

www.acim.com.br

ISSN 1981-1926



Novembro/2011
Nº 515 - Ano 48
R\$ 5,00

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Bairros

O lugar para encontrar tudo



Conheça a força do comércio nos bairros
e porque montar sua loja lá pode ser um ótimo negócio

*Você chegou até aqui e agora
pode conquistar o espaço dos seus sonhos!*



WEGG

Conheça as condições especiais de pagamento Wegg

Financiamento:
Terreno + construção
em até 240 parcelas*

5 minutos
do centro

*via banco

ÚLTIMAS UNIDADES EM CONDOMÍNIOS HORIZONTAIS DENTRO DA CIDADE DE MARINGÁ. SEGURANÇA E BEM ESTAR COM A QUALIDADE WEGG

 **PORTAL de**
SEGÓVIA
RESIDENCIAL

Portal de Segóvia, condomínio horizontal de alto padrão, com vista para o centro da cidade. Segurança e lazer com muita sofisticação e natureza à sua volta, valorizando a qualidade de vida de seus residentes.



O Condomínio Residencial Azaléia Park oferece ampla área de convivência: praça; biribol, salão de festa, playground, churrasqueira e mirante contemplativo. Conforto e segurança em um condomínio de alto padrão dentro da cidade, localizado em região nobre, próximo ao Hospital Paraná e Horto Florestal.



CONDOMÍNIO RESIDENCIAL
AZALEIA
PARK



CONDOMÍNIO RESIDENCIAL
VINHEDO
Residencial

O Condomínio horizontal Vinhedo foi concebido para famílias que buscam segurança, tranquilidade, exuberante natureza e completa infraestrutura voltada para o bem estar da sua família. Localizado em uma região das mais agradáveis dentro da cidade.



WEGG-CCII
Desde 1974
35
ANOS

Empreendimentos

 **WEGG-CCII**
Acesse: www.wegg.com.br

Para acesso aos condomínios, agende sua visita com um de nossos corretores

44 **3028-3589**
Av. Bento Munhoz, 138 - Maringá- PR



“ Os empresários também precisam ficar de olho na concorrência e nas novidades. Afinal, o consumidor está exigente com todo o tipo de negócio, independente do ponto comercial estar instalado no centro ou nos bairros

Um comércio pujante nos bairros

No Brasil, 17,5% da população adulta exerceu alguma atividade empreendedora no ano passado, o que significa que 21,1 milhões de brasileiros atuaram em empreendimentos com até três anos e meio de atividade - as informações são da Pesquisa GEM 2010, divulgada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Imagine se todos os empreendedores brasileiros encontrassem pontos comerciais à disposição e resolvessem instalar os negócios em regiões centrais da cidade. Todos sairiam perdendo, já que a concorrência concentrada seria predatória e os moradores dos bairros teriam que, invariavelmente, se deslocar sempre até os centros das cidades onde moram para comprar produtos ou serviços.

O comércio nos bairros é uma alternativa para empresários e para os moradores das adjacências, e em Maringá tem se mostrado pujante. Quem mora em bairros da cidade sabe que basta andar poucos passos ou percorrer algumas quadras para encontrar um comércio forte e diversificado.

Há bairros cujo comércio é tão autossuficiente que quem quiser não precisa se deslocar quase nunca para o centro. São os casos do Jardim Alvorada, Mandacaru, Zona 4, Parque das Palmeiras, Jardim Liberdade e tantos outros. E se sobram ofertas, os empresários também precisam

ficar de olho na concorrência e nas novidades. Afinal, o consumidor está exigente com todo o tipo de negócio, independente do ponto comercial estar instalado no centro ou nos bairros. E os próprios comerciantes entrevistados na reportagem de capa desta edição reforçam que o atendimento próximo e diferenciado é ainda mais importante para conquistar os consumidores dos bairros. Mas também há deficiências: a falta de segurança e a pouca oferta de agências bancárias são criticadas pelos comerciantes.

Nós, da ACIM, trabalhamos para um comércio forte e para que os empresários ganhem competitividade e mais chances de sobreviver. Para isso, disponibilizamos consultas de crédito, palestras e cursos e contamos com um programa específico para os pequenos empresários, o Empreender, que é “a nossa menina dos olhos”. As campanhas do comércio, como Maringá Liquida, têm preço de adesão abaixo de R\$ 100 para associados, com o objetivo de garantir que os pequenos empresários, inclusive os de bairros, participem. A ACIM é a casa de todos os empresários maringaenses, independente do porte ou localização.

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



AVENIDA HERVAL
COM ARTHUR THOMAS
MARINGÁ

- 1 APARTAMENTO POR ANDAR
- 560M² ÁREA TOTAL
- 340M² ÁREA PRIVATIVA
- 53M² TERRAÇO GOURMET
- 4 OU 5 VAGAS DE GARAGEM
- AMPLO E SOFISTICADO HALL DE RECEPÇÃO
- SALÃO DE FESTAS NO TÉRREO COM ACESSO AO JARDIM



OUTUBRO 2011



A SUA VIDA ACABA DE GANHAR
UMA NOVA PERSPECTIVA.
VENHA PARA O ALTO PADRÃO
COM A MELHOR VISTA DA CIDADE.

PROJETO APROVADO PELA PREFEITURA, CONFORME ALVARÁ Nº. 1048/2009. INCORPORAÇÃO REGISTRADA NO REGISTRO DE IMÓVEIS 1º OFÍCIO SEM O Nº. R2/88.897. OS MOBILIÁRIOS, DECORAÇÕES, CORES E TEXTURAS SÃO MERAMENTE ILUSTRATIVOS. OS MATERIAIS DE ACABAMENTO ESTÃO ESPECIFICADOS NO MEMORIAL DESCRITIVO ANEXO AO CONTRATO DE COMPRA E VENDA DE CADA UNIDADE.

- SALÃO DE ENTRETENIMENTO NO MEZANINO
- SAUNA, SPA, SALA DE RELAX E BAR NO TERRAÇO
- ESPAÇO FITNESS
- BRINQUEDOTECA
- PUTTING GREEN (MINI GOLF)
- PISCINA COM DECK MOLHADO, COBERTA E AQUECIDA
- PLAY GROUND COMPLETO
- QUADRA ESPORTIVA
- SISTEMA DE REDUÇÃO DE RUÍDOS E INSOLAÇÃO
- USO DE ENERGIA SOLAR
- CAPTAÇÃO E TRATAMENTO DE ÁGUAS PLUVIAIS
- REAPROVEITAMENTO DE ÁGUAS CINZAS (CHUVEIRO)
- GUARITA COM VIDROS BLINDADOS



CERTIFICAÇÃO



CERTIFICAÇÃO



MEMBRO



SUSTENTABILIDADE



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

ACESSE A PLANTA
E ACOMPANHE A OBRA PELO SITE:
WWW.CONSTRUTORADESIGN.COM.BR





Moinho
Vermelho
Buffet





NOVO GRID AÉREO RETRÁTIL
 NOVA FACHADA RÚSTICA E CONTEMPORÂNEA
 NOVA ILUMINAÇÃO EM LED
 NOVO ESPAÇO GAZEBO
 NOVOS PRATOS
 ENFIM NOVO DE NOVO

NOVO DE NOVO







NOVO GRID AÉREO RETRÁTIL
NOVA FACHADA RÚSTICA E CONTEMPORÂNEA
NOVA ILUMINAÇÃO EM LED
NOVO ESPAÇO GAZEBO
NOVOS PRATOS
ENFIM NOVO DE NOVO

NOVO DE NOVO





18

REPORTAGEM DE CAPA

Em Maringá, diversos bairros têm um comércio pujante e diversificado e ao pesar fatores como aluguel mais barato, oferta de estacionamento e concorrência menor, diversos empresários têm apostado no comércio afastado da região central; mas também há obstáculos como a segurança e a falta de agências bancárias



10 ENTREVISTA

A relações públicas Margarida Kunsch é a entrevistada principal desta edição. Doutora em Ciências da Comunicação, ela é uma das maiores especialistas em comunicação organizacional do Brasil e responde questionamentos sobre os erros cometidos pelas empresas em relação à comunicação, avaliação da imagem da empresa, entre outros assuntos de sua especialidade



26 TRABALHO

O Estatuto da Criança e Adolescente estabelece que menores de 18 anos, em caso de ato infracional, podem ser punidos com medidas socioeducativas como prestação de serviços à comunidade e liberdade assistida; no Paraná há um programa de aprendizagem profissional para adolescentes em conflito com a lei, mas empresas precisam ofertar mais oportunidades de trabalho para eles



30 FINANÇAS

A Noroeste Garantias já está em operação e oferece garantias complementares às exigidas pelos bancos para ajudar empresas de Maringá e região a ter acesso a dinheiro mais barato; um comitê técnico é quem avalia se a Noroeste, que tem aporte inicial de R\$ 3,5 milhões, vai conceder a garantia para os interessados



34 MUSEU

Formado pela Casa do Pioneiro, Museu Multidinâmico e Tulha de Café, o Museu Cesumar será aberto ao público neste mês; além de contar a história de Maringá por meio de fotografias, áudio e da arquitetura, ele oferece tecnologia 4D para proporcionar conhecimento de forma interativa

38 IMPRENSA

A má apuração de uma informação pode prejudicar uma pessoa, mas o que fazer? Para jornalistas, veículo de comunicação deve reparar o erro em reportagem de igual tamanho, mas nem sempre isso acontece, o que torna necessário a quem se sentiu prejudicado procurar a Justiça

42 PREVIDÊNCIA PRIVADA

A arrecadação dos fundos de previdência privada, de janeiro a junho, atingiu R\$ 24,9 bilhões no Brasil, ou seja, R\$ 5 bilhões a mais do que em igual período do ano passado, o que mostra que esta pode ser uma opção interessante de investimento; mas é preciso ficar atento: quanto antes o dinheiro for sacado, maior será o imposto



46 ADMINISTRAÇÃO

A precificação nem sempre é fácil, ainda mais no segmento supermercadista e na prestação de serviços; empresários e especialistas contam que na hora de determinar o preço são levados em consideração fatores como público-alvo, logística, volume de vendas e até venda agregada de outros produtos

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 48 Nº 515 NOVEMBRO/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,
Wlândia Dejuli, Giovana Campanha, Gisele Altoé,
Helmer Romero, José Carlos Barbieri, Lúcio Azevedo,
Massimiliano Silvestrelli, Miquel Fernando Perez Silva,
Sérgio Gini, Walter Thomé Júnior, Tatiana Consalter

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Giovana Campanha - MTB 05255

COLABORADORES

Fernanda Bertolla, Giovana Campanha, Ivy Valsecchi,
Juliana Daibert, Octávio Rossi, Vanessa Bellei e Vinicius Carvalho

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@textualcom.com.br

FOTOS

André Masiero, Ivan Amorin, João Cláudio Fragoso, Marquinhos
Oliveira, Ricardo Lopes, Rubens Vandresen e Walter Fernandes

CTP E IMPRESSÃO

Gráfica Regente



CONTATO COMERCIAL

Altair Galvão
9972-8779 - aapgalvao@hotmail.com

Ana Cristina Nóbrega
(44) 9941-9908 - contato.racim@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.



A era da comunicação integrada

Professora titular e pesquisadora do Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Universidade de São Paulo (USP), Margarida Kunsch é uma das maiores especialistas brasileiras em comunicação organizacional. Doutora em Ciências da Comunicação, ela é autora de diversos livros e organizadora de 40 coletâneas. Já foi presidente da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic) e é membro do Conselho Consultivo da Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje). Como uma estudiosa do assunto, Margarida acredita que os estrangeiros não têm muito a ensinar aos brasileiros sobre comunicação. Mas na opinião dela, apesar do mercado ter excelentes produtores e executores de comunicação, em geral há carência de mais estrategistas. "Faltam ainda profissionais que, dotados de sólida formação especializada, sejam gestores daquilo que, desde 1985, venho defendendo como 'comunicação organizacional integrada'". Acompanhe a entrevista que ela concedeu à Revista ACIM:



Divulgação

Como é a comunicação integrada ideal?

Quando falamos de comunicação organizacional temos que considerar que ela abrange todos os tipos de organizações: públicas, privadas e do terceiro setor. Ela lida com tudo que está implicado no contexto comunicacional das organizações: redes, fluxos, processos, meios, etc, e que vai muito além de transmitir e divulgar informações. Entendemos por comunicação integrada aquela em que as diversas subáreas atuam de

forma sinérgica, que pressupõe uma junção das comunicações institucional, mercadológica, interna e administrativa. O ideal é que esta comunicação seja regida por uma filosofia e uma política capazes de direcionar todas as ações de comunicação de uma empresa e deve constituir uma unidade harmoniosa, apesar das diferenças e das peculiaridades de cada área. A convergência de todas as atividades, com base numa política única, claramente definida e nos objetivos globais da organização, redundará

numa comunicação realmente eficaz. Evidentemente para que tudo isto aconteça é preciso que haja vontade política e compreensão do valor da comunicação por parte dos dirigentes e da alta direção das organizações.

E quais os principais erros cometidos pelas empresas em relação à comunicação integrada?

É, sobretudo, desenvolver ações comunicativas fragmentadas e sem uma política definida. Estas ações muitas vezes estão centradas

principalmente na comunicação mercadológica, por meio da propaganda/publicidade e promoção de vendas, tendo como foco só os clientes e consumidores. Neste caso, esquece-se da importância da comunicação institucional direcionada a um conjunto muito maior de públicos e de valorizar a comunicação interna e a administrativa no dia-a-dia das organizações.

Existe uma cultura organizacional ideal para a comunicação organizacional?

Quanto mais a cultura organizacional se caracterizar como aberta e guiada por uma valorização das pessoas, mais propiciará uma comunicação participativa. Uma cultura organizacional autoritária e conservadora tende a ser fechada e cria um ambiente mais de medo e terror no contexto organizacional. A eficácia da comunicação nas e das organizações passa pela valorização das pessoas como indivíduos e cidadãos e pelo reconhecimento da cultura organizacional.

O que temos para aprender com os estrangeiros a respeito de comunicação organizacional?

Muito pouco. Tanto no nível acadêmico como no mercado profissional avançamos muito nas últimas décadas. No Brasil, a comunicação no mundo corporativo é bastante promissora e competitiva e temos um campo consolidado acadêmico e em franca expansão, com cursos universitários, de pós-graduação, pesquisas e produção científica superior ao que existe em países da Europa e América Latina. Temos órgãos de classe, mais de mil agências e assessorias como prestadoras de serviços e centenas de departamentos inter-

“ Já se foi o tempo em que só se fazia propaganda via comunicação de massa. Hoje temos que utilizar um mix de comunicação para atender diferentes demandas e segmentos de públicos. A verba de propaganda precisa ser fatiada entre mídias alternativas, ações de relações públicas com ênfase em responsabilidade social e de sustentabilidade, atividades promocionais, entre muitas outras possibilidades

nos nas organizações públicas e privadas. Abrem-se ainda novas possibilidades de atuação com o florescimento do terceiro setor. O cenário atual do mercado de comunicação organizacional no Brasil é de crescimento e consolidação. Mas em situações complexas como a que vivemos hoje, mais organizações vão ter que pensar estrategicamente sua comunicação e para isso vão precisar de profissionais especializados com ampla formação humanista, que saibam planejar e que conheçam as teorias, técnicas e os instrumentos de relações públicas, de marketing, bem como de todas as áreas das ciências da comunicação.

Como avaliar a imagem de uma empresa?

Esta é uma pergunta abrangente e não daria para responder integralmente. O que posso dizer é que hoje dispomos de metodologias e aportes teóricos que podem ser facilmente utilizados. A imagem

como um ativo intangível, assim como identidade, credibilidade, marca, etc, faz parte da subjetividade do sistema institucional das organizações e na prática é muito mais difícil de avaliar e mensurar do que ações propagandísticas e de promoção de vendas. No entanto, as ações de comunicação institucional e de relações públicas podem ser avaliadas usando pesquisa de opinião junto a públicos de interesse, auditoria de opinião e de imagem, indicadores de análise de exposição na mídia e por meio de entrevistas pessoais e de grupos.

Como a comunicação interna se relaciona com a gestão de recursos humanos?

A importância da comunicação interna reside, sobretudo, nas possibilidades que ela oferece de estímulo ao diálogo e à troca de informações entre a gestão executiva e a base operacional. Ela não pode ser algo isolado da comunicação integrada e dos conjuntos das demais atividades da organização. E sua eficácia irá depender de um trabalho de equipe entre as áreas de comunicação e recursos humanos, da diretoria e de todos os empregados envolvidos.

Como funciona a relação entre propaganda e comunicação nas organizações?

O setor de propaganda de uma empresa deve ser parte integrante da comunicação das organizações, não algo isolado e sem conexão com as demais subáreas como relações públicas, jornalismo, editoração e multimídia. Já se foi o tempo em que só se fazia propaganda via comunicação de massa. Hoje temos que utilizar um mix

de comunicação para atender diferentes demandas e segmentos de públicos. A verba de propaganda precisa ser fatiada entre mídias alternativas, ações de relações públicas com ênfase em responsabilidade social e de sustentabilidade, atividades promocionais, entre muitas outras possibilidades.

De maneira geral as empresas e as agências de comunicação estão preparadas para os novos desafios, como os canais multimídias?

A comunicação nas organizações, assim como a sociedade, sofre todos os impactos provocados pela revolução digital e, conseqüentemente, o modo de produzir e de veicular as mensagens organizacionais também passa por profundas transformações. Os profissionais de relações públicas assim como os das demais áreas de comunicação têm pela frente inúmeros desafios com todo o poder da internet, como as redes sociais e as novas concepções de públicos, onde se deixa de ser receptor para ser emissor. O poder da comunicação digital na sociedade contemporânea é uma realidade que as organizações e os agentes responsáveis pela gestão e produção da comunicação não podem ignorar. Isto faz com que o ato de pensar, planejar estrategicamente e executar esta comunicação mude radicalmente. Na medida em que os públicos podem se manifestar de forma livre, em tempo real e sem intermediações, as organizações precisam planejar a comunicação de forma muito mais proativa e utilizar as redes sociais online para se comunicar e atender prontamente as demandas dos públicos. Para tanto, terão que estar vigilantes e acompanhar o que passa a seu respeito na internet de forma bem



Divulgação

“ Na medida em que os públicos podem se manifestar de forma livre, em tempo real e sem intermediações, as organizações precisam planejar a comunicação de forma muito mais proativa e utilizar as redes sociais online para se comunicar e atender prontamente as demandas dos públicos. Para tanto, terão que estar vigilantes e acompanhar o que passa a seu respeito na internet de forma bem planejada e cuidadosa

planejada e cuidadosa, valendo-se inclusive de pessoal especializado.

Como é o cenário do jornalismo empresarial hoje no Brasil? E quais são as tendências?

