GARAGEM
- AMPLO E SOFISTICADO HALL DE RECEPÇÃO
- SALÃO DE FESTAS NO TÉRREO COM ACESSO AO JARDIM



SETEMBRO 2011



A SUA VIDA ACABA DE GANHAR  
UMA NOVA PERSPECTIVA.

VENHA PARA O ALTO PADRÃO  
COM A MELHOR VISTA DA CIDADE.

- 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



RUA NÉO ALVES MARTINS, 1796  
MARINGÁ - PR  
FONE: 44| 3226-3563

ACESSE A PLANTA  
E ACOMPANHE A OBRA PELO SITE:  
[WWW.CONSTRUTORADESIGN.COM.BR](http://WWW.CONSTRUTORADESIGN.COM.BR)





# 16

## REPORTAGEM DE CAPA

Com 1,2 mil indústrias e produção de sete milhões de peças por mês, Maringá e região são o segundo maior polo de confecções do país, atraindo milhares de compradores; empresários e entidades se uniram para que as empresas sejam produtoras de moda e tendências, o que se tornou ainda mais importante para enfrentar a concorrência chinesa



# 8 ENTREVISTA

O novo presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), Edson Campagnolo, é o entrevistado principal desta edição, onde aborda assuntos como a competitividade das indústrias; ele também fala sobre como será o relacionamento com o governo estadual, já que venceu o candidato da oposição, o secretário de estado Ricardo Barros



# 24 MERCADO

Uma constatação: faltam profissionais de nível técnico em vários setores da economia local. Uma solução: se há descompasso entre os cursos ofertados e as necessidades das empresas, é preciso firmar parcerias e oferecer cursos nas próprias empresas; governo anunciou a construção de dois centros de formação técnica em Maringá e Colorado



# 30 TRABALHO

É lei: empresas com cem ou mais funcionários devem contratar um percentual de funcionários com necessidades especiais, mas elas reclamam que faltam profissionais para preencher a cota; Agência do Trabalhador conta com um programa de inclusão de pessoas com deficiência para facilitar a contratação



## 36 NEGÓCIOS

Recrutar e manter comprometidos os vendedores externos é um desafio para muitas empresas, que precisam oferecer remuneração atrativa e treinamentos; para especialista, com a participação do gerente de vendas no processo de seleção, a tendência é que o *turnover* seja menor e haja menos oscilação de resultados

## 40 RECURSOS HUMANOS

Segundo o Ministério da Previdência Social, em 2009 mais de 13 mil trabalhadores foram afastados por incapacidade permanente; investir em um ambiente de trabalho adequado e em um clima organizacional positivo contribuem para o aumento do rendimento e para a redução de faltas por doença e, segundo especialista, é possível aliar lucro e investimento em humanização do local de trabalho

## 44 MARKETING CULTURAL

Associar a marca da empresa à cultura é um investimento que traz retornos, tanto que diversas empresas locais apostam no marketing cultural; e para quem quer investir neste segmento, não é preciso despendar recursos do caixa, já que há leis de incentivo que possibilitam que as empresas destinem parte do imposto de renda para projetos aprovados pelo Ministério da Cultura

## 48 MARINGÁ LIQUIDA

Com a participação de mais de mil empresas, a Maringá Líquida foi realizada de 26 a 28 de agosto e levou milhares de consumidores às compras; as novidades desta edição foram os feirões de impostos e de imóveis, sendo que este último teve parceria do Banco do Brasil e foram gerados mais de R\$ 80 milhões em propostas

## ERRAMOS

Em relação à matéria "Entre os 50 maiores municípios em potencial de consumo", publicada na edição de agosto da Revista ACIM, informamos que o cargo correto de Álvaro Grolli é administrador do Grupo Morena Rosa – na legenda constava a informação de que ele era diretor

REVISTA

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 48 Nº 513 SETEMBRO/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,  
Wládiá 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, Vanessa Bellei, Verônica Mariano, Vinicius Carvalho, Fernanda Bertolla.

**EDITORIAÇÃO**  
Andréa Tragueta  
andreatra@brturbo.com.br

**REVISÃO**  
Giovana Campanha  
Helmer Romero  
Sérgio Gini

**CAPA**  
Anima Lamps

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

**FOTOS**  
Ivan Amorim, Walter Fernandes

**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.

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

# O novo presidente da Fiep

O empresário Edson Campagnolo é o novo presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), depois de ter vencido o candidato da oposição, o secretário de estado Ricardo Barros, que se licenciou do cargo para a disputa. A posse está marcada para 30 de setembro, quando ele passará a ocupar o cargo de Rodrigo Rocha Loures. Campagnolo é proprietário da Rocamp Indústria e Comércio de Confecções, com sede em Capanema, e terá a missão de comandar a Fiep até 2015. Ele é o entrevistado principal desta edição:



Divulgação

**O senhor venceu o candidato da oposição, Ricardo Barros. O resultado é uma prova de que os industriais queriam independência em relação à política?**

Entidades como a FIEP não aceitam serem tuteladas quer sejam pelo Estado ou por qualquer facção política partidária. A Fiep quer independência, uma vez que precisa até fazer um contraponto ao poder que está instalado. Este foi o principal recado deixado nesta eleição.

**Como será a relação da Fiep com a Secretaria de Estado da Indústria do Comércio e Assuntos do Mercosul, comandada por Ricardo Barros, depois de uma eleição difícil?**

Após a eleição Ricardo Barros já se colocou à disposição, inclu-

sive da Secretaria de Indústria e Comércio como uma interlocutora com o Estado. Isso é uma página virada. Da minha parte como presidente eleito e tomando posse, a nossa interlocução com a secretaria ocupada por Ricardo Barros e com o próprio governo não deve mudar, porque somos passageiros, mas as entidades vão permanecer, assim como o governo o Estado.

**Há intenção de alterar o estatuto para que pessoas que pertençam a partidos políticos não possam participar de processos eleitorais?**

Esta é uma das sugestões que foram apresentadas durante as visitas que fiz aos sindicatos de todas as regiões do estado. Há um desejo bem latente destes

sindicatos para que haja, de alguma maneira, uma blindagem, mas evidentemente deve haver liberdade de expressão daqueles que têm afinidade ou aproximação com partidos políticos. O que queremos evitar é que a entidade seja usada como um palanque ou trampolim eleitoral para os diretores.

**O senhor é favorável ao fim da reeleição para a presidência da Fiep. E pelo que conversou com os empresários será possível mudar o estatuto para acabar com a reeleição?**

Esta é uma proposta e um compromisso que assumi durante minha campanha. Assim que tomar posse, vamos montar uma comissão de reforma de estatuto. Mas a decisão cabe única

e exclusivamente ao conselho de representantes, ou seja, aos 99 sindicatos da nossa federação. Da minha parte, não tenho interesse em me reeleger.

**Numa decisão publicada no mês passado, o Tribunal de Contas da União (TCU) condenou o espólio do ex-presidente da Fiep, José Carlos Gomes Carvalho e o ex-superintendente do Sesi e IEL do Paraná e ex-diretor regional do Senai/PR, Ubiratã de Lara, a devolver aos cofres do Sistema Fiep o valor de R\$16.077.160,00 que foram desviados do Sesi e do Senai na gestão 1995/2002. Como evitar desvios de recursos na Fiep, que tem orçamento de R\$ 450 milhões juntamente com o Sistema Sesi, Senai e IEL?**

Primeiro houve uma má intenção. Então, sempre quando há alguém querendo fazer algo errado, com certeza ele vai buscar uma válvula de escape. Naquela gestão havia realmente um propósito de desvio de recursos, que foi percebido no primeiro ano de gestão do Rodrigo Rocha Loures, através de auditorias internas, uma vez que o IEL não é fiscalizado pelo Tribunal de Contas. Depois que a auditoria detectou (irregularidades), imediatamente foram tomados vários mecanismos de controle para que isso fosse corrigido. Posso assegurar, inclusive até pelo Tribunal de Contas da União que recentemente forneceu negativa de todos os conselheiros do Sesi, do Senai e da própria Federação, que não existe nenhum tipo de desvio de recurso e existe até uma busca de racionalização e corte de

“Apesar do plano Brasil Maior não ter contemplado todos os setores que reivindicávamos, atendeu uma grande parte deles, especialmente as pequenas, micro e médias empresas, o que já é favorável

despesas para que consigamos aproveitar melhor todos os recursos do Sistema Fiep.

**Uma reclamação recorrente dos empresários é a falta de mão de obra qualificada, inclusive uma de suas propostas de campanha foi a atualização dos programas de formação profissional. Como isso se dará?**

Já há uma ação interna do Senai nacional e do Senai Paraná que visa uma mudança nos serviços de qualificação profissional, conforme a demanda existente em cada setor de cada região. Temos um desafio junto com o governo federal que é nos próximos quatro anos dobrar a qualificação profissional. Já há metodologias novas sendo implementadas, porque o mercado sinalizou que não estava sendo atendido da maneira que necessita e concordo que há um descompasso entre a qualificação e as necessidades das empresas. Este é um desafio não só para o Senai como para a próxima diretoria da Fiep.

**As indústrias brasileiras reclamam que estão perdendo a competitividade. Segundo um relatório divulgado pelo departamento econômico da Fiep em agosto, apesar da indústria paranaense ter registrado crescimento de 8,42% nos seis primeiros meses do ano, houve queda nas vendas em 16 dos 18 gêneros pesquisados. Quais ações a Fiep pretende promover para que as indústrias ganhem competitividade?**

Internamente temos um departamento que faz levantamentos das potencialidades de todas as cadeias de indústrias atendidas. Precisamos, em conjunto com os governos do estado e federal, fazer com que essas matérias-primas que temos em abundância sejam mais industrializadas e ganhem maior valor agregado para que possamos aumentar a competitividade das indústrias paranaenses dentro e fora do estado. Uma das sugestões é diminuir a alíquota de ICMS interestadual.

**O secretário estadual de Fazenda, Luiz Carlos Haully, afirmou que o “Brasil tem o pior sistema tributário do mundo. É um manicômio tributário onde quem pode mais chora menos”. O senhor concorda? E quais as sugestões da Fiep para uma reforma tributária?**

Concordo em gênero, número e grau que o sistema é uma loucura. Hoje as empresas têm equipes para buscar alternativas para terem vantagem, porque há várias leis sendo editadas dentro dos estados municípios

e também do governo federal. Muitas vezes as empresas têm que fazer profundos estudos para se adequarem e serem competitivas. Mas a Fiep, em si, não tem uma proposta ou um modelo pronto para ser apresentado como reforma tributária. O que estaremos implementando são algumas ações para que o governo ouça o setor industrial. Precisamos de certa sinergia, entre governo e produção, porque não se pode ficar lançando pacotes ou minimizando resultados a todo o momento.

**O governo federal anunciou o plano "Brasil Maior", voltado para o aumento da competitividade das indústrias. Mas uma das críticas feitas em relação a este plano é que ele contempla apenas alguns setores econômicos. Qual sua opinião sobre isso?**

Participei de uma reunião da CNI em agosto em Brasília e falamos sobre o Brasil Maior. Do ponto de vista da CNI e das federações, é uma boa iniciativa, porque o governo percebeu que existe uma dificuldade de competição interna, porque a nossa carga de tributação é muito elevada e há especialmente uma competição desigual com os produtos importados que chegam ao Brasil em condições desiguais ao mercado interno. Apesar do plano não ter contemplado todos os setores que reivindicávamos, atendeu uma grande parte deles, especialmente as pequenas, micro e médias empresas, o que já é favorável. Para as empresas de grande porte, o plano não traz muitas vantagens, mas é uma questão de reivindicarmos e mostrar-



**“Muitas vezes uma empresa que fabricava com itens, percebeu que em 80 não era mais competitiva e mantém sua indústria operando apenas com os 20 itens ou importa os outros 80. É preciso uma visão de longo prazo para minimizar isso, porque o problema pode ficar muito maior**

mos para a equipe econômica do governo a importância de mudanças para aumentar a competitividade.

**Alguns especialistas têm afirmado que o Brasil está iniciando um período de industrialização. Tanto que este será um tema de um seminário realizado pela Fiep. Qual é a opinião do senhor sobre o assunto?**

Está ocorrendo um processo de desindustrialização nos últimos dez anos em muitos setores da economia, especialmente nos manufaturados. Muitas vezes os

números não mostram isso, porque uma indústria fecha e abrem duas, mas este ciclo está se tornando cada vez mais repetitivo. Muitas vezes uma empresa que fabricava com itens, percebeu que em 80 não era mais competitiva e mantém sua indústria operando apenas com os 20 itens ou importa os outros 80. Muitas indústrias estão mudando o perfil para indústria de importação e comércio e foi justamente isso que o governo admitiu ao lançar o plano Brasil Maior. É preciso uma visão de longo prazo para minimizar isso, porque o problema pode ficar muito maior. ■

# EQUIPE SATISFEITA

é garantia de sucesso para o seu negócio.



Com o plano empresarial do PAM Saúde, seu colaborador tem a certeza de estar fazendo parte de uma empresa que se preocupa com o seu bem estar.



44. 3218 1515 | [www.drppam.com.br](http://www.drppam.com.br)

**PAM Saúde** | *Acreditando no bem estar da sua empresa.*

### MELHOR EMPRESA JÚNIOR DO BRASIL É DA UEM

A Adecon, que é a empresa júnior de consultoria da Universidade Estadual de Maringá (UEM), foi considerada a melhor empresa júnior do país, segundo a Confederação Brasileira de Empresas Juniores. A premiação aconteceu no mês passado, em Foz do Iguaçu, durante a 19ª edição do Encontro Nacional de Empresários Juniores (ENEJ).

As empresas concorrentes foram avaliadas de acordo com o Sistema de Medição de Desempenho (SMD), que leva em conta critérios como mercado, movimento empresa júnior, pessoas, estratégia, projetos e finanças.

A Adecon concorreu com mais de 500 empresas de todo o país e foi vencedora com o case "Como gerar valor e alavancar resultados por meio do modelo de excelência em gestão voltado para o mercado". As empresas Produção Júnior, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), e a Mecatron, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), foram premiadas com o segundo e terceiro lugares, respectivamente. Mais informações sobre a Adecon pelo telefone (44) 3011-4361.

### FEIRA DE FRANQUIAS SERÁ EM OUTUBRO

As franquias localizadas em Maringá geraram dois mil empregos diretos e foram responsáveis pelo faturamento de R\$ 96,7 milhões no ano passado. Os dados são da Associação Brasileira de Franchising (ABF), que aponta ainda que apenas no ano passado as franquias movimentaram R\$ 76 bilhões no Brasil e a estimativa para este ano é de um crescimento de 15%. E com o objetivo de reunir empresas e agentes financeiros para oferecer oportunidades de investimento e apresentar as novidades do setor será realizada a Maringá Franchising Business 2011, nos dias 28 e 29 de outubro, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro.

Com 73 estandes e a confirmação da participação de caravanas de empresários e estudantes do Paraná e de Santa Catarina, a feira será uma realização da prefeitura de Maringá, FCV, Instituto Tomodati e Maringá e Região Convention & Visitors Bureau. A promoção e a organização são da Tasa Eventos. Mais informações pelo [www.mfbusiness.com.br](http://www.mfbusiness.com.br).

### VALE-TRANSPORTE COM FUNÇÃO CRÉDITO

A Coopercred lançou, em 10 de agosto, o primeiro vale-transporte agregado com função de crédito a circular no país, o Cartão Passe Fácil. O diretor da empresa, Pedro Silveira, ressalta a comodidade que os usuários do transporte coletivo passam a ter para recarregar os créditos do vale-transporte, uma vez que são mais de cem pontos de recargas, espalhados em mais de 40 bairros de Maringá, Sarandi e Iguatemi. Em relação à função de crédito, o diretor explica que isso é possível graças a uma parceria entre Coopercred, Multipass (que idealizou o cartão) e TCCC (concessionária do transporte coletivo de Maringá) na concessão de microcrédito para pessoas de baixa renda. "Saímos na frente. Temos estrutura e tecnologia para atender a demanda", assegura. As funções transporte e crédito do Cartão Passe Fácil são independentes, sendo que a função crédito é opcional para os usuários com mais de 18 anos e está sujeita à análise dos dados cadastrais. Para ativá-la, basta ligar para 0800-446263. Segundo o gerente de Transporte Coletivo da Secretaria de Transportes (Setran), Mauro Menegazzo, atualmente 120 mil usuários utilizam cartão para pagar a tarifa do ônibus. Os atuais cartões de vale-transporte já começaram a ser trocados pelos novos cartões Passe Fácil.



