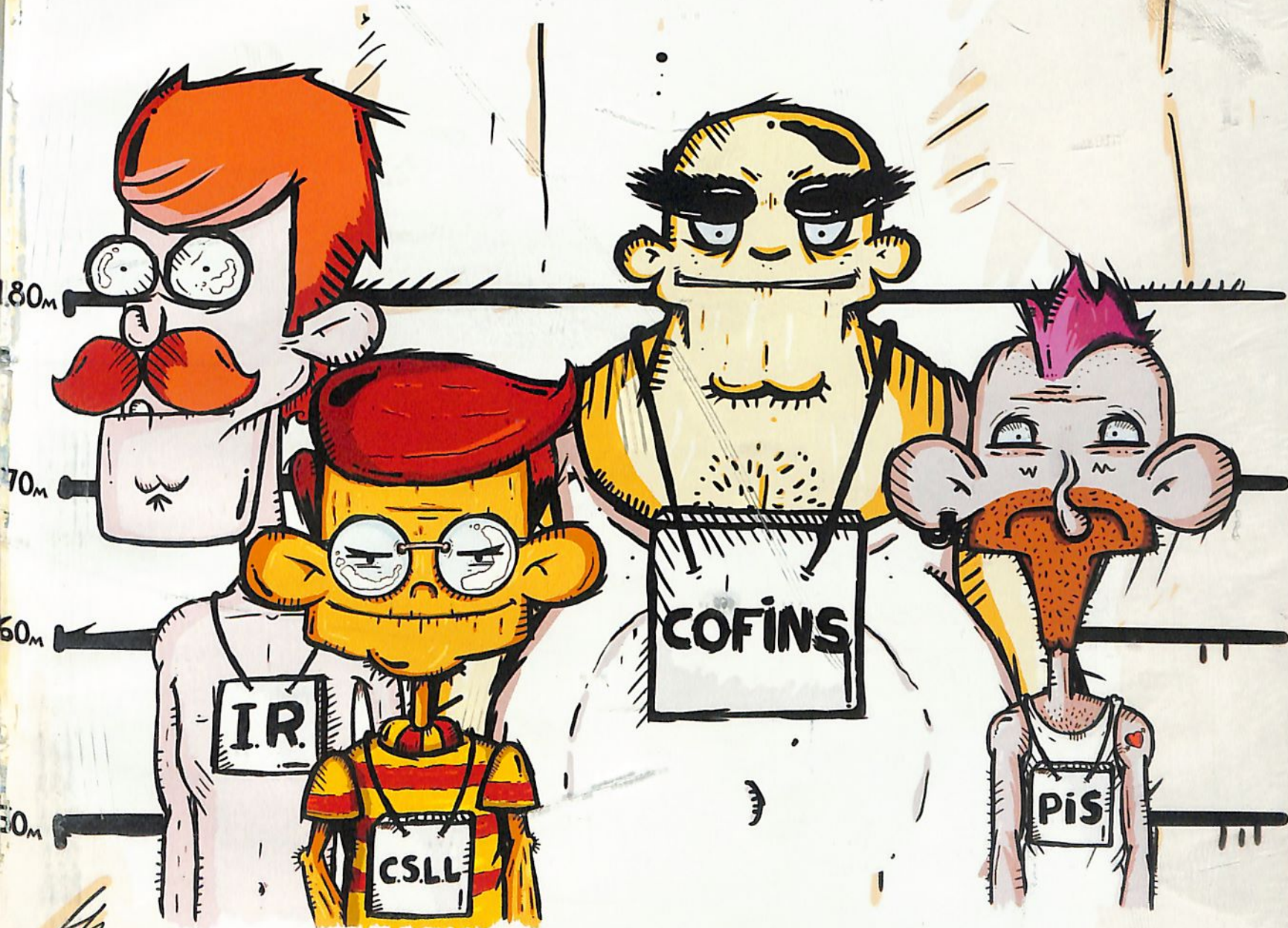


www.acim.com.br
ISSN 1991-1928
9 771984 615498951 00518

ACIM

Março/2012
Nº 518 - Ano 49
R\$ 5,00

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



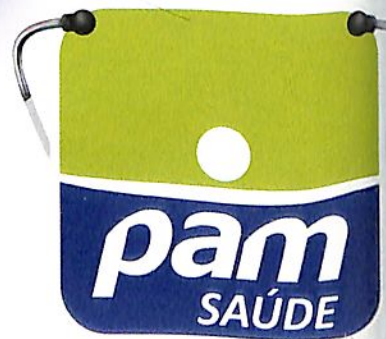
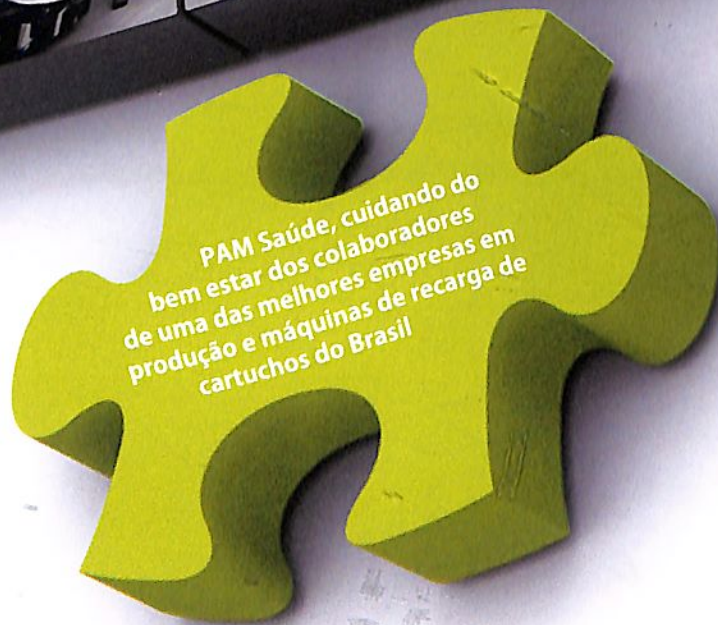
OS GRANDES INIMIGOS DAS EMPRESAS

RECONHECEMOS OS VILÕES DOS NEGÓCIOS: IMPOSTOS E BUROCRACIA

PAM Saúde

fazendo parte da
sua equipe

ANS - nº 31526-5



www.drpam.com.br

44 3218 1515 - Maringá

45 3218 1314 - Cascavel

44 3543 4186 - Ubatã



INSTITUTO DE
MEDICINA
INTEGRADA



masterink



“ Apenas a arrecadação com impostos federais somou mais de R\$ 1 trilhão no ano passado. E se não bastasse a elevada carga tributária, que é a maior entre os países dos BRICs, a população não recebe serviços públicos no mesmo patamar dos impostos que paga –

Empresário, o equilibrista

Desde o início da vigência da Constituição Federal, foram editadas mais de 4,15 milhões de normas no Brasil, o que dá a incrível - e negativa - marca de 46 normas tributárias por dia útil. O cálculo foi feito pelo Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT).