O cenário é muito positivo. O jornalismo empresarial se modernizou e utiliza-se da convergência midiática. Registra-se também o grau de sofisticação alcançado pelas publicações institucionais brasileiras tanto em nível técnico quanto de conteúdo. Estas publicações passaram a ser mais valorizadas como um meio

imprescindível para atender às novas demandas da comunidade e da opinião pública. E à medida que a conjuntura e as estruturas se sofisticavam, também era preciso aperfeiçoar o relacionamento entre o capital e o trabalho e entre a organização e seu universo de públicos externos. Assim, os profissionais que atuavam nos mencionados departamentos perceberam a necessidade de um maior nível de qualidade editorial e técnica para as publicações. As novas plataformas estão sujeitas a toda a incorporação das inovações tecnológicas e das novas mídias sociais online. Um exemplo pode ser o uso do blog: tanto pode servir para resultados positivos como pode virar um problema na medida em que não se dê um tratamento adequado às manifestações e interlocuções dos públicos que postam suas mensagens. Ou seja, o jornalismo empresarial precisa se adequar a uma nova realidade do mundo das comunicações. ■

Em Maringá,
a arte de viver com
saúde e bem-estar.

Espaço saúde com lounge, ofurô, massagem e academias.



E muito mais: boulevard ▪ praça monet ▪ espaço esporte ▪ espaço criança ▪ espaço águas
restaurante ▪ espaço social ▪ salão de festas ▪ capela ▪ mata nativa ▪ bocha ▪ espaço aventura
pista de caminhada e ciclovia ▪ centro de educação infantil

LOTES A PARTIR DE

450 m²

EM ATÉ

120 MESES
PARA
PAGAR

PARCELAS A PARTIR DE

1.950,00
MENSAIS

PLANTÃO DE
VENDAS NO LOCAL

Jardins de Monet, perfeito para receber você e sua família.

ETAPAS CONCLUÍDAS: Pavimentação do acesso ▪ Iluminação do acesso
Muros laterais e frontal ▪ Paisagismo frontal ▪ Central de Atendimento

Jardins de
Monet

Residence

CENTRAL DE ATENDIMENTO **3222-1200**

www.jardinsdemonetresidence.com.br

5
MINUTOS DO
CATUAI
SHOPPING

OBRAS
INICIADAS

CONHEÇA A
MAQUETE
Avenida Tamandaré, 266

construção e vendas
CANTAREIRA
www.cantareirabr.com.br

construção
Monolux
www.monoluxbrasil.com.br

empreendedores
Jardins de
Monet
EMPREENDIMENTOS

bra

móveis e decoração
armazen paludetto

De acordo com a lei nº 4.591/64, informamos que todas as imagens de mobiliário apresentadas são ilustrativas. Cores, texturas, materiais de acabamento e decorativos, paisagismos e detalhes construtivos podem variar por exigências legais quando da aprovação ou execução. Os móveis, assim como alguns materiais de acabamento representados nas ilustrações e plantas, não constituem parte integrante do contrato. Reservamo-nos o direito de qualquer erro de digitação ou impressão. O condomínio será entregue de acordo com o memorial descritivo do empreendimento. CRECI J-2854 PR - CREA 13509. Matrícula 29.926 - 3ª Serventia Registral - Comarca de Maringá-PR. Licença de Instalação nº 12514 - Protocolo 78608005 - IAP - Instituto Ambiental do Paraná.

CAPITAL DE GIRO

QUALIDADE E SEGURANÇA NA CONSTRUÇÃO CIVIL

A Plaenge Empreendimentos Ltda foi a ganhadora do Prêmio Sinduscon-NOR 2011, uma iniciativa do Sindicato das Empresas da Construção Civil do Noroeste do Paraná, em parceria com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Paraná) e o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Paraná (Senai/PR). A cerimônia foi realizada em 21 de outubro, durante o Encontro Empresarial da Construção Civil. A Catamarã Engenharia e Empreendimentos ficou com o segundo lugar e a Design Empreendimentos, com o terceiro.

Foram avaliados os seguintes critérios: qualidade em gestão; segurança no trabalho; e manejo correto de resíduos sólidos. No critério da qualidade, foi levada em consideração a gestão dos procedimentos internos da empresa. No item segurança no trabalho, a preocupação com a saúde e o bem-estar dos funcionários, e no quesito de manejo de resíduos sólidos a atenção voltou-se à proteção do meio ambiente. A premiação coroa os resultados positivos do trabalho de aperfeiçoamento realizado pelo Sinduscon junto às empresas de construção civil nos últimos anos.

A comissão avaliadora foi composta por representantes do próprio sindicato e do Sebrae/PR. O processo incluiu ainda três auditorias nas empresas participantes, sendo que em cada visita foi aplicado um *check-list* de avaliação de diversos itens. Dezoito construtoras concorreram ao prêmio.

LONGA METRAGEM BUSCA RECURSOS ATRAVÉS DE LEI DE INCENTIVO

"Pequenos Segredos Sujos" será o próximo filme da produtora Gato na Árvores Filmes, do roteirista, produtor, diretor de cinema e publicitário paranaense Eliton Oliveira, responsável pelo documentário "23.11.1967: documentos do Caso Clodimar Pedrosa Lô".

A nova trama envolve histórias que se entrelaçam contando a saga de 14 personagens - com histórias baseadas em pessoas reais - no intervalo de 24 horas. Segredos, mentiras, omissões, desejos que foram guardados, mas que não resistiram ao tempo virão à tona reservando surpresas aos telespectadores.



NOVIDADE EM MÓVEIS

Para quem deseja ter uma cadeira Mademoiselle, uma poltrona Charles Eames ou uma mesa de jantar Saarinen, uma opção é comprar estas peças, além de outras réplicas de móveis clássicos e modernos criados por designers mundialmente reconhecidos na MObi Design. A loja foi inaugurada em Maringá em outubro e é a segunda da empresa - a outra fica em Londrina e uma terceira será inaugurada em janeiro no Rio de Janeiro.

Segundo o gerente geral, Fábio Bueno, a MObi Design foi aberta em Maringá em função do potencial de consumo e do poder aquisitivo dos moradores da cidade e da região, além do fato de Maringá ainda não ter outra loja com o mesmo conceito. No estabelecimento também é possível encontrar poltronas Barcelona, banquetas, puffs em geral, entre outros móveis e peças de decoração. Há também a loja virtual: www.mobidesign.com.br.

A MObi Design fica na avenida Gurucaia, 313 - Jardim Vila Bosque. O telefone é o (44) 3041-2505.

Duas grandes empresas paranaenses, sendo uma de Maringá, já assinaram um acordo de investimento com base na Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93). De acordo com a lei, empresas tributadas pelo lucro real podem investir no cinema nacional utilizando incentivos fiscais decorrentes do Imposto de Renda (IR). O orçamento previsto para "Pequenos Segredos Sujos" é de R\$ 3 milhões. Os empresários que tiverem interesse em conhecer as propostas de investimento podem entrar em contato com o responsável de captação, o professor Nailor Marques Júnior, pelo e-mail nailor@nailor.com.br ou pelo telefone (44) 8802-6517.

OUTUBRO ROSA

A Viação Garcia aderiu à campanha mundial Outubro Rosa e, por isso, dois novos ônibus da empresa têm a cor rosa. O objetivo da adesão é alertar sobre a importância do diagnóstico precoce na luta contra o câncer com maior índice de mortalidade entre as mulheres, o de mama. Os dois ônibus percorrem dezenas de cidades no Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Mato Grosso do Sul nas linhas a partir de Londrina e Maringá.

Os passageiros destes ônibus recebem um folder com explicações sobre os riscos do câncer de mama e um alerta para a importância da realização dos exames médicos preventivos anuais e também do autoexame.

No mês de outubro, os funcionários dos terminais rodoviários e das lojas de passagens de Londrina e Maringá utilizaram um lenço rosa junto ao uniforme.



André Masiero

A participação da Viação Garcia na campanha foi idealizada pela diretora, Andrea Luft, e a equipe de marketing elaborou o design da pintura dos dois ônibus, o folder de orientação para os passageiros e a campanha de apresentação para a comunidade.

The advertisement features a photograph of the Ótica Leonel storefront on the left, with a large sign that reads 'ÓTICA LEONEL'. To the right, there is a white box containing promotional text and contact information. Below this, there is a logo for Ótica Leonel featuring a pair of sunglasses and the brand name. To the right of the logo, there is text about a new store location.

A CLASSE E O BOM GOSTO
AO ALCANCE DE SEUS OLHOS.

Mais de 55 anos de experiência sem
abrir mão do que há de mais moderno.

Praça Raposo Tavares, 170
44 3226-3231

www.oticaleonel.com.br
contato@oticaleonel.com.br

ÓTICA
LEONEL

Nova loja
Av. Cidade de Leiria, 601
44 3029-8929

CAPITAL DE GIRO

TROCA DE DIRETORIA

O empresário Claudiomar Sandri é o novo presidente da Central de Negócios Imobiliários, cargo que ocupará até 2013. Sandri substitui, desde 6 de outubro, o empresário Marco Tadeu Barbosa. "A expectativa é continuar fortalecendo as imobiliárias e dar continuidade aos projetos da gestão anterior", diz Sandri.

A Central está presente em Maringá há dez anos e conta com 26 imobiliárias associadas. Entre as metas para o próximo ano estão a realização de cursos e treinamentos para os colaboradores das imobiliárias e o fortalecimento do setor por meio de projetos como a central de compras e o feirão de imóveis realizado em parceria com o Banco do Brasil, que teve a primeira edição em agosto durante a Maringá

MODA COM IDENTIDADE REGIONAL

Tecidos e peças de seda, como cachecóis, lenços e kaftans, poderão ser comprados durante a I Feira Nacional do Vale da Seda, que acontecerá de 12 a 20 de novembro, no Cívico Nova Esperança, localizado na rua Governador Bento Munhoz da Rocha Neto, em Nova Esperança. Todas as peças serão numeradas e o consumidor ao acessar o www.valedaseda.com.br (que também terá uma loja virtual) encontrará mais informações sobre cada uma delas. A expectativa é comercializar três mil peças e dois mil metros de tecidos.

Todas as peças estão sendo produzidas por micro e pequenas empresas e artesãs instaladas em Nova Esperança e municípios da região e terão uma etiqueta de identidade regional. Para o empresário e idealizador do projeto Vale da Seda, João Berdu Garcia Júnior, ao adquirir um produto com a etiqueta do Vale da Seda o consumidor terá a garantia de que se trata de uma peça de qualidade cuja produção tem o compromisso com o desenvolvimento regional sustentável. Geograficamente, o Vale da Seda é a região formada pela bacia hidrográfica do rio Pirapó, que abrange 29 municípios e é a maior produtora de casulos de bicho da seda do Ocidente.



Walter Fernandes

Liquida. A Central conta ainda com o jornal quinzenal Ofertas de Negócios Imobiliários, com tiragem de 80 mil exemplares, sendo o jornal de maior distribuição gratuita do interior do Paraná.

HORÁRIO DO COMÉRCIO NO PERÍODO NATALINO

A partir de 8 de dezembro o comércio de rua de Maringá estenderá o horário de funcionamento, graças a um acordo entre os sindicatos patronal (Sivamar) e de trabalhadores (Sincomar) do comércio. Nos dias 8 e 9 de dezembro as lojas funcionarão até as 20 horas. E de 12 a 23 de dezembro ficarão abertas até as 22 horas. Nos quatro sábados do mês que vem (dias 3, 10, 17 e 24) o comércio de rua permanecerá aberto até as 18 horas. As lojas também funcionarão em horário especial no dia 18 de dezembro, um domingo, abrindo das 14 às 20 horas. Já no dia 26 de dezembro o comércio estará fechado. No dia 31 as lojas abrem até o meio-dia e no dia 2 de janeiro funcionarão em horário normal.

Os supermercados funcionarão até as 18 horas nos dias 24 e 31 de dezembro. Em 26 de dezembro e 2 de janeiro abrirão a partir das 12 horas. Assim como o comércio em geral, os supermercados também funcionarão em horário especial no dia 18 de dezembro, domingo que antecede o Natal, só que das 9 às 15 horas.

Não deixe sua equipe desfalcada, cuide de seus colaboradores. Faça um plano empresarial

Santa Casa Saúde.

ANS Nº 33.683-1



Negócios por todos os lados de Maringá

A expansão da malha urbana trouxe centenas de oportunidades de negócio nos bairros, onde o comércio mostra-se cada vez mais robusto; atendimento mais próximo e comodidade aos clientes são diferenciais

Numa cidade que se espalha vertical e horizontalmente em alta velocidade, juntamente com as pessoas que buscam moradia nos bairros surgem as oportunidades de negócio. Não são apenas novos bairros que nascem, mas também espaços para panificadoras, farmácias, lojas de confecções, material de construção e outros modelos de negócio. A força dos bairros no comércio surpreende com a criação de verdadeiras "cidades" paralelas à zona central.

Quem compara o desempenho do centro e da periferia também encontra surpresas. A empresária Elisa Andreia Sotti Gomes, da Atual Woman, tem uma loja no centro de Maringá há três anos e decidiu expandir os negócios para um bairro. Dedicada ao comércio varejista de roupas, calçados e acessórios femininos, há cerca de

60 dias ela inaugurou a segunda unidade, na avenida Mandacaru. Os resultados iniciais surpreenderam a empresária. "Ainda mais por ser logo no começo do negócio, os resultados estão sendo muito bons. O desempenho da loja no bairro já está ultrapassando o da unidade do centro", diz Elisa, que mantém quatro funcionários em cada estabelecimento. "Aquela região de Maringá já ganhou vida própria, com um comércio muito forte", comenta.

A posição da loja, em uma região que é a entrada rodoviária oeste de Maringá, favoreceu a atração de consumidores de fora. "Eles vêm de Iguatemi, Mandaguaçu, Doutor Camargo, Cianorte e Santa Fé", revela. A avenida Mandacaru é uma importante via tanto para os moradores da região norte de Maringá, quanto para moto-



Ivan Amorim

Comércio no Jardim Liberdade: concorrência menor, aluguel mais barato e oferta de estacionamento são algumas das vantagens da abertura de empreendimentos nos bairros

ristas que chegam pela BR-376 (sentido Maringá-Paranavaí) e a PR-317 (sentido Campo Mourão-Maringá).

Elisa afirma que em sua pesquisa, notou que a região era carente dos produtos que ela comercializa e, depois de inaugurada a segunda unidade, comprovou que estava



Walter Fernandes



certa. “Nesta região existe uma classe média com potencial de compra. Vejo muita gente que deixou de comprar no centro e agora só consome no bairro onde mora”, diz. Ela acredita que os moradores do bairro, em seu ritmo atribulado de vida, têm dificuldade em reservar tempo para mais um deslocamento ao centro, para as compras.

Um dos fatores que contribuem para o crescimento do consumo nos bairros de Maringá, na visão da empresária, é a dificuldade de transitar com veículos na região central. Este detalhe levou Elisa a oferecer estacionamento próprio na nova loja. Outro fator a favor da expansão para os bairros é o custo fixo da operação. “Tanto a primeira quanto a segunda loja estão em terrenos alugados. O custo da unidade no bairro é 50% menor”, compara. “É muito mais viável, pois no centro preciso vender o dobro para pagar”, completa.

O ambiente de negócios nos bairros também é mais concorrido para empresas iniciantes. “No centro, é uma loja muito perto da outra, uma concorrência muito grande”, comenta Elisa. Sua projeção para o final dos anos é que cada unidade cresça entre 15% e 20% em volume de vendas em relação ao resultado obtido pela loja da região central no ano passado.

Em um segmento semelhante, a empresária Ana Beatriz da Silva

Elisa Gomes, da Atual Woman, abriu há dois meses uma loja na avenida Mandacaru, cujo desempenho já ultrapassou o da loja do centro



Walter Fernandes

Com lojas no Jardim Alvorada e Jardim das Palmeiras, Ana Beatriz Lima, da Htinha, diz que o comércio de bairro exige atendimento de qualidade e um contato mais próximo junto aos clientes

Lima sempre apostou nos bairros. As duas unidades da Htinha, especializada em roupas femininas, ficam fora da região central: uma no Jardim Alvorada e outra no Jardim das Palmeiras, em funcionamento há três e dois anos, respectivamente.

Para a empresária, o comércio de bairro exige um contato mais constante com o cliente e resgata hábitos que os empresários cultivam há décadas. “É preciso oferecer não só um excelente atendimento, mas também telefonar para os clientes quando chega novidade na loja. São pessoas que todo mês estão aqui, a gente se conhece muito bem”, diz Ana.

Para os moradores dos bairros, o comércio instalado próximo à casa precisa ser diversificado o suficiente para que eles se sintam dentro das tendências da moda. “Em regiões como o Jardim das Palmeiras, o centro de Maringá é muito longe. Por isso, as pessoas querem poder fazer tudo sem sair do bairro. Temos que ter sempre

novidade e procuramos sempre fazer promoções”, acrescenta.

A empresária destaca que a possibilidade dos estabelecimentos dos bairros poderem participar de ações integradas da cidade, como a Maringá Liquida, realizada pela ACIM, fomenta as vendas. “Mesmo estando afastado do centro, dá para participar de todas as promoções”, afirma.

Viver e trabalhar no bairro é um privilégio para Ana. Ela mora há sete anos no Jardim Alvorada e dificilmente precisa se deslocar até o centro. “A vida no bairro é mais tranquila. Encontrar estacionamento no centro é difícil, o que leva os moradores daqui a optar pela compra nos bairros”, avalia.

Praticidade

Para o consultor Erivaldo Luque Real, da Real Consultoria Empresarial, a praticidade é o grande trunfo do comércio nos bairros, que tem a vantagem de estar perto do cliente. Ele afirma que neste ramo o grande diferencial de de-

sempenho está na maneira como o empresário se relaciona com o consumidor. “Existe uma grande diferença entre as empresas dos bairros e as da região central, mas também há diferenças entre as próprias lojas de bairro. O diferencial de qualidade está naqueles que buscam um relacionamento com o cliente”, destaca.

O consultor explica que por falta de ousadia e visão empresarial, muitos lojistas dos bairros passam despercebidos pelos vizinhos. “Muitas vezes existe o público e suas necessidades, mas ele desconhece o que determinada loja oferece”, exemplifica. Essa falta de contato tira uma vantagem natural do comércio de bairro. “Pela praticidade da localização, o consumidor muitas vezes não se importa em pagar um pouco mais pelo produto do que pagaria se tivesse que se deslocar até a região central da cidade”, comenta.

Um exemplo dado pelo consultor é o das panificadoras, estabelecimentos tradicionais dos bairros.

Por mais que os serviços de entrega a domicílio estejam populares e acessíveis, poucas panificadoras investem nesta modalidade de venda. “Há comerciante que vê o mesmo cliente ir todos os dias até a loja, mas não toma a iniciativa de propor entrega em domicílio. O consumidor tem outras tarefas e certamente pagaria até mais para receber o pãozinho em casa”, descreve.