## CURSO DE MEDICINA NA UNINGÁ

A Unidade de Ensino Superior Ingá (Uningá) teve o curso de Medicina autorizado pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC), através da Portaria nº 365, de 22 de agosto. A decisão da 5ª turma do Tribunal Regional Federal (TRF) da 1ª Região, em Brasília, reconhece a validade do curso de Medicina, que foi implantado em 2007 e desde então vem funcionando com uma turma de 72 alunos. No entanto, por um período o curso chegou a funcionar por meio de liminar judicial, mas agora, com a decisão do TRF, o MEC o autorizou definitivamente.

O vestibular será em 11 de setembro. Das cem vagas anuais, 96 serão ofertadas no processo seletivo, sendo que as quatro vagas restantes serão destinadas à bolsa de estudos integral, através do Programa Uningá de benefício ao estudante (Proube).

Para atender as exigências do MEC e necessidades do curso, a instituição conta com o Hospital Memorial (antigo Hospital Santa Lúcia), que oferece 50 leitos de internamento e sete leitos de Unidade de Terapia Intensiva (UTI) adulto, além de três salas de cirurgias e equipamentos para atendimento de casos de alta complexidade em pacientes adultos. O hospital é mantido pela Uningá.

Divulgação



## BRMALLS COMPRA CATUAÍ

O Catuaí Maringá passa a ser de propriedade e administrado pela BRMalls, que é a maior empresa de shoppings do Brasil e tem participação em 43 shoppings em todos os estados brasileiros. O negócio fez parte da aquisição de 70% da Alvear Participações S/A, empresa do grupo Catuaí, que detém os shoppings de Maringá e Londrina e dois projetos em desenvolvimento: Londrina Norte Shopping e o terreno para a construção do Catuaí Cascavel. A transação, de R\$ 791,7 milhões, envolveu ainda a aquisição de mais de 700 mil metros quadrados de potencial construtivo para viabilizar futuras expansões e outros negócios. No total, os quatro shoppings somam mais de 159 mil metros quadrados de área bruta locável (ABL) e 875 lojas. O anúncio da operação foi em 8 de agosto.

Com a transação, a BRMalls eleva para sete o número de shoppings paranaenses em seu portfólio, incluindo o Shopping Curitiba e o Shopping Estação, ambos na capital paranaense.

**Muito mais que transporte,  
solução total**

Transportando soluções para a beleza, saúde, bem-estar e entretenimento. Essa é a Transportadora Americana que há 70 anos possui um nível de serviço capaz de oferecer qualidade, informação, credibilidade, segurança e tranquilidade em qualquer situação na hora de enviar ou receber uma mercadoria para as regiões sul e sudeste. **Em Maringá ligue para (44) 3027.7500.**



[www.tanet.com.br](http://www.tanet.com.br)



### NOVAS DIRETORIAS NO CONVENTION BUREAU E NO SINEPE

A presidência do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau será comandada nos próximos dois anos pelo empresário Fernando Rezende, que presidiu a entidade na última gestão. A primeira vice-presidência está a cargo de Jonas Ramos e a segunda vice-presidência é ocupada por Rony Guimarães. A posse da nova diretoria (foto à esquerda), com membros nos conselhos curador, fiscal e diretor, além de titulares e suplentes mantenedores, aconteceu em 18 de agosto, no Bristol Metr pole Hotel. Na ocasião também tomou posse a diretoria da Rede de Turismo

Regional (Retur).

Nova diretoria também no Sindicato dos Estabelecimentos Particulares de Ensino do Noroeste do Paraná (Sinepe-NOPR), que passará a ser presidido no bi nio 2011/2013 por Wilson Matos Filhos, que   vice-reitor do Centro Universitário de Maringá (Cesumar) (foto à direita). Ele sucede José Carlos Barbieri, que passa a ser vice-presidente. A elei o, que teve apenas uma chapa inscrita, foi realizada em 10 de agosto, e a posse será em outubro. O Sinepe-NOPR representa escolas privadas de 114 municípios da região noroeste do Paraná.

### GARANTIA DE CRÉDITO PARA AS EMPRESAS

A Sociedade de Garantia de Crédito (SGC) do noroeste do Paraná - Noroeste Garantias - já está em opera o para atender empresários de Maringá e região. No dia 22 de agosto, em Foz do Iguaçu, foram lançadas oficialmente as opera es de três sociedades de garantia de crédito paranaenses: a Noroeste Garantias, de Maringá e Região; a Garantioeste, da região de Cascavel; e a Garantisudoeste, de Francisco Beltrão e região. Elas são uma iniciativa nacional do Serviço Brasileiro de Apoio  s Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

As sociedades de garantias têm o objetivo de facilitar o acesso ao crédito para as micro e pequenas empresas, prestando garantias complementares às exigidas pelos agentes financeiros. Trata-se de um crédito monitorado e para bons pagadores. "Devemos focar a a o em empresas que tenham projetos de expansão e crescimento. O que desejamos é promover o crescimento das empresas da nossa região e que essa redu o de juros, que seriam pagos em empréstimos sem o aval da sociedade de crédito, possa ser investido no negócio", afirma o presidente da Noroeste Garantias, Ilson Rezende.

Para conhecer os requisitos e exigências para o crédito, o email   contato@noroestegarantias.com.br. A institui o está instalada no mesmo prédio da ACIM, que   apoiadora e mantenedora.

# TEMPERFLEX®

SOLUÇÕES TÉRMICA E ACÚSTICAS EM COBERTURAS

PROBLEMAS COM INFILTRAÇÕES, BARULHO EM DIAS CHUVOSOS, CALOR EXCESSIVO NO AMBIENTE DE TRABALHO?

**TEMPERFLEX** é um produto que reduz em até 30°C a temperatura dos telhados de fibro-cimento ou de chapa galvanizada, reduzindo a temperatura interna em até 8°C, isolando acusticamente os ambientes (reduz em até 7,75 db próximo a 150% o barulho externo proveniente da chuva), além de evitar infiltrações nas coberturas (redução da dilatação entre parafusos e o telhado).

Depois

Mais CONFORTO aos seus clientes e colaboradores, aumentando a sua produtividade, além de você ter uma atitude ambientalmente correta (reduz a temperatura da edificação e em grande escala das cidades), diminuindo o consumo de energia elétrica com climatizadores e aparelhos de ar condicionado, fazendo parte do programa Green Building Council Brasil.

POR UM CUSTO EXTREMAMENTE INTERESSANTE, VOCÊ EMPRESÁRIO, ENGENHEIRO OU ARQUITETO ESTARÁ TRAZENDO UMA SOLUÇÃO PARA SUAS INSTALAÇÕES!

“Relatório americano concluiu que a temperatura no ambiente de trabalho atingindo 36° C, a produtividade cai 20% e a frequência de erros aumenta em 75%. 10 minutos de reidratação diária, significa 36 dias ao ano por funcionário.”

**TEMPERFLEX** é um revestimento elastomérico, impermeabilizante, de excelente aderência, resistente a alcalinidade e intemperies (chuva e raios ultra violetas), além de sua composição elástica acompanhar a dilatação e retração da cobertura.  
(Classificadona Norma NBR 11702 ABNT).

“NÓS RECOMENDAMOS!”



Marcos Kenji Fujisawa  
Arquiteto Crea 15.521D/Pr

INFORMAÇÕES:  
44 3025-6080

M4 EMPREITEIRA DE SERVIÇOS LTDA. CNPJ:08.700.640/0001-16  
AV. CERRO AZUL 572- SALA Ls18. CENTRO EMPRESARIAL ROYAL PLAZA  
MARINGÁ-PR FONE: 3025-6080

# O centro da moda está aqui

Maringá e região se consolidaram como o segundo maior polo de confecções do país e atraem milhares de compradores de todo o Brasil; empresas investem na criação de estilos e em uma identidade de moda

**Vinícius Carvalho**

A região de Maringá, colonizada por milhares de pioneiros há mais de 60 anos, atualmente recebe outro tipo de caravana todos os dias. São lojistas de todas as regiões brasileiras, das ensolaradas praias baianas às frias serras catarinenses. O que os atrai não são mais as lavouras de café, mas o referencial de tendências e estilo criados no segundo maior polo de confecções do país. Nos corredores dos shoppings atacadistas de Maringá e Cianorte convivem empresários de todos os sotaques, que em comum têm o desejo de levar aos clientes roupas com garantia de qualidade e conceito de atualidade.

A região deu uma amostra de seu poder no dia 31 de julho, quando os shoppings Avenida Fashion, Mercosul, Portal da Moda e Vestsul lançaram a coleção primavera-verão 2012. De acordo com o Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá (Sindinvest), só o desfile de lançamento atraiu dois mil compradores. E nos dias seguintes

cinco mil clientes de todo o Brasil passaram pelos eventos paralelos realizados nos quatro shoppings atacadistas.

Os estados que mais enviam compradores para Maringá e região são Santa Catarina, Paraná, Minas Gerais, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, São Paulo, Bahia, Goiás e Rondônia. Lojistas do Paraguai e Argentina aproveitam a proximidade para também fazer compras no polo de confecções paranaense.

A estrutura criada para atender tanta gente acabou se tornando um dos pilares da economia do estado. Só em Maringá e nos 70 municípios próximos, o setor de confecções gera cerca de 25 mil empregos diretos em 1,2 mil indústrias, que produzem uma média de sete milhões de peças por mês. Atualmente, a região só perde para a capital paulista em escala de produção de peças de confecção. Só nos shoppings atacadistas de Maringá são 800 mil unidades comercializadas por mês, em 510 lojas, com 2,8 mil empregos diretos.

O presidente do Sindinvest, Cás-

sio Murilo Almeida, lembra que a indústria de confecções na região noroeste do Paraná começou há mais de 40 anos, quando as pequenas fábricas começaram a prestar serviço para grandes marcas nacionais. Empresas terceirizadas passaram a investir pesadamente em pesquisa, tecnologia e design até conquistar o status de criadora de tendências. “O setor era um mercado em plena expansão e transformar a região em produtora de moda foi uma consequência”, avalia.

Um dos exemplos de investimento em pesquisa e design está na criação de cursos específicos para o setor. Foram lançados cursos de graduação e pós-graduação na Universidade Estadual de Maringá (UEM), Centro Universitário de Maringá (Cesumar) e Faculdades





Foto em uma indústria de confecção local: união e esforços para que as empresas sejam produtoras de moda


Maringá, além dos oferecidos no Centro Tecnológico de Maringá (CTM), ligado ao Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai). Esses cursos garantem a formação de pessoal qualificado em todos os níveis de produção, do chão de fábrica à prancheta de criação das peças.

Em outra frente, as entidades de classe começaram a fomentar o debate sobre o assunto, atraindo especialistas e elevando o nível de co-

nhecimento de mercado na região. O Sindvest e parceiros criaram eventos que projetam o setor, como o Colóquio Nacional de Moda, o Concurso Paraná Criando Moda, a Feira Tecnomoda e os lançamentos das coleções dos shoppings atacadistas.

Alguns empresários deram um passo à frente e colocaram seus estilistas em contato com o que há de mais moderno na moda mundial. Profissionais de Maringá e região participam de semanas de moda em

### O segundo maior polo confeccionista brasileiro

O setor emprega, diretamente, **25 mil pessoas** em Maringá e nos **70 municípios** da região 



**1,2 mil**

é o número de indústrias



**7 milhões**

de peças são produzidas mensalmente



**510 lojas**

estão instaladas nos shoppings atacadistas de Maringá

Walter Fernandes



**“Buscamos desenvolver peças com modelagem diferenciada. Não vendemos preço, vendemos moda”, afirma o presidente do Sindvest, Cássio Almeida**

Paris, Londres e Milão, pesquisam tendências em sites especializados, participam de palestras e congressos pelo mundo afora. Tudo para manter a moda paranaense atualizada.

O setor segue um planejamento profissional para se manter em destaque no Brasil. A associação dos shoppings contratou um executivo para direcionar as ações do segmento. “Até o final do ano teremos um planejamento sobre as diretrizes que iremos tomar em 2012”, revela o presidente do Sindvest. Os empresários têm investido em ações que contribuem para valorizar a marca local, como na prospecção de clientes em todos os estados brasileiros, incentivo ao turismo de negócios e negociação com companhias aéreas, para baixar o valor das tarifas e agilizar o transporte de clientes.

## Processo de produção

A gestão profissional do setor

é reproduzida dentro das empresas. Todas as etapas do processo de produção são planejadas para garantir um produto de ponta. Na KNT Denim & Fashion, uma coleção demora em torno de cinco meses para ser concebida. Neste período, estilistas e outros profissionais fazem pesquisas, viagens, escolhem materiais e fornecedores, fazem compras, definem desenhos, modelagem e pilotagem. Depois disso, aprovam os modelos para que o processo continue na linha de produção. “Existe um equilíbrio dentro das nossas linhas de produto, e hoje o produto que representa maior faturamento é o jeans”, explica a gerente comercial e de marketing da KNT, Patrícia Calçavara. “As linhas com inspiração na alfaiataria são um grande sucesso e os produtos da linha de malharia feminina e masculina ainda representam muito para a empresa”, completa.

Os principais clientes da KNT

vêm das regiões norte, sul e sudeste do país. Para criar uma identidade sólida entre os consumidores, a empresa investe em pesquisa. O estímulo para inovação começa com os fornecedores, que trazem novas matérias-primas, apresentam novos processos e caminham juntos durante o desenvolvimento da coleção. A empresa conhece bem seu público e sabe que nem todas as inovações se aplicam à realidade do consumidor médio. “Nem tudo que é tendência é aplicável a todas as marcas, a todos os estilos de produtos e de consumidores”, destaca Patrícia.

Na Emma Fiorezi, empresa especializada em moda feminina com foco em gestantes, são 110 funcionários – quatro deles na equipe criativa. A diretora de criação, Ivone Nani, destaca que 40% da produção são peças para pessoas que procuram roupas extremamente confortáveis. O processo criativo começa com a definição

do mix que será produzido. “Antes, é preciso conhecer muito bem o público a ser atingido: quais são seus desejos, para que ocasião a peça será usada, o quanto ele desembolsa pelo produto, quais serão as peças comerciais e as peças conceitos”, descreve Ivone. “Estamos envolvidos com o público-alvo e investimos em pesquisa, viagens e leituras para adaptar a um design de desejo”, acrescenta.

Para Ivone, apesar do alto padrão conquistado pelas empresas da região, ainda há muito trabalho pela frente. “Hoje somos um grande polo produtor de confecção. A evolução para sermos conhecidos como criadores de moda é gradativa”, analisa. A diretora acredita que as faculdades de moda e os cursos especializados estão contribuindo muito para isto acontecer.

A empresária Vanessa Lima, diretora de criação da empresa que leva seu nome, está no mercado de confecções há sete anos e não o

troca por nenhum outro. “Não saio mais deste ramo. A satisfação de ver uma pessoa usando a roupa que vi sendo criada do zero é inigualável”, diz Vanessa.

Ela explica que entre a ideia e o fim da produção são 40 dias de muito trabalho. São três pessoas na equipe de criação, que viajam, pesquisam sites e revistas e adaptam as tendências ao estilo próprio definido pela empresa. “Nosso cliente é a mulher que busca vestidos que valorizem o corpo. Fazemos uma releitura das tendências”, explica.

A empresa produz oito mil peças por mês, vendidas em Maringá. “Meus planos são contratar mais pessoas, ampliar a produção e abrir uma unidade em Cianorte”, revela. A empresária afirma que o grande gargalo do setor é a mão de obra qualificada. “Está difícil encontrar gente em qualquer função no setor de confecções, mas o maior problema é contratar costureira”, diz Vanessa. A empresa tem 15 funcio-

nários e terceiriza a costura.

### Divulgação

A diretora da empresa maringense Perfect Way, Cristiane Medeiros, pesquisa moda em São Paulo, Belo Horizonte e Rio de Janeiro há nove anos, principalmente nas grandes indústrias de confecção. Por onde passa, pergunta se as pessoas conhecem a moda do Paraná. “A maioria conhece Cianorte, mas não sabe que Maringá é maior. Precisamos vender Maringá como um polo de moda. Temos que trazer o cliente para cá, independente de onde ele vá comprar, para que a cidade fique mais conhecida no âmbito nacional”, avalia.