Um empresário brasileiro precisa ter muita paciência e jogo de cintura, afinal quem quer manter uma empresa aberta precisa pagar mais de 70 taxas, contribuições e impostos por ano. Fora isso, a legislação tributária não é uma das mais fáceis. A guerra de ICMS entre os estados brasileiros, apesar de ter aspectos positivos (incentivar a atração de indústrias, por exemplo, principalmente em cidades do interior), não contribui muito para facilitar a vida do empresário.

A alta carga tributária também pesa no bolso do brasileiro e, por consequência, da classe empresarial. Apenas a arrecadação com impostos federais somou mais de R\$ 1 trilhão no ano passado. E se não bastasse a elevada carga tributária, que é a maior entre os países dos BRICs, a população não recebe serviços públicos no mesmo patamar dos impostos que paga. Um estudo, também do IBPT, mostra que o Brasil é o que oferece o pior retorno dos investimentos feitos com os impostos entre 30 países pesquisados.

Até os feriados parecem não contribuir com a classe empresarial no Brasil. Segundo um estudo da Federação das Indústrias do Estado do Rio de

Janeiro (Firjan), as perdas geradas por feriados nacionais e estaduais à indústria brasileira podem chegar a R\$ 44,9 bilhões em 2012, o que significa deixar de produzir até 4,4% do PIB industrial.

Os números da carga tributária e da burocracia parecem jogar contra os negócios. Por outro lado, o Brasil, com inflação controlada, instituições democráticas, recursos naturais de sobra e uma economia sólida, atrai investidores estrangeiros e faz com que os negócios prosperem.

Mas como este é um ano eleitoral, o brasileiro com mais de 16 anos pode votar com consciência e escolher os candidatos que tenham compromisso com o bem-estar da população e o desenvolvimento do Brasil. Um passo importante foi dado em fevereiro, quando o Supremo Tribunal Federal decidiu pela constitucionalidade da Lei da Ficha Limpa, que poderá ser aplicada nas eleições deste ano.

Mais uma vez os eleitores terão a oportunidade de escolher candidatos sérios, realmente interessados em discutir - e ajudar a resolver - os problemas estruturais do Brasil, entre eles a carga tributária. Garantir uma reforma trabalhista e tributária que sejam mais favoráveis aos negócios também é uma reivindicação antiga, porque mais do que equilibristas, os empresários querem um ambiente favorável aos negócios.