E, para quem acredita que a entrega encareceria a operação, o consultor dá a dica. “Num bairro, os empresários de várias lojas podem se unir e terceirizar esse serviço de entrega. No final, sairia barato para todos”, comenta.

A tranquilidade e o ritmo de

vida agradável nos bairros não significam que os empresários podem ficar acomodados. Mesmo aqueles que se tornaram amigos dos clientes precisam estar atentos à concorrência e antenados às mudanças no mercado. O primeiro passo para o sucesso nos bairros é o mapeamento do público. “Os comerciantes podem começar com um cadastro entre os vizinhos. A partir das informações que ele obtém, pode começar a traçar serviços diferenciados”, explica.

Buscar informações e inovação é essencial, ressalta o consultor. “Os empresários mais novos estão cientes disso, mas há muitos comerciantes que continuam a tocar seus negócios como há 20 anos”.

Ele ressalta que o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e as consultorias privadas oferecem soluções para todo tipo de orçamento e porte empresarial, para direcionar as empresas para o rumo certo. “A maioria dos empresários só busca ajuda e muda quando está para quebrar. Não é necessário chegar a esse ponto”, avalia.

Expansão

Maringá cresce e os empresários seguem atrás das oportunidades que surgem com a expansão da malha urbana do município. É o caso de Paulo Henrique Vital, proprietário do Posto Canadá. Ele está de olho em uma das regiões com

20 porque VOCÊ assiste.

www.ric.com.br
IMPAR 2011 - IBOPE Inteligência e Top of Mind 2011

RICTV RECORD
TV de Primeira.

www.acim.com.br

Walter Fernandes



O empresário Paulo Henrique Vital abrirá um posto com 240 metros, bem maior que a média da revenda de combustíveis e apostará numa loja de conveniência moderna

crescimento mais intenso nos últimos anos: o Jardim Imperial, que concentra cerca de 20 bairros, com aumento populacional notável. “O Posto Canadá existe há cinco anos, no Jardim Mandacaru, e agora quero levar um novo conceito de posto para o Jardim Imperial”, explica.

A escolha do local acompanha as mudanças recentes na organização urbana do município. Para Vital, a avenida Alexandre Rasgulaeff, que atravessa o Jardim Imperial, se tornou o principal corredor rodoviário para os moradores dos bairros do eixo nordeste-norte de Maringá, além de uma alternativa à congestionada avenida Colombo. “É uma saída para quem vive em bairros como o conjunto Ney Braga e a região da avenida Mandacaru, regiões que cresceram muito”, explica Vital.

O novo conceito, a que se refere o empresário, reflete-se no tamanho e na gama de serviços que o posto oferecerá. “A média para estabelecimentos de revenda de

combustíveis atualmente é de 80 a 100 metros quadrados. A loja no Jardim Imperial terá 240 metros quadrados”, ressalta. Com o grande espaço, o empresário apostará no principal atrativo em postos de combustíveis: a loja de conveniência. “Um posto não sobrevive só com a margem de venda de combustíveis. Minha ideia é ter espaço para uma loja de conveniência moderna, que ofereça mais que os produtos tradicionais”, explica.

A expansão só foi possível depois da consolidação do Posto Canadá. Vital afirma que o posto tornou-se uma referência para moradores de uma série de bairros da região norte de Maringá, que não apenas abastecem, mas compram itens de alimentação e de utilidade doméstica na loja de conveniência.

O empresário afirma que muitas regiões de Maringá provaram ter força para se tornarem independentes do centro, em termos de volume comercial. Para que o processo se consolidar, falta o apoio

de um segmento fundamental. “Os bancos precisam apostar mais nos bairros”, destaca. O empresário acredita que a falta de instituições bancárias nessas regiões é um dos motivos que levam as pessoas ainda a evitar compras nos arredores da cidade, concentrando o comércio na área central da cidade.

A avenida Alexandre Rasgulaeff também foi o local escolhido para a instalação da Reginato Tintas. Depois de 22 anos na avenida Brasil, no centro da cidade, foi preciso pesquisar um novo endereço para a entrega do antigo ponto. O diretor comercial, Nivaldo Reginato, conta que 80% das vendas da empresa não eram efetuadas no balcão e que por isso o ponto não precisava estar instalado no centro. O local foi escolhido depois de constatado que parte das vendas era para clientes localizados no Jardim Imperial e bairros adjacentes.

Resultado: há menos de dois meses no novo ponto, Reginato diz que os resultados são positivos e

que as vendas de balcão aumentaram. A equipe de vendas também tem se esmerado no atendimento, tanto que percorreu algumas ruas do bairro para se apresentar aos moradores e distribuir materiais de divulgação sobre a loja. “Muitos moradores nos agradeceram por termos instalado a loja aqui”, conta Reginato. A empresa já faz planos de instalar outra loja num bairro da cidade no ano que vem.

Concorrência

A expansão da estrutura urbana tem seus prós e contras. Quando foi criado, há 22 anos, o Depósito Pedro Taques ficava em um dos extremos de Maringá. O Jardim Alvorada, naquela época, era uma das fronteiras de maior crescimento imobiliário na cidade, bairro ideal para a instalação de um depósito de material de construção. Hoje, a região se estabilizou quanto à construção de novas casas e a empresa teve que se adaptar. “Hoje o Alvorada se tornou uma região central em Maringá. Para atender o bairro, temos que sair do produto básico e direcionar a venda para produtos para reforma, banheiro e cozinha”, explica o empresário Renato Tavares.

Ele conta que os produtos considerados básicos, como cimento e areia, possuem valor mais baixo, porém proporcionam um giro mais rápido. “O que acontece com as casas do Jardim Alvorada é que hoje elas estão com 20 ou 30 anos de construção e precisam de reformas. Produtos para esse fim têm um giro mais lento do que o material bruto, que praticamente se paga com o volume de venda”, explica Tavares.

O foco não significa que o depósito deixou de participar da



Walter Fernandes

Como boa parte das vendas não era feita no balcão e diante da necessidade de entregar o prédio localizado no centro, a Reginato Tintas foi instalada no Jardim Imperial; na foto, Nivaldo Reginato

expansão imobiliária recente de Maringá. Areia, pedra, cimento e tubos de conexão continuam a ser itens importantes no portfólio da empresa. “Regiões como o Jardim Paris praticamente nasceram ontem e participamos dessa cons-

trução, mas sabemos que nossos concorrentes estão indo para essas regiões”, afirma Tavares.

Com as décadas de existência, o Depósito Pedro Taques se beneficia da estrutura estabelecida, o domínio da logística de distribuição e



Renato Tavares instalou o Depósito Pedro Taques há 22 anos no Jardim Alvorada e viu a concorrência e a insegurança aumentarem



Para proporcionar atendimento diferenciado e conhecimento do público, “normalmente, nosso franqueado mora ou se muda para o bairro onde vai atuar”, explica Thiago Luiz Ramalho, da Gelaboca

características próprias. “O eixo comercial da avenida Mandacaru tem de tudo e o Jardim Alvorada é uma espécie de segunda cidade em termos de comércio”, ressalta.

Há quatro anos, a rede inaugurou uma segunda unidade, próxima ao novo extremo da avenida Mandacaru. “O crescimento dos novos bairros foi tão grande que o movimento na nova unidade da sorveteria superou o da matriz”, conta Ramalho.

Entre funcionários da planta industrial e das lojas, a Gelaboca gera cerca de cem empregos. Além de sorveterias próprias, a empresa aposta em freezers espalhados por pontos de venda, como mercados e panificadoras. Ramalho explica que o fator principal para determinar a instalação de uma unidade é a concentração populacional. “É um negócio onde o volume de pessoas conta muito devido à sazonalidade. No mercado de sorvetes, vende-se bastante durante seis meses”, destaca.

Para o empresário, o sucesso do negócio nos bairros exige uma ligação mais próxima com a população local. “Este modelo exige um atendimento diferenciado e um conhecimento do público. Normalmente, nosso franqueado mora ou se muda para o bairro onde vai atuar. Ele sabe onde mora seu consumidor, cria amizade com ele e faz com que a sorveteria se torne uma referência no bairro”, diz.

Mas o empresário tem uma crítica: a segurança dos bairros. “Quase todas nossas lojas já foram assaltadas. É preciso aumentar o efetivo nos bairros”, diz Ramalho. ■

Sorveteria aposta em lojas nos bairros

Alguns segmentos varejistas são talhados para os bairros e crescem rapidamente. É o caso de sorveterias, com a rede de franquias Gelaboca. A empresa conta com 18 lojas em Maringá: uma no centro e o restante em bairros. Também conta com franqueados em Sarandi, Marialva, Paçandu, Nova Esperança e Mandaguaçu, num total de 25 lojas na Região Metropolitana de Maringá. A primeira unidade, na avenida Mandacaru, nasceu há 11 anos. “Naquela unidade, notamos que pessoas de várias regiões de Maringá vinham tomar sorvete. A partir disso, começamos a identificar a necessidade nos bairros da cidade”, conta o empresário Thiago Luiz Ramalho, proprietário da rede de franquias e da indústria de sorvetes. A rede começou a expandir com unidades no Jardim Alvorada e na região do Antigo Aeroporto. Para Ramalho, alguns bairros de Maringá conquistaram

o conhecimento da população do bairro. O empresário ressalta que este conhecimento é fundamental em um ambiente de concorrência acirrada. “A concorrência de materiais de construção em Maringá hoje é predatória. Mesmo com a alta demanda, se uma empresa sobe sua margem de lucro em 2% ou 3%, para de vender”.

Além da concorrência, o crescimento e desenvolvimento de bairros como o Jardim Alvorada fez com que a região perdesse algumas vantagens comparativas ao centro. “No passado, podíamos escolher até a árvore para estacionar o carro debaixo da sombra. Isso está mudando, mas a situação ainda não é crítica como no centro”, descreve.

Tavares destaca que a falta de segurança é um grande desafio para os empresários dos bairros atualmente. “Segurança é um aspecto preocupante, pois agora estamos fatos que antigamente não se via, como assalto à mão armada. Depois de 20 anos, este ano roubaram a minha loja. Isso exige que o empresário invista em equipamentos de segurança, mas o problema é de gestão pública”, reclama.



Mais que profissionais, no Cesumar, formamos valores!



Cesumar

64 CURSOS PRESENCIAIS E A DISTÂNCIA



- Administração
- Agronegócio
- Agronomia
- Análise e Desenvolvimento de Sistemas | PD
- Arquitetura e Urbanismo
- Artes Visuais | Licenciatura / Bacharelado
- Automação Industrial
- Biomedicina
- Ciências Biológicas | Licenciatura / Bacharelado
- Ciências Contábeis
- Design de Interiores
- Direito
- Educação Física | Licenciatura / Bacharelado
- Enfermagem
- Engenharia Ambiental e Sanitária
- Engenharia Civil
- Eng. de Controle e Automação | Mecatrônica
- Engenharia Elétrica

- Estética e Cosmética
- Farmácia
- Fisioterapia
- Fonoaudiologia
- Gastronomia
- Gestão Comercial
- Gestão de Recursos Humanos
- Jornalismo
- Logística
- Medicina Veterinária
- Moda
- Nutrição
- Odontologia
- Pedagogia
- Psicologia
- Publicidade e Propaganda
- Redes de Computadores
- Serviço Social

- Novos* CURSOS
- Comércio Exterior
 - Construção de Edifícios
 - Design de Produto
 - Eventos
 - Gestão de Segurança Privada
 - Gestão Pública (A Distância)
 - Marketing
 - Pilotagem Profissional de Aeronaves
 - Radiologia
 - Secretariado
 - Segurança no Trabalho
 - Transporte Aéreo

- End* | EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA
- Administração
 - Agronegócio
 - Gestão Comercial
 - Gestão de Recursos Humanos
 - Gestão Financeira
 - Negócios Imobiliários
 - Pedagogia
 - Processos Gerenciais
 - Validação dos Créditos de Teologia

ESTUDE NO CESUMAR
ACESSE WWW.CESUMAR.BR
E CONHEÇA OS PLANOS DE
FINANCIAMENTO DE ATÉ
100% DA MENSALIDADE



Inscrições até | 21/11 | Provas | 27/11

CESUMAR
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ
Comunidade do Conhecimento
www.cesumar.br | 44 3027 6222

Emprego, oportunidade de ressocialização de jovens

Adolescentes infratores estão sujeitos a medidas socioeducativas, que variam de advertência a internação; no Paraná, há um programa de aprendizagem profissional para **adolescentes em conflito com a lei**, mas é preciso maior adesão das empresas

Octávio Rossi

Um dos melhores caminhos para a ressocialização de jovens que cometem ato infracional é o trabalho. Trata-se de uma oportunidade de proporcionar um futuro digno a partir da profissionalização e, acima de tudo, da oferta de emprego.

O Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece que crianças e jovens com até 18 anos estão sujeitos às medidas socioeducativas em caso de prática de ato infracional, ou seja, "conduta descrita como crime ou contravenção penal". E uma vez verificado o ato infracional, as medidas que podem ser aplicadas, de acordo com o ECA, são advertência, obrigação de reparar o dano, prestação de serviços à comunidade, liberdade assistida e internação em



Centro de Socioeducação (Cense) de Maringá, que atualmente atende 65 adolescentes em conflito com a lei; na instituição, eles recebem acompanhamento psicológico e psicossocial

estabelecimento educacional.

Uma pesquisa realizada pela estudante do 5º ano de Direito da Universidade Estadual de Maringá (UEM) e há dois anos estagiária na Promotoria de Justiça de Proteção à Infância e Juventude de Maringá, Viviane Godoy, apontou, através de registros da Promotoria, que em 2009 e 2010 o Ministério Público atendeu 572 adolescentes para cumprimento de medidas socioeducativas em Maringá, sendo que 430 deveriam cumprir prestação de serviços à comunidade e 142, liber-

dade assistida. E um levantamento da Secretaria Nacional dos Direitos Humanos apontou que, no final do ano passado, 58.764 adolescentes cumpriam medidas socioeducativas no Brasil, sendo que 18.107 tinham restrição de liberdade e 40.657 cumpriam medida em meio aberto.

Antes de cumprir uma penalidade, o menor é avaliado. "Ao ser encaminhado para a promotoria o adolescente é entrevistado e dependendo do caso, aplicamos uma advertência. Mas se percebermos que ele tem problemas na escola ou

falta apoio familiar, o encaminharemos para uma medida um pouco mais constritiva, que é a liberdade assistida com acompanhamento psicossocial. Se esse menor cumprir as medidas estabelecidas e se está frequentando a escola, o próximo passo será encaminhá-lo para cursos profissionalizantes. Mas se o adolescente comete uma falta grave, será encaminhado para uma entidade onde ficará em privação de liberdade”, explica a promotora Mônica Louise de Azevedo, da Promotoria de Justiça de Proteção à Infância e Juventude.

O local estabelecido para esta privação de liberdade citada pela promotora é o Centro de Socioeducação (Cense), que tem uma unidade em Maringá. No Paraná, a Lei nº 15.200/2006 criou o Programa Estadual de Aprendizagem para o adolescente em conflito com a lei. Segundo a apresentação do Programa, a profissionalização é importante para o processo de construção da cidadania e segue o próprio ECA, que diz que é direito do adolescente privado de liberdade receber escolarização e profissionalização.

João Cláudio Fragoso

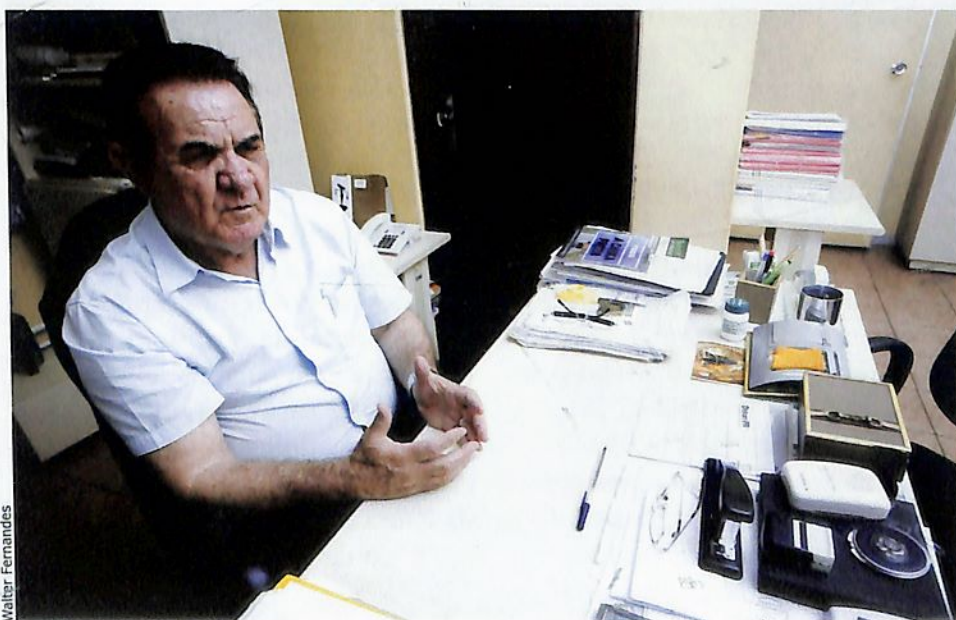


Promotora Mônica Louise de Azevedo: “é importante a participação das empresas, oferecendo oportunidade de trabalho e ajudando a formar cidadãos de bem”

Os números comprovam a eficácia: dos adolescentes que passaram pelo Programa de Aprendizagem, apenas 2,8% reincidiram em atos infracionais e 82% dos familiares apontaram melhoria no relacionamento do adolescente em casa.

Conforme relata a promotora

Mônica, é comum a melhora no comportamento do menor que passa por processo socioeducativo. “Alguns voltam na promotoria para nos mostrar o crachá da empresa onde estão trabalhando. E isso nos dá muita alegria”. Ela reforça que a sociedade tem papel fundamental para que o jovem deixe de cometer atos infracionais que resultaram em penalidades, para superar o preconceito e o rótulo de que são irreparáveis. “Temos que acabar com essa falsa ideia de que há impunidade ou que não adianta investir, porque aquele indivíduo não tem mais ‘jeito’. Cabe a nós darmos oportunidade para o adolescente ter uma vida diferente e é importante a participação das



Walter Fernandes

Na opinião do juiz Rene Pereira da Costa, quando o mercado absorve o adolescente infrator, “toda a comunidade ganha, pois tendo um emprego, dificilmente voltará a cometer atos infracionários”

www.acim.com.br

empresas, oferecendo oportunidade de trabalho e ajudando a formar cidadãos de bem”, ressalta.