A Perfect Way produz moda feminina e tem 96 funcionários, entre a fábrica e as três lojas, uma delas de atacado em Cianorte. São dez pessoas só no setor de criação, que estão em constante contato com os grandes fabricantes de tecido. “Temos uma parceria forte

Walter Fernandes



Para Ivone Nani, da Emma Fiorezi, hoje a região é uma grande produtora de confecção; “a evolução para sermos conhecidos como criadores de moda é gradativa”



**A empresária Vanessa Lima faz planos de aumentar a equipe, ampliar a produção e abrir uma unidade em Cianorte**

com as indústrias, na definição de estampas e outras ideias”, diz Cristiane. As coleções são definidas após workshops e palestras em indústrias têxteis, além de muita pesquisa pela web e um trabalho intenso nas redes sociais. O público da Perfect Way está focado no Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

Para Cristiane, Maringá já oferece vantagens em relação a São Paulo, o maior polo de confecção do país. “Aqui, em um espaço concentrado, os compradores encontram mais de 400 lojas, que oferecem vantagens e facilidades de hospedagem e alimentação”, enumera. Para a empresária, Maringá soube se diferenciar de São Paulo ao reunir qualidade,

exclusividade, boa modelagem e ótimo atendimento.

### Concorrência chinesa

Mesmo com todo o investimento em tecnologia, qualificação e atualização das indústrias de confecções de Maringá e região, o setor é um dos mais expostos à concorrência do mercado estrangeiro. O problema é ainda mais grave em tempos de dólar fraco, pois os produtos de outros países chegam mais baratos ao Brasil e as empresas brasileiras perdem dinheiro se continuarem a exportar.

Os empresários do setor sabem o nome do país que mais ameaça o segmento: a China. Com 1,339 bilhão de habitantes, quase sete vezes mais que o Brasil, o país

oriental tem 60% da população com renda média familiar inferior a 7.279 yuans, ou R\$ 1.821, por ano. Apenas 3,6% da população chinesa com 15 anos ou mais possui algum tipo de estudo além do equivalente ao ensino médio no Brasil.

A mistura de pobreza e falta de educação formal resulta em mão de obra barata para as indústrias chinesas, entre elas, a de confecção. Para completar, o governo comunista utiliza o controle de câmbio para manter o yuan desvalorizado em relação às demais moedas do mundo. Como resultado, o produto chinês chega ao mercado externo mais barato do que custaria dentro do próprio país.

Os empresários de Maringá e região identificaram que o sucesso

## Cianorte une forças a Maringá

Empresários de Cianorte e Maringá perceberam que fazer moda era o caminho para se diferenciar, mesmo na época em que ninguém falava da China. Segundo o coordenador do Arranjo Produtivo Local (APL) que envolve as duas cidades, Oséias de Souza Gimenes, uma das características e vantagens é que a comercialização nos dois municípios ocorre em shoppings de atacado, locais que inovam constantemente. “Os lojistas procuram desenvolver um volume menor de peças iguais e ter bastante opção de modelos. Suas coleções são renovadas constantemente, principalmente no setor da modinha, diferente dos chineses, que trabalham com volume”, analisa Gimenes.

Maringá e Cianorte são os maiores responsáveis

pelos resultados paranaenses no setor de confecções. São 5.811 empresas, que geram 88.204 postos de trabalho e alcançaram R\$ 3 bilhões em vendas, em 2009. No ano passado, as empresas paranaenses do setor exportaram US\$ 150 milhões.

Em Cianorte, só no lançamento da coleção primavera-verão 2012, mais de 15 mil pessoas participaram. Na cidade, são mais de 450 indústrias de confecções, com mais de 600 grifes. O setor gera 15 mil empregos diretos e cerca de 30 mil indiretos em toda a região.

Para Gimenes, as empresas da região estão em constante desenvolvimento, tanto com a ampliação dos parques fabris, como com a abertura de lojas nos shopping atacadistas. As universidades também têm investido em cursos da área de moda e o município tem forte atuação do Serviço Brasileiro

de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

A união do segmento culmina com a Expovest, que acontece simultaneamente em seis shoppings atacadistas da cidade: Mega Polo, Ciavest, Nabhan Cia Fashion, Uninvep, Master Shopping Atacadista e Dallas Moda Shopping e também na Rua da Moda. O APL tem projetos para a criação de uma certificação de empreendedorismo, qualidade e atendimento, para estabelecer um modelo para o setor e valorizar as empresas da região. “A criação de um selo da qualidade regional, para ser colocado nas roupas, será uma referência da nossa qualidade em qualquer lugar do Brasil ou do mundo onde forem vendidas”, explica Gimenes. Outro projeto é o Museu da Moda, um local onde ficará registrada a história do setor.



## Novos Cursos para 2012

**Agronomia • Arquitetura e Urbanismo • Ciência da Computação • Design de Interiores  
Engenharia Civil • Engenharia Elétrica • Gastronomia • Medicina Veterinária**

Informações  
[www.uninga.br](http://www.uninga.br)

Av. Colombo, 9727 - Km 130 - Maringá - PR  
Fone: 3033-5009 | [www.uninga.br](http://www.uninga.br)

chinês é baseado em alta quantidade e baixo preço, mas perdem em qualidade. Por isso, a estratégia é investir onde o concorrente não consegue competir. “Cada vez mais buscamos desenvolver peças com modelagem diferenciada, baseadas nas tendências da moda mundial. Não vendemos preço, nós vendemos moda”, ressalta Almeida.

Outro fator decisivo para a vantagem da indústria local é que o produto chinês demora até três meses para chegar ao Brasil. Já a moda fabricada na região pode chegar às lojas em até uma semana. “É possível dentro de uma mesma estação lançar até quatro coleções. Desta forma, o produto nacional fica mais diversificado e atualizado. Isto vai ao encontro do novo perfil do consumidor, que é imediatista”, diz.

# Região quer avançar na produção da seda

A região noroeste do Paraná produz casulos de bicho-da-seda desde a década de 1970, mas não tinha um projeto de industrialização para agregar valor à produção. Nos 29 municípios do vale do Rio Pirapó, entre Maringá e Nova Esperança, está 35% da produção paranaense de casulos. O Paraná responde por 90% da produção nacional, mas muito pouco é industrializado. O material é beneficiado e se transforma em fios de seda, onde cerca de 95% são exportados. Apenas 5% ficam no Brasil e em tecelagens de São Paulo e Petrópolis viram tecido.

Um projeto local quer mudar essa realidade e transformar os produtores de casulo do vale do Rio Pirapó numa referência, com a marca registrada de Vale da Seda. Cerca de 800 famílias da região serão contempladas com o projeto, que pretende estabelecer um sistema de beneficiamento dos fios que permita a industrialização na própria região. “Hoje

o produtor recebe R\$ 9 por um quilo de matéria-prima, suficiente para a confecção de quatro echarpes de seda”, cita o coordenador do Instituto Vale da Seda, João Berdu. “Cada echarpe é vendida depois por R\$ 90, ou seja, uma valorização de 4000%”, compara.

Os detalhes do projeto e exemplos de aplicações práticas da industrialização local serão apresentados em Nova Esperança, entre 12 e 20 de novembro, durante a Feira Nacional do Vale da Seda. O município responde sozinho por 15% da produção paranaense.

Por meio da Incubadora Tecnológica da Universidade Estadual de Maringá (UEM), foi desenvolvida uma forma de romper a barreira tecnológica que impedia a industrialização do produto na própria região. “Para o beneficiamento da matéria-prima, os equipamentos que os produtores dispõem já são suficientes. Não será necessário um investimento de grande porte para passarmos para o próximo estágio”, explica Berdu.

A marca Vale da Seda será patenteada e divulgada mundialmente, indicando que o produto é da melhor região produtora do mundo. O projeto garante sustentabilidade dos pequenos produtores locais, diferencial que também contribui para a valorização da marca. ■

Walter Fernandes



**João Berdu é coordenador do Instituto Vale da Seda, que tem como um dos objetivos agregar valor à produção do bicho-da-seda**

Planeje seu futuro com tranquilidade

# SANTA CASA SAÚDE

UM PLANO DE AMOR À VIDA



ANS Nº 33.683-1



Santa Casa  
Saúde

FALE COM NOSSA EQUIPE

**3033-5690**

[www.planodesaude.santacasamaringa.com.br](http://www.planodesaude.santacasamaringa.com.br)



Segundo o Ministério do Trabalho, 306 mil brasileiros com deficiência estão empregados, mas se a lei fosse aplicada na totalidade, seriam 518 mil

# Uma janela para a inclusão

Para empresas com mais de cem funcionários, contratar pessoas com deficiência é obrigatório, mas uma das dificuldades é encontrar profissionais com perfil para a vaga; Agência do Trabalhador tem programa para facilitar a contratação

**H**á 15 anos a coordenadora do Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência no Trabalho (PPD), da Agência do Trabalhador de Maringá, Ana Carmen Dias, perdeu a visão, em função de uma doença genética. Naquela época Ana era graduada em Letras, trabalhava como professora e tinha uma empresa comercial. Mas depois de perder a visão, ela interrompeu as

atividades profissionais e precisou aprender a ler e escrever em braille, passou a utilizar uma bengala e aprimorou outros sentidos.

Para voltar ao mercado de trabalho, Ana procurou oportunidades na iniciativa privada e mesmo tendo uma pós-graduação, não conseguiu uma vaga. “Foi quando decidi prestar concursos públicos e com a ajuda de minha mãe comecei a estudar. Ela

lia os textos e gravávamos os conteúdos”. A dedicação rendeu a Ana a aprovação em três concursos. “Meu primeiro trabalho após ter perdido a visão foi de telefonista”, conta. Depois, ela foi convidada para coordenar o programa na Agência do Trabalhador, onde está há seis anos, e cursou mais uma pós-graduação. Ana Carmen é um dos 306 mil trabalhadores brasileiros com defi-

ciência que estão empregados - os dados referem-se a 2010 e constam no Relatório Anual de Informações Sociais (Rais), divulgado pelo Ministério do Trabalho e Emprego em maio deste ano.

## Trabalho

O programa de inclusão, coordenado por Ana Carmen, foi criado em 2004 e cadastra pessoas com deficiência, que além de terem uma oportunidade de colocação no mercado, são instruídas sobre a importância de retomar os estudos e se qualificarem.

Depois as empresas que têm vagas em aberto para deficientes são contactadas para agendamento das entrevistas com os candidatos pré-selecionados e serão verificadas as condições de trabalho. Atualmente cerca de 350 pessoas com deficiência estão cadastradas, sendo que 70% estão empregadas.

Ana explica que o objetivo é contribuir com o processo de inclusão das pessoas com deficiência através do trabalho e atuar como um agente facilitador. Atualmente há vagas para os setores administrativo, portaria, telemarketing, zeladoria, linha de produção e serviços gerais, com salários de até R\$ 1,5 mil.

Para ela, a Lei 8.213/91, que fixa a cota mínima de pessoas com deficiência contratadas pelas empresas, “é uma política de ação afirmativa que tem contribuído com transformações culturais e com a ampliação da oportunidade de trabalho”.

Ana explica que o preenchimento das vagas depende de diversos fatores, como a qualificação, acessibilidade física nas empresas e acessibilidade quanto à comunicação, como a oferta de curso de libras aos funcionários, comunicação gestual para facilitar a comunicação com



Divulgação

**Ana Carmen Dias coordena o Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência da Agência do Trabalhador; das 350 pessoas cadastradas, 70% estão empregadas**

pessoas surdas e a disponibilização de material em braile.

A Agência do Trabalhador também realiza palestras para as pessoas com deficiência, sobre comportamento em entrevistas e ética profissional. E para as empresas, as palestras abordam informações e orientações sobre deficiências, acessibilidade física e atitudinal.

Segundo Ana, é gratificante informar e orientar os empresários sobre as tecnologias que possibilitam às pessoas com deficiência trabalharem em grau de igualdade com outros profissionais.

## Obrigatoriedade

Neste ano a lei 8.213/91 completou 20 anos. Empresas com cem ou mais empregados devem, segundo a lei, contratar portadores de deficiência física, auditiva, visual, mental ou múltipla. A advogada Drieli Ortiz

Belini explica que é obrigatório o preenchimento de um percentual de vagas que varia de 2% a 5%, conforme o número de funcionários.

Só que de forma geral as empresas não têm cumprido a lei. “Para uma efetiva aplicação da lei, seria necessária a contratação de aproximadamente 518 mil pessoas com deficiência no Brasil, o que praticamente dobraria o número de empregados contratados”, diz Drieli, acrescentando que a maioria das empresas com mais de cem funcionários oferta vagas para os deficientes, mas não na quantidade exigida por lei.

A advogada explica ainda que os funcionários com deficiência não têm nenhum tipo de estabilidade prevista na legislação trabalhista. Os estabelecimentos que não cumprem a lei estão sendo autuados e, segundo Drieli, a Delegacia Regional do Trabalho (DRT) tem sido rigorosa

www.acim.com.br

**Na Santa Casa, 42 funcionários têm deficiência; segundo o administrador Antonio Geraldo Gomes, o processo seletivo é igual para todos os candidatos**



na fiscalização, aplicando multas quando necessário. O valor pode chegar a quase R\$ 120 mil.

Um meio de fazer com que as empresas cumpram a lei tem sido a assinatura do Termo de Ajustamento de Conduta (TACs), um documento firmado entre as empresas e o Ministério Público do Trabalho, onde essas se comprometem a dar a efetiva aplicabilidade à lei. O termo tem eficácia de título executivo extrajudicial, podendo ser executado.

Drieli explica que o Ministério do Trabalho expede ofícios às empresas, requisitando informações, como documentos comprobatórios, sobre o número atual de empregados. Após a análise da documentação, verificando que não há o cumprimento da reserva legal, o órgão propõe o cumprimento gradual do percentual de vagas através dos TACs. Se a empresa não quiser firmar esse termo ou se negar a cumprir integralmente a cota legal, caberá uma ação civil pública visando à aplicabilidade da lei. Drieli destaca que são vários os fatores alegados pelas empresas para o não cumprimento das cotas, como o baixo nível de qualificação dos trabalhadores com deficiência.

## Dentro da lei

Na Santa Casa a contratação de pessoas com deficiência teve início há 22 anos e a cota exigida por lei foi completada em 2004, segundo o administrador e gerente de recursos humanos do hospital, Antonio Geraldo Gomes. Ele informa que atualmente 42 colaboradores com deficiência integram o quadro de funcionários do hospital.

As novas vagas são divulgadas na Agência do Trabalhador e o processo de seleção inclui entrevistas e, em alguns casos, testes de avaliação psicológica, além de prova escrita. “Também é avaliada a qualificação profissional, ou seja, a pessoa é tratada sem discriminação e participa de um processo seletivo com os demais candidatos”, diz.

O tempo de reposição de vaga gira em torno de 30 dias e varia conforme o cargo. “No momento não temos vagas, mas o recrutamento é uma constante e sempre há necessidade de reposição”, explica ele, acrescentando que há pessoas com deficiência em todos os setores da instituição.

Para Gomes, apesar do aumento de pessoas com deficiência no

mercado de trabalho em função da obrigatoriedade, ainda há muito o que fazer. Isso porque, segundo ele, além do preconceito, a instituição queixa-se da falta de mão de obra qualificada.

Outra empresa maringense que há quatro anos abriu espaço para os portadores de deficiência é a Surya Dental. Segundo o administrador e gerente de recursos humanos, André Luis Mariano, a empresa recebeu a visita de um funcionário da Agência do Trabalhador, que ajudou a mapear as possibilidades de contratações de pessoas com deficiências em cada função.

Atualmente nenhum funcionário com deficiência integra a equipe da empresa, pois, segundo Mariano, os que estavam trabalhando se desligaram de olho em remunerações maiores ou por não terem tido o rendimento esperado. De acordo com o gerente, falta qualificação profissional para o preenchimento de algumas vagas. “Até hoje só conseguimos contratar pessoas no setor operacional, pois na administração e no comercial, em que exigimos maior qualificação, é difícil preencher a vaga”, justifica. ■



## VOCÊ SABE COM QUEM ESTÁ FALANDO?

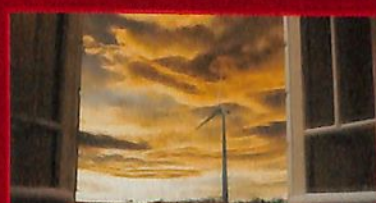
O **DEPEA** TEM  
ESSA E OUTRAS  
RESPOSTAS.

Dados, números, gráficos, tudo isso se resume em uma palavra: informação. Hoje em dia ela é vital para quem quer ampliar, repensar ou abrir um negócio. Através do **DEPEA** a **ACIM** desenvolve e aplica pesquisas essenciais para você conhecer todas as faces do seu público e do mercado.

Informe-se: 44 3025-9622  
ou [www.acim.com.br](http://www.acim.com.br)

Ter um filme e  
melhores da  
Prêmio Profis  
da Rede Glob  
Mas é de des  
a gente gosta

Entre os oito  
região Sul no  
sionais do Ano  
o não é fácil.  
ofios que  
mesmo.