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



MARÇO 2012



FACTORY

Financiamento
Bradesco

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

CERTIFICAÇÃO



MEMBRO



CERTIFICAÇÃO

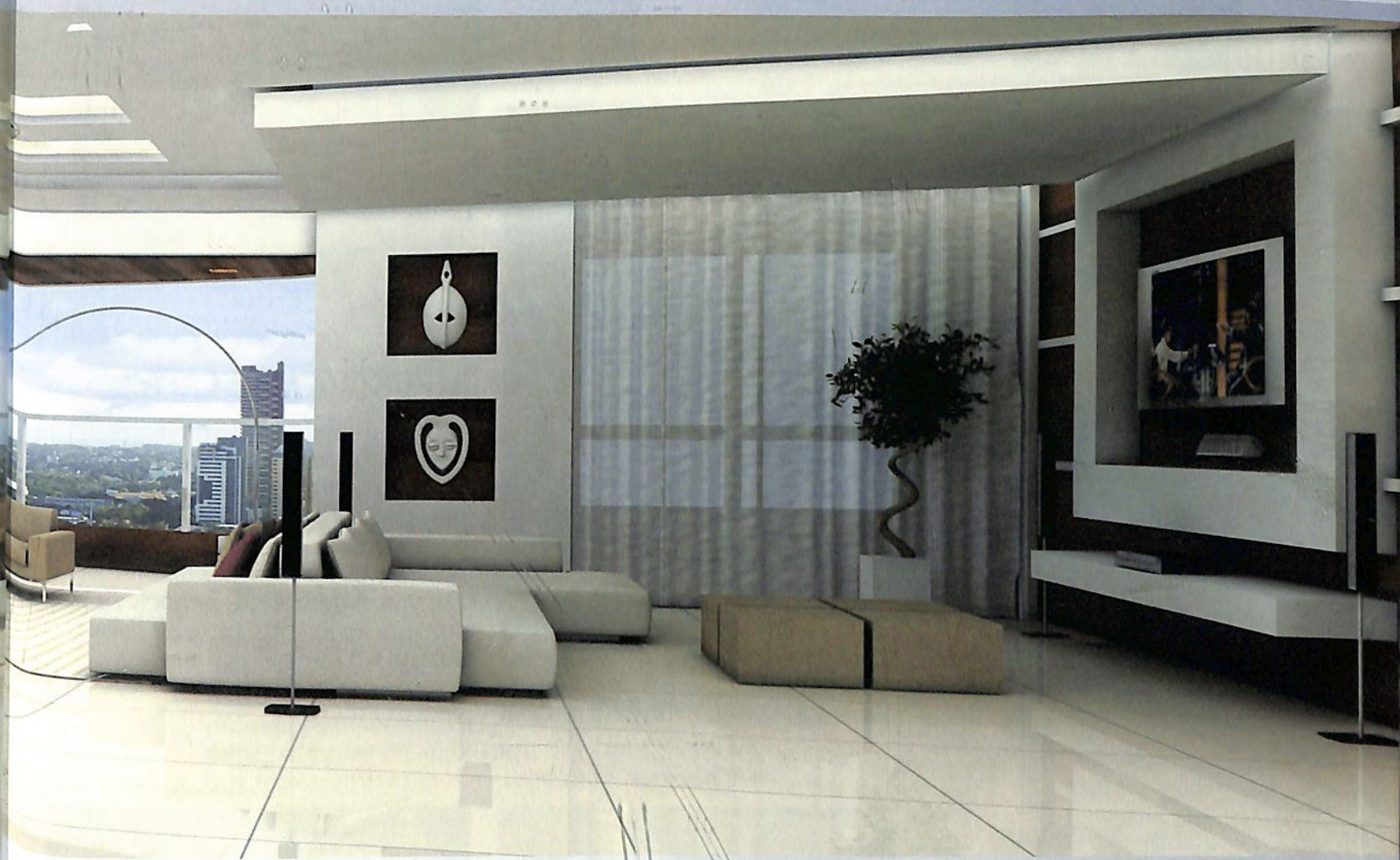


SUSTENTABILIDADE



IMPACTO GLOBAL





ÍCONE DOS RESIDENCIAIS DE ALTÍSSIMO PADRÃO

* 01 POR ANDAR.

* 340 M² PRIVATIVOS

* 4 VAGAS DE GARAGEM

* EXCEPCIONAL LOCALIZAÇÃO

* ESPETACULAR DUPLEX

COM 585 M² PRIVATIVOS

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

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


design
INOVAÇÃO E QUALIDADE
Desde 1973



16

REPORTAGEM DE CAPA

No Brasil, cuja arrecadação federal ultrapassou R\$ 1 trilhão no ano passado, a alta carga tributária e a burocracia – aqui é o país onde se demora mais tempo para abrir uma empresa entre os países do BRIC – são dificultadores dos negócios e com um agravante: entre 30 países, o Brasil é o que oferece o pior retorno dos investimentos feitos com os impostos



8 ENTREVISTA

O doutor em comunicação Dado Schneider, que trabalhou em agências de publicidade renomadas e tem mais de 30 anos de experiência em marketing e comunicação, é o entrevistado principal desta edição; ele responde questionamentos sobre fidelização, relação afetiva com as marcas, redes sociais e critérios para aprovar uma campanha publicitária



24 NEGÓCIOS

A abertura de uma filial pode ser uma alternativa para crescer, desde que, entre outros fatores, o empresário escolha o ponto de venda adequado e conheça bem o perfil do público, porque às vezes pode ser necessário alterar o mix de produtos; a abertura de uma loja virtual também é uma das opções para aumentar as vendas



28 EMPREENDEDORISMO

Comprar uma empresa com experiência de mercado pode ser uma alternativa mais interessante do que começar um novo negócio; conheça empresários que optaram por este caminho e dicas de especialistas para fazer um bom negócio, o que inclui conhecer o histórico da empresa, os reais motivos de venda, verificar débitos e carteira de clientes



32 MERCADO

Com uma ampla cadeia de prestadores de serviços, que inclui bufês, fotografias, bandas e trajes, o segmento de festas tem até uma feira exclusiva realizada em Maringá, mas neste setor é preciso oferecer novidades e atender pedidos especiais, como o de noivas que querem casar ao ar livre ou embaixo de chuva

36 SOCIEDADE

Manter uma sociedade que proporcione a perpetuação do negócio e uma relação harmoniosa entre os sócios é possível, mas é preciso estabelecer as atribuições de cada um, pró-labore, planejamento como a empresa crescerá e principalmente ter afinidade e respeito pelo sócio; mais do que teoria, empresários e especialistas dizem que há, sim, como ter uma sociedade bem sucedida



48 DIREITO

A partilha de bens, às vezes, pode desencadear brigas na família, discutidas na Justiça; para evitar desgastes entre os herdeiros, planejamento é o melhor caminho e, com amparo da lei, é possível fazer doação por usufruto ou estabelecer cláusulas com especificações do processo sucessório em caso de um dos sócios falecer

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 49 Nº 518 MARÇO/2012
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, Helmer Romero,
José Carlos Barbieri, Lúcio Azevedo, Pedro Grava,
Massimiliano Silvestrelli, Miguel Fernando Perez Silva,
Sérgio Gini, Valdeir Larrosa, Walter Thomé Júnior, Tatiana Consalter

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Giovana Campanha - MTB 05255

COLABORADORES

Alan Maschio, Cibele Chacon, Giovana Campanha,
Octávio Rossi e Rubia Pimenta

EDITORIAÇÃO

Andréa Traqueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO

Giovana Campanha, Helmer Romero
e Sérgio Gini

CAPA

Anima Lamps

PRODUÇÃO

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

FOTOS

Ivan Amorin, João Cláudio Fragoso, Walter Fernandes e PMM

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.

CACBUB CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS DO BRASIL
FACIAPUS FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ



32 MERCADO

Com uma ampla cadeia de prestadores de serviços, que inclui bufês, fotografias, bandas e trajes, o segmento de festas tem até uma feira exclusiva realizada em Maringá, mas neste setor é preciso oferecer novidades e atender pedidos especiais, como o de noivas que querem casar ao ar livre ou embaixo de chuva

36 SOCIEDADE

Manter uma sociedade que proporcione a perpetuação do negócio e uma relação harmoniosa entre os sócios é possível, mas é preciso estabelecer as atribuições de cada um, pró-labore, planejamento como a empresa crescerá e principalmente ter afinidade e respeito pelo sócio; mais do que teoria, empresários e especialistas dizem que há, sim, como ter uma sociedade bem sucedida



48 DIREITO

A partilha de bens, às vezes, pode desencadear brigas na família, discutidas na Justiça; para evitar desgastes entre os herdeiros, planejamento é o melhor caminho e, com amparo da lei, é possível fazer doação por usufruto ou estabelecer cláusulas com especificações do processo sucessório em caso de um dos sócios falecer

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 49 Nº 518 MARÇO/2012
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, Helmer Romero,
José Carlos Barbieri, Lúcio Azevedo, Pedro Grava,
Massimiliano Silvestrelli, Miguel Fernando Perez Silva,
Sérgio Gini, Valdeir Larrosa, Walter Thomé Júnior, Tatiana Consalter

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Giovana Campanha - MTB 05255

COLABORADORES
Alan Maschio, Cibele Chacon, Giovana Campanha,
Octávio Rossi e Rubia Pimenta

EDITORIAÇÃO
Andréa Tragueta
andreatra@brturbo.com.br

REVISÃO
Giovana Campanha, Helmer Romero
e Sérgio Gini

CAPA
Anima Lamps

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

FOTOS
Ivan Amorin, João Cláudio Fragoso, Walter Fernandes e PMM

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.