O juiz da Vara da Infância e da Juventude de Maringá, Rene Pereira da Costa, partilha da mesma opinião. “O objetivo da medida socioeducativa é justamente a recuperação do adolescente infrator. Depois que ele é qualificado profissionalmente na instituição em que se encontra, ao sair merece uma chance. Precisamos da compreensão dos empresários para receber esses jovens e oferecer oportunidade de trabalho. E quando o mercado o absorve, toda a comunidade ganha, pois uma vez tendo um emprego, dificilmente voltará a cometer atos infracionais”.

Mais vagas

Atualmente o Cense de Maringá atende 65 adolescentes em conflito com a lei. Na instituição eles recebem acompanhamento psicológico e psicossocial, que faz parte do processo socioeducativo. “Quando um adolescente chega ao Cense passa por uma avaliação e entra no programa de ressocialização. Para isso, deve ser considerado apto à retomada gradativa ao convívio em sociedade e devidamente autorizado pelo poder judiciário. Os critérios estabelecidos na lei estadual de aprendizagem são rigorosos”, explica o Gestor Regional do Programa Adolescente Aprendiz em Maringá, Marcelo José Bressan, que é educador social há dez anos.

A maioria dos jovens qualificados é encaminhada para trabalhar em órgãos públicos do estado, onde desenvolvem atividades práticas que complementam o conteúdo dos cursos ministrados no Cense. “Ao menor que é contratado são assegurados todos os direitos trabalhistas previstos na Consolidação das Leis

Bullying e alienação parental são denúncias mais comuns no Conselho Tutelar

Maringá, em 1990, foi a primeira cidade brasileira a criar um Conselho Tutelar, um órgão encarregado de zelar pelo cumprimento dos direitos das crianças e dos adolescentes. A base do trabalho do Conselho Tutelar são as denúncias, que podem ser feitas por qualquer pessoa. “O denunciante tem a garantia do anonimato. As denúncias que não forem de de nossa competência são encaminhadas para os órgãos competentes”, explica o conselheiro tutelar Vandré Fernando.

Muitos dos casos de violência que chegam ao Conselho passam por um minucioso estudo e investigação por um colegiado que define como proceder. Segundo Vandré Fernando, as denúncias mais frequentes têm sido de *bullying* e alienação parental. “São problemas gravíssimos. O primeiro caso de violência acontece principalmente nas escolas e o segundo caso acontece normalmente quando os pais se separam e, por raiva, denigrem a imagem do outro e, nesse confronto, a criança fica vulnerável”, diz.

A base do trabalho do Conselho Tutelar são as denúncias que chegam até ele. Denúncias que podem e devem ser feitas por toda



Divulgação

O conselheiro tutelar Vandré Fernando lembra que “o denunciante tem a garantia do anonimato”

a sociedade, conforme preconiza o ECA, que diz que “é dever de todos prevenir a ocorrência de ameaça ou violação dos direitos da criança e do adolescente”.

Em Maringá há dois Conselhos Tutelares: na Zona Norte e na Zona Sul, que oferecem palestras gratuitas para esclarecer as funções do conselho, o papel fundamental da família, da escola e da sociedade na defesa e formação das crianças e adolescentes. O telefone do Conselho Tutelar da Zona Sul é o (44) 3901-2276 e o da Zona Norte, (44) 3901-1787.

do Trabalho. O adolescente terá um orientador no local de trabalho para acompanhamento diário e a nossa equipe realiza visitas semanais para orientá-lo no aprimoramento profissional”, diz.

Dentre os benefícios dos adolescentes aprendizes apontados pelo gestor do Cense está a mudança de referenciais de conduta. “Na maioria das vezes esse trabalho é a primeira oportunidade de ingresso no mercado formal. A disciplina e o respeito refletem múltiplas recompensas e estes jovens convivem com pessoas que se tornam referências positivas de conduta”.

Apesar dos resultados positivos, ainda há pouca participação das empresas na oferta de oportunidade.

“Após um ano conosco, há diversos adolescentes aptos ao mercado de trabalho, no entanto faltam empresas que acreditam e confiam na capacidade produtiva deles. O Cense está à disposição para conversar com os empresários interessados em conhecer o programa”, convida.

Efetivação

A ATDL conta com 18 jovens aprendizes com idades entre 14 e 21 anos e que desempenham atividades nos setores administrativo, mecânico e outros. Para conseguir a vaga, o jovem precisa passar por um processo de seleção e preencher alguns requisitos, além de estar matriculado em cursos profissionalizantes. “Na empresa eles recebem orientações

dos funcionários para a realização das tarefas”, diz a psicóloga e responsável pelas contratações, Alessandra dos Santos Rodrigues.

A troca de experiência entre a empresa e o aprendiz rende resultados positivos. A psicóloga conta que durante o período de contratação, os jovens são avaliados diariamente e podem ser efetivados. “Dependendo de como eles se apresentam durante o período que passam conosco, são efetivados. Temos um funcionário que entrou como aprendiz na área administrativa e foi efetivado. Há pouco tempo recebeu uma nova proposta emprego e decidiu sair, mas estamos contentes, pois é um ótimo profissional e que busca crescimento. E isso nos dá muito orgulho”, comemora. ■

Vinhos Personalizados 2011



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

Além de divulgar sua marca você surpreende, emociona e conquista clientes, parceiros, amigos e colaboradores.

Presenteie neste fim de ano com vinhos personalizados

Av. Brasil, 4312 - Ed. Transamérica - sala 08 - Térreo - Maringá - Paraná

Dinheiro mais barato para bons pagadores

Em operação, Noroeste Garantias oferece, às instituições bancárias, garantias para que os empresários possam ter acesso a linhas de crédito mais baratas

Walter Fernandes



Noroeste Garantias não empresta dinheiro; compromisso é ajudar o empresário a conseguir o empréstimo junto aos bancos, explica Ilson Rezende

Octávio Rossi

Contrair um empréstimo bancário quase sempre é um processo burocrático e caro para os micro e pequenos empresários. Segundo a estimativa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), três em cada dez micro e pequenas empresas têm os pedidos de crédito negados por não oferecerem garantias às instituições financeiras.

Essa realidade começa a traçar outro rumo. É que estão em funcionamento no Paraná três Sociedades

de Garantia de Crédito (SGC), cujo objetivo é prestar garantias complementares às exigidas pelos agentes financeiros e, por consequência, ajudar as empresas a ter acesso a dinheiro mais barato.

A Noroeste Garantias foi criada para atender os empresários de Maringá e região – as outras duas são a Garantioeste, com sede em Toledo, e a Garantisudoeste, em Francisco Beltrão. A estimativa do Sebrae/PR, que é parceiro no projeto, é que em cinco anos o volume de crédito concedido, por meio das garantias, chegue a R\$ 120 milhões - outras

duas sociedades estão sob análise: em Guarapuava e em Londrina.

Fundada em 2008, com o apoio da ACIM, a Noroeste Garantias estruturou o trabalho inicial na busca de recursos. A prospecção surtiu resultado, já que conseguiu um aporte inicial de R\$ 3,5 milhões, sendo que R\$ 2 milhões foram injetados pelo Sebrae, R\$ 1 milhão pela prefeitura de Maringá, R\$ 300 mil pelo Sicoob Metropolitano e R\$ 200 mil por entidades de classe, como a ACIM.

Segundo o presidente da Noroeste Garantias, Ilson Rezende, desde o início de agosto, quando oficialmente entrou em funcionamento, a garantidora conseguiu dar suporte para cinco empresas. “Conseguimos gerar em pouco tempo um volume de crédito de R\$ 100 mil às empresas que nos procuraram”, conta.

A Noroeste Garantias, assim como outras sociedades garantidoras, não faz empréstimo. “Nosso compromisso é ajudar o empresário a conseguir o empréstimo que procura junto aos bancos, pagando a menor taxa de juros possível, inclusive auxiliamos as empresas a elaborar projetos para acessar linhas de crédito como as do BNDES e de agências de fomento. E para os bancos, oferecemos a garantia para aprovar o financiamento”, completa Rezende. Ele acrescenta que o objetivo é ajudar empresas com capacidade de pagamento e que têm boas ideias ou projetos, mas encontram a falta de garantia como um limitador para colocá-los em prática ou que têm dificuldade de acessar linhas de crédito do governo. Um comitê técnico é quem avalia se a Noroeste concederá a garantia para a empresa acessar o crédito.

Mais informações através do telefone (44) 3023-2283 ou pelo e-mail contato@noroestegarantias.com.br.

O

rtodontia

Coordenadora

PROF.^a. DRA. RENATA CRISTINA GOBBI DE OLIVEIRA

Equipe

PROF. DR. RICARDO C. GOBBI DE OLIVEIRA
PROF.^a. MS. SUZIMARA DOS REIS GÉA
PROF. MS. ROBERTO C. DE OLIVEIRA FILHO

Início: 24 de novembro

Módulos: Mensais (Quarta à Sábado)

Mensalidade: R\$ 1.130,00

Duração: 30 meses

I

mpantodontia

Coordenador

PROF. MS. RENATO VICTOR DE OLIVEIRA

Equipe

PROF. DR. ROBERTO B. SYDNEY
PROF. DR. CLEVERSON DE OLIVEIRA E SILVA

Início: 01 de dezembro

Módulos: Mensais (Quarta à Sábado)

Mensalidade: R\$ 1.030,00

Duração: 24 meses

C

irurgia e Traumatologia Bucomaxilofacial

Coordenador

PROF. MS. FRANCISMAR RAUSCH

Equipe

PROF. DR. WASHINGTON R. DE CAMARGO
PROF. MS. RENATO VICTOR DE OLIVEIRA

Início: 01 de dezembro

Módulos: Mensais (Quarta à Sábado)

Mensalidade: R\$ 1.880,00

Duração: 24 meses

R

adiologia Odontologica e Imaginologia

Coordenador

PROF. WILTON MITSUNARI
TAKESHITA

Equipe

PROF.^a. DRA. RENATA CRISTINA GOBBI DE OLIVEIRA

Início: 01 de dezembro

Módulos: Mensais (Quinta à Sábado)

Mensalidade: R\$ 880,00

Duração: 18 meses

P

rótese Dentária com ênfase em Estética

Coordenador

PROF. DR. FABIANO MARSON

Equipe

PROF. DR. CLEVERSON DA SILVA
PROF. DR. GIOVANI DE OLIVEIRA CÔRREA
PROF.^a. MS. PATRÍCIA PROGIANTE

Início: 01 de dezembro

Módulos: Mensais (Quarta à Sábado)

Mensalidade: R\$ 980,00

Duração: 24 meses

Inscrições abertas no site ou na secretaria de pós-graduação da Faculdade Ingá

DOCUMENTOS

FOTOCÓPIA: RG, CPF, CRO (PROVISÓRIO OU DEFINITIVO)
FOTOCÓPIA: DIPLOMA DE CIRURGIÃO DENTISTA
01 FOTO 3x4 ATUALIZADA

VALOR DA INSCRIÇÃO: R\$ 100,00

* As matrículas serão realizadas por ordem de inscrição

(44) 3033 5009 // 0800 645 5000

Odontologia Especialização



Credenciada pela Portaria 1908/99 MEC

Academia do Saber

www.uninga.br

Uma parceria sólida para as organizações sociais

O ano de 2012 será de comemorações para o Instituto de Responsabilidade Social de Maringá (Fundacim), o “braço” em educação, cultura e gestão do terceiro setor da Associação Comercial. Os resultados positivos dos projetos e incentivo às organizações do terceiro setor confirmam que há motivos para comemorar.

A presidente da Fundacim, Cleide Noronha, ressalta o crescimento e a evolução do instituto nos quase dez anos e diz que é notável a ajuda às organizações sociais. “É um trabalho que está dando certo”, diz. E para marcar uma década de existência, a Fundacim está lançando um selo, que será utilizado no ano que vem.

Privilegiando o desenvolvimento social e a garantia dos direitos e da cidadania, a Fundacim atende organizações, empresas e o governo por meio de projetos, cursos, treinamentos e assessorias. Além disso, milhares de pessoas foram beneficiadas direta e indiretamente através das campanhas e projetos realizados em parceria com organizações sociais.

O instituto também é responsável pela realização de prêmios, como o Geração, que chegou à sexta edição e tem o objetivo de incentivar e valorizar organizações sociais com boas práticas de gestão, além de estimular a profissionalização. Outro prêmio é o Fundacim de Jornalismo, que também comemora seis anos e premia

Há quase uma década, a Fundacim dissemina a cultura da responsabilidade social e a capacitação em gestão social



Ganhadores do prêmio Geração: incentivo à adoção de boas práticas de gestão e a profissionalização das entidades

Walter Fernandes

acadêmicos e jornalistas autores de reportagens com foco social.

E, por meio da campanha Solidarietà Sim, atua diretamente com as famílias em situação de vulnerabilidade social, com a entrega de acolhoados e edredons no período que antecede o inverno. E entre os projetos mais recentes está a Universidade Paranaense de Responsabilidade Social (Unipr), que busca disseminar a cultura e a identidade da responsabilidade social. Nos seminários, cuja participação é gratuita, são abordados temas referentes à responsabilidade social e desenvolvimento sustentável.

Outro projeto é o Portal Solidário, que está em fase de implantação, e consiste em um sistema online de gestão social.

Profissionalização

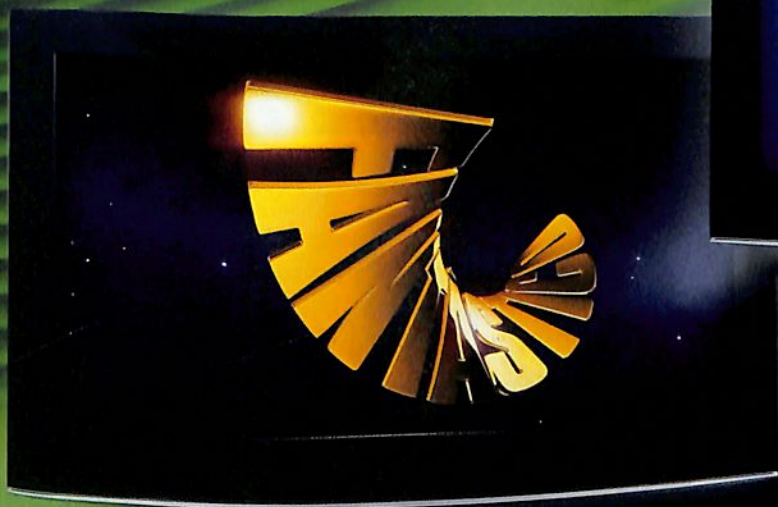
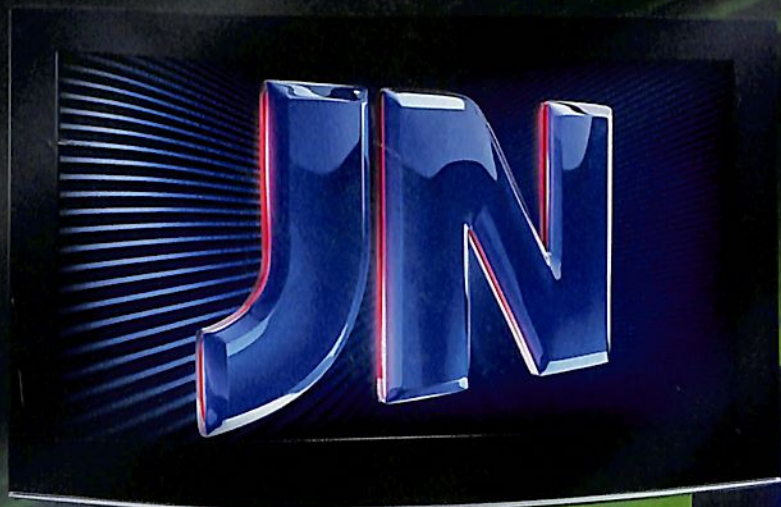
O trabalho da Fundacim estimula

a profissionalização nas organizações sociais. A gerente de marketing do Lar Escola da Criança de Maringá, Márcia de Souza, conta que a equipe técnica da ONG participa dos cursos oferecidos nas áreas de gestão financeira, captação de recursos e planejamento estratégico. “A tendência do terceiro setor é a profissionalização e a colaboração da Fundacim é essencial para a sustentabilidade da organização”, diz.

O Lar Escola foi premiado em 2011 com o Prêmio Geração, pela segunda vez. “Participamos todos os anos e o reconhecimento garante a transparência e a confirmação de que a instituição está no caminho certo”, comenta.

O trabalho da Fundacim só é possível graças ao Instituto São Francisco, Cocamar, Café Jandaia, Cesumar, Cocamar, Café Jandaia e a ACIM, que são mantenedores. ■

Se as notícias estão por todos os lados,
nossas equipes estão em todos os cantos.



Jornalismo RPC TV.

Conteúdo e credibilidade
sempre perto de você.



História contada com interatividade e tecnologia

O Museu Cesumar mostra a história de Maringá por meio da arquitetura, fotografias e áudio e os visitantes podem até, graças à tecnologia 4D, sobrevoar a cidade, passando por vários pontos turísticos; o idealizador do projeto é o reitor, Wilson de Matos Silva

Vanessa Bellei

Um espaço que agradará os visitantes e que conta a história de Maringá de forma interativa. Além do registro histórico, o Museu Cesumar, inaugurado em outubro e que estará aberto à visitação neste mês, possui recursos tecnológicos inovadores. Formado pela Casa do Pioneiro, Museu Multidimensional e Tulha de Café, o museu apresenta de forma dinâmica e interativa a história da cidade desde a década de 1920, quando a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná iniciou os trabalhos na região. A grande atração é o cinema com tecnologia 4D, que possibilita aos visitantes sobrevoar os principais pontos turísticos de Maringá. Sentado numa poltrona, é possível dar um passeio no lago do Parque do Ingá, quase chocar-se com o topo da Catedral Basílica Menor Nossa Senhora da Glória e entrar num túnel da linha férrea, no Novo Centro.

O reitor do Cesumar e mentor do

projeto, Wilson de Matos Silva, enfatiza que as imagens em 3D foram filmadas pela mesma produtora que fez as imagens aéreas do Rio de Janeiro para o filme nacional "Tropa de Elite", com uma diferença: "esta foi a primeira filmagem aérea em 3D para um documentário como este". Questionado sobre o motivo que o fez investir em um museu interativo, dotado de tecnologia, o reitor responde: "Para mim, além de formar cidadãos, uma instituição de ensino deve resgatar e preservar a história para as gerações presentes e futuras".

Foram quase dois anos e meio de construção e cerca de R\$ 2 milhões investidos pelo Centro Universitário de Maringá (Cesumar). "Isso porque utilizamos muito a mão de obra de acadêmicos e professores do Cesumar, se não teria ficado muito mais caro", salienta. O custo para manter em funcionamento o museu sairá também da própria instituição e está estimado em R\$ 15 mil mensais. "Não pedimos recursos públicos via lei de incen-



Fotos/Walter Fernandes

tivo 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.