Título: Feira de Ciências | Cliente: Ecoingá Empreendimentos

[youtube.com/animalamps](https://youtube.com/animalamps)

anima**Lamps**  
.com



Walter Fernandes

# À procura de técnicos

Alguns setores vêm sofrendo com a falta de mão de obra técnica; o descompasso entre o mercado e os cursos técnicos ofertados é visto por muitos empresários como empecilho para a capacitação de mais profissionais

**Vanessa Bellei**

**P**ara quem concluiu o ensino médio e pretende ingressar no mercado de trabalho, os cursos técnicos podem ser uma boa alternativa, já que os técnicos estão em falta e há empresas com dificuldades para suprir essa necessidade sem acarretar prejuízos aos negócios.

Em Maringá, três grandes setores - vestuário, construção civil e tecnologia da informação - juntos têm mais de mil vagas de trabalho

em aberto. O descompasso entre os cursos ofertados e as necessidades do mercado é visto por muitos empresários como um dos empecilhos para a capacitação dessa mão de obra. "O mercado hoje necessita muito de técnicos. Temos uma demanda que não está sendo atendida pelos cursos ofertados", avalia o presidente do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), o empresário Luis Fernando Ferraz. Segundo ele, esta demanda precisa ser



Para ajudar a suprir a falta de mão de obra, a Recco Lingerie criou a Escola de Costureira; os alunos ingressam com carteira assinada e salário

em aberto na cidade porque não há profissionais para preenchê-las. A alternativa foi fazer parcerias com instituições de ensino superior e centros de treinamentos. “Estamos em contato direto com as faculdades e com parcerias com o Senai para proporcionar treinamentos de três meses para aqueles que não têm experiência e têm interesse de entrar neste mercado”. Segundo ele, a maioria dos alunos, mesmo aqueles que ainda não terminaram os cursos, é aproveitada pelas empresas. “Alunos que cursam o primeiro ano do ensino superior de informática já estão sendo contratados. Com os cursos profissionalizantes do Senai, a situação se repete”, destaca Silva. O salário inicial no setor de tecnologia da informação é de R\$ 800 e, para aqueles que se destacam, o crescimento na empresa é rápido. “Em um ano tem gente que está ganhando R\$ 2 mil”. Atualmente, pelo menos 70 empresas do setor estão instaladas em Maringá.

Na área do vestuário, a saída também foi qualificar mão de obra nas empresas. Há quase cinco anos, a Recco Lingerie deu início à Escola de Costureira. Dentro da empresa, pessoas que têm noções de costura e querem trabalhar na Recco são treinadas por um tempo máximo de três meses. Detalhe: os alunos já entram na empresa com carteira

atendida de forma rápida e contundente. “Sabemos que o governo federal está trabalhando para isso, mas é necessário ampliar a gama de cursos técnicos. Temos a sofisticação e tecnologia das fábricas e precisamos destes técnicos bem qualificados”.

Uma forma que os empresários encontram para suprir, em parte, esta necessidade de mão de obra qualificada é oferecer treinamento dentro das empresas, por meio de parcerias com o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai). De acordo com o presidente da Software by Maringá, Sandro Moles da Silva, atualmente uma média de 200 vagas no setor estão

## Novidade na área de qualificação



O governo estadual investirá na construção de cinco **Centros Estaduais de Educação Profissional** voltados para a educação técnica de nível médio

A intenção é que a **oferta de cursos** seja adequada à demanda de mercado de cada região

assinada, com salário de aprendiz e carga-horária para cumprir. “Eles estão aprendendo e produzindo para a empresa também”, destaca a analista de Recursos Humanos da Recco Lingerie, Jaqueline Reindert Godoy. Todos os alunos que têm bom rendimento ao longo do treinamento são aproveitados pela empresa. Atualmente são 25 alunos.

### Oferta de cursos

Trinta e nove cursos técnicos gratuitos são ofertados pelo Governo do Estado em Maringá e em outros oito municípios. Os cursos são realizados em escolas estaduais. “Existem cursos como Técnico de Segurança do Trabalho e Técnico em Enfermagem que possuem lista de espera”, informa a chefe do Núcleo Regional de Educação de Maringá, Maria Inês Teixeira Barbosa.



Walter Fernandes

**Segundo Sandro da Silva, da Software By Maringá, 200 vagas no setor estão abertas; empresas estão fazendo parcerias para treinar mão de obra**

Ela explica que para definir os cursos, a necessidade do mercado é levada em consideração. “Os cursos técnicos são definidos através de eixos tecnológicos, os quais apresentam um leque de cursos que são selecionados de acordo com a vocação da região. Por exemplo, o curso técnico em Cuidados com a Pessoa Idosa surgiu por meio de um estudo da necessidade da comunidade. Já o de Viticultura e Enologia, que está sendo pleiteado para Marialva, foi selecionado levando em consideração a vocação da região para a produção de uvas”, informa. A comunidade escolar também é consultada antes da abertura do curso.

Apesar do curso técnico em informática ser um dos mais procurados, os empresários afirmam

que o curso não tem sido suficiente para formar a mão de obra qualificada que o setor necessita. Mas o Núcleo Regional de Ensino discorda. “Este curso capacita o aluno para diferentes atuações no mercado, como instituições públicas, privadas, do terceiro setor, principalmente envolvendo sistemas computacionais e programação de computadores. Ele é um caminho para o aluno ganhar condições econômicas e seguir os estudos de graduação. Ele não é o fim, mas o início de uma carreira profissional”, enfatiza Maria Inês.

Os cursos técnicos ofertados pelo Estado hoje atendem quem possui o ensino fundamental

completo e quem concluiu o ensino médio. “A duração dos cursos para quem só concluiu o ensino fundamental é de quatro anos. Os cursos para quem possui o ensino médio são de um a dois anos”, informa. Para a chefe do Núcleo, a divulgação é um dos desafios. “Muitas pessoas da comunidade desconhecem que a escola pública estadual oferta cursos profissionalizantes”.

O curso técnico de vestuário é um dos que aguarda liberação do Conselho Estadual de Educação para ser realizado em Maringá. “Assim que for liberado irá atender uma necessidade de mercado de profissionais com conhecimento de vestuário e tecnologias aplicadas

nesta área. Quando autorizado será ofertado no Colégio Estadual João XXIII”.

O Senai é outra opção para quem está a procura de uma formação técnica, onde 50% das vagas ofertadas são gratuitas. Para usufruir das vagas gratuitas, o candidato deve comprovar renda familiar, por pessoa, de até um salário mínimo, e o segundo pré-requisito é ter estudado em escola pública. Caso ainda sobrem vagas no curso, as vagas gratuitas são abertas para o público em geral. Mecânica industrial, eletromecânica, eletrotécnica, construção civil, vestuário, logística e biotecnologia são as áreas que possuem cursos técnicos. Para o ano que vem há previsão de oferta de cursos em outras quatro áreas. O valor da mensalidade é, em média, de R\$ 300.

Na opinião do diretor do Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá (Sindvest) Valdir Scalon, “cursos técnicos gratuitos na área do vestuário contribuiriam e muito para o setor”, destaca, acrescentando que esta é uma solicitação antiga do setor. “A grande deficiência é que os cursos do Senai são pagos. Ou o governo coloca cursos técnicos gratuitos nas escolas ou oferece cursos gratuitos no Senai”.

O gerente do Senai Maringá, Luiz Antônio Mendonça, informa que a oferta dos cursos leva em consideração o mercado de trabalho. “Existe um Comitê Técnico Setorial que define o perfil profissional do técnico e as empresas participam efetivamente deste processo”. Ele acredita que em Maringá metalmeccânica, vestuário, construção civil, tecnologia da informação, biotecnologia e automação são as áreas que estão crescendo e oferecem



Divulgação

**O secretário de educação Flávio Arns confirma que serão abertos centros de educação profissional em Maringá e em Colorado**

boas oportunidades de emprego. “Pesquisas do Senai nacional com egressos indicam que aproximadamente 85% dos alunos dos cursos técnicos têm oportunidade de trabalho após a conclusão do curso”.

### **Centros de formação**

O governo Estadual anunciou um investimento de R\$ 126 milhões para a reforma e construção de escolas. “Com isso, acreditamos que as escolas que possuem cursos técnicos serão beneficiadas”, destaca Maria Inês, do Núcleo. Neste pacote de investimentos também está prevista a construção de cinco Centros Estaduais de Educação Profissional no Paraná (CEEP), entre eles o de Maringá e o de Colorado. “Estes centros ofertarão exclusivamente educação profissional técnica de nível médio. Contará com salas de aulas e laboratórios específicos para os cursos ofertados. Quanto

aos cursos, serão selecionados aqueles que forem de interesse e da necessidade da comunidade local e regional”.

Para o secretário estadual de educação, Flávio Arns, os cursos técnicos são importantes para o desenvolvimento econômico. Ele afirma que o Estado tem como prioridade expandir a oferta destes cursos, levando em conta a demanda de cada região. “O planejamento para este ano e para 2012 é fortalecer a infraestrutura dos cursos existentes e dos novos. Também estamos abertos a parcerias com empresas, indústrias e institutos para que os alunos, através de estágio, possam ter oportunidade de ingressar no mercado de trabalho”.

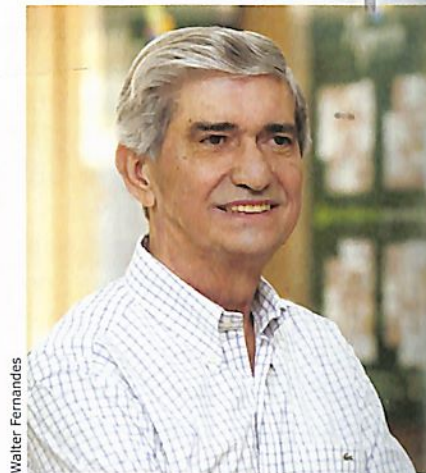
Arns confirma a construção de dois Centros de Educação Profissional na região, mas não informa a data prevista para o início das obras. ■

www.acim.com.br

# Mesmo com estagnação econômica, o caixa ficou no azul

**A GESTÃO DE PEDRO GRANADO FICOU MARCADA POR UMA AÇÃO PÚBLICA, O MOVIMENTO 13 DE JULHO, CONTRA A INFLAÇÃO E JUROS ALTOS; NO FINAL DO MANDATO, O FLUXO DE CAIXA DA ENTIDADE ERA POSITIVO, MAS FOI PRECISO ECONOMIZAR ATÉ PAPEL**

Entre 1994 e 1995 o empresário Pedro Granado ocupou a presidência da ACIM, numa gestão que foi marcada pelo movimento em prol do empresariado e pelo apoio ao crescimento do setor do vestuário. Natural de Tupã (SP), ele chegou a Maringá com os pais, em 1952, e desde 1984 atua no ramo imobiliário. Granado comanda junto com a esposa, Arlete, e os três filhos a Pedro Granado Imóveis. Ele é o entrevistado do perfil deste mês:



Walter Fernandes

**Quando o senhor assumiu a presidência da ACIM, a cidade começava a sentir a estagnação da economia, provocada pela crise que assolou o país (alta inflação, impeachment do presidente Fernando Collor de Melo, entre outros). Como a ACIM ajudou os associados a lidar com a crise?**

A ACIM não era o que é hoje. Na época não contava com muita estrutura para ajudar os associados. No entanto, lembro-me que fizemos palestras, com personalidades da vida pública. Fizemos ainda o Movimento 13 Julho (para protestar contra a situação econômica) e aos poucos atravessamos a crise, mas não foi fácil. Naquela época os comerciantes estavam gritando por causa dos juros altos, dos impostos altos e por causa das vendas muito baixas.

**O que foi o Movimento 13 julho?**

O movimento teve vários dias de duração. O encerramento foi marcado por um ato público, que contou com a presença do prefeito de Maringá e de cidades da região, presidentes e diretores de associações comerciais de todo o noroeste do Paraná, além de empresários e lojistas. Reclamávamos que era quase impossível pagar tantos impostos e pagar juros tão altos. Quando se contraía um empréstimo, o lucro nunca era suficiente para pagar os juros da dívida. Depois do Movimento fizemos um documento contendo um resumo das nossas pretensões e insatisfações. Então levei pessoalmente a Brasília este documento e entreguei nas mãos do Ministro da Fazenda, Pedro Malan. Tivemos um resultado positivo.

**Em 1995 foi realizado II Fórum Municipal de Segurança. A ACIM se preocupava com a segurança**

**pública da cidade?**

A ACIM sempre se preocupou com o assunto e sempre apoiou o Conselho de Segurança de Maringá. Quando é necessário, a entidade procura o Governo Estadual ou Federal para fazer reivindicações e discutir o assunto. Lembro-me que a cidade estava uma lástima, com muitos roubos e assaltos. Embora hoje ainda exista criminalidade, temos índices mais positivos que outras cidades do nosso porte.

**Outra ação realizada durante sua gestão visava aumentar o número de indústrias de confecções e shoppings de atacado do setor. A entidade chegou a receber o Voto de Louvor da Assembleia Legislativa do Paraná pela iniciativa de desenvolver a indústria têxtil do estado...**

Maringá começou a se preocupar com a industrialização e a confecção foi o setor que mais aproveitou. Maringá acabou ficando famosa em todo o Brasil pela montagem do polo de confecção. Um grande volume de pessoas vinha – e continua vindo – adquirir roupas por atacado, contribuindo para a geração de empregos. Foi aí que a Assembleia Legislativa viu o crescimento do setor e como a ACIM foi propulsora da iniciativa, recebeu o Voto de Louvor.

**Como a ACIM não tinha tantos produtos e serviços como hoje era comum que o caixa registrasse déficit. No entanto, na sua gestão o caixa ficou positivo. Houve alguma ação especial para isso?**

Acho que isso se deve a minha característica pessoal. Sempre trabalhei em empresas grandes e aprendi que com

dinheiro não se brinca. Na ACIM fomos economizando. Passamos um ano sem gastar nada e avaliávamos até para gastar folha de papel.

**Entre os serviços que a ACIM oferecia na época, na opinião do senhor, quais eram os destaques?**

Para o associado, o Serviço de Proteção ao Crédito, na época chamado de Seproc, era fundamental. Os associados não contavam com serviço semelhante e devido à instabilidade econômica, a taxa de inadimplência era muito alta. Outro serviço que julgo importante foi o convênio com operadora de saúde, uma forma que os empresários tinham, e têm até hoje, de oferecer plano de saúde como benefício aos colaboradores.

**O senhor atua no ramo imobiliário. E há um consenso de que os imóveis em Maringá têm preço alto. A quais fatores o senhor credencia isso?**

Antigamente os imóveis em Maringá valiam menos do que em Curitiba e em Londrina. Mas nossa região, entre Ivaí, Cianorte, Campo Mourão, Apucarana, acabou descobrindo que Maringá era polo de uma grande região. As pessoas acreditavam que comprando um imóvel aqui estariam protegidas da inflação, já que ele valorizava e valoriza muito. Além disso, Maringá é uma cidade rica, tem muita gente com bom patrimônio e a qualidade de vida é boa. Fora isso os índices de segurança pública diferenciados, a medicina avançada, a oferta de hospitais e a instalação de muitas faculdades também foram fatores importantes para a valorização imobiliária.

# CESUMAR

O maior Centro Universitário do Paraná, que cresce com inovação, qualidade e inclusão social.



**50** Cursos de Graduação Presencial

**10** Cursos de Graduação a Distância



@cesumaroficial



facebook.com/cesumar



cesumar.br/blog



youtube.com/cesumaroficial



1441 3027-6360

[www.cesumar.br](http://www.cesumar.br)

Av. Guedner, 1610 - Jd. Aclimação  
CEP 87050-390 - Maringá - Paraná

# Vendedores comprometidos 365 dias por ano

Contratar e manter motivados os vendedores externos não é uma tarefa muito fácil; profissionais precisam ter habilidades para o cargo e comprometimento com resultados e empresas devem oferecer treinamentos, remuneração atrativa e suporte

**Juliana Daibert**

**T**er iniciativa, ser ambicioso, comunicar-se bem, ser um excelente ouvinte, ter empatia e ser focado no resultado. Estas características são, segundo a gerente de vendas em Maringá do Consórcio União, Amanda Pimenta, imprescindíveis ao candidato a uma vaga de vendedor. No caso do negócio que ela gerencia, esse conjunto de qualidades é ainda mais valorizado. “Vendemos sonhos. Aquilo que o cliente não vê e nem leva para casa, e sim planeja e programa para o futuro. O desafio é identificar essa necessidade e vender os benefícios”, diz.

Se este é o repertório básico requisitado aos candidatos, os recrutadores também precisam estar atentos para não deixar um bom vendedor escapar. Segundo Amanda, se o candidato apresentar uma ou mais habilidades descritas acima, é necessário que a empresa proporcione meios para aprimorá-las por meio de treinamentos permanentes. “É muito difícil encontrar profissionais com

essas características natas. A arte é saber identificar o perfil e as características de cada um e desenvolvê-las”, afirma a gerente.