Fidelização, redes sociais e consumidor bem informado



Divulgação

Doutor em Comunicação, ele já trabalhou em agências de publicidade renomadas, como Ogilvy e DM9 e integrou a equipe de comunicação da Claro. Com mais de 30 anos de experiência em marketing e comunicação, Dado Schneider tem ministrado palestras por várias localidades brasileiras falando sobre novas tecnologias, comunicação e o perfil do profissional do futuro. Entusiasta das redes sociais, ele abdicou do uso do email há dois meses, por causa do excesso de spams que recebia principalmente de empresas, e utiliza apenas as redes para se comunicar virtualmente. Mas mesmo elas sendo uma ferramenta valiosa para os negócios, Schneider acredita que as empresas, de maneira geral, não as estão utilizando de forma a criar relacionamento com o público. Confira a entrevista que ele concedeu à Revista ACIM, onde aborda também fidelização, relação afetiva com as marcas e comunicação para micro e pequenas empresas:

Como as empresas podem garantir uma experiência de compra positiva para os consumidores? É possível ainda existir a fidelização?

É importante destacar que estamos lidando numa outra época, então muitos dos conhecimentos e práticas que tínhamos como certos e infalíveis num passado bem recente, de 20 anos atrás, não funcionam. As pessoas estão mais expostas à informa-

ção, estímulos, mais provocações para comprar e consumir, então nós, como consumidores, somos completamente diferentes do que eram nossos pais. Hoje tem consumidor muito mais conhecedor do que vai comprar e há muito mais opções de marcas e ofertas. Ele enfrenta uma pressão social dizendo para, mesmo estando bem servido, experimentar outra marca. Está muito difícil vender hoje. Tenho vários amigos que

defendem os programas de fidelização, mas esses programas não são de fidelidade, são estímulos para que o consumidor continue comprando. Dou um exemplo: tenho cartões de duas empresas aéreas, se uma delas me dá mil pontos de bônus no cartão em determinado trecho e a outra me der 1,5 mil pontos, vou escolher a que me der mais pontos. Isto não é fidelidade, é uma jogada para dar algo ao consumidor.

Fidelidade não precisa de vantagem, ela vem com o tempo. Eu sou fiel a duas ou três marcas e estas eu não troco, mesmo que a concorrente esteja oferecendo 50% de desconto.

Então, fidelidade está ligada ao emocional?

Claro, com quantas marcas o consumidor tem uma relação absolutamente de fidelidade, que em hipótese alguma vai consumir outra opção do mesmo segmento? Com quase nenhuma.

Mas como criar esta relação afetiva?

É possível criar esta relação afetiva, só que os executivos (das empresas) estão cada vez pensando menos em coração e mais em vantagem. Esses programas de fidelidade são baseados em vantagem e em elevar o lucro. Enquanto o consumidor está levando vantagem com a empresa, está repetindo a compra, então é uma relação de conveniência, não é uma relação de amor, de paixão. Fidelidade tem a ver com o coração. Exemplo: se sou louco por Coca-Cola, quando a Pepsi vem com aquele papo de pode ser (do comercial veiculado pela marca), para mim, não pode. Não sou contra programas de fidelização, só acho que eles são baseados em premissas equivocadas.

Qual é o perfil do profissional de vendas bem-sucedido no futuro?

A palavrinha mágica é informação. Saímos de uma época em que quem comprava sabia menos do que quem vendia. Hoje o consumidor tem mais acesso à informação, principalmente via internet. Até os médicos estão sofrendo

com isso, porque os pacientes estão começando a discutir sobre os princípios ativos dos remédios e estão indo aos consultórios com perguntas difíceis e complexas. Então, quem tem que saber mais na hora da transação é o vendedor, quando ele sabe tudo sobre aquilo que está vendendo, não precisa nem ser simpático, só não precisa ser antipático. Agora se ainda por cima for simpático, está com a vida ganha, porque esse tipo quase não existe mais.

O senhor é um entusiasta das redes sociais. Como as empresas

“Muitos dos conhecimentos e práticas que tínhamos como certos e infalíveis num passado bem recente, de 20 anos atrás, não funcionam. As pessoas estão mais expostas à informação, estímulos, mais provocações para comprar e consumir, então nós, como consumidores, somos completamente diferentes do que eram nossos pais

podem tirar melhor proveito destas ferramentas?

Vou dividir a resposta em duas partes. A primeira é que as empresas precisam entender que não é colocando um *nerd* para postar mensagens e desenvolvendo uma nova área de redes sociais que vão se dar bem nesse ramo. Enquanto a cúpula da empresa, e normalmente estamos falando de gente de meia idade para cima, não usar as redes sociais como pessoa física, não conseguirão entender o impacto e o alcance que elas podem ter para a empresa. O que mais se vê são empresas que fazem promoções onde os dez primeiros que acessarem a página vão ganhar alguma coisa. O Twitter não é para isso,

é para transmitir informação. As redes sociais são para relacionamentos, para estreitar laços, não para fazer promoção de compra e venda. A segunda parte é o teor da comunicação. Sugiro que as empresas adotem nas mensagens a orientação aos consumidores. Por exemplo: se tenho uma empresa de material de construção, no Facebook e no Twitter colocaria dicas de construção, para adotar tal procedimento no chão ou no telhado, porque sempre que o consumidor acessar as redes sociais desta empresa vai ter uma dica quente e inconscientemente

vai transmitir a imagem de que a empresa entende do assunto e de que tem mais chances de orientar a melhor compra.