Fotos e imagens foram resgatadas do acervo da Companhia Melhoramentos e do Museu da Bacia do Paraná, localizado na Universidade Estadual de Maringá (UEM). Efeitos visuais e de som foram especialmente desenvolvidos para chamar a atenção dos visitantes mais jovens. Para o reitor, "um museu estático não atrai muitas pessoas".

A coordenadora do Museu, Loide Caetano, informa que as visitas serão guiadas, já que todos os espaços possuem muitos detalhes.



Piso mágico do Museu Cesumar: o visitante interage com o ambiente conforme se movimenta

“Uma visita completa, passando pelo Museu Dinâmico, Casa do Pioneiro e Tulha de Café levará em torno de duas horas”, informa.

Na loja de souvenir serão comercializados livros de autores maringenses que contam a história da cidade. O Museu será aberto para visitação de segunda à sexta-feira, das 8h30 às 12h15 e 14h às 17h30, e aos sábados, das 11h às 16h.

Museu Dinâmico

Com cinco salas, o Museu Dinâmico traz parte da história da cidade desde a década de 1930. Televisores de 32 polegadas são distribuídos nas paredes, chão e até no teto das salas, transmitindo vídeos simultâneos. Alguns televisores, com telas *touchscreen*, permitem que o visitante busque a parte da história que mais lhe interessa. Outra sala é chamada de Piso Mágico, onde num piso interativo, os visitantes conseguem mudar as imagens e interagir com o ambiente conforme caminham pelo espaço.

Nesta mesma construção de 500 metros quadrados, duas salas foram reservadas para exposições: uma itinerante, onde atualmente estão sendo expostas fotografias e máquinas antigas do fotógrafo Kenji Ueta, e na outra, uma exposição fixa dos prefeitos da cidade, com fotografias e objetos pessoais que remetem ao período da administração.

E, para fechar o passeio no Museu Dinâmico, a grande atração: o



Imagens em 3D foram feitas pela mesma produtora responsável pelas imagens aéreas do filme Tropa de Elite

MUSEU

filme 4D. O visitante faz um voo panorâmico sobre Maringá, passando pelos principais pontos turísticos.

Casa do Pioneiro

Este espaço é a reconstrução de uma casa de 1953, localizada na avenida Guarani, no Maringá Velho. A casa original, que era de propriedade de Shozo Arai, foi desmontada e levada para o campus sem ser descaracterizada. Depois recebeu móveis de época, objetos, estátuas e painéis artísticos do escultor Antônio Rizzo, que lembram os colonizadores e a cafeicultura. Na garagem está uma charrete utilizada na época. “Colchão de palha, fogão a lenha, telefone, assim como ferro de passar roupa e outras tecnologias do período são encontrados na casa”, informa a coordenadora Loide. A réplica de um poço de água também é vista no local.

Tulha de Café

Caminhões de café, tora e estátuas de trabalhadores rurais são algumas das peças expostas neste



Walter Fernandes

O reitor, Wilson de Matos Silva, conta que os efeitos visuais e de som foram usados para chamar a atenção dos visitantes, principalmente dos mais jovens

ambiente. 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. A tulha foi reconstruída com o madeiramento original, em peroba. “A

ideia da tulha é remeter os visitantes ao período da cultura do café. Lá são encontradas ferramentas da época e um cenário que lembra aquele período”, comenta Loide. Quatro painéis de fotos mostram a cultura do café, desde a florada à colheita. ■

Walter Fernandes

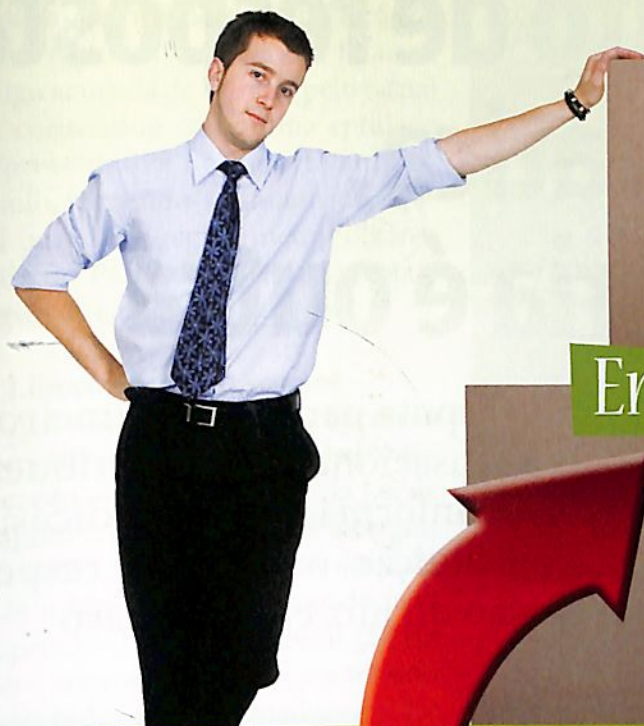


Tulha de café: objetivo é remeter os visitantes ao período de cultura do café

Crédito Sicoob Resolve Natal



© ativa



Empresa

**Para o cliente
fazer as suas
compras**

O crédito feito sob medida
para as suas compras
de Natal

**Para aumentar
o estoque de sua
empresa**

O crédito ideal para você
fazer grandes vendas
neste Natal

Cliente



Procure um dos nossos PACs: sejam quais forem seus planos e necessidades, o Sicoob Resolve.

 **SICOOB**

Juliana Daibert

Treze anos depois da publicação de uma matéria inverídica, o jornal Folha de S. Paulo, um dos mais importantes do país, foi obrigado pela justiça a conceder direito de resposta. O educador físico especialista em Fisiologia do Treinamento Esportivo Nelson Luiz Conegundes de Souza era professor do Colégio Equipe e técnico de basquetebol da Associação Atlética Banco do Brasil (AABB) em São Paulo, em 1998, quando foi entrevistado pela Folha de S. Paulo. O repórter queria detalhes do projeto de criação da Liga Paulistana de Basquetebol, da qual ele era um dos coordenadores.

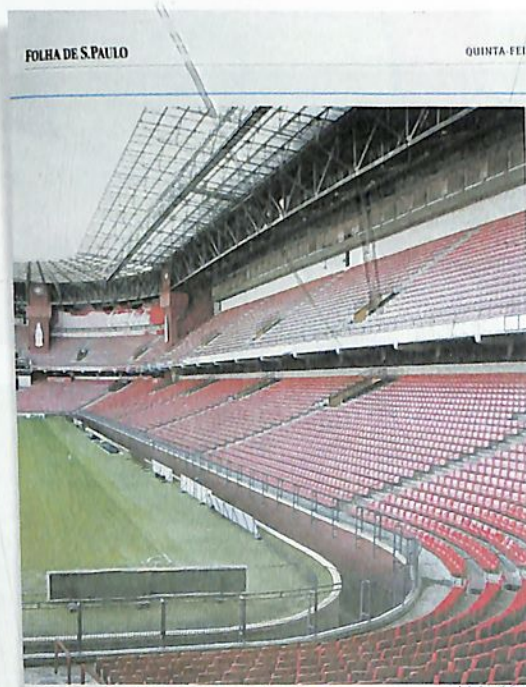
Em 19 de março, um dia depois da entrevista, Souza foi informado, ao ler a matéria, que estava sendo acusado pela Folha de ser o principal mentor de uma liga "pirata" que tinha como objetivo "fisgar clubes", supondo-se que um dos propósitos era levar alguma vantagem financeira. Nos dias subsequentes, o educador foi demitido da AABB e estigmatizado no meio profissional. Passou a ser vítima de chacotas de colegas, evitado pelos amigos e teve sua entrada proibida na sede do clube onde havia prestado serviço durante os 13 anos anteriores.

Souza entrou na justiça com uma ação por reparação de danos, exigindo, antes de tudo, a publicação do direito de resposta no mesmo espaço e com o mesmo destaque dado à reportagem que o havia prejudicado. Somente no mês passado, em 20 de outubro, 13 anos e sete meses depois da reportagem e de recursos judiciais que chegaram ao Supremo Tribunal Federal (STF), a ação foi julgada e executada. A Folha de S. Paulo foi condenada a ceder a Nelson Souza o espaço para que se defendesse da acusação.

O educador físico Nelson de Souza conseguiu, 13 anos depois, o direito de resposta na Folha de S. Paulo de uma reportagem em que foi acusado injustamente

Direito de resposta: na prática, a teoria é outra

Falta de apuração, disputa para ser o primeiro a informar notícia e sensacionalismo contribuem para a divulgação de informações inverídicas; respaldado na Constituição, o direito de resposta depende da avaliação do juiz em cada caso



FOLHA DE S. PAULO

QUINTA-FEIRA, 20 DE OUTUBRO DE 2011 ★ ★ ★ esporte D7

> FOCO

Paysandu aceita cadeira usada na negociação de seu craque

ADRIANO WILKSON
COLABORADOR PARA A FOLHA

Soluzido por cadeiras usadas da Arena da Baixada, o Paysandu finalmente aceitou negociar um dos craques de seu elenco, o meia Thiago Potiguar, 26, com o Atlético-PR.

O objetivo do clube de Belém é pôr as cadeiras em seu próprio estádio, a Curuzu. Como a Arena da Baixada será usada no Mundial de 2014, o time paraense terá que trocá-las por assentos mais modernos por exigência da Fifa.

O clube rubro-negro ainda não decidiu o futuro das cadeiras antigas, mas admite negociá-las com outros times.

Apesar de negar a troca direta do jogador pelos assentos usados, o presidente do Paysandu afirma que seu interesse nele terá grande peso na negociação de Potiguar.

"Não é que o Paysandu vai trocar o jogador só por cadeiras", diz Luiz Omar Pinheiro.

"Existe o interesse do Atlético no jogador, e nós temos interesse nas cadeiras. Com base nisso, podemos começar

uma negociação", afirma.

O número dos paranaenses com o habilidoso Thiago Potiguar já dura um ano. Mesmo atuando no Pará, o meia chamou a atenção de cartolas do Sul por sua facilidade de dribble e sua velocidade, técnicas que lhe renderam o status de ídolo em Belém.

Mas o Atlético, que está na zona de rebaixamento da Série A, só vai falar oficialmente sobre reforços no fim do ano. Segundo o clube, seu estádio será fechado para reformas no dia 10 de dezembro.

Uma das primeiras ações a partir daí deve ser a remoção das cadeiras, para que as obras não as danifiquem.

"Não teríamos condições de comprar cadeiras novas, precisamos de dinheiro e modernizar nosso estádio", disse o presidente do Paysandu.

Por ser o estádio mais antigo de Belém, a Curuzu é chamada de "vovô da cidade".

O time é vice-líder de seu grupo na Série C. Para o acesso, contratou ontem o técnico Andrade, campeão nacional com o Flamengo em 2009.

RETRATAÇÃO PÚBLICA: Folha foi responsabilizada por danos morais e materiais

Há treze anos a Folha me entrevistou para saber mais sobre a criação da Liga Paulistana de Basquetebol. Eu, Nelson Luiz Conegundes de Souza, fui taxado por este jornal em ser o principal mentor de liga pirata de basquetebol, que tinha como objetivo "fisgar clubes", segundo a reportagem publicada em 19 de março de 1998.

Não pude entrar, por exemplo, na AABB-SP, clube onde prestei serviço por 13 anos.

A tal "liga pirata" hoje é atuante na Capital, Grande São Paulo, Vale do Paraíba,

queria associar meu nome ao mentor de algo Pirata (ilegal, criminoso).

Fiquei impossibilitado de me recolocar imediatamente no mercado de trabalho em razão da imagem negativa gerada pela matéria em questão.

Além dos danos materiais causados pela matéria, fui vítima de toda sorte de chacotas e ainda passei a ser pessoa non grata em lugares onde era respeitado. Não pude mais entrar, por exemplo, na AABB-SP, clube onde prestei serviço por 13 anos.

A tal "liga pirata" hoje é atuante na Capital, Grande São Paulo, Vale do Paraíba,

Baixada Santista e em algumas Cidades do Interior. Mudou o seu registro de "Paulistana" para "Paulista" e está filiada a "Federação Paulista de Basquetebol".

Portanto, não tinha nada de Pirata e foi criada em benefício do Esporte.

Esta matéria é uma retratação oriunda de uma condenação da Folha de S. Paulo em ação judicial indenizatória que tramitou em São Paulo, na 2ª Vara Cível do Fórum João Mendes, sob o número 583.001.1998.709776-2. A Folha foi condenada a ceder o mesmo espaço que há 13 anos utilizou para se referir a mim.



Scolari, de volta após casamento do filho, comanda treino

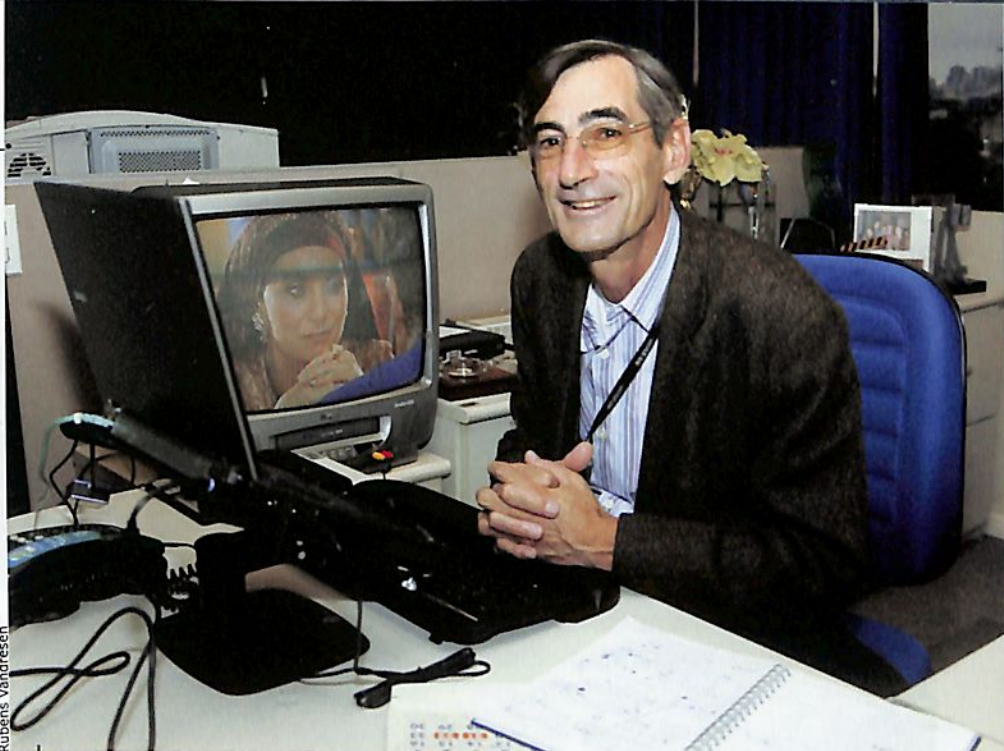
Seria quase desnecessário, não fosse a determinação de obrigar a Folha a reparar o erro. Nestes 13 anos, a liga acusada de “pirata” pelo jornal se consolidou como uma entidade representativa do esporte em São Paulo, tornando-se atuante na capital paulista e região metropolitana, Vale do Paraíba, Baixada Santista e algumas cidades do interior.

Liberdade de expressão?

Até abril de 2009, os excessos cometidos pelos veículos de comunicação eram reparados pela Lei de Imprensa (lei 5.250, de 9 de fevereiro de 1967). No último dia daquele mês a legislação foi revogada pelo Supremo Tribunal Federal (STF), sob o argumento de que, por ter sido concebida durante a ditadura militar (1964-1984), o “entulho autoritário” continha dispositivos contrários aos valores democráticos trazidos pela Constituição Federal de 1988. Entre outros, o “entulho” previa a punição do jornalista que violasse a honra alheia e detalhava o direito de resposta a quem se sentisse ofendido.

Na prática, a extinção da Lei de Imprensa faz com que o julgamento de jornalistas siga o disposto nos códigos Penal e Civil – o primeiro para embasar os crimes contra a honra (calúnia, injúria e difamação) e o segundo, as ações de indenização por dano moral. Nos casos dos crimes contra a honra, o prazo para ajuizar a ação é de seis meses para o exercício do direito de queixa ou de representação, conforme o artigo 38 do Código de Processo Penal (CPP).

O direito de resposta está respaldado na Constituição Federal e ficará na dependência da avaliação do juiz em cada caso. O presidente do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Norte do Paraná e professor de Legislação e Ética em



Para o diretor de jornalismo da RPCTV, Wilson Serra, “a base do bom jornalismo é a apuração. Quando algum erro é percebido, é dever do bom jornalismo a imediata correção”

Jornalismo, Ayoub Hanna Ayoub, diz que a resposta deve ser ágil e na mesma proporção e intensidade da ofensa. “Se foi na capa, a resposta deve ser publicada na capa. E precisa ser concedida rapidamente, senão o direito perde o sentido”, diz. O caso Nelson Souza x Folha de S. Paulo é um exemplo de que, na prática, a teoria é muito diferente.

O advogado César Eduardo Misael de Andrade, com base na legislação, diz que é possível a quem se sentir injustiçado ou prejudicado por uma reportagem solicitar direito de resposta ou indenização por danos morais. Ele mesmo já atendeu clientes que se sentiram lesados, bem como meios de comunicação que foram réus em ações deste tipo.

Segundo o advogado, a matéria é complexa, mas está baseada em dois pilares: a verdade e o ânimo de narrar. Ou seja, se a imprensa produz um texto ou veicula uma notícia verdadeira e a conotação dada não induz conclusões que firam a honra do cidadão, prevalece a liberdade de expressão; por outro lado, mesmo

sendo verdadeira, mas o texto é indutivo e objetiva atingir a boa fama da pessoa, sem lhe oportunizar dar a versão dos fatos, o veículo está sujeito às sanções pecuniárias, por violar a honra e a intimidade. Num caso concreto, um veículo foi condenado por divulgar que uma empresa distribuidora estava vendendo produtos vencidos e adulterados, quando na realidade quem estava procedendo de forma criminoso era a empresa varejista; o repórter não investigou ou queria chamar a atenção do atacado e a Justiça reconheceu seu ato ilegal. Noutro, o cidadão se disse ofendido por ter sido mencionado numa matéria policial por ter participado de uma rixa (briga); o jornal provou ser verdadeiro o fato e foi absolvido. Andrade conclui que as decisões são o reflexo do embate travado entre duas garantias constitucionais: liberdade de expressão x direito à intimidade e violação da honra pessoal.

Má-fé?

Garantia fundamental em estados democráticos, o direito à liberdade

IMPrensa

de expressão é inquestionável. Este preceito respalda a atuação dos jornalistas nos diferentes meios de comunicação social que, ao se colocarem como mediadores entre o fato e a sociedade, oferecem subsídios para a formação dos juízos individuais, fomentando a cidadania e contribuindo com o amadurecimento social.