O especialista em Gestão de Pessoas e Metodologia do Ensino Superior Edilson Luiz Rodrigues da Silva acrescenta à relação de Amanda algumas qualidades: atitude profissional pró-ativa, comprometimento com as metas e objetivos da empresa, autodisciplina e autocontrole nas atividades.

Se este é o perfil ideal de qualquer vendedor, o que faz a diferença no profissional responsável pelas vendas externas? Silva acredita que são a autodisciplina e o autocontrole. “Os vendedores externos estão frequentemente fora da empresa e acabam perdendo o foco com maior facilidade, desviando a atenção para assuntos não comerciais”, avalia.

Em matéria de vícios de trabalho, Silva, que também é docente de cursos de graduação e pós-graduação, vê na experiência anterior de muitos profissionais a origem de alguns maus hábitos que comprometem



Walter Fernandes

o desempenho. A crença é de que manter as mesmas atitudes do passado vai corresponder aos resultados positivos já alcançados. “No entanto, o mercado encontra-se em constante evolução e necessita também de novas atitudes”, lembra.

Com experiência de 18 anos como gestor na área comercial, Silva afirma que o recrutamento e a seleção criteriosa auxiliam na formação de equipes de vendas externas focadas e preparadas para as constantes mudanças do mercado. Ao contrário do que ocorre na maioria dos casos, ele destaca a importância da participação do gerente de vendas no processo de seleção para ajudar a identificar o perfil profissional adequado às necessidades do setor. Na maior parte das vezes o gerente é apenas informado que determinado funcionário passará a integrar a equipe a partir de determinada data. “A tendência desse estilo de seleção é um excesso de *turnover*, ou seja, a rotatividade de pessoal e a consequente oscilação de bons e maus resultados da equipe”,



Na opinião do especialista em Gestão de Pessoas Edilson Luiz da Silva, o gerente de vendas deve participar do processo de seleção dos vendedores



## Maus hábitos mais comuns

**Vendedor experiente** que bate a meta no dia 20 e passa o restante do mês sem fazer nada

**Vendedor inexperiente** que oferece apenas aquilo que o cliente procura unicamente para alcançar a meta

**Vendedores dispersos** e sem foco

**Vendedores não comprometidos**, que acreditam que não precisam preencher determinados relatórios, pois não o faziam em seus empregos anteriores

**Vendedores que vivem do passado**, se vangloriando de resultados "antigos" que há muito tempo não alcançam mais

exemplifica.

Amanda também acredita que investir no processo de recrutamento e seleção de maneira a identificar o perfil de cada profissional de vendas é o passo mais curto para formar uma equipe comprometida. Na sequência é preciso estabelecer uma rotina de treinamentos capaz de multiplicar as melhores práticas no relacionamento com o cliente, desde a prospecção até o pós-venda. Ambiente de trabalho

agradável, que valoriza os profissionais, e programas de premiações e benefícios são essenciais para motivar vendedores a se comprometer com os resultados individuais e coletivos da empresa completam a lista.

A empresa deve equilibrar a proporção de vendedores internos e externos para evitar rugas entre os profissionais. Alguns fatores diretamente ligados à atuação da empresa contribuem para definir essa divisão,

a exemplo do tamanho e segmentação do mercado, público-alvo e o mix de produtos. Importante, segundo Silva, é a retaguarda de condições de trabalho para os vendedores externos e o comprometimento da equipe interna com as metas comerciais da empresa. "Os objetivos dos dois grupos devem estar ligados, fazendo com que eles trabalhem em equipe e formem a força de vendas da empresa", orienta Silva.

No entanto, a prática diária mostra que alguns setores são deficitários quanto ao apoio para os vendedores externos. Esta é a opinião de Luciane Andréia Lopes, que trabalhou por cinco anos em uma marmoraria nesta função. Segundo ela, a precariedade da ajuda de custo oferecida pelas empresas no início da carreira

"Acredito que a melhor maneira de remunerar o profissional de vendas é comissioná-lo, premiá-lo e manter um salário-garantia", defende a gerente de vendas do Consórcio União, Amanda Pimenta



Walter Fernandes

# Qualidade de vida inclui ambiente de trabalho

Ambiente, estrutura e clima organizacional afetam não só o rendimento, mas também a saúde; para a empresa, não investir no ambiente pode gerar prejuízo com despesas médicas e baixa produtividade

**Verônica Mariano**

**C**ontratar um profissional qualificado e com o perfil adequado ao cargo não é o único desafio que uma empresa enfrenta quando o assunto é recursos humanos. A qualidade de vida no ambiente de trabalho é um dos desafios para a administração da empresa, porque afeta diretamente a vida dos indivíduos e, conseqüentemente, os resultados das organizações.

Dados do Ministério da Previdência Social apontam que de 2007 a 2009 aumentou o número de registros de acidentes e doenças de trabalho, passando de 653 mil para mais de 723 mil. Dos casos registrados em 2009, mais de 13 mil foram de trabalhadores afastados por incapacidade permanente. Naquele ano foram destinados R\$ 14,2 bilhões para o pagamento de benefícios devido a acidentes e doenças do trabalho, somado ainda ao pagamento das aposentadorias especiais decorrentes das condições ambientais do trabalho.

Para o professor universitário Roldão Alves de Moura, a competitividade faz parte da sobrevivência, no entanto, uma empresa não pode se

descuidar da qualidade de vida dos colaboradores. A fixação de metas, com base na pressão por resultados, tem criado um ambiente desfavorável, causando desconforto e insatisfação aos colaboradores. “Metas fazem parte do planejamento de uma empresa, mas é preciso, antes, criar um clima de motivação (avaliação de desempenho transparente, treinamentos e premiações), de forma a gerar confiança entre empregador e colaborador. As metas de difícil concretização provocam medo, angústia e estresse, comprometendo o planejamento da empresa”, alerta.

Moura ainda comenta que há vários exemplos de organizações que se preocupam com o ambiente de trabalho. São empresas que exercem poderes de disciplina, de direção e de controle, respeitando os colaboradores, sem acarretar prejuízo aos interesses da empresa e dos clientes externos.

Fazer o que gosta é um passo importante para qualidade de vida no trabalho, mas só isso, conforme Moura, não basta. O colaborador motivado desempenhará suas funções com prazer no trabalho e ao ser dignamente tratado, tenderá a transmitir o mesmo respeito nas



**Sala de jogos da JS Informática, onde funcionários podem descontrair: ambiente organizacional e gestão de pessoas contribuem para a baixa rotatividade**

relações com clientes, fornecedores e consumidores.

Para Moura, a atuação do empresário deve ser no sentido da humanização do local de trabalho, de forma a possibilitar, além do lucro almejado, a satisfação e a qualidade de vida do colaborador. O professor ainda destaca que é importante respeitar os direitos fundamentais do funcionário. “A empresa deve proporcionar ao colaborador um ambiente favorável para as relações pessoais, uma atmosfera de confiança, na qual sinta prazer em trabalhar. Esse local vai além do aspecto físico: fatores comportamentais que envolvam práticas abusivas e ilegais,



como assédio moral ou sexual, demissões abusivas e outras práticas que agridam a honra e a intimidade do colaborador”, frisa.

### Visão clínica

De acordo com o fisioterapeuta e ergonômista George Coelho, as condições ambientais devem estar adequadas às características psicofisiológicas dos trabalhadores e à natureza do trabalho executado. “A Norma Regulamentadora 17, do Ministério do Trabalho, trata especialmente destas questões. Ela estabelece os níveis de ruído, de iluminação e ergonômicos a serem observados. Na iluminação, por exemplo, deve-se evitar ofuscamento, reflexos incômodos, sombras e contrastes excessivos”, esclarece Coelho, que é diretor administrativo da Labore Saúde Ocupacional.

Quando esses cuidados não são levados em consideração a saúde do funcionário pode ser posta em risco. “O empresário que não investe na qualidade de vida no trabalho terá profissionais desmotivados, com fadiga, desatentos e mais suscetíveis a erros, queixas de dores osteomusculares, insatisfação com o trabalho e problemas de visão. Condições de trabalho inadequadas alteram o funcionamento adequado do corpo”, argumenta.

Na visão de Coelho é mais vantajoso para o empregador se preocupar com o assunto, já que há a melhora na produtividade e no rendimento, satisfação com o trabalho, melhora da imagem da empresa na sociedade, além de estar adequada à legislação e às normas de saúde e segurança do trabalho. “Hoje as pessoas passam muito tempo trabalhando e se não houver atenção em relação a isso, o funcionário começará a ter uma limitação das capacidades humanas,



Walter Fernandes

**Para o fisioterapeuta George Coelho, “o empresário que não investe na qualidade de vida no trabalho, terá profissionais desmotivados, com fadiga, desatentos e mais suscetíveis a erros”**

como a atenção, concentração, força, equilíbrio e agilidade”.

### Benefícios x malefícios

O especialista em medicina do trabalho Daniel Palhares complementa que para obter certificações de qualidade no trabalho, exige-se o cumprimento de questões de saúde, segurança e conforto, além da adequação à legislação, responsabilidade social e sustentabilidade.

Os principais malefícios para a empresa, com um ambiente desfavorável aos trabalhadores, são os custos com as consequências da baixa produtividade, aumento do número de atestados médicos e doenças ocupacionais. “As doenças mais comuns causadas pelo ambiente de trabalho atingem a mente e o corpo. Os acometimentos mentais mais comuns são depressão, estresse, síndrome de *burnout* (distúrbio psíquico de caráter depressivo), entre outros transtornos. As doenças físicas podem ser LER/Dort (lesões por esforço repetitivo e distúrbios osteomusculares relacionados ao trabalho), que são um grupo heterogêneo de doenças do sistema osteomuscular”, explica o médico.

### Aulas de canto

Na Lettera Propaganda todas as quintas-feiras, durante uma hora do expediente, a equipe participa do projeto Canttaroia e troca computadores e papéis por aulas de canto. O projeto teve início há quatro meses. “Da auxiliar administrativa à direção, todos são convidados a participar. O projeto tem adesão de 80% dos colaboradores”, explica a diretora de criação, Moira Haddad.

O objetivo é reduzir o nível de estresse dos funcionários, que lidam diariamente com o cumprimento de prazos apertados. Além disso, aten-



Para ajudar a reduzir o nível de estresse e proporcionar um ambiente mais criativo, Lettera Propaganda oferece aulas de canto

der a expectativa e a cobrança dos clientes pode ser desgastante. “Não parece, mas o nível de estresse numa agência é elevado. O profissional tem que ser competente e rápido e há muita cobrança. A aula funciona como uma ferramenta para proporcionar um ambiente mais criativo, além de melhorar a integração entre a equipe. Acreditamos que isso ajuda a ampliar as percepções para problemas diários e, conseqüentemente, encontrar caminhos diferentes para resolvê-los”, frisa.

Na JS Informática uma das formas encontradas para proporcionar distração aos 36 funcionários foi a instalação de uma sala de jogos. A cada período do dia os funcionários têm dez minutos para jogar e se distrair. “Os profissionais passam muito tempo sentados. Com suas características, o Wii além de descontrair, proporciona movimentação física”, ressalta a coordenadora administrativa financeira, Sílvia Regina Covas.

De acordo com ela, esse é um atrativo para o profissional ao ingressar na empresa e uma ferramenta de retenção. “Todo diferencial e preocupação com a qualidade de vida do funcionário é importante e levada em consideração no momento do funcionário ingressar ou não em um trabalho”.

Para o diretor executivo da JS, Jair Slompo Júnior, a baixa rotatividade deve-se ao trabalho realizado na gestão de pessoas e ao clima organizacional. “Desde o momento da seleção do profissional já prezamos em manter o bom ambiente. Observamos o comportamento, os valores e outros fatores que podem não ser adaptados à empresa. Procuramos ainda dar voz ao funcionário. Tanto que no nosso último planejamento estratégico ouvimos as opiniões e sugestão deles. Recentemente também contratamos uma empresa especializada em ergonomia para dar orientações sobre equipamentos adequados”, diz Slompo Júnior. ■

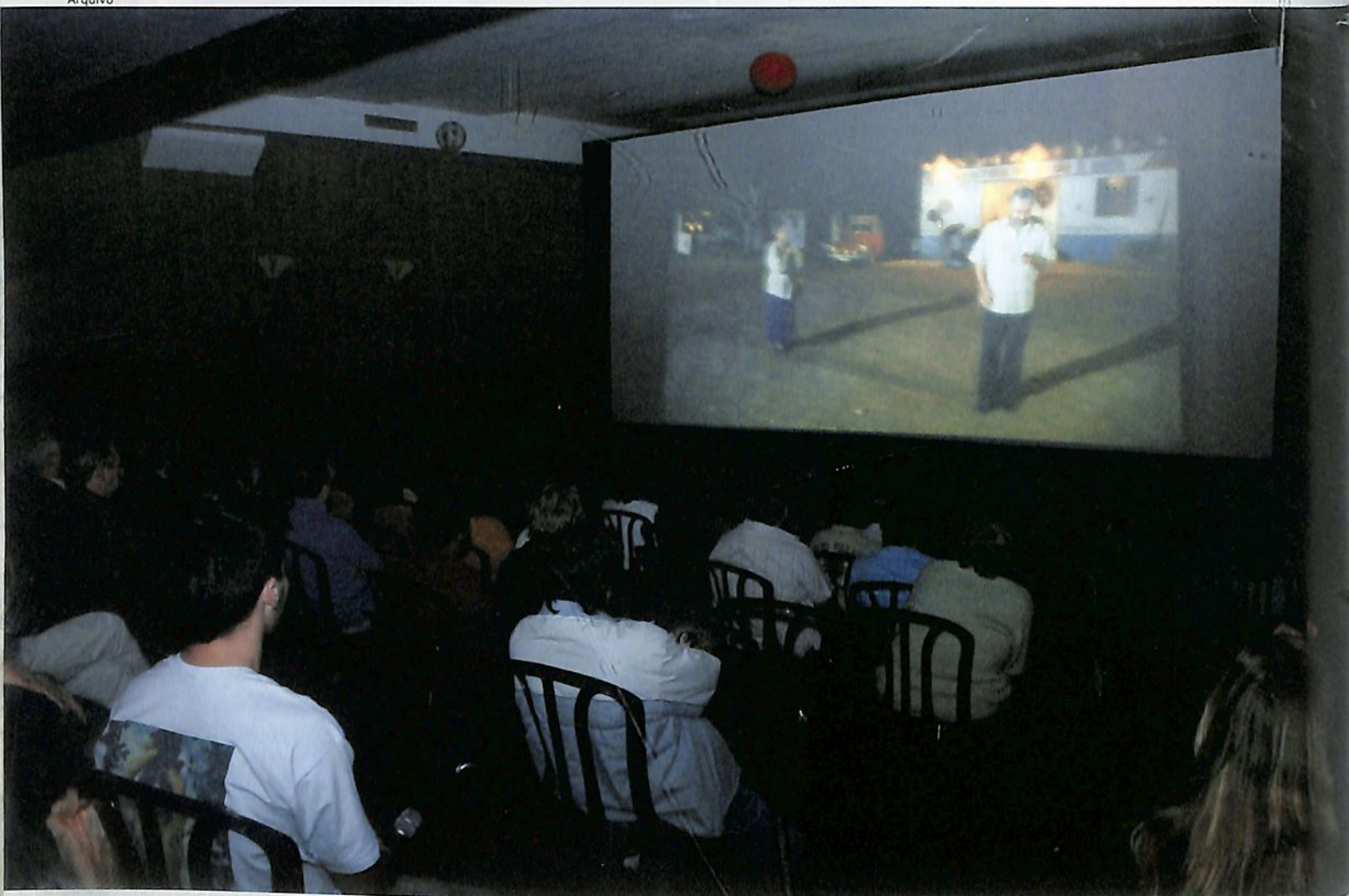
Nós nascemos para cooperar.



Desde cedo nós aprendemos que através da cooperação atingir nossos objetivos fica muito mais fácil.

O Sicoob, assim como você, acredita que cooperando nos tornamos mais fortes. Acredita que as grandes conquistas da nossa vida só se realizam quando nos unimos. Afinal, ninguém chega a lugar nenhum sozinho.

 **SICOOB**  
ASSOCIADO A VOCÊ.



**Festival de Cinema de Maringá: realizado anualmente, o evento recebe recursos da Viapar desde que passou a utilizar lei de incentivo**

## A marca associada à cultura

Leis de incentivo contribuem para a disseminação da cultura e são uma ferramenta para as empresas divulgarem a marca; quem quer investir em projetos culturais, pode destinar parte do imposto de renda por meio da Lei Rouanet

**Juliana Daibert**

Que investir em cultura é bom para produtores, artistas e comunidade não é novidade. O que muita gente desconhece são os mecanismos legais que permitem assinar eventos culturais junto aos produtores e ganhar visibilidade da marca por meio do marketing cultural.