Então, a melhor maneira das empresas tirarem melhor proveito das redes sociais é oferecerem informação?

Informação de compra, demonstrar que entendem mais que os outros daquele ramo. Tenho dois amigos médicos que são muito bons nisso: eles dão dicas sobre cuidados com a saúde relacionadas ao ramo deles. Eu modestamente não coloco no meu perfil no Twitter ou Facebook que hoje é domingo a tarde, está chovendo e estou com tédio. Ninguém tem nada a ver com isso.

ENGENHEIRO É NOVO PRESIDENTE DO CODEM

O engenheiro José Carlos Valêncio é o novo presidente do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem). Ele assumiu o mandato de um ano, renovável por mais um, em 15 de fevereiro, ocasião em que foram empossados também o empresário Wilson Yabiku, como vice-presidente, e o economista José Roberto Pinheiro de Melo, no cargo de secretário. Valêncio assumiu o cargo ocupado por Luís Fernando Ferraz e teve seu nome indicado pela ACIM. Ele participa do Codem desde sua fundação, em 1996, e em sua gestão dará continuidade ao projeto de planejamento para Maringá 2030, vai acompanhar a execução das propostas dos candidatos do executivo e legislativo eleitos neste ano e continuará a interação com o poder público.

O Codem foi criado por lei municipal, tem caráter deliberativo e consultivo e os conselheiros são voluntários. Entre as entidades que compõem o Conselho estão a ACIM, Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), Sociedade Rural de Maringá (SRM) e Universidade Estadual de Maringá (UEM).

Na foto, Luís Fernando Ferraz e José Carlos Valêncio.



MARINGÁ NO GUINNESS

Maringá constará no Livro dos Recordes por ter realizado a partida de futsal mais longa do mundo. O jogo, que teve 33 horas de duração, superou em 40 minutos uma partida realizada em Natal, Rio Grande do Norte. O certificado confirmando o recorde foi enviado, em fevereiro, pelo escritório do Guinness Word Records, em Londres, ao produtor cultural Marcelo Carvalho e ao jornalista Antonio Roberto de Paula. O recorde foi estabelecido entre os dias 1 e 2 de dezembro do ano passado. Para ver fotos e vídeos da partida, é só acessar o www.soubrasil.com



HOMENAGEM

O publicitário Walter Thomé Junior, da Sol Propaganda e vice-presidente da ACIM, esteve em São Caetano do Sul/SP em 4 de fevereiro para receber uma homenagem em nome do pai, o jornalista e publicitário Walter Thomé, que teve uma trajetória de destaque naquela cidade.

Walter Thomé liderou o movimento autonomista de 1948: lutou pela bem sucedida emancipação político-administrativa de São Caetano do Sul, já que a cidade era um bairro de Santo André. Ele também fundou o Hospital São Caetano e o Jornal de São Caetano, foi publicitário, trabalhando no departamento de propaganda da General Motors do Brasil e, depois, na agência Inter-Americana (hoje, Salles Chemistri). Faleceu em 1959, aos 31 anos. Hoje, uma das principais avenidas da cidade leva o seu nome.

Uma placa foi entregue ao Diretor de Criação da Sol Propaganda no evento de reinauguração do Hospital São Caetano, com uma missa comemorativa e cerimônia solene. O saguão de entrada do Hospital hoje exibe fotos e documentos históricos e foi batizado como Saguão Walter Thomé; na foto Walter Thomé Júnior e o prefeito de São Caetano do Sul, José Auricchio Júnior.



ATLETAS OLÍMPICOS TREINARÃO EM MARINGÁ

A Vila Olímpica de Maringá foi selecionada como um centro de treinamento pré-jogos pelo Comitê Organizador dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016. Além da Vila Olímpica de Maringá, outros 19 centros de treinamentos, de oito cidades do Paraná, constam na lista. Londrina teve três locais selecionados e Curitiba, cinco.

Tiveram o aval do comitê o campo de futebol da Vila Olímpica, a pista de atletismo, o velódromo, o ginásio Chico Neto, a piscina de 50 metros e as quadras de areia. O ginásio Valdir Pinheiro e a piscina de 25 metros serão utilizados exclusivamente para treinamento das equipes.



PMM

40 anos de contabilidade com segurança

O Escritório Gomes de Contabilidade está completando **40 anos** de serviços prestados para Maringá e região. É experiência comprovada nas áreas contábil, tributária e trabalhista, com atuação nos setores rural, industrial, comercial e de serviços. E sempre acompanhando as mudanças legais e tecnológicas para proporcionar cada vez mais segurança e qualidade aos clientes.



Escritório Gomes de Contabilidade

Avenida Paissandu, 1.192

Tel. 44 3220-3300

www.escgomes.com.br

escgomes@escgomes.com.br

MAIS UM REPRESENTANTE NA CÂMARA FEDERAL

Odílio Balbinotti (PMDB-PR) tornou-se o quarto deputado federal representando Maringá e região, junto a Edmar Arruda (PSC), Cida Borghetti (PP) e Luiz Nishimori (PSDB). Balbinotti assumiu a cadeira no Congresso após a morte do parlamentar Moacir Micheletto, também do PMDB-PR, em um acidente automobilístico. A posse do deputado, em Brasília, aconteceu em 7 de fevereiro.

É a quinta vez que ele assume uma cadeira como deputado federal. Em entrevista, Balbinotti lamentou a morte de Micheletto. "Éramos amigos de longa data", disse se referindo aos trabalhos realizados em conjunto na área da agricultura. O empresário e agropecuarista retorna a Brasília e completa a Bancada Ruralista.



PROJETO COM INVESTIMENTOS DO BID INCENTIVA MICROFRANQUIAS

Duas empresas de Maringá e uma de Curitiba terão seus modelos de negócios replicados graças ao projeto de Microfranquias, desenvolvido pelo Instituto Tomodati de Cooperação do Brasil, com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e do Fundo Multilateral de Investimento (FUMIN). Para participar do projeto, as microfranquias precisam ter valor máximo de investimento de R\$ 50 mil. Nesta primeira fase foram contempladas as empresas Purific do Brasil e Grupo Patrimonium, ambas de Maringá, e Farma Total, de Curitiba.