No dia-a-dia das redações, porém, o pleno exercício desse direito às vezes esbarra na incompletude da pauta, no rigor do horário de fechamento ou na tentação de supervalorizar a informação. Separar o dever de informar dos princípios éticos para obter e publicar a notícia em nome do interesse público é o caminho mais curto para causar danos irreparáveis à reputação de pessoas e instituições e, conseqüentemente, comprometer a relação de confiança entre veículos, fontes e leitores/ouvintes/telespectadores.

“A base do bom jornalismo é a apuração. Quando algum erro é percebido, é dever do bom jornalismo a imediata correção”, afirma o diretor de jornalismo da RPCTV, Wilson Serra.

A professora do Centro Universitário de Maringá (Cesumar) e pauteira da versão impressa do Jornal de Londrina, Rosane Verdegay, vê excessos na cobertura de todos os casos de grande repercussão, com ingredientes que levam à comoção generalizada. “Os jornalistas de hoje não estão mais obcecados pelo furo, mas pela quantidade de entradas ao vivo que podem fazer durante uma única cobertura, sem medir as conseqüências da exposição exagerada”, opina.

A jornalista acredita que a apuração malfeita não está no nível dos excessos, mas sim na má formação para o exercício do jornalismo. Na



Ricardo Lopes

Pautas mal produzidas e má apuração estão na origem dos excessos na cobertura jornalística, acredita o coordenador de Comunicação da Faculdades Maringá, Raul Zermiani

avaliação da professora, os casos em que o excesso envereda para as manchetes “forçadas” ou para o dispensável sensacionalismo denotam má intencionalidade de quem lida com a notícia e não exatamente de quem apura. “Gosto sempre de lembrar que entre o repórter e o público há o editor. Essa figura que, em tese, deveria ser o filtro, muitas vezes é quem empurra para o leitor informações construídas fora do ambiente da apuração. É também quem, em última instância, deveria responder pelo que chega ao leitor”.

Para o editor-chefe do jornal O Diário do Norte do Paraná, Walter Tele, os excessos podem ocorrer de várias formas, mas “talvez o pior deles seja o julgamento e a condenação ou absolvição de forma precipitada”.

Ao lado das pautas mal produzidas, a má apuração aparece na origem dos excessos para o coordenador do curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Faculdades Maringá, Raul Zermiani. Ele enxerga brecha para os excessos na ausência de formação técnico-humanista sólida, ampla e sistemática.

Mundo virtual, risco real

Nesse cenário, como fica a cober-

tura on-line? Tanto para o diretor de jornalismo da RPCTV quanto para a professora, a internet potencializa o risco de exceder em alguma cobertura. Para Serra, a receita para evitar erros é ajustar velocidade e precisão. “A internet permite voltar ao assunto e complementar a notícia quando as primeiras informações não forem conclusivas. Infelizmente poucos fazem isso. A maioria repassa a primeira informação como verdadeira e aí começam os problemas. Voltamos, de novo, ao problema da apuração”, aponta.

Tele pondera que “nos sites noticiosos a linguagem tem características diferentes do jornalismo impresso e costuma-se priorizar mais o factual. E devido à corrida para dar a notícia em primeira mão, e aí estamos falando em minutos, os sites erram mais, mas as eventuais correções também são mais rápidas”.

Mais preocupada em quantificar do que em qualificar a informação, a cobertura on-line permite que um mesmo assunto sofra várias atualizações ao longo do dia, podendo mudar totalmente uma versão já postada. “Que tipo de apuração se faz ao ponto de a notícia mudar totalmente em apenas algumas horas?”, pergunta Rosane. ■

As preferidas dos maringaenses

RIC realiza o Impar, o Índice das Marcas de Preferência e Afinidade Regional, e na noite da premiação o publicitário Renato Meirelles falou sobre “marketing para a nova classe média”

Sessenta e um por cento dos paranaenses acordam entre 6 e 8 horas e 52% preferem ficar em casa a ir a festas, cinema ou outra forma de lazer. As informações constam no Impar, o Índice das Marcas de Preferência e Afinidade Regional, realizado pelo terceiro ano pela RIC/Record. Além de dados sobre hábitos e consumo, a pesquisa, feita pelo Ibope Inteligência com 1,4 mil paranaenses, revela as marcas, em 40 categorias, que os paranaenses com mais de 16 anos têm preferência ou afinidade em Curitiba, Maringá, Ponta Grossa, Toledo, Cascavel, Foz do Iguaçu e Londrina. Entre as categorias pesquisadas estão consórcios de automóveis e de imóveis, construtora, cursos de idioma, supermercados e shopping.

A entrega dos certificados às empresas maringaenses preferidas



Representantes das marcas preferidas dos maringaenses em 40 categorias; e na foto menor, o presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, o vice-presidente da RIC, Leonardo Petrelli Neto, e o diretor executivo da RIC TV Maringá, Gustavo Garcia

foi realizada em 18 de outubro, no Teatro Marista. Após a premiação, o publicitário Renato Meirelles, diretor do Instituto Data Popular, ministrou uma palestra sobre “marketing para a nova classe média”, e como a ACIM foi parceira do evento, os associados tiveram direito a convite.

Convidado a fazer a saudação inicial, o presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, destacou que a “RIC é um exemplo de empresa genuinamente paranaense, que se tornou em pouco tempo uma das maiores redes de tevê regional do Brasil. Isso só foi possível pela competência, profissionalismo, visão de futuro e alto investimento em pessoal e equipamentos”.

O vice-presidente executivo do Grupo RIC Paraná, Leonardo Petrelli

Neto, ressaltou que o “Impar mostra a simpatia e predileção do consumidor pelas marcas. Afeto é um diferencial competitivo muito poderoso”. E destacou que as quatro emissoras do grupo no Paraná produziram mais de 300 horas de programação regional. “Não poupamos esforços para produzir programação local e fomos recompensados com a audiência”, falou em sintonia o diretor executivo da RIC TV Maringá, Gustavo Garcia.

Classe C

Renato Meirelles ressaltou, na palestra, que “os consumidores da classe C priorizam qualidade a preço e que eles procuram inclusão e não exclusividade”. E aconselhou: “quem quer se líder na classe média amanhã, tem que investir na classe D hoje”.

O poder da classe média



53,9%
dos brasileiros são da classe C atualmente

Na região sul, 64% da população é desta classe social



56%
dos perfumes importados, com ticket médio de R\$ 300, são comprados pela classe C



De cada dez brasileiros que melhoraram de vida, seis são do interior

Vinícius Carvalho

Com o aquecimento da economia e a expansão do crédito, nos últimos anos o traço consumista dos brasileiros ficou em destaque. Mas com o amadurecimento da população, aos poucos o brasileiro muda o perfil de consumismo imediato para o de poupador previdente. Um dos dados que aponta essa mudança é o da captação de planos de previdência privada no Brasil: foi registrado um aumento de 25,6% nos depósitos em fundos de previdência no primeiro semestre deste ano. De acordo com a Federação Nacional de Previdência Privada (Fenaprevi), a arrecadação dos fundos particulares até junho, foi de R\$ 24,9 bilhões, um aumento de R\$ 5 bilhões na comparação com o mesmo período do ano passado.

Entre os segurados da previdência privada no Brasil, 56,4% são homens. A idade média, no início da aplicação, é de 35,5 anos para os homens e 34,5 anos para as mulheres. “Acho que acordei tarde para esta necessidade. Deveria ter começado a investir em previdência privada muito antes”, diz o empresário Edson Ribeiro Scabora, 49 anos, proprietário do Colégio Anglo.

Em setembro, Scabora aderiu a um plano de previdência privada e deu início às contribuições para planos semelhantes para as duas filhas. Hoje com 24 e 15 anos. Quando elas começarem a resgatar, com 50 e 55 anos respectivamente, poderão contar com a aposentadoria da previdência social pública, mais R\$ 1,5 mil em valores de hoje. “Acho importante curtir o presente, mas não podemos esquecer que vamos ficar velhos”, avalia Scabora.

O empresário contribui há 25

Garantia para a aposentadoria

Procura por previdência privada cresceu 25% no primeiro semestre; antes de investir e optar por plano aberto ou fechado, é preciso analisar opções de mercado e ter consciência de que quanto antes o dinheiro for sacado, maior será o imposto



Walter Fernandes

O empresário Edson Scabora aderiu recentemente a planos de previdência privada para ele e para as filhas: “acho que acordei tarde para esta necessidade”

anos para a previdência social. Com o complemento da previdência privada, acredita que poderá garantir um padrão de vida condizente com as necessidades. Para complementar o “pé de meia” para o futuro, o empresário também investe em imóveis. “Só com a aposentadoria

pela previdência pública, teria uma queda de padrão quando me aposentasse”, destaca.

Siglas

As siglas mais conhecidas no mundo da previdência privada são VGBL e PGBL e fazem parte do



“Quem faz saque depois de dois anos de previdência paga 35% de imposto. Quem saca depois de dez anos paga 10%”, compara o diretor-presidente da corretora do Sicoob, Fábio Luiz Agnolin

regime conhecido informalmente como aberto. A previdência privada também pode se apresentar no regime fechado, como as fundações criadas para gerir os fundos de previdência de empresas estatais (Petrobras e Banco do Brasil) ou cooperativas.

Os planos VGBL são comercializados por seguradores e aconselhados para quem não tem renda tributável, pois as contribuições não podem ser deduzidas do Imposto de Renda (IR). O imposto é pago sobre o ganho de capital. Não há garantia de rentabilidade mínima e o primeiro resgate pode ser feito em períodos que variam de dois meses a dois anos.

Já os planos PGDL são ideais para quem utiliza o formulário completo para a declaração do IR. O resgate pode ser feito a partir de 60 dias e o investidor pode optar, no momento da adesão, pela idade em que quer começar a receber o benefício.

Apesar de haver possibilidade de resgate rápido, não é vantajoso sacar a aplicação cedo. Como a

ideia é guardar dinheiro para o futuro, paga mais imposto quem saca antes, seja na modalidade VGBL, PGDL ou nos planos de previdência fechados. “Quem faz saque depois de dois anos paga 35% de imposto. Quem saca depois de dez anos paga 10%”, compara o diretor-presidente da corretora de seguro do Sistema Sicoob, Fábio Luiz Agnolin. Depois de testar um produto em caráter piloto em Santa Catarina, a cooperativa de crédito lançou o Sicoob Previ no Paraná em setembro. Seguindo o modelo de fundo fechado, exclusivo para os cooperados, o produto teve a adesão de 350 pessoas em menos de um mês, com meta de mais de dois mil planos até o final do ano. “O que mais tem atraído as pessoas para os planos de previdência privada é a incerteza sobre como será o rendimento pela previdência pública no futuro”, afirma Agnolin.

O modelo de previdência privada fechada vem se destacando no mercado pela rentabilidade e menores taxas. A taxa de carregamento, que

Detalhes do contrato exigem atenção

- 1 **Antes de efetuar a compra** de um plano, faça um comparativo de custos do mercado;
- 2 **Observe no regulamento o período de carência** para benefício, as coberturas oferecidas e se elas possuem valores iniciais de benefício e de contribuição discriminados na proposta de inscrição;
- 3 **Compare o percentual de carregamento**, que deverá constar na proposta de inscrição, além do índice de atualização de benefícios e de contribuição, bem como a periodicidade de aplicação;
- 4 **No momento da assinatura da proposta de inscrição**, o investidor deve preencher de próprio punho a declaração pessoal de saúde, com respostas corretas e completas;
- 5 **O negócio pode ser cancelado** caso haja alguma declaração falsa.

FONTE | Superintendência de Seguros Privados (Susep), ligada ao Ministério da Fazenda

PREVIDÊNCIA PRIVADA

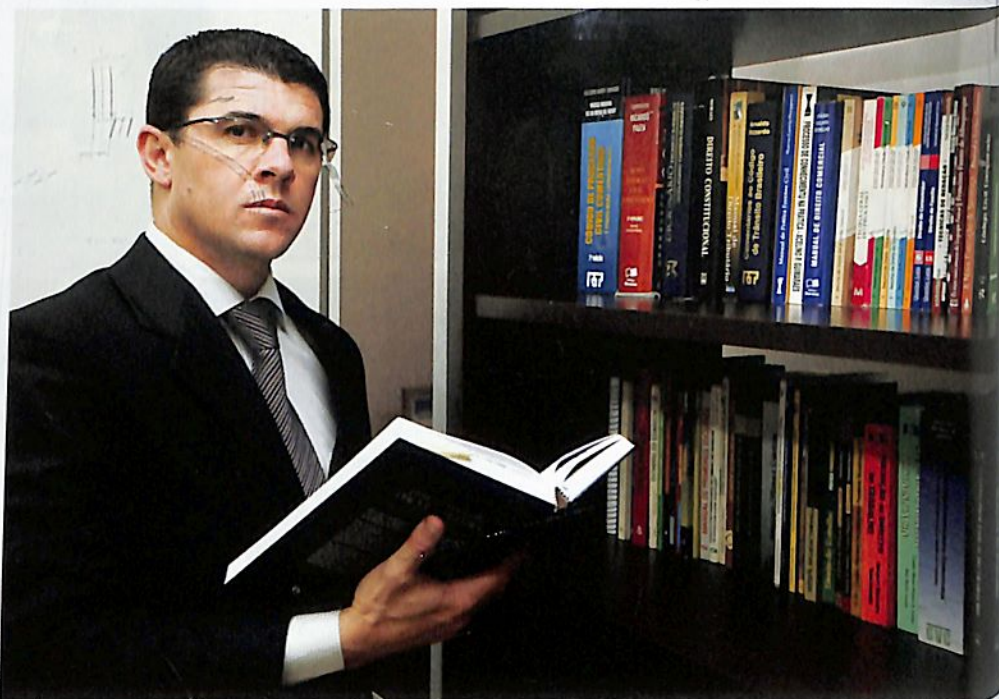
representa o percentual de desconto sobre cada valor depositado, é uma delas. “No mercado de previdência privada aberto, a média dessa taxa é de 3%. No nosso modelo, que é fechado, o carregamento é de 2,5%”, compara Agnolin. Isso significa que para cada R\$ 100 depositados no plano, R\$ 2,5 ficam para o banco, cooperativa ou administradora do fundo para o pagamento das despesas. Há também a taxa de administração, que varia de 2,5% a 3% no mercado de previdência privada aberta, e pode ser encontrada por apenas 0,25% no modelo fechado.

De acordo com dados de junho do Ministério da Previdência Social, o Brasil tem 28,6 milhões de beneficiários. Por mês, a previdência deposita R\$ 21 bilhões para aposentados e pensionistas. Para se ter ideia do impacto desse desembolso, a arrecadação total do governo federal em março – mês recorde no ano – foi de R\$ 71 bilhões, dinheiro que precisa ser direcionado à educação, saúde, defesa, manutenção da máquina pública e pagamento de juros. O valor médio dos benefícios pagos pelo INSS é de R\$ 684,39.

Reforma

Com a proporção de idosos aumentando a cada ano, não precisa ser especialista em economia para perceber que a conta não vai fechar. Especialistas no assunto afirmam que é preciso haver uma reforma no sistema previdenciário urgentemente.

Para o advogado especializado em questões trabalhistas e previdenciárias Antonio Marcos Rodrigues, o sistema só terá equilíbrio se houver melhorias na forma de arrecadação e controle sério do dinheiro público. “Tem que haver redução do assistencialismo



Walter Fernandes

O advogado Antonio Rodrigues defende a extinção do fator previdenciário e a “redução do assistencialismo político, que confere muitos benefícios sem haver comprovações de necessidade”

político, que confere muitos benefícios sem haver comprovações de necessidade. Só assim teremos políticas previdenciárias justas para a população”, destaca.

Uma das questões mais debatidas sobre o assunto é a extinção ou não do Fator Previdenciário (FP), que determina quanto o trabalhador vai receber de benefício no momento da aposentadoria. O FP foi instituído em 1999, após a reforma previdenciária de 1998. O cálculo leva em consideração vários requisitos, como o tempo de contribuição do trabalhador, idade e expectativa de vida no momento da obtenção do benefício. Antes da adoção do FP, o trabalhador se aposentava com o valor médio das últimas 36 contribuições. Depois de 1999, a conta ficou complexa: o valor é obtido a partir cálculo de 80% das maiores contribuições, atualizadas a partir de julho de 1994 (mês de adoção do

Plano Real). Rodrigues defende o fim do FP, mas afirma que é preciso buscar uma alternativa que garanta a sustentabilidade da previdência social. “A visão que compartilho é de extinguir o FP e seguir as regras atuais, onde o segurado receberia 100% quando completasse 35 anos de contribuição para o homem e 30 anos para a mulher, sem a exigência da idade mínima”, diz Rodrigues. “No entanto, na opinião de algumas centrais sindicais, a alternativa mais viável seria o fator 85/95”, completa.

O fator 85/95, que foi debatido no Congresso Nacional e perdeu adesão de muitos partidos, define a aposentadoria com uma soma de idade e tempo de contribuição, que precisa resultar em 95 para o homem e 85 para a mulher. Como exemplo, a aposentadoria seria paga para um homem com 37 anos de contribuição e 58 anos de idade (37 + 58 = 95).

Prefeitura repassa R\$ 1,3 milhão para previdência de servidores

O principal fator que impediu que a Capsema, o fundo de aposentadoria e pensões dos servidores municipais de Maringá, fosse mantida é o de que na segunda gestão do prefeito Said Ferreira a prefeitura não fez o repasse à autarquia, apenas pagava as despesas da Capsema. É o que diz o superintendente da Maringá Previdência, Laércio Fondazzi. A prefeitura deveria repassar

14% da folha de pagamento dos funcionários, o que não foi feito e, diante disso, a Capsema não conseguiu formar um fundo de garantia. Então, no final de 2008, a Capsema passou por uma reestruturação na administração e se tornou Maringá Previdência.

Fondazzi explica que cerca de 1,7 mil servidores recebem benefícios da Maringá Previdência todos os meses, com valores entre um salário

mínimo a mais de R\$ 15 mil. Para continuar pagando os benefícios, a prefeitura tem que repassar uma contribuição de 14% sobre a folha de pagamento (fora o desconto de 11% nos salários dos servidores municipais), que hoje é de cerca de R\$ 2,2 milhões e precisa fazer um aporte mensal médio de R\$ 1,3 milhão. A Maringá Previdência tem um fundo de R\$ 20 milhões. ■



AGILIZE A LOCAÇÃO DO SEU IMÓVEL!

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

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

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

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

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

Informações pelo telefone 0800 600 9595

O preço faz toda a diferença

Despesas, concorrência, perfil do público-alvo e tendências são fatores que influenciam o preço de um produto ou serviço; psicologia das vendas ajuda a explicar porque preço maior pode, na cabeça do consumidor, ser sinônimo de qualidade superior

É provável que o leitor, pelo menos uma vez, já associou qualidade de um produto ao preço. Esta atitude encontra explicação na psicologia de vendas (também conhecida com psicologia de preços), que estuda o comportamento do consumidor e sua relação com a compra e a relação entre percepção e o valor do dinheiro.