Uma das empresas maringenses que incorporou as leis de incentivo em sua cultura organizacional é a Viapar Rodovias Integradas do Paraná. A iniciativa começou em 2003 e a demanda de projetos apresentados em busca de recursos para a viabilização aumenta a cada ano.

O assessor de comunicação, Marcelo Bulgarelli, explica que a aprovação do projeto cultural pelo Ministério da Cultura, por meio da Lei Rouanet, e sua publicação no Diário Oficial, é o primeiro passo para que a concessionária avalie a possibilidade de estar ou não ao lado do produtor. “Depois analisamos o projeto em si, o alcance e se é possível agregar assuntos de interesse não só da concessionária, mas da comunidade”, diz.

Em virtude do grande número de projetos apresentados por produtores dos municípios cobertos pelos 500 quilômetros da malha viária concedidos à Viapar, por trimestre a concessionária sabe o quanto pode destinar à Lei Rouanet, à lei do Incentivo ao Esporte e ao Fundo da Infância e Adolescência (FIA). No momento em que o recurso está disponível os produtores cadastrados e com a documentação em dia são comunicados para agilizar a parte burocrática.

O Festival de Cinema de Maringá é um exemplo. Desde que o evento passou a utilizar o mecanismo da lei de incentivo, a Viapar destina recursos a ele. De acordo com Bulgarelli, o festival, que acontece anualmente, é desenvolvido de forma a contemplar várias cidades da malha de atuação da concessionária.

Em todos os projetos, o que fica para a comunidade é o compromisso social e cultural da empresa que investe parte do imposto em cultura. Para Bulgarelli, esta é a principal marca da lei de incentivo. “Seria muito mais fácil, cômodo e barato ignorar a existência da lei e simplesmente pagar o total dos tributos devidos, até porque para utilizar a Lei Rouanet, é preciso antecipar o pagamento do imposto. Mas aliar a empresa a um projeto cultural é ir além da simples prestação de serviço. O Brasil não pode separar o desenvolvimento eco-

nômico do social e cultural”, afirma.

Então qual é o entrave que impede a maior pulverização dos recursos tributados em festivais de música, peças de teatro, publicação de livros, espetáculos de dança e afins? O assessor de comunicação da Viapar acredita ser o desconhecimento da lei de incentivo e a falta de um projeto próprio de alinhar a marca a eventos culturais que poderiam ser beneficiados.

O produtor cultural Edson Pereira assina embaixo do palpite de Bulgarelli. Presidente do Instituto Museu Memória e Vida (IMVV), Pereira é um entusiasta da necessidade de preservação da memória da região noroeste do Paraná e da capacidade financeira dessa mesma região, que permanece praticamente “intocada” diante do potencial. A consequência direta dessa crença foi a criação do Captarte, um programa de captação de recursos para projetos culturais aprovados no Programa Nacional de Incentivo à Cultura (Pronac), ou seja, a Lei Rouanet.

Na prática, o Captarte funciona assim: o contador ou contabilista passa a divulgar aos clientes as vantagens do patrocínio ou doação a um projeto cultural por meio de incentivo fiscal do Pronac. Simultaneamente, os produtores e instituições culturais inserem na base de dados do site Captarte os projetos aprovados. A partir daí as partes entram em acordo sobre os critérios, datas e valores de patrocínio ou doação.

Sobre o receio de alguns empresários de que se investirem em projetos culturais, por meio de renúncias fiscais, poderão ficar mais sob a mira da Receita Federal, o presidente do Sindicato dos Contabilistas de Maringá (Sincontábil), Orlando Chiqueto, explica que o temor não procede. “Os empresários que cumprirem os pro-

## O que diz a Lei Rouanet

A Lei Rouanet (Lei nº 8.313/1991) instituiu políticas públicas para a cultura nacional, como o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac). O destaque é a política de incentivos fiscais que possibilita às pessoas jurídicas e físicas aplicarem parte do imposto de renda devido em ações culturais, no percentual máximo de 6% e 4%. Em 2010, de acordo com o Ministério da Cultura (MinC), foram investidos mais de R\$ 1,1 bilhão.

Para utilizar a Lei Rouanet, basta apresentar ao MinC um projeto por um proponente pessoa física, instituição cultural ou empresa do setor. O projeto é analisado e, se aprovado, ganha o direito de captar recursos para execução. Após a execução o proponente faz a prestação de contas ao MinC.

cedimentos estabelecidos pela Receita Federal em relação a qualquer tipo de renúncia fiscal, incluindo a destinação para projetos culturais, não terão nenhum problema com o fisco. O que leva uma pessoa física ou jurídica a cair na malha fina é fornecer informações equivocadas na

## MARKETING CULTURAL

declaração do imposto de renda. Para evitar erros, o contador ou o contabilista pode ajudar na declaração do imposto de renda, inclusive nas informações sobre renúncia fiscal”.

### Visibilidade

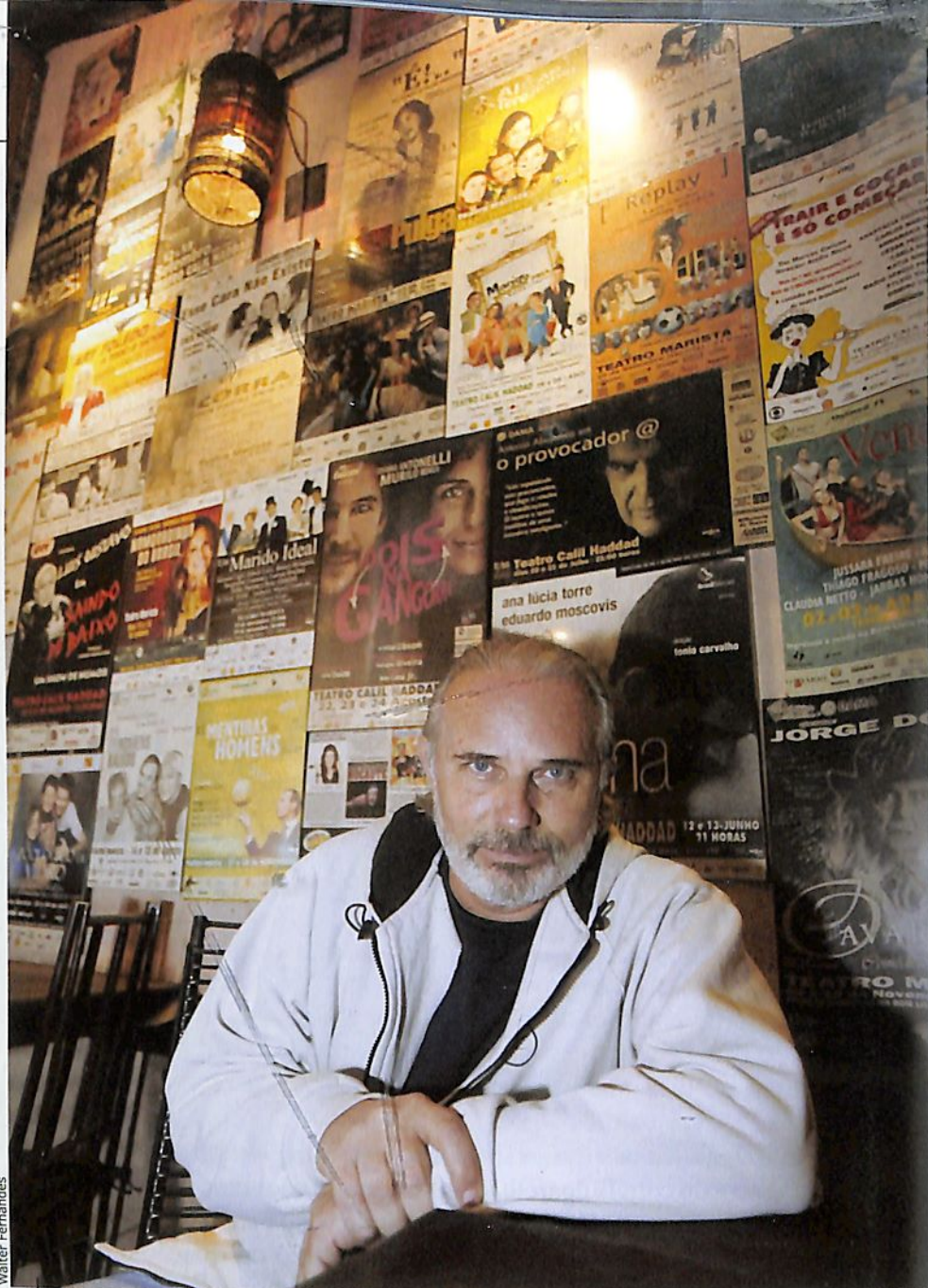
Na avaliação do produtor cultural, empresário e vice-presidente de cultura da ACIM, Ben Hur Prado, nos últimos cinco anos os empresários têm demonstrado maior interesse em descobrir o universo cultural. “Saindo de baixo”, primeira peça trazida por ele para Maringá em 1998, levou 60 pessoas ao teatro na noite de estreia e pouco mais que o dobro na seguinte. “Jurei que nunca mais traria peça alguma”, lembra.

Quebrando o juramento, pouco tempo depois Elizabeth Savala estreia “É” na cidade. Naquela ocasião Prado não estava sozinho. O empresário Antônio Fermenton cedeu uma campanha de outdoor e o Hoftalmar, que estava sendo inaugurada, custeou as chamadas publicitárias na televisão. “Foi um sucesso”, diz.

Aos poucos a ideia de chatice e densidade que ocupava o imaginário empresarial local a respeito do teatro foi sendo desconstruída e os apoios começaram a surgir. Em 13 anos, a Ben Hur Produções montou mais de cem espetáculos em Maringá. “Os empresários passaram a entender que o marketing cultural tem vantagens. O despertar ocorreu com a percepção da visibilidade proporcionada pelo teatro e a ação social como reflexo dessa visibilidade”, diz.

### Conta Cultura

Depois de oito anos, a Secretaria de Cultura do Paraná (Sec) retomou, no primeiro semestre de 2011, a ação Conta Cultura, que beneficia projetos paranaenses previamente



Walter Fernandes

**Para o produtor Ben Hur Prado, o despertar dos empresários para o marketing cultural ocorreu com a percepção da visibilidade proporcionada pelo teatro e da ação social**

aprovados pela Lei Rouanet.

Em abril o primeiro edital aberto contemplou 35 projetos de diversas áreas culturais de diferentes regiões do estado. Nenhum de Maringá, já que de acordo com a Coordenação de Incentivo à Cultura da secretaria, nenhum projeto foi apresentado. O Conta Cultura tem o objetivo de facilitar a parceria entre empreendedores e empresas interessadas em patrocinar projetos culturais.

A Sec também promoveu 15 audiências públicas em diferentes cidades, incluindo Maringá, para apresentar o texto do anteprojeto de lei que cria o Programa Estadual de Fomento e Incentivo à Cultura (Profice). O texto segue para votação na Assembleia Legislativa até o final do ano e, se aprovado, passa a vigorar em 2012. Os interessados podem acompanhar os assuntos ligados ao tema no [www.proculturapr.wordpress.com](http://www.proculturapr.wordpress.com).



Walter Fernandes

Museu do Cesumar: resgate da história graças a restauração de uma casa, de uma tulha de café e com a ajuda da tecnologia

## Museu Cesumar inaugura em setembro

Construído com recursos próprios, o Museu Cesumar inaugura neste mês. Cerca de R\$ 2 milhões foram investidos no conjunto formado pela Casa do Pioneiro, Museu Multidimensional e Tulha de Café. Também sairá da própria instituição o dinheiro para manter o museu em funcionamento, com custo estimado em R\$ 15 mil mensais.

“Não pedimos recursos públicos via lei de incentivo porque se fossemos esperar a avaliação do pedido de concessão, atrasaria demasiadamente a obra, além de que o projeto, caso necessitasse, não poderia sofrer qualquer tipo de alteração”, explica o reitor do Cesumar, Wilson Matos.

A Casa do Pioneiro é a propriedade de Shozo Arai, construída em 1953, que foi desmontada e levada para o câmpus, onde foi reconstruída com as características originais.

Ela foi mobiliada com móveis de época, objetos, estátuas e painéis artísticos do escultor Antônio Rizzo que lembram os colonizadores e a cafeicultura.

Já o Museu Multidimensional é informatizado e interativo, com cinco salas, cada uma contando parte da evolução da cidade desde a década de 1930. Trinta monitores de TV de 32 polegadas transmitirão vídeos simultâneos e em dois televisores com tela *touchscreen* os visitantes poderão interagir, buscando a parte da história que lhes interessa. Em outra sala, há um piso interativo, onde andando sobre ele, os visitantes vão mudando as imagens e interagindo com diferentes ambientes. A visita ao museu será completada numa sala de cinema com projeção 7D que levará a pessoa a um voo panorâmico sobre Maringá, podendo sentir o movimento, o cheiro, a água, o vento. Também há espaço para exposição itinerante e uma sala com exposição fixa sobre os prefeitos da cidade, com fotografias e objetos que remetem

ao período da administração.

A “Máquina de Café Sampaio e Jubileu” foi construída originalmente em 1949 e desde 1965 pertence à Companhia Melhoramentos, que a manteve em atividade até a década de 1990, ano em que foi tombada pelo município. A tulha foi reconstruída com o madeiramento original, em peroba.

“Eu vim para Maringá ainda menino, nos anos de 1950. Vi a cidade crescer e, para mim, as marcas do passado são extremamente importantes, mas em Maringá muita coisa mudou, se transformou e não há referência para as futuras gerações. Preservar o passado é fundamental para a continuidade da nossa história. Assim, o Museu do Cesumar traz uma grande contribuição para a preservação dessa história e do que representou o trabalho dos nossos antepassados para que tivéssemos essa bela cidade”, diz Matos. ■

# Milhares vão às compras

Segunda edição do ano da Maringá Liquida foi realizada em agosto, com a participação de mais de mil empresas; além de uma programação recreativa, paralelamente foram realizados feirões de imóveis e do imposto

**O**s dias ensolarados e os descontos durante a Maringá Liquida foram um convite às compras e levaram milhares de consumidores as mais de mil lojas participantes da liquidação, realizada pela ACIM e pelo Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), com apoio da prefeitura e Câmara Municipal de Maringá. Os patrocinadores foram Telhanorte, Grupo CIC HM e Revest Acabamentos.

E quem participou da promoção, que foi a segunda edição deste ano, garante que os preços valeram à pena. Roupas de qualidade com preços baixos foram o que despertaram o interesse de Maria Aparecida, que veio a Maringá para abastecer o estoque da loja que ela tem em Terra Boa. “É uma grande oportunidade para aproveitar os preços baixos”.

A estudante Vilmara de Oliveira saiu de casa com objetivo de economizar e não precisou pesquisar muito. “Estava precisando comprar um calçado, então aproveitei as promoções”. Já a aposentada Amélia Pagani escolheu algumas peças de roupas para uma finalidade

**A comerciante Maria Aparecida aproveitou a Maringá Liquida e abasteceu o estoque da loja dela em Terra Boa**

social. “Vou comprar calças, blusinhas e camisetas para doar a pessoas carentes”.

## Bons negócios

Do outro lado do balcão, os empresários ficaram satisfeitos com as vendas. Segundo o gerente da Austrália Action Board, Fábio Xavier, as vendas foram positivas e o gasto médio foi o dobro do habitual. Os consumidores aproveitaram os descontos de até 70% e puderam comprar duas calças por R\$ 99, que foram os produtos mais vendidos. O movimento na loja foi maior do que nas outras edições da campanha. “Os consumidores esperaram para comprar durante a Maringá Liquida. Nos dias anteriores à campanha percebemos uma baixa no movimento, mas no final de semana da liquidação os clientes compraram

bastante”, conta.

Na Cinderela Calçados os consumidores aproveitaram o crediário. O proprietário da loja, Antônio Francisco Ottoboni, conta que até os produtos da coleção de verão 2011/12 estavam com 20% de desconto. Além disso, devido ao movimento algumas peças foram vendidas a preço de custo.

De acordo com o financeiro da Revest Acabamentos, André Augusto Ferreira, a Maringá Liquida resultou no dobro do fluxo de clientes na loja, além de aumento nas vendas. “É sempre uma campanha com resultados positivos”. O dia de maior fluxo foi o sábado. E a loja fez parcerias com fornecedores para garantir produtos com preços mais atrativos.