O convênio firmado entre o BID/FUMIM junto ao Instituto Tomodati para o projeto tem valor total de US\$ 1,2 milhão. Cabe ao Tomodati promover, coordenar, desenvolver e fomentar a metodologia das microfranquias no território nacional. A primeira fase do projeto capacitou cerca de 20 consultores, no final de 2011, para atender franqueadores e franqueados. Segundo o diretor de marketing do Instituto Tomodati, Eduardo Marçal, a previsão inicial é implantar 15 microfranquias, com 45 microfranqueados. "O edital para a segunda rodada de empresas que têm interesse em microfranquear seu negócio foi aberto no final do ano passado, e ainda há tempo de se inscrever e participar da grande oportunidade". Mais informações sobre o projeto, bem como os editais estão disponíveis no www.microfranquia.com.br

INDÚSTRIA CRIATIVA EMPREGA MAIS DE 10 MILHÕES NO BRASIL

Um trabalhador da chamada indústria criativa ganhou, em média, R\$ 3.014 no Rio de Janeiro, contra R\$ 1.673 no Paraná, onde são empregadas 671 mil pessoas. A informação consta num estudo divulgado pela Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan) com base nos salários pagos em 2010. No levantamento, que levou em conta a remuneração em 13 estados, o Paraná só pagou salários maiores que em quatro unidades da federação. Entre as profissões que englobam a indústria criativa estão o desenvolvimento de programas de computação, edição e impressão de livros, produção e distribuição cinematográfica, desenvolvimento de programas de computação, decoração de interiores e profissionais de artes visuais. No Brasil, a renda média dos trabalhadores brasileiros do núcleo da indústria criativa passou de R\$ 1.663, em 2006, para R\$ 2.296, em 2010, ou seja, crescimento real de 13%, enquanto em média a remuneração do trabalhador brasileiro cresceu 11% no período. Esta indústria emprega mais de 10,5 milhões de pessoas no país.

SICOOB PARANÁ CHEGA A UM BI DE RECURSOS

Ao completar dez anos de fundação, o Sicoob Central Paraná lançou, em fevereiro, o livro "Escrevendo o próprio destino", escrito pelo jornalista Dirceu Herrero Gomes e pelo sociólogo Sérgio Gini. A Central é formada por 19 cooperativas, com 83 postos de atendimento, instalados em 57 cidades do estado. São mais de mil colaboradores. No exercício de 2012, pela primeira vez em sua história, a instituição totalizou R\$ 1 bilhão em recursos administrados, fato muito comemorado. "Sou um empresário extremamente otimista, mas jamais imaginei que chegaríamos neste patamar em apenas dez anos de existência", revela o presidente da instituição, Jefferson Nogaroli.



ELA CHEGOU:



FEIRA DE **imóveis** DE MARINGÁ

Todas as ofertas imobiliárias de Maringá estão na 15ª Feira de Imóveis.
Esta é a oportunidade ideal para você conhecer as novidades e, claro, fazer excelentes negócios. Não perca!

**De 13 a 15 de abril no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro.
Sexta e sábado: 10h às 21h. Domingo: 10h às 19h.**

www.secovimaringa.com.br

EVENTOS PARALELOS:



REALIZAÇÃO:

SISTEMA
SECOVI-PR
Sindicato de Intermediação
e Administração
de Imóveis
e Empresas
RECOVIMED
SINIMED
CMA/PR
REGIONAL NOROESTE

PATROCÍNIO:



APOIO:



ORGANIZAÇÃO:



Impostos e burocracia: combinação prejudicial aos negócios

Alan Maschio

Quando se fala de arrecadação de impostos, o dia 13 de fevereiro de 2012 pode ser considerado um marco para os trabalhadores e consumidores brasileiros: Até este dia, somente a esfera federal de governo havia recolhido mais de R\$ 200 bilhões em tributos e taxas.

A marca foi registrada pelo Impostômetro, um projeto da Associação Comercial de São Paulo que tem por objetivo mostrar quanto a população paga em impostos por ano no Brasil. Neste aspecto, o dia 13 tem um significado especial porque a marca de R\$ 200 bilhões arrecadados em 2012 foi alcançada nove dias antes que no ano passado.

Recursos obtidos pelas administrações públicas por meio de

impostos poderiam ser vistos como motivo de comemoração por parte da sociedade. Afinal, investimentos em estruturas sociais necessárias ao povo só são possíveis com dinheiro. Mas uma série de fatores – em especial, os entraves burocráticos e a corrupção – fazem com que empresários vejam na tributação brasileira um entrave para o desenvolvimento dos negócios.