Segundo a psicóloga e consultora de recursos humanos e psicologia

do consumidor, Cristiane Mello David, o preço tende a funcionar como indicador de qualidade, ou seja, preços superiores tendem a indicar qualidade superior. Porém, a psicóloga explica que o preço não é o único fator de convencimento, pois é preciso agregar qualidade ao atendimento, rapidez, confiabilidade em relação ao produto ou serviço, instalações físicas em que o produto é vendido, entre outros.

Ela acrescenta que as empresas que optam por vender produtos e serviços a preços acima da concorrência precisam oferecer estrutura, atendimento e contar com colaboradores acima das expectativas dos clientes para justificar o preço.

Cristiane pondera que aspectos sociais, culturais, econômicos e individuais influenciam na decisão de compras do consumidor. "As pessoas compram pela emoção e



Pode até parecer simples, mas estabelecer o preço de um produto requer análise de fatores como concorrência, venda agregada e logística



Walter Fernandes

“O produto, por ser um bem tangível, favorece a percepção dos benefícios. No caso do serviço, essa percepção se torna mais difícil”, diz o consultor Marcelo Wolff, do Sebrae

justificam a compra pela razão. Compram porque têm necessidades fisiológicas, como fome e sede, ou psicológicas, como reconhecimento e autoestima”, diz. Mas nem sempre estas necessidades serão suficientes na hora da compra, pois o consumidor precisa de motivações. “A personalidade também influencia no ato da compra e o conhecimento das características psicológicas do consumidor pode ser útil na hora de analisar o comportamento em relação a uma marca ou produto”.

Precificação

Segundo o consultor do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e especialista em varejo Marcelo Wolff, de forma geral o preço é formado por despesas fixas e variáveis. Por isso, é necessário identificar o percentual dessas despesas sobre o faturamento

da empresa ou, se for o caso, sobre o faturamento de um grupo de produtos. Além disso, o preço deve ser reavaliado constantemente.

Os custos fixos até podem apresentar variação, mas independem do volume de produção ou de faturamento. “Já as despesas variáveis são os gastos que sofrem alteração em função do volume de produção ou do faturamento, como impostos e comissões sobre venda, horas extras e matéria-prima”, diz.

Wolff explica que a principal diferença na formação de preços de empresas que vendem produtos e que vendem serviços está em atribuir diferencial ou benefício. “O produto, por ser um bem tangível, favorece a percepção dos benefícios. No caso do serviço, essa percepção se torna mais difícil”, diz. Como o consumidor compra benefícios, quanto maiores forem os benefícios

advindos com a compra, mais ele estará disposto a pagar.

O porte de uma empresa e a estrutura de mercado, seja monopólio ou livre concorrência, são fatores determinantes, assim como o processo de oferta e procura. Quanto mais eficiente e eficaz a empresa em relação aos gastos operacionais, que envolvem os setores de produção, comercial e administrativo, e quanto mais baixos forem os custos de produção ou de aquisição, melhor será a condição de formar preços competitivos com margem de lucro mais expressiva.

O preço deve proporcionar o crescimento sustentável da empresa no longo prazo. Entretanto, segundo Wolff, de nada adianta ter preço adequado, se não houver uma área de produção consciente da necessidade de produzir com qualidade, rapidez e eficiência, se

a área comercial não prestar um atendimento de qualidade, se não existir uma logística de entrega que cumpra os prazos acertados e se o marketing não gerar o desejo de compra.

Para as pequenas empresas, o consultor diz que informatizar a gestão e contar com softwares que possibilitem cálculos rápidos e eficientes na determinação de custos, preços de vendas e relatórios financeiros é primordial.

Rotina

A Lowçucar elabora o preço levando em consideração fatores como custos, despesas fixas e variáveis, se o produto é inovador, qualidade dos insumos utilizados, poder de consumo do público-alvo, perfil do ponto de venda, tendência de consumo, volume de produção, tipo de embalagem e investimento necessário para a venda do produto.

Segundo o gerente comercial, Renato Rossi Davanço, existem produtos em que a margem de lucro é praticamente nula em razão dos volumes vendidos, da concorrência e do próprio giro do produto. Assim, outros produtos devem contribuir para a recuperação da margem do varejista, o que pode inibir um consumo maior destes produtos. "O papel do gerente ou do vendedor é munir a empresa de informações com pesquisas de preços da região e da concorrência, a tentativa de propor redução da margem e na busca da venda de volumes maiores para compensar a redução do lucro", diz.

Para ele, quando o concorrente reduz o preço, a melhor alternativa é não usar do mesmo artifício, mas apostar nos diferenciais do produto. "Em situações como esta



Walter Fernandes

A Lowçucar reduz o preço "se existe a possibilidade de pulverização e venda de volume. Caso contrário, o que aparenta ser uma ótima negociação, será o início de prejuízos", diz Renato Davanço

é fundamental agregarmos valor ao produto", justifica. Ele lembra que fatores como preço, condições de pagamento, necessidade, qualidade, entre outros, não definem a compra isoladamente.

Descontos

Na opinião do consultor do Sebrae e especialista em finanças Altemar Carlos Cristiano, a redução do preço deve fazer parte de um contexto estratégico, com análise de diversos aspectos: se o cliente é potencial; se o produto é de baixo giro; se apesar de ser um produto de alto giro, o estoque está alto; se o prazo de validade está próximo; se há desconto para pagamento à vista e se a empresa necessita de capital de giro; e por fim, se o desconto irá gerar uma receita à vista que será utilizada para aproveitar um

desconto maior de determinado fornecedor.

Marcelo Wolff acrescenta que é preciso analisar que em caso do concorrente baixar o preço, se é uma prática momentânea ou uma tendência de mercado. Ele também destaca que é necessário existir um processo de reavaliação da precificação, analisando concorrência, perfil dos clientes e a própria apresentação da empresa. Em alguns casos, também deve ser considerado que a venda de um produto pode gerar a venda de outros.

Na Lowçucar, o desconto só é concedido, de acordo com o gerente comercial, "se existe a possibilidade de pulverização e venda de volume. Caso contrário, o que aparenta ser uma ótima negociação, será o início de grandes prejuízos", diz Davanço. ■

Não importa como,

acesse nosso novo site:

acim.com.br



A ACIM oferece conteúdo online relevante tanto para sua carreira, quanto para sua empresa. E agora nosso site está de cara nova, mais completo, moderno e fácil de navegar. Acesse como preferir. A partir de uma janela, diversas portas vão se abrir pra você.

ACIM

Uma parceira em contabilidade

Controlsul Consultoria Empresarial, que tem escritório em Maringá, completa dez anos de trabalho, oferecendo consultoria e assessoria focada em resultados, graças à equipe multidisciplinar

Humanização dos serviços. Esta é a base para o sucesso de diversos tipos de negócios e tem norteado o trabalho da Controlsul Consultoria Empresarial para proporcionar resultados e, por consequência, satisfação aos clientes atendidos pela empresa. São mais de 60 profissionais qualificados que prestam assessoria, consultoria e oferecem soluções nas áreas de consultoria tributária, administração e economia.

Há dez anos no mercado, completados no mês passado, a Controlsul tem escritórios em Maringá, Cascavel e Curitiba. Aliás, foi inaugurada em outubro uma segunda sede em Cascavel, com dois mil metros quadrados, e no ano que vem o posto de trabalhos avançados de Cuiabá (MT) será transformado em escritório regional. O gerente geral da empresa, Viniccus Feriato, conta que “no longo prazo não estamos projetando mais ampliar nossa área de atuação, mas queremos crescer no mercado em que estamos instalados e continuaremos priorizando a qualidade dos serviços”. E é justamente por isso que o escritório de Maringá está sendo ampliado para 1,5 mil metros quadrados – a obra deverá ficar pronta em 2013 e terá o dobro do tamanho atual. O escritório em Maringá tem a maior equipe, com 35 colaboradores. De acordo com Feriato, isso se deve ao



Walter Fernandes

Com dez anos de mercado, a Controlsul tem escritórios em Maringá, Curitiba e Cascavel; a empresa oferece assessoria, consultoria e soluções em contabilidade, administração e economia

fato de que em Maringá houve boa receptividade pelo meio empresarial. “Podemos dizer que aqui está o que temos de melhor em relação a trabalhos personalizados, especializados e com grau de eficiência e eficácia máxima”.

As frentes de atuação da empresa são a Controlsul Consultoria Empresarial, que presta serviços de consultoria tributária, societária e empresarial; a Controlsul Consul-

toria de Projetos Financeiros, que tem sede em Curitiba e elabora planos de negócios voltados para a captação de recursos para investimentos, expansão e capital de giro; e a Blazius, Frizzo & Lorenzetti Advogados Associados, que presta serviços jurídicos.

Para garantir eficiência, a Controlsul personaliza o atendimento e, além de agilidade, preza pelo respeito às normas, busca de me-

administração e economia

lhorias e atuação presencial. Cada trabalho possui características próprias, mas após os seis primeiros meses de consultoria alguns resultados são visíveis, como a redução da carga tributária, obtida através do planejamento tributário. “O fator principal é que o empresário começa a ter condições de tomar as ‘rédeas’ do negócio e ganhar dinheiro. Nosso trabalho é facilitar a vida do empresário fazendo com que ele possa trabalhar e tomar decisões com segurança, eficiência e eficácia”, completa.

Entre as principais demandas das empresas que procuram os serviços da Controlsul estão o excesso de tributação, problemas societários, sucessões empresarial e familiar, captação de recursos, passivo tributário, busca de um investidor para ampliar o negócio, fusão e venda e compra de empresas. A solução de várias demandas está no planejamento tributário, que, segundo Feriato, conta com uma equipe engajada, visando à legal redução da carga tributária, uma vez que os órgãos de fiscalização federal e estadual são aparelhados com o Sistema Público de Escrituração Digital (Sped) e tantas outras informações e declarações “que não há mais espaço para a informalidade”.

Feriato destaca que outra área que tem sido bastante procurada pelos empresários, executada pela Blazius, Frizzo & Lorenzetti Advogados Associados, é a defesa de autos de infração. “Enquanto a Controlsul trabalha na prevenção e no planejamento tributário, a



Walter Fernandes

O planejamento tributário é importante para o sucesso do negócio e deve ser feito visando à redução legal da carga tributária; “não há mais espaço para a informalidade”, diz o gerente Viniccus Feriato

Blazius, Frizzo & Lorenzetti Advogados Associados trabalha no processo corretivo, defendendo os autos e as infrações penais que deles origina. Ou seja, muitos autos de infração vêm acompanhados de uma representação para fins penais, que é o chamado ‘crime fiscal’ e, nestes casos, somente uma equipe especializada pode atuar, o que

inclui consultorias contábil e fiscal e medidas judiciais estratégicas”.

A Controlsul atende empresas de pequeno, médio e grande porte, tem parcerias estratégicas em outras áreas empresariais e todos os colaboradores participam de treinamentos visando conhecer mudanças da legislação e o aperfeiçoamento do trabalho. ■

A ACIM administrada como uma empresa

Desta forma, Jefferson Nogaroli fez história como presidente da associação por duas gestões: nova sede e criação da Cooperativa de Crédito Sicoob e da Fundacim foram ações realizadas durante a gestão dele

A forma como o senhor dividiu a ACIM logo que assumiu a presidência quebrou paradigmas. De um lado empresa, de outra entidade. Por quê?

Quando administro qualquer coisa, faço como se fosse meu. Na verdade como não é meu, tomo mais cuidado ainda. Eu já admirava a Associação Comercial, mas sempre enxerguei a ACIM como um organismo que tem que ser dividido em dois: metade instituição e a outra metade empresa. A instituição não podia dar prejuízo e a outra parte tinha que dar lucro, porque se não tivesse lucro, não poderia ter bons executivos. Fiz uma pesquisa de opinião e tratei o associado como cliente. Na época a entidade oferecia serviço de copiadora que não era mais necessário, serviço de estatística, tabela de inflação de dólar... acabei com estruturas que não estavam agregando valor nem para a instituição, nem para a empresa ACIM e muito menos para o associado. Dei força para o SCPC, que é o nosso principal ganha-pão. Também reestruturei a Revista ACIM, porque queria que ela desse resultado. A ACIM foi tratada como uma empresa de verdade e aquilo que não dava resultado perdendo espaço.

E por que a criação de uma agência de desenvolvimento na ACIM?

Na verdade a primeira etapa foi reestruturar a instituição, transformando metade em empresa que tinha que dar lucro. Num segundo momento foi transformar a Associação em uma agência de de-

senvolvimento. Trouxemos o Conselho de Segurança para dentro da entidade, criamos a Fundacim e o Sicoob.

O Sicoob hoje é uma grande cooperativa de crédito. Como foi o processo de criação?

Quando fizemos uma pesquisa com nossos associados, uma das grandes reclamações era que o juro era muito caro para a pequena empresa. Então, descobrimos que em Minas Gerais tinha uma Associação Comercial que havia criado uma cooperativa de crédito. Pedimos para o Edmar Arruda, que era nosso diretor, fazer uma pesquisa, ele voltou e achou bacana e criamos um grupo de trabalho. Em 1999 constituímos o Sicoob Metropolitano, com 27 cooperados, R\$ 35 mil de capital e R\$ 200 mil de depósito. Hoje essa cooperativa tem R\$ 250 milhões, mais de 20 mil cooperados e duzentos e poucos funcionários.

A nova sede foi inaugurada na sua gestão. Qual foi a necessidade?

Faltava estrutura. Tínhamos as melhores lideranças da cidade reunidas na ACIM, mas não havia uma sala de reunião para mais de 20 pessoas. Entreguei a nova sede no último dia de mandato.

Como surgiu a ideia da Fundacim?

Já fazia responsabilidade social na minha empresa e achava que isso era uma questão de bom senso. O empresário é um líder, tem que dar o exemplo, então nada melhor que a Associação Comercial ter um instituto que ajudasse



João Cláudio Fracoso

a difundir técnicas de responsabilidade social.

Algumas movimentações encabeçadas pela ACIM envolveram toda a cidade, como a vinda da Gol Linhas Aéreas...

Uma comitiva da ACIM, junto com lideranças, desafiou a Gol a trazer um voo para Maringá e os executivos da empresa falaram que trariam, mas ainda estavam no início das atividades, com poucas aeronaves. Então a Associação Comercial se comprometeu a pagar 50% do voo, caso os assentos não fossem ocupados. A Gol topou o desafio, depois disponibilizou o segundo voo e não parou mais, porque realmente tinha demanda e a ACIM não precisou pagar os 50%.

A ACIM é modelo de associação no país, por quê?

Aníbal Bianchini dizia que Maringá tinha algo diferente, que por ser planejada, arborizada e por ser humanizada, nos obrigava a ter um grau de exigência maior. Acho que é isso que faz a diferença, porque Maringá é diferente. Está no nosso DNA fazer bem feito e de não gostar de coisa mal feita. A ACIM foi a sexta instituição do Brasil a ter SCPC então e Maringá naquela época não estava entre as cem maiores cidades do Brasil. O Conseg foi o primeiro do Brasil, o Sicoob de uma certa forma nasceu aqui. ■

Rádio Cultura de Maringá: a primeira

A ideia de constituir a Rádio Cultura surgiu em 16 de novembro de 1949. O projeto foi resultado do envolvimento dos empresários José Medeiros da Silveira, Odwaldo Bueno Netto, Amadeu Vuolo e Átila de Souza Melo, mas, infelizmente, naquele momento a empresa não decolou por falta de estrutura técnica e financiamentos.

Em 1950, o radialista Samuel Silveira, profissional do segmento de longa data, adquiriu alguns equipamentos, um gerador e tomou à frente do projeto. Assim foi iniciada a estruturação da Rádio Cultura. Um ano depois, em 15 de junho, as primeiras ondas radiofônicas ecoaram pelos alto-falantes instalados pela avenida Brasil.

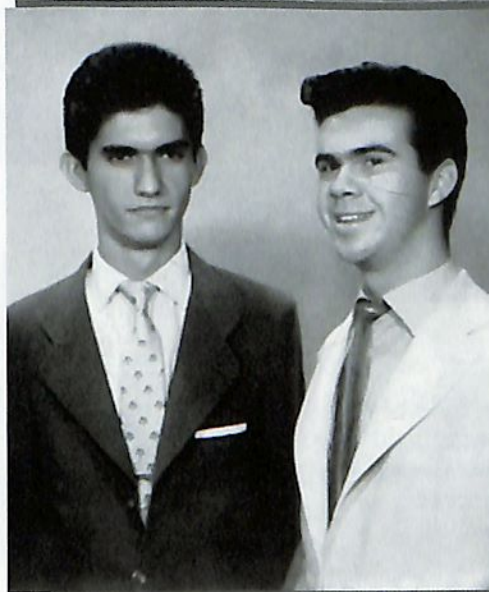
Quem ficou responsável pela montagem e manutenção foi Francisco Dias Rocamora. Foi ele quem disse as palavras da primeira transmissão: "Senhores, senhoras, esta é a ZYS-23, Rádio Cultura de Maringá, em 1520 kHz, inaugurando as atividades". Rocamora também foi locutor esportivo.

A sede da rádio ficava na avenida Herval, em um quarto de madeira com 36 metros quadrados e a antena estava instalada no interior da atual Universidade Estadual de Maringá. E como os programas eram veiculados ao vivo, atraíam ainda mais o público. Os primeiros locutores foram Aloysio Raphael Barros (Barriños), Dirceu Fernandes de Souza e Thomás de Aquino Negreiro.

Em 1953, durante as festividades do 6º aniversário da cidade, a Rádio Cultura inaugurou seu auditório, além de ampliações da estrutura. Um dos programas de auditório mais prestigiados era o "Clube do Caçula".



Tião Carreiro e Pardinho, após um show no auditório da Rádio Cultural, no final da década de 1950; da esquerda para a direita: Zezinho, Zorinho, Tião Carreiro, Orlando João Manin (Coronel do Rancho), Pardinho, João Pereira e Moacir Carneiro



Pedro Granado Martinez, na época colonista social, e Frank Silva, locutor da Rádio Cultura e hoje dono da Cultura AM

E com a energia elétrica, por meio do Telex, as notícias nacionais passaram a fazer parte do quadro informativo da Rádio Cultura de Maringá. Uma curiosidade: um dos locutores da rádio foi Frank Silva, que hoje é dono da Cultura AM.