Na Luven o faturamento dobrou no final de semana da Maringá

Fotos/Walter Fernandes





## Ruas e shoppings cheios: a cena se repetiu nos três dias de liquidação

Liquida em comparação aos dias em que não há liquidação. A loja ofereceu descontos de até 60%, além da promoção com peças do verão passado de R\$ 299 por R\$ 29,99. Segundo a gerente da loja, Cristiane Martins, a maioria das pessoas que comprou durante a campanha não eram cliente habitual. “A Maringá Liquida é uma oportunidade para conquistarmos novos clientes. Tivemos consumidores de várias cidades como Umuarama, Londrina e Paranavaí. A campanha é uma excelente ferramenta de divulgação da loja”.

### Comodidade

Para que os consumidores pudessem ter mais tempo para fazer as compras, o comércio de rua funcionou em horário diferenciado. No sábado até as 18 horas e no domingo, das 14 às 20 horas, o mesmo horário

dos shoppings da cidade. Além disso, no domingo os consumidores puderam participar de atividades gratuitas nas praças Farroupilha, Napoleão Moreira da Silva e Raposo Tavares, incluindo jogos lúdicos e educativos, xadrez gigante, exposição de motocicleta da Polícia Rodoviária Estadual, distribuição de pipoca e algodão doce e o 5º Encontro Regional do Carro Antigo, com aproximadamente 500 veículos expostos.

E pela primeira vez aconteceu, simultaneamente, um Feirão de Imóveis, realizado pela Central de Negócios Imobiliários e pelo Banco do Brasil, com a participação de 26 imobiliárias. De acordo com o superintendente regional do Banco do Brasil, Joares Angelo Scisleski, cerca de mil pessoas foram atendidas na agência do banco e mais de R\$ 80 milhões foram gerados em propos-

tas, que estão sujeitas à aprovação. “A parceria superou as expectativas, o movimento foi incrível. Tivemos até que aumentar a equipe de trabalho”. Muitos negócios, de acordo com ele, foram prospectados e agora aguardam avaliação. Foi a primeira vez que uma agência do Banco do Brasil realizou este tipo de feirão com expediente no final de semana.

Outra novidade foi a realização do Feirão do Imposto, na praça Napoleão Moreira da Silva, pelo Conselho Permanente do Jovem Empresário da ACIM (Copejem). No feirão foi divulgado o percentual de imposto de diversos produtos, como o café, em que 37% do preço são impostos, o açúcar, com 40%, e o xampu, em que mais da metade do valor nas prateleiras dos supermercados é destinada aos impostos. ■

# Os méritos de Inocente Villanova Júnior e Américo Dias Ferraz

Durante as duas primeiras gestões municipais de Maringá, entre 1952 e 1960, alguns debates foram travados entre a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná e o poder público local. As discussões estavam vinculadas ao direito de propriedade, impostos e as responsabilidades em relação ao eixo urbano.

Inocente Villanova Júnior e Américo Dias Ferraz, ambos eleitos em processos democráticos, representavam, acima de tudo, o povo. A Companhia Melhoramentos, por sua vez, representava o direito privado. Um dos embates mais acalorados foi relacionado aos impostos cobrados pelos lotes que a colonizadora possuía na cidade e que deveria recolher junto ao município. Existiram outras discussões como a utilização de espaços públicos como bens particulares, como no caso da Praça da Rodoviária, hoje denominada Napoleão Moreira da Silva.

O certo é que tanto Villanova Júnior quanto Ferraz desenvolveram projetos importantes para a cidade. Não podemos nos esquecer que eles foram os primeiros prefeitos e iniciaram as atividades praticamente do zero, onde tudo estava por fazer, e era necessário estabelecer limites aos empreendimentos privados.

Inocente Villanova Júnior implantou durante seu mandato (1952-1956) uma política de instalação de escolas, inclusive em zonas rurais, postos de saúde e iluminação pública, estabeleceu normas para o recolhimento de impostos, contratou os primeiros servidores da prefeitura, entre outras ações. No final da gestão foi acusado de se beneficiar do dinheiro público,



Inocente Villanova Júnior cumprimenta um eleitor



Américo Dias Ferraz ao lado do então governador do Paraná Moyses Lupion

porque era proprietário de uma serraria e de um posto de combustíveis e servia o município com itens de suas empresas, o que quase lhe custou o cargo público.

Américo Dias Ferraz (1956-1960) foi um caso à parte, um típico colono que chegou pobre na região e em pouco tempo se transformou em um rico comprador de café. Caipira, utilizou-se da identificação da grande massa, adquiriu uma motoniveladora e fez sua campanha empreendendo benfeitorias pela cidade. Figura pitoresca da política local, Ferraz desenvolveu projetos benéficos para Maringá: instalação do Corpo de Bombeiros e o início da construção de uma arrojada rodoviária para a época foram algumas de

suas iniciativas. Ele era um homem com personalidade forte. No final de sua gestão, após discussões com a Companhia Melhoramentos e outros entraves, encerrou seu mandato despachando de seu escritório no “Maringá Velho”.

Apesar das diferenças e por serem de “uma elite excluída”, tanto Inocente Villanova Júnior quanto Américo Dias Ferraz implementaram projetos importantes e de cunho emergencial para a recém-constituída Maringá. Eram épocas difíceis para a consolidação do poder público em uma região, até então, gerida por uma colonizadora.

**Miguel Fernando** é especialista em História e Sociedade do Brasil

# Mais barato e exclusivo para associados

Graças a uma parceria com o Banco Santander, as empresas filiadas à ACIM contam com taxas de administração de cartões mais baratas, além de outras vantagens



Walter Fernandes

**Assinatura do convênio em 8 de agosto: os associados que contratarem o serviço até o dia 29 deste mês não pagarão o aluguel do POS**

## Giovana Campanha

O mercado de cartões de crédito e débito fechou o primeiro trimestre deste ano com faturamento de R\$ 145,2 bilhões. E nos três primeiros meses de 2011 as transações com estas formas de pagamento cresceram 17% em relação à igual período do ano passado, atingindo 1.859,7 mi-

lhões. Eram mais de 643 milhões de cartões em circulação no Brasil, um número 11% maior aos três primeiros meses de 2010. Os dados são da Associação Brasileira das Empresas de Cartões de Crédito e Serviços e apontam que a tendência de pagamento com meio eletrônico é irreversível.

E se os consumidores usam cada vez mais os cartões para pagar as

compras, o melhor é os empresários contratarem quem oferece as melhores taxas de administração. E de encontro a isto, a ACIM firmou, em 8 de agosto, uma parceria com o Banco Santander, garantindo preços diferenciados e exclusivos para os associados que utilizarem a GetNet, que realiza a captura e processamento de transações de pagamento com cartões. A GetNet é parceira do Santander e faz a captura de 22 bandeiras, inclusive da Visa e da MasterCard.

Os associados que utilizarem a GetNet pagarão taxas mais baixas do que as cobradas pelo mercado. A título de exemplo: a taxa de administração da GetNet para transações de débito é de 1,6%, a taxa de crédito à vista é de 2,3% e para parcelado pelo lojista é de 2,6%.

Outras vantagens são que as empresas que fizerem transações superiores a R\$ 3 mil, por meio dos POS da GetNet (máquinas de processamento de cartões) também serão isentas do pagamento da tarifa de conta corrente do Santander, não pagarão juros do cheque especial da conta empresarial por cinco dias e poderão solicitar a antecipação dos pagamentos recebíveis direto pelo POS. Os empresários da ACIM têm ainda capital de giro pré-aprovado de até oito vezes o faturamento e podem oferecer o serviço de recarga de celular pelo POS. Até 29 de setembro os associados que contratarem o serviço serão isentos do pagamento do aluguel da máquina por três meses. Depois deste período, custará R\$ 59 mensais.

Para contratar o serviço, os associados devem procurar uma das agências do Santander, levando uma declaração comprovando a filiação à entidade.

# A quarta operação da Dale Carnegie

O presidente mundial da companhia de treinamentos mais antiga do mundo esteve na região no mês passado e conversou com empresários; ele ressaltou a importância de comunicar as boas ideias e da cultura de mudanças

O presidente mundial da Dale Carnegie, Peter Handal, esteve em Londrina em 23 de agosto para conversar com empresários e outros clientes da empresa na região noroeste do Paraná. A visita foi motivada porque o Brasil é o terceiro país em volume de negócios e treinamentos da companhia e a franquia de Maringá é a quarta maior operação no mundo.

A Dale Carnegie é a empresa de treinamento mais antiga, fundada em 1912, e cujo trabalho é, originalmente, baseado no *best-seller* "Como fazer amigos e influenciar pessoas", que foi escrito pelo fundador da companhia que leva seu nome. Desde então, cerca de 8,5 milhões de pessoas fizeram os treinamentos da Dale Carnegie. O franqueado local é o advogado Guilherme Máximo Amaral. E apenas na região de Maringá cerca de 400 cursos foram realizados.

A empresa está presente em 85 países e tem Handal como presidente desde 2000. Ele é reconhecido pela experiência em gestão executiva e frequentemente mencionado em publicações como o *The Wall Street Journal*, *The New York Times* e *The Financial Times*. Handal concedeu a seguinte entrevista à Revista ACIM:

## Como manter o sucesso e o crescimento de uma empresa que está no mercado há quase 100 anos?

Parte se deve em se adaptar à cultura e formas de comunicação de cada país em que estamos instalados. Também reduzimos o período dos cursos ministrados. Na década de 1940 um curso durava 17 semanas e hoje há cursos da Dale Carnegie de três dias. Isso foi consequência da nova geração que necessita das coisas cada vez mais rápidas. Nos adaptamos a essas mudanças,

sem sacrificar nossos princípios.

## A média de permanência dos funcionários nas empresas caiu nas últimas décadas.

### Como a Dale Carnegie lidou com essa mudança?

Do ponto de vista da Dale Carnegie, temos orgulho da baixa rotatividade, já que há profissionais que estão há 30 anos na empresa. Também temos orgulho da paixão que sentimos pelo que fazemos e isso se traduz em como trabalhamos com as empresas. Trabalhamos no

Fotos/Divulgação



sentido de aumentar o tempo de permanência dos funcionários, até porque a rotatividade sai caro. E uma das principais áreas que oferecemos treinamentos é sobre como manter colaboradores felizes.

## Como se atualizar para acompanhar as mudanças do mercado?

Ser um bom ouvinte. Ouvir o que os clientes dizem e o que querem. Ouvir os colaboradores, pois eles têm muito a dizer

# em volume de negócios



**Encontro reuniu presidente mundial da Dale Carnegie e empresários da região; e na foto menor, o CEO da companhia, Peter Handal**

sobre o que está acontecendo com os negócios da empresa. Observar os concorrentes, vendo o que eles estão dizendo ou fazendo. Tenho um amigo, que foi vice-conselheiro da American Express, e adotava a seguinte postura: ele olhava para o relógio no começo das reuniões e 15 minutos depois se ninguém tivesse falado sobre um concorrente ou cliente, ele juntava os pertences e se retirava. A reunião para ele era uma perda de tempo se apenas focasse problemas internos. É muito importante olhar para fora da empresa e ver o que está acontecendo no mundo.

**Comunicação é um dos assuntos que a Dale Carnegie mais aborda junto**

**aos executivos. Qual a importância de ser um bom comunicador para o sucesso nos negócios?**

Vou dar o exemplo de Warren Buffet, o terceiro homem mais rico do mundo. Ele foi questionado na reunião anual da sua empresa há dois anos sobre quais eram as razões para o sucesso. E respondeu que havia duas: uma era seu conceito de valores para investimentos e descreveu em detalhes como investia o dinheiro. E disse que a outra razão era o treinamento Dale Carnegie. Ele complementou dizendo que não há razão de ter uma boa ideia se você não pode comunicá-la. Nos negócios é importante ter boas estratégias, bons produtos e serviços, mas se você não consegue comunicá-las, não tem efeito.

**Além de uma boa comunicação, quais outros**

**requisitos necessários para ser um empresário de sucesso?**

Cultura para mudanças e assumir riscos. Não tente fazer o que funcionou ontem, tente algo novo hoje, porque o mundo está mudando rápido.

**Para a Dale Carnegie há algum desafio particular no treinamento de brasileiros?**

Não acredito que haja nenhum em particular. Os programas que realizamos aqui são idênticos aos de outros países. Os princípios são os mesmos, porém com exemplos diferentes. O desafio que há no Brasil não é relacionado ao treinamento em si, mas na pirataria, pois não há leis severas a respeito de direitos autorais. O Brasil se assemelha a China nesse aspecto. Como resultado, teremos pessoas vendendo Dale Carnegie falsificado.

## CULTURA EMPRESARIAL



### VALE A PENA OUVIR

Murilo Gatti – Jornalista

TIME AND A WORD/YES



#### TIME AND A WORD (YES)

Lançado em 1970, Time and a Word, da banda britânica Yes, é uma preciosidade do rock progressivo. É o segundo álbum da banda, que passou a ser conhecida somente anos mais tarde, depois de alterações na formação original. O disco tem oito faixas em que o teclado e o acompanhamento de uma orquestra se sobressaem. Há quem critique o guitarrista Peter Banks e boa parte do trabalho vocal de Jon Anderson. Concordo que os solos de Banks aparecem mais em outros álbuns, mas Anderson se garante no disco e os teclados de Tony Kaye são extraordinários. O som é indicado para quem curte som instrumental com melodia e uma leve pegada rock 'n' roll.



### VALE A PENA ASSISTIR

Bruno Gehard – Assistente de redação



#### TRILOGIA 11, 12, 13 HOMENS E UM SEGREDO – STEVEN SODERBERGH (2001, 2004, 2007)

Esta é uma "trilogia" que assisti várias vezes. Utilizando um humor diferente, uma forma inteligente de mostrar os fatos e um elenco cheio de atores conhecidos (Brad Pitt, George Clooney, Julia Roberts, entre outros), os filmes "11 homens e um segredo", "12 Homens e outro Segredo" e "13 homens e um novo segredo" contam a história de uma "quadrilha" que tenta roubar cassinos, museus e consegue até atrapalhar os roubos dos rivais, com planos extremamente "bem bolados", dignos de filmes. É difícil escolher o melhor dos três, uma vez que, conhecendo os personagens no primeiro filme e suas formas de agir, pensar e falar, você se diverte cada vez mais com cada um deles nos filmes seguintes.



### O QUE ESTOU LENDO

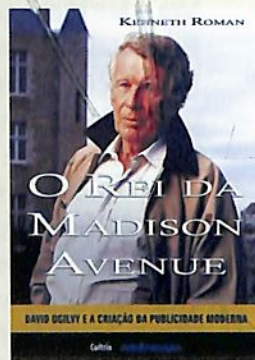
Robert Fabris – Crítico de cinema e artes e mestre em Letras



#### HOMENS, DINHEIRO E CHOCOLATE

Menna Van Praag  
Editora Fontanar  
176 páginas

Como unir as boas coisas da vida e ainda sentir prazer? Esta fábula nos faz repensar os aromas do cacau, a certeza da bela mulher para a realização e acima de tudo o desfrutar do dinheiro, o bombom que é o tesouro da vida. Presenteie os amigos com chocolate e um bom livro, regado a licor fino. Eles vão adorar o agrado.



#### O REI DA MADSON AVENUE: DAVID OGILVY E A CRIAÇÃO DA PUBLICIDADE MODERNA

Kenneth Roman  
Editora Cultrix - Meio&mensagem  
320 páginas

Extraordinário, eloquente e que nos leva para o mundo dos bastidores da publicidade mundial. Kenneth Roman nos presenteia com um livro divertido, inteligente e que é ideal para conhecer as histórias que fizeram sucesso no meio publicitário.



### VALE A PENA NAVEGAR

[www.antonio robertodepaula.com](http://www.antonio robertodepaula.com) – Blog do jornalista maringaense Antonio Roberto de Paula com crônicas, poesias, memórias da cidade, museu do esporte e outros

[www.transparencia.org.br](http://www.transparencia.org.br) – Portal da ONG Transparência Brasil, com notícias, estatísticas, artigos, materiais de cunho acadêmico, guias e manuais sobre o controle da corrupção

[www5.fgv.br/fgvonline/cursosgratuitos.aspx](http://www5.fgv.br/fgvonline/cursosgratuitos.aspx) – O internauta encontra conteúdos e materiais didáticos gratuitos, já que a Fundação Getúlio Vargas foi a primeira instituição brasileira a ser membro do OCWC, um consórcio de instituições de ensino de diversos países que oferecem cursos pela internet

Indicações para o Cultura Empresarial podem ser enviadas para o e-mail [textual@textualcom.com.br](mailto:textual@textualcom.com.br)

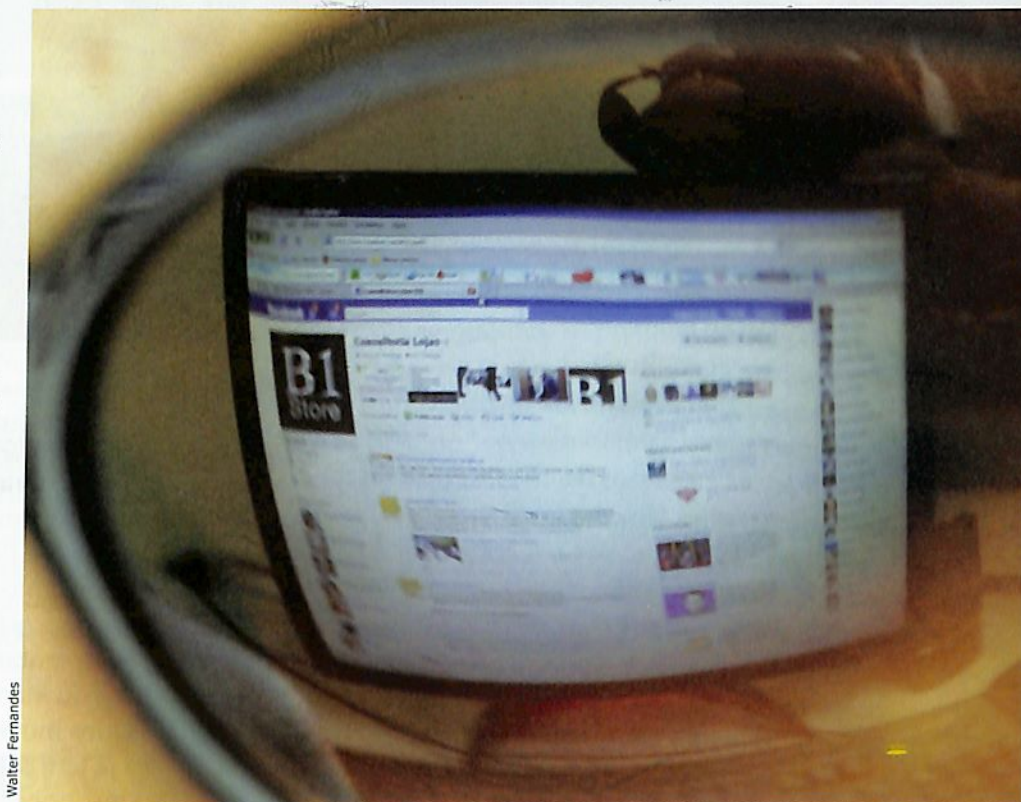
# Sua empresa nas redes sociais

Agilizar a divulgação de informações e receber um retorno mais rápido dos clientes são apenas algumas das vantagens destas ferramentas, mas são necessários cuidados e planejamento no uso das redes sociais

Caso você ainda tenha algum tipo de preconceito em relação às redes sociais, é melhor perdê-lo mais do que depressa. O discurso de que Orkut, Facebook ou Twitter – apenas para citar os mais famosos – diminuem as relações diretas entre as pessoas pode até fazer todo sentido, mas ignorá-los, definitivamente, não é a melhor solução para qualquer que seja o segmento de negócio. Quando usadas de maneira adequada, as redes ajudam a fortalecer a imagem da empresa, além de proporcionar uma troca de informações eficiente com clientes diretos e futuros clientes.

Casos de empresas que conseguiram expandir mercados com o uso de plataformas sociais já são realidade e o melhor: com custos baixíssimos. O uso em campanhas de marketing também conta como um ponto bem positivo para as redes. E com tantas vantagens é quase impossível fechar os olhos para essa tecnologia. Mas é ao definir as estratégias de divulgação que surgem novas condutas e passos conhecidos devem continuar a serem seguidos. O primeiro deles é ter um plano com metas definidas, mesmo que aparentemente seja simples. É o nome da sua empresa que está joga, por isso saiba sempre aonde quer chegar.

Escolher a rede que tem mais se-



Walter Fernandes

guidores para iniciar qualquer ação é o mais prudente a se fazer. Medir o retorno, a quantidade de acessos e o alcance das campanhas também. E isso pode ser feito com o uso de ferramentas disponíveis na maioria delas. Só não cometa o erro de deixar dados incompletos no perfil, pois quanto mais informações sobre sua empresa estiver disponível, mais fácil ela será encontrada. E o mais importante: responda sempre todos os comentários, sejam eles positivos ou nem tanto. Sim, ignorar seus clientes, mesmo que virtualmente, é no mínimo um tiro no pé.

Muito bem, sua empresa já está lá, moderníssima, fazendo sucesso na internet. Isso pode fazer com que os funcionários se sintam à vontade para entrar e sair das pá-

ginas de relacionamento durante o horário de trabalho. Cuidado, infelizmente algum deles pode acabar exagerando na dose e comprometer o rendimento. Então, o que deve ser evitado é o uso indiscriminado das redes pelos colaboradores durante o expediente. E isso se faz com políticas internas específicas para o acesso a internet ou pelo monitoramento do uso. Por outro lado, cabe ao funcionário ser comedido ao usar as redes no ambiente profissional. Além disso, quem representa uma empresa deve evitar assuntos muito pessoais ou situações constrangedoras em suas páginas pessoais. Doses de bom senso são sempre bem-vindas!

**Dayse Hess** é jornalista e especialista em design de moda

## CURSOS

“Departamento pessoal” será um dos cursos ministrados pelo Centro de Treinamento e Desenvolvimento da ACIM em outubro. Quem ministrará será o administrador de empresas e técnico em contabilidade e em segurança do trabalho Edson Palma, que realizou consultoria, assessoria e treinamento em departamento pessoal para diversas empresas de Maringá e região. No curso ele abordará contrato e rotinas de registro, folha de pagamento e cálculos, aviso-prévio e rescisão de contrato de trabalho. Será entre os dias 17 e 28 de outubro, de segunda a sexta-feira, das 19 às 23 horas. Mais informações sobre este curso e outros que integram a grade da ACIM pelos telefones (44) 3025-9631 e 3025-9632.



Walter Fernandes

## ASSOCIADO DO MÊS

Desde o final de junho os moradores de Maringá e região passaram a contar com mais uma opção na hora de comprar móveis. Isso porque foi inaugurada a Maxxi Móveis, que tem Marcos Eli Fernandes Silva como um dos proprietários. Silva veio de Rolândia e resolveu abrir a loja em Maringá pelo potencial de consumo da cidade, crescimento populacional e qualidade de vida. “Fizemos pesquisas de mercado e analisamos informações do censo” conta, acrescentando que ele estava em dúvidas entre abrir o negócio em Londrina ou Maringá.

Na loja, são comercializados móveis, fogões, microondas, fornos elétricos, entre outros. E Silva já tem planos de abrir filiais. Além disso, a loja virtual da empresa estará disponível em breve. Logo após a abertura, a empresa se tornou uma associada da ACIM. “É mais uma ferramenta para auxiliar o trabalho”, justifica, acrescentando que já está sendo utilizado o serviço de consulta de cheques.

A Maxxi Móveis está localizada na avenida Brasil, 2141, na Vila Operária. O telefone é o (44) 3046-3800. (Na foto, os irmãos e sócios Marcos Eli e Marcelo Edi Fernandes Silva.

## PROGRAMAÇÃO DO INSTITUTO MERCOSUL

O Instituto Mercosul, em parceria com a Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Apucarana (Acia), irá promover o treinamento “Como importar da China”. Será no dia 17 de setembro, das 8h30 às 17h30, na Acia. O instrutor será o consultor empresarial Rodrigo Girdelli, que possui grande experiência na participação de feiras e missões para a China. Serão abordados no curso pesquisa e avaliação de fornecedores; escolha do produto e embalagem; meios de transportes; fluxo de caixa necessário, entre outros. O valor será de R\$ 150 para associados da Acia e de R\$ 230 para não associados. O Instituto ainda promoverá um café da manhã, na ACIM, seguido por uma palestra sobre importação e exportação. Terá a parceria da organização internacional de estudantes Aiesec. Será no dia 22 de setembro, com o tema “Drawback: oportunidades para importadores e exportadores”, às 7h45. A palestrante será a gerente de negócios internacionais do Banco do Brasil, Silvia Heberle. A participação será gratuita. Mais informações sobre o treinamento e a palestra pelo telefone (44) 3025-9616 ou pelo e-mail eventos@institutomercosul.org.br.

## VISITA DE EMPRESÁRIOS MARANHENSES

A ACIM recebeu, em 24 de agosto, uma comitiva vinda de São Luís (MA), com 18 pessoas, entre eles representantes da Federação das Indústrias do Estado do Maranhão (Fiema), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-MA), Federação da Agricultura do Maranhão e representantes do Governo do Estado. Estiveram presentes no encontro representantes da ACIM, do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), Sindicato das Farmácias de Maringá (Sincofarma) e Sindicato de Materiais de Construção de Maringá e Região (Simatec), o Secretário de Relações com a Comunidade do Paraná, Wilson Quinteiro, entre outros.

A comitiva foi trazida a Maringá pelo presidente da Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio), Darci Piana. "Sempre que recebemos visitas técnicas na Federação procuro trazer os empresários a Maringá para que eles possam conhecer a forma de trabalho através do associativismo e a parceria entre o poder público e a sociedade civil organizada, que é única em todo o país".



Walter Fernandes

Durante a visita, o presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, apresentou os projetos da associação, parceiros e todas as entidades que funcionam dentro da ACIM. A comitiva ainda assistiu uma apresentação do Observatório Social de Maringá e do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá.

De acordo com o presidente da Fiema, Edilson Baldez das Neves, Maringá é um exemplo de trabalho compartilhado entre poder público e privado, através da sociedade civil organizada e tem sido exportadora de bons exemplos pelo Brasil afora.

## ENTIDADES MODELO EM GESTÃO

O Lar Escola da Criança ficou com o primeiro lugar na 6ª edição do Prêmio Geração de Boa Gestão, uma realização da Fundacim, e ganhou R\$ 4 mil, um processo de coaching e uma auditoria contábil. O segundo lugar ficou com a Rede Feminina de Combate ao Câncer, que ganhou R\$ 3 mil mais coaching, e o terceiro lugar ficou com a Associação de Apoio ao Fissurado Labiopalatal de Maringá (Afim), que recebeu o prêmio de R\$ 2 mil mais coaching. A divulgação dos ganhadores e a premiação foram em 11 de agosto, quando foi realizada a palestra "responsabilidade social e investimento social privado", ministrada pelo técnico da Ambiente Engenharia Ambiental e Sanitária, Edmilson de Moraes.

O prêmio Geração é voltado para organizações do terceiro setor, que foram avaliadas nos seguintes quesitos: legislação do terceiro setor, contabilidade, comunicação social e gestão.

Walter Fernandes



## DOAÇÃO DE EQUIPAMENTOS A PM

Diversos equipamentos foram doados pela ACIM e pelo Conselho Comunitário de Segurança de Maringá ao Comando Regional da Polícia Militar do Paraná. A assinatura do termo de doação aconteceu em 22 de agosto, na sede da ACIM, com as presenças de Adilson Emir Santos, em nome da ACIM, Antonio Tadeu Rodrigues, que representou o Conseg, e Paulo Sérgio Larson Carstens, em nome da PM.

Servidor, aparelho de fax, impressoras, fogão industrial, refrigerador e freezer são alguns dos equipamentos doados e que serão usados nas instalações do Comando Regional da PM, responsável pela coordenação e administração de cinco unidades operacionais da polícia militar: 4º Batalhão (Maringá), 8º Batalhão (Paranavaí), 7º Batalhão (Cruzeiro do Oeste), 5ª Companhia (Umuarama) e 11ª Companhia (Campo Mourão), abrangendo 115 municípios. Na opinião de Carstens, a ACIM, o Conseg a sociedade maringaense sempre deram apoio e suporte para os trabalhos da polícia. "E novamente estamos contando com a parceria destas entidades", destacou.



Divulgação

## As mudanças na concessão do seguro-desemprego

**Muitos de nós, certamente, ouvimos incrédulos alguém comentar que determinado indivíduo só começaria a procurar um novo emprego depois que recebesse todas as parcelas do seguro-desemprego ou que para tal pessoa, "ser mandado embora" seria uma oportunidade de aumento de renda**

Até que enfim a finalidade para qual foi criado o seguro-desemprego deverá ser efetivamente cumprida com o suporte do Portal MTE – Mais Emprego. Prover assistência financeira temporária ao trabalhador desempregado e auxiliá-lo na busca de emprego, promovendo ações integradas de orientação, recolocação e qualificação profissional serão seguidas ao “pé da letra”, como nunca foi feito antes no Brasil.

Ao que tudo indica as suspeitas de que o uso do benefício nem sempre foi pautado por princípios éticos não são tão incoerentes, o que faz da mudança no sistema além de uma necessidade, uma boa notícia.

Vale lembrar que as parcelas do seguro-desemprego, de forma contínua ou alternada, serão pagas a cada período de 16 meses segundo os seguintes requisitos:

- 3 parcelas, se o trabalhador comprovar vínculo empregatício de no mínimo 6 meses e no máximo 11 meses, nos últimos 36 meses;
- 4 parcelas, se o trabalhador comprovar vínculo empregatício de no mínimo 12 meses e no máximo 23 meses, nos últimos 36 meses;
- 5 parcelas, se o trabalhador comprovar vínculo empregatício de no mínimo 24 meses, nos últimos 36 meses.

Muitos de nós, certamente, ouvimos incrédulos alguém comentar que determinado indivíduo só começaria a procurar um novo emprego depois que recebesse todas as parcelas do seguro-desemprego ou que para tal pessoa, “ser mandado embora” seria uma oportunidade de aumento de renda, pois enquanto estivesse recebendo o seguro-desemprego poderia ganhar um dinheirinho realizando pequenos serviços, ou pior, poderia, ilegalmente, continuar trabalhando na própria empresa sem registro. Por mais inaceitáveis que sejam tais situações é possível que tenham acontecido em vários municípios brasileiros.

Agora com a implantação de um novo software que habilita os pedidos do seguro-desemprego no Sistema Nacional de Emprego, o benefício pode ser bloqueado se houver uma vaga compatível com o perfil do trabalhador nos bancos de dados do governo. Com o novo sistema, o trabalhador desempregado e com direito ao benefício do seguro-desemprego será encaminhado para até três vagas nas condições similares a que tinha. Caso não aceite essas oportunidades e desde que suas respectivas justificativas não forem aceitas pelo Sistema Nacional de Emprego (Sine), poderá até perder o pagamento do seguro. Tudo vai depender do motivo da recusa. Se o trabalhador resolver buscar empregos com perfis diferentes do anterior, deverá comprovar sua capacitação profissional ou participação em curso profissionalizante.

Para Maringá, as expectativas são as melhores. As empresas já estão divulgando as vagas na Agência do Trabalhador e estão cada vez mais integradas com o processo. Assim teremos mais vagas e opções de recolocação.

O trabalhador cidadão e as empresas socialmente corretas não sentirão o impacto da mudança, que atingirá somente aqueles que, supostamente, pensam em burlar o sistema de uma forma ou de outra, sejam eles empregados ou empregadores.

**Maurílio Mangolin** é diretor da Agência do Trabalhador de Maringá e Presidente do Conselho Municipal do Trabalho

# Prêmio Excelência Gráfica Oscar Schrappe Sobrinho



PARA 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), é 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](http://www.graficaregente.com.br)

PARTICIPE DA MAIOR FEIRA DE  
FRANQUIAS DO SUL DO BRASIL

ENTRADA  
FRANCA

# MARINGÁ FRANCHISING BUSINESS 2011

PARANÁ

28 e 29 de Outubro de 2011

PRINCIPAIS FRANQUIAS DO BRASIL

WORKSHOPS

FEIRA DE NEGÓCIOS

CICLO DE PALESTRAS

Local: Parque Internacional de Exposições Francisco Feio Ribeiro

Mauro Trivelatto (Prosul) acredita que a região sul representa cerca de 20% do franchising nacional. Fonte: Ed. Lamônica

[www.mfbusiness.com.br](http://www.mfbusiness.com.br) | Informações: Tasa Eventos (44) 3025 6767 | [www.tasaeventos.com.br](http://www.tasaeventos.com.br)

ORGANIZAÇÃO



MARINGÁ



PROMOÇÃO E ORGANIZAÇÃO

TASA  
EVENTOS

PATROCÍNIO

MARINGÁ PARK



APOIO

SEBRAE

Soluções para Pequenas Empresas



CONAMPE  
CONFEDERAÇÃO NACIONAL  
DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS  
E EMPREENDEDORES INDIVIDUAIS



MEDIA PARTNER

lamônica

CBN

O DIÁRIO