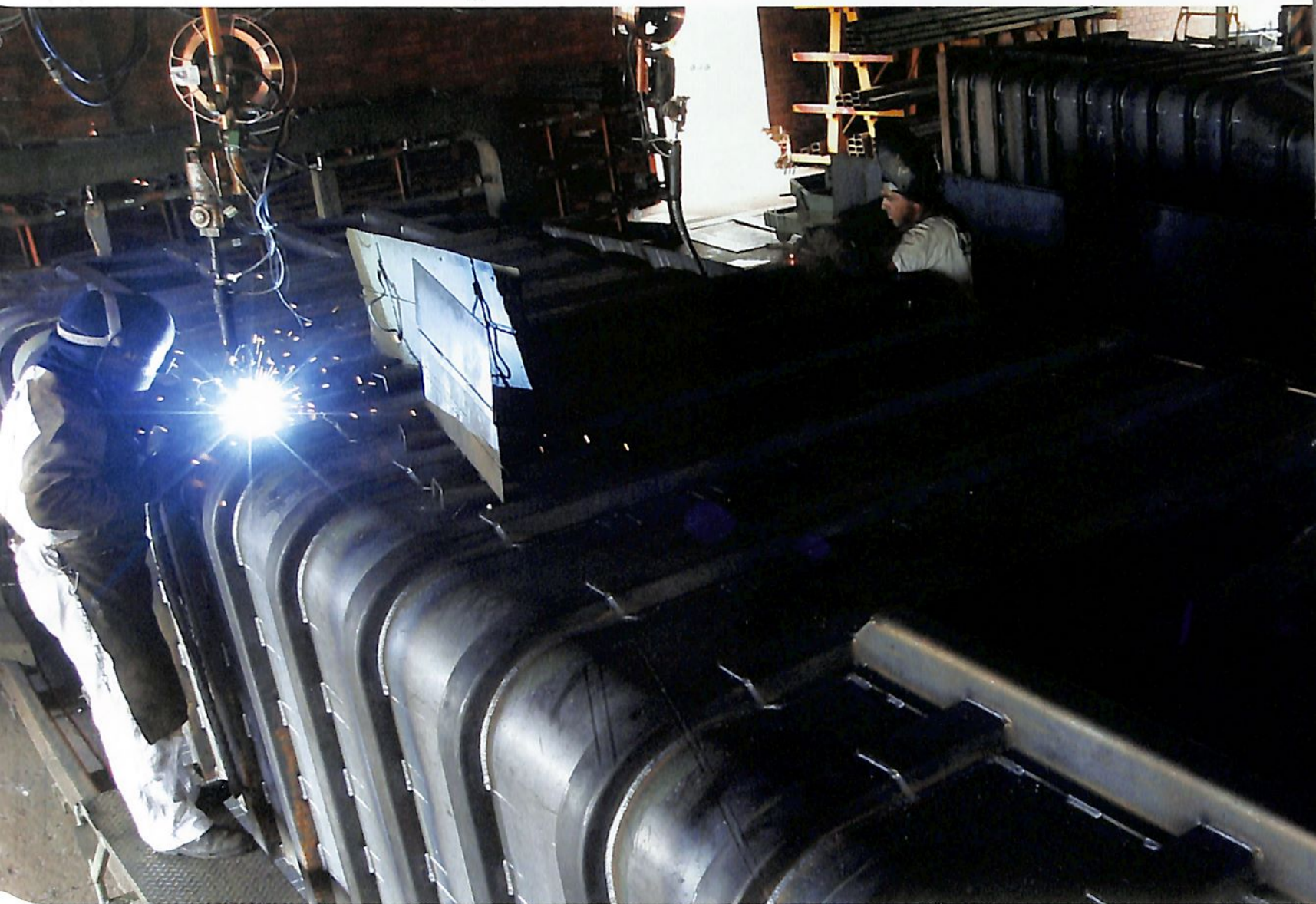
Postos de revenda de combustíveis são um bom exemplo para a explicação do porquê deste entrave. Para cada litro de gasolina vendida, os empresários do setor são obrigados a recolher, em média, 38% de impostos. A maior “mordida” é do Estado: considerando o preço-base de R\$ 2,75 para o combustível, o Governo do Paraná fica com R\$ 0,78. Para efeito de comparação, a margem de lucro bruto com a qual os empresários do setor

No Brasil, quem está disposto a abrir ou manter um negócio precisa encarar nada menos que 120 dias de espera, 16 processos legais, em média, e pagar 74 impostos, tributos e taxas por ano; é o chamado “Custo Brasil”, que funciona como um freio de mão para o desenvolvimento das empresas

trabalham nesta mesma faixa de preço é de, em média, R\$ 0,30. Há de se levar em conta, ainda, que somente os gastos com mão de obra neste setor consomem 45% do faturamento de uma revenda.

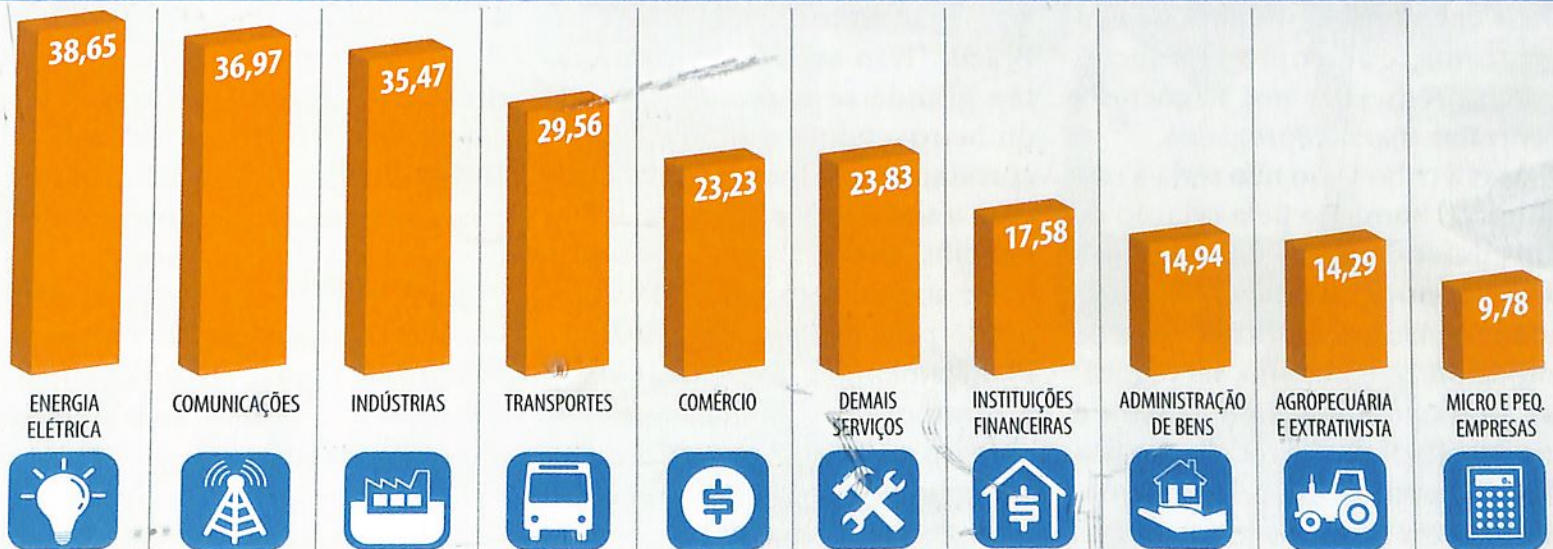
“Com estes números em mãos, fica evidente que a tributação para o setor é muito alta”, afirma o empresário o proprietário do Posto Automar, Geraldo Conte Júnior, que é membro do Núcleo Setorial de Postos de Combustíveis da ACIM. “Com um alívio na carga de impostos, a primeira ação que faria no meu empreendimento seria oferecer mais empregos”, completa ele, dando início ao raciocínio de que sim, a alta carga tributária exercida no país encavala o desenvolvimento econômico.

A explicação para isso é simples: menos impostos implicariam mais empregos no Posto Automar. O



Uma indústria paga, em média, 35,5% de impostos no Brasil; o agravante é que a alta tributação não retorna em serviços de qualidade para a população

TRIBUTAÇÃO MÉDIA SOBRE O FATURAMENTO DAS EMPRESAS | POR SETOR (%)



FONTE | Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário

@wvainer

www.acim.com.br



Walter Fernandes

Os impostos representam mais de um terço do preço do litro da gasolina; "com um alívio na carga de impostos, a primeira ação que faria seria oferecer mais empregos", afirma Geraldo Conte Júnior

fenômeno, evidentemente, não seria registrado somente em um segmento econômico. Com mais gente empregada, mais salários seriam pagos, mais salários significam mais dinheiro circulando, e, por fim, mais dinheiro provoca mais consumo. Bom para os empresários, que com mais lucro, podem reinvestir nos negócios e contratar mais empregados...

Mas a tributação não seria a responsável somente pela criação de um círculo "virtuoso", conforme a observação de Conte Júnior. A realidade é inversa. A pesada carga de impostos, ao contrário, serve muitas vezes como incentivo para a sonegação. E se a arrecadação fica abaixo do planejado pelo governo, a tendência é de que a tributação suba, como forma de compensação

às perdas. E se a tributação sobe, aí está mais um motivo (não justificável, claro) para que empresários mal intencionados deixem de pagar impostos, mais uma vez.

Ele faz mais uma observação de alta pertinência quando se refere ao pagamento de impostos no Brasil. "Não seria um incômodo tão grande se a gente visse esse dinheiro sendo investido da forma correta; se esse montante voltasse para a sociedade em forma de benefícios", diz.

De acordo com um estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT), o Brasil é, entre 30 países pesquisados, o que oferece o pior retorno dos investimentos feitos com os impostos arrecadados. O estudo tem como base uma comparação entre

o percentual de impostos na participação do produto interno bruto (PIB) de cada país e o índice de desenvolvimento humano (IDH).

Abertura de empresa

A maringáense Wanderléia Aparecida Lazari abriu a loja "Flor Doce", especializada em confecção, em setembro do ano passado. Entre o início dos processos legais e a abertura definitiva da empresa, precisou de cerca de 30 dias para colocar a documentação em ordem. Reclamou de um erro cometido por fiscais municipais em relação ao endereço onde a loja funcionaria. "Isso atrasou um pouco a abertura. E abrir as contas nos bancos e cuidar dos documentos solicitados pela prefeitura também foi um pouco desgastante", lembra.

Em comparação a outras cidades do Brasil, Maringá pode ser considerada privilegiada. Um mês é mesmo o tempo médio para a



Wanderléia Lazari precisou de cerca de 30 dias para colocar em ordem a documentação necessária para a abertura da Flor Doce

Walter Fernandes

Este é o Luiz. Antes de conhecer a Zambri Projetos Financeiros, ele pensava que seu sonho de virar patrão nunca seria realizado. Que bom que ele se enganou.

A Zambri auxilia no processo de desenvolvimento de seus projetos:

- Projetos financeiros para captação de recursos e acesso as linhas de créditos
- Assistência em negociações junto às instituições financeiras
- Execução e coordenação de estudos de viabilidade econômico-financeira
- Plano de negócios

E você? Que tal aproveitar essa oportunidade e sair por aí sorrindo à toa como o Luiz.

ZAMBRI
PROJETOS FINANCEIROS

Porque é possível alcançar seus objetivos.

www.zambri.com.br | 44 3031-4943



www.acim.com.br

abertura de uma empresa de baixo impacto na cidade, de acordo com a Escoplan Contabilidade. Não é um intervalo desejável por nenhum empresário, já que 30 dias com portas fechadas são prejuízo certo, mas é uma realidade melhor do que em capitais como Salvador (BA), onde um levantamento do Sebrae estima que um empresário bem disposto a encarar entraves burocráticos precisa de até seis meses para abrir o negócio.

O tempo médio para a abertura de uma empresa no Brasil ainda é um assunto controverso. Enquanto o próprio Sebrae aponta que este processo exija atualmente uma média de 15 dias (contra 152 dias em 2007, antes da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa), um estudo feito pelo Banco Mundial e publicado recentemente pela Folha de S. Paulo mostra que ainda são necessários 119 dias – o intervalo mais longo entre os países do chamado BRIC, bloco formado por Brasil, Rússia, Índia e China. Para efeito de comparação, empresários da Nova Zelândia precisam de apenas um dia de paciência.

Para o contador e coordenador da Comissão do Programa de Voluntariado da Classe Contábil do Conselho Regional de Contabilidade, Maurício Gilberto Cândido, o fator que mais pesa para o tempo exigido para a abertura de uma empresa no país é a alta complexidade da legislação tributária. “Além da grande quantidade de leis, o governo sempre publica medidas provisórias, instruções normativas, ordens de serviço e portarias. Isso exige atualização diária por parte dos empresários e mesmo dos contadores”, afirma. Segundo o IBPT, foram publicadas em média 46 normas tributárias

Burocracia não precisa ser igual a perda de tempo

Governos, Receita Federal e Justiça exigem, muitas vezes, que uma pessoa ou uma empresa guarde um documento por até 30 anos. O papel serviria para comprovar a realização de um processo exigido por lei ou mesmo o simples pagamento de uma conta.

Mas guardar documentos em papel por um período tão longo não é tarefa fácil, ainda mais quando considerados os riscos comuns a este tipo de material, como perdas provocadas por água, fungos ou fogo.

Foi com base na observação destas dificuldades que os sócios