Depois da Rádio Cultura, outras rádios foram instaladas na cidade, como a Rádio Atalaia. Era uma época de grandes anúncios e jingles que

faziam a diferença no retorno financeiro dos empresários. Era um período em que as famílias se sentavam próximo aos grandes aparelhos de rádio e sonhavam com as mensagens e músicas transmitidas. Ter um aparelho desses era um luxo de primeira ordem.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

CULTURA EMPRESARIAL



VALE A PENA OUVIR

Hudson Mateus – estudante



Iron Maiden – No prayer for the dying

Gravado em 1990, é o oitavo e mais polêmico álbum da maior banda de heavy metal da história. Alguns fãs consideram o pior disco do Iron Maiden e muitos acreditam que isso motivou a saída do guitarrista Adrian Smith. O álbum traz um som pesado e simples, que volta ao estilo cru do início da banda, em 1979. Opiniões à parte, o fato é que ele tem o único *single* do Iron Maiden que alcançou o primeiro lugar nas paradas britânicas: Bring your daughter to the slaughter, que foi composto por Bruce Dickinson para o filme "A hora do pesadelo 5: o maior horror de Freddy".

Running Wild – Under Jolly Roger

A banda alemã formada em 1976 assume uma temática inédita ao lançar o álbum Under Jolly Roger (1987), marcando-a definitivamente como piratas. Roupas características, cenários com navios e muitas bandeiras piratas marcam a carreira da banda, encerrada em 2009 com este álbum. Com músicas mais trabalhadas, solos de guitarra mais intensos e um baixo mais forte, o disco tornou-se o maior sucesso da banda.



VALE A PENA ASSISTIR

Fernanda Inocente – estudante



Obrigado por fumar - Jason Reitman (2006)

Trata-se de uma sátira sobre a indústria tabagista que, no filme, se utiliza do poder da manipulação de informações para conquistar consumidores. O protagonista é Nick Naylor, porta-voz das empresas de cigarro norte-americanas, que luta para convencer a sociedade que o produto não causa malefícios. A comédia, com um toque de documentário, leva-nos à reflexão e à discussão de assuntos como liberdade de escolha, ética e o absurdo valor da mídia e do consumo.

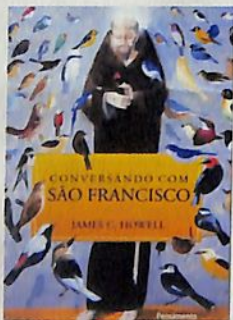
Estômago – Marcos Jorge (2008)

Filme nacional que conta a tragicômica história de Raimundo Nonato, um nordestino que se muda para São Paulo em busca de oportunidade. Ao chegar à cidade, Nonato consegue um trabalho informal como faxineiro de um bar, onde descobre seus dotes culinários, que garantem ascensão social na cidade e na cadeia, onde se passa uma história paralela do nordestino, que foi preso por um crime misterioso, revelado só no final do filme.



O QUE ESTOU LENDO

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



Conversando com São Francisco

James C. Howell
Editora: Pensamento
160 páginas

Um livro de leitura leve e agradável e repleto de bem aventuranças. Um diálogo vivo com o santo e o homem que inspirou as grandes obras de Deus e que nos ensina as dádivas do Pai em nossas vidas.



A invenção de Hugo Cabret

Brian Selznick
Editora: SM
534 páginas

Prepare-se para conhecer um garoto que poderia ser como qualquer outro, mas sua história é tão fascinante e repleta de mistérios que a cada virar de página, o leitor se sentirá inundado de emoção e momentos de nostalgia. Um legado, uma carta e um andróide em busca de revelações. Não é a toa que Martin Scorsese levou esta obra-prima literária para as telas do cinema. Leia o livro, assista o filme e viva momentos de magia pura.



VALE A PENA NAVEGAR

www.portalimprensa.uol.com.br: com notícias e artigos sobre mídia e imprensa, o portal é atualizado várias vezes por dia

www.advivo.com.br: portal do jornalista Luis Nassif, que venceu o prêmio de Melhor Jornalista de Economia da Imprensa Escrita do site Comunique-se três vezes, traz notícias, vídeos e charges

www.antoniorobertodepaula.com: neste site o jornalista Antonio Roberto de Paula disponibiliza o livro de crônicas Diário dos Meus Domingos em formato de e-book; o livro foi lançado no mês passado e reúne 141 crônicas escritas por ele e publicadas no jornal O Diário do Norte do Paraná entre 2006 e 2009

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

Mala na medida certa da elegância

Apostar em cores que combinam entre si é um bom passo para diminuir o volume da mala e continuar bem vestido; aposte também em acessórios que ajudam a renovar o *look* e em tecidos que não amassam

Viagens de negócios costumam ser curtas e isso já determina que a bagagem deve ser mínima. Mas o que pode parecer uma tortura, principalmente para as mulheres, pode se tornar até uma divertida tarefa quando se aprende alguns segredos para combinar peças e compor uma mala recheada de *looks* versáteis. A recompensa virá quando você sair do avião e passar faceiro por quem se amontoa em volta da esteira de embarque/desembarque. Assim a viagem já vai começar com uma dose reduzida de estresse.

Mas para conseguir vencer o desafio de passar alguns dias apenas com uma bagagem de mão, as cores vão ser a grande aliada. Então assumo o lado básico sem medo e escolha uma cor base como o azul-marinho, o bege ou o preto. Opte por uma dessas cores e trabalhe as combinações em tons variados ou em estampas que possam ser coordenadas com os lisos.

Para que tudo não fique muito sóbrio, escolha alguns poucos e bons acessórios. Os homens podem apostar em gravatas diferentes para renovar o humor do mesmo terno. E a ala feminina, mais privilegiada, deve abusar de lenços, cintos, brincos e colares. Assim o mesmo vestidinho preto usado na reunião pode



Walter Fernandes

fazer bonito também no jantar.

E mesmo antes de separar as peças, consulte a previsão do tempo para, por exemplo, não levar um casaco pesado apenas para passear na mala. Lembre-se que tecidos que não amassem com facilidade e modelos pouco volumosos devem ser os primeiros da lista. Outra boa dica é saber o número de reuniões e outros compromissos profissionais para saber exatamente o número de *looks* que precisam ser montados.

A organização também sempre conta ponto e a maneira como você arruma a mala pode fazer o espaço aumentar. A regrinha de colocar os sapatos no fundo e com meias dentro deles ainda não saiu de moda, então siga sem medo. Para quem

não vive sem alguns minutos de exercício na academia do hotel, a regra é escolher um tênis e roupas bem leves, já que não é necessário fazer um desfile.

E por último, e muitíssimo importante, pese tudo antes de sair de casa para conferir se não está ultrapassando os limites da franquilha de bagagem. Isso é primordial para quem não está disposto a pagar excesso de bagagem. Com uma mala prática e com *looks* previamente selecionados, sobra mais tempo para se dedicar ao trabalho e quem sabe, com muita sorte, ter um momento de lazer.

Dayse Hess é jornalista e especialista em design de moda

CONTRA A CLANDESTINIDADE

Para combater a clandestinidade, 37 empresários de Maringá e região que comercializam gás GLP assinaram um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) junto ao Ministério Público do Paraná (MP). A iniciativa foi do Núcleo Setorial de Revendedores de Gás, ligado ao Programa Empreender, da ACIM, e contempla também empresários formalmente constituídos e que não integram o núcleo.

Na assinatura do termo, o promotor de Justiça Maurício Kalache, destacou que era "um fato histórico, porque não há registros de empresários de um mesmo segmento que procuraram o Ministério Público para assinar um TAC". Ele lembrou que o Ministério Público foi acionado em julho para auxiliar os empresários a combater a clandestinidade. "Tivemos que entender o problema, descobrir o ponto de contato entre o interesse público e o privado, porque o MP não atua em caso cujo objetivo é apenas proteger a concorrência. O ponto de interesse é o da segurança dos cidadãos circunvizinhos aos estabelecimentos onde se pratica a atividade não autorizada".

A empresária Sandra Ruiz, da Pede Gás e Água, foi a primeira a assinar o TAC. Para o empresário Valter Orceze, da Pleno Gás, o maior problema do setor é a clandestinidade. "Para comercializar o gás GLP, é necessário possuir registro na Agência Nacional do Petróleo (ANP). E só existe clandestinidade porque há empresários registrados que revendem gás para pessoas que podem não estar armazenando corretamente o produto e nem poderão ser acionadas em caso de problemas, por não serem juridicamente constituídas".



Walter Fernandes

ASSOCIADO DO MÊS

A história do Café Shop começou em 1998, quando o empresário Eder Veltrini começou a locar máquinas de café de pequeno porte. Com o crescimento do negócio, Veltrini decidiu investir na abertura de uma loja em 2002. O Café Shop conta atualmente com cerca de 200 máquinas de vários portes, que servem não apenas café, mas cappuccino, chocolate, sopa, entre outras bebidas. A empresa também oferece serviços de locação no norte e noroeste do Paraná, além de municípios de São Paulo e Santa Catarina. Resultado do crescimento também foi a criação da cafeteria e torrefação, localizadas em um espaço anexo ao Café Shop. E Veltrini quer mais: ele pretende abrir uma filial em Cascavel no ano que vem.

Na loja, os consumidores encontram várias marcas de café de diversas regiões do Brasil, além da marca própria: o Café Veltrini. Os amantes da bebida podem comprar máquinas e café moído e torrado na hora. Outra opção é a loja online – www.cafeshop.com.br. Segundo Veltrini, a empresa oferece ainda consultoria aos interessados em abrir uma cafeteria, que inclui serviço de baristas e insumos necessários, como serviço de gourmet, aromatizantes, utensílios, montagem de cardápio, dicas de como fazer drinks e vaporizar leite.

A empresa se associou à ACIM há cerca de dois anos e desde então utiliza o serviço de consulta de crédito. "A associação é bastante atuante", elogia. Para quem quer mais informações ou efetuar reservas de máquinas, o Café Shop fica na rua Néo Alves Martins, 2178. O telefone é o (44) 3227-5848.

CURSOS

Capacitar os participantes para a constituição de uma empresa dentro do novo modelo de Empresa individual de responsabilidade limitada (EIRELI), conforme a Lei nº 12.441, de 2011. Este será o objetivo de um curso que o Centro de Treinamento e Desenvolvimento da ACIM realizará em 10 de dezembro, das 8 às 17 horas. Os instrutores serão os advogados Jenyffer Ribeiro e Wilson Ramos, que explicarão a diferença entre a sociedade limitada e EIRELI, como constituir e como é funcionamento da uma EIRELI, entre outros temas. Mais informações sobre este curso e outros que integram a grade da ACIM pelos telefones (44) 3025-9631 e 3025-9632.

MICHEL SOARES ELEITO JOVEM EMPREENDEDOR 2011

O proprietário da Patrimonium e da Alltech Rastreamento Veicular, Michel André Felipe Soares, receberá o prêmio Jovem Empreendedor 2011 numa cerimônia agendada para o dia 18 deste mês, às 20 horas, no Moinho Vermelho. Ele foi eleito em 5 de outubro por uma comissão julgadora por meio de voto secreto. A comissão escolheu Soares entre os três que receberam maior número de indicações na primeira fase do processo, onde 12 entidades indicaram empresários e executivos com até 38 anos e participação atividade na vida comunitária, e cujas empresas são de Maringá com pelo menos três anos de existência.

Michel Soares tem 31 anos, é casado com Adriana Scandelai Soares e pai de Felipe e André. É formado em Administração e em Direito. Depois de trabalhar na Somaco, onde iniciou aos 16 anos, em 2001 fundou a Patrimonium Monitoramento, com quatro funcionários e em 2010 abriu a Alltech Rastreamento Veicular, que tem entre os clientes o Ministério da Defesa. Hoje com mais de cem funcionários, ele iniciou o processo de abertura de franquias das empresas. Além de empresário, Soares integra a diretoria da Sociedade Rural de Maringá, participa de atividades assistenciais do Rotary e suas empresas apóiam várias entidades. No ano passado o ganhador do prêmio concedido pelo Copejem foi Charles Piveta Assunção, da Strut.

Ivan Amorim



32% DOS MARINGAENSES FIZERAM COMPRAS PELA INTERNET

Sessenta e oito por cento dos maringaenses nunca fizeram compras pela internet e a maioria, 54%, alegou que não confia neste canal para efetuar compras. E dos 32% que já compraram, 52% fazem isso periodicamente. Os dados constam numa pesquisa feita junto a 540 consumidores para medir o Índice de Confiança do Consumidor Maringaense, de setembro, em relação ao emprego, renda, satisfação financeira, consumo e expectativa nacional. A pesquisa é realizada mensalmente pela ACIM e é coordenada pelo professor Joilson Dias.

O ICCM de setembro registrou queda de 2,1 pontos, atingindo 129,1 pontos, o menor patamar nos últimos 12 meses – em agosto ele foi de 131,2 e em setembro do ano passado de 134,6 pontos. Apenas o índice de expectativa de consumo teve alta, de 6,6 pontos, atingindo 134,1 pontos. Dos outros quatro índices do ICCM, o de expectativa nacional foi o que registrou maior queda, de 5,9 pontos, e chegou a 134,4 pontos. O estudo toma por base 100 pontos, que indica que a confiança do consumidor está neutra e tem como patamar máximo 200 pontos. Quando a pesquisa aponta entre 125 e 150 significa confiança positiva muito boa.

FACIAP REALIZA PRÉ-CONVENÇÃO EM MARINGÁ

A pré-convenção da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap) realizada em Maringá em 19 de outubro reuniu 70 representantes de associações comerciais de Maringá e região.

Na programação constaram palestras sobre assuntos de interesse da classe empresarial, como oportunidades comerciais com a Rússia e com os Estados Unidos, lei geral das micro e pequenas empresas, sociedade de garantia de crédito e a assinatura de um acordo de cooperação entre a Faciap, Cacisor, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e Associação dos Municípios do Setentrião Paranaense (Amusep) para a replicação de ações bem-sucedidas de desenvolvimento sustentável implantadas pelo sistema associativista nos municípios paranaenses.

A convenção da Faciap será entre 6 e 8 de novembro em Foz do Iguaçu.

www.acim.com.br



Economia, investimentos e valorização do servidor na Câmara

Transcorridos quase três anos, avalio que estamos atingindo nossos objetivos. Digo estamos atingindo porque conto com o apoio inestimável dos colegas vereadores e porque esse é um processo permanente

Quando assumi a presidência da Câmara Municipal de Maringá, em 2009, tinha claro em minha mente que deveria administrar focado em três itens: economia, investimentos visando melhorar a estrutura física da Casa de Leis e valorização do quadro de servidores.

Transcorridos quase três anos, avalio que estamos atingindo nossos objetivos. Digo estamos atingindo porque conto com o apoio inestimável dos colegas vereadores e porque esse é um processo permanente. Continuamos focados e assim será até o encerramento do meu mandato, no final de 2012.

Neste ano teremos uma economia de cerca de R\$ 3 milhões, que somados aos valores que não utilizamos em 2009 e 2010 chegará a R\$ 10 milhões. As devoluções anteriores à prefeitura permitiram que fossem realizados investimentos, a pedido dos vereadores, nas áreas da saúde e da segurança, com a aquisição de câmeras e equipamentos para a Guarda Municipal e destinação de recursos para entidades assistenciais.

A economia na nossa administração não significa uma imobilização nos investimentos, tão necessários para o melhor funcionamento da Casa. Reformas gerais, inclusive na fachada do prédio; adaptações e construção de sanitários; pinturas, aquisição de equipamentos e substituição de aparelhos de ar-condicionado no plenário e em áreas comuns tornaram a Câmara de Maringá uma das mais modernas do país.

Dentro do objetivo de aproximar ainda mais os vereadores da população, com a transmissão das sessões e outros eventos legislativos, está prevista a inauguração da TV Câmara no início de 2012. A Câmara havia se preparado para o lançamento neste semestre, mas a liberação do canal compartilhado com a Assembleia Legislativa ocorreu em outubro. Neste ano adquirimos equipamentos para a TV Câmara e construímos um estúdio no saguão. Atualmente, as sessões ao vivo e gravadas podem ser acessadas pelo www.cmm.pr.gov.br.

Destaco a importância do nosso servidor no trabalho de resgate do Legislativo maringaense. Só poderemos realizar um trabalho produtivo, com transparência, se tivermos funcionários efetivamente comprometidos. Os servidores vêm cumprindo papel fundamental no desafio de buscarmos a excelência no atendimento.

O processo de valorização dos servidores tem sido contínuo e teve como ponto alto a implantação do Plano de Carreira. Foram adotadas, ainda, medidas visando melhorar o funcionamento dos departamentos e dos gabinetes e a instalação do relógio biométrico, que se tornou notícia em todo o Paraná, exemplo que foi seguido inclusive pela Assembleia Legislativa.

Sobre as questões polêmicas que ocorrem na Câmara, longe de considerá-las nocivas, defino como salutares. Entre outras funções do Legislativo, estão a análise de projetos e o debate de ideias. Para se chegar ao consenso, buscar o que é melhor para cidade e nossa gente, as polêmicas são inevitáveis. Tivemos alguns episódios que devem ser lamentados, mas o que prevalece é o grande volume de trabalho, a ótima produção. O desafio de administrar a Câmara da terceira cidade do Paraná é diário, ininterrupto.

Mário Hossokawa é presidente da Câmara Municipal de Maringá

Obsessão por atendimento: líder de mercado
Investimento em qualidade: os melhores prêmios
Aquisições em tecnologia: as melhores máquinas

Nossa última grande conquista: um selo



Responsabilidade Ambiental



A marca da
gestão florestal
responsável



GRÁFICA REGENTE
www.graficaregente.com.br



A Gráfica Regente recebeu da FSC sua "certificação florestal". O FSC é o selo verde mais reconhecido em todo o mundo, e sua certificação é uma garantia de que o papel utilizado em nossos impressos vem de um processo produtivo e manejo de forma ecologicamente adequada, socialmente justa, economicamente viável e de acordo com todas as leis vigentes.

Obtenha mais informações em: www.fsc.org.br

MATEMÁTICA PARA SUA VIDA

CARÊNCIA*
ZER 0 +

3** CONSULTAS
GRÁTIS
EM CLÍNICA
PRÓPRIA

=



LIGUE AGORA E
ADQUIRA HOJE SEU
PLANO DE SAÚDE

VENDAS:

[44] 3218.1515

www.drpam.com.br

* Consultas no IMI, exames válidos: hemograma, urina, glicose, parasitológico, colesterol total, triglicérides, VHS, creatinina, bacterioscopia e ácido úrico. Raio-X e eletrocardiograma. Promoção válida: 08/10/2011 até 31/12/2011.
** Válido para novos contratos, total de três consultas por pessoa (intransferíveis) em clínica própria (IMI), dentro do período do primeiro ano contratual.



ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

A MAGIA DO NATAL

ESTÁ NO PODER DA IMAGINAÇÃO





*Os presentes mais importantes,
são embalados com um sorriso.*

Natal é o dia escolhido para unir o mundo nos mais nobres sentimentos, o amor e a paz. Seguido da esperança do renovar de mais um ano a ACIM deseja a todos os associados e parceiros, um **feliz 2012**.

ACIM

acim.com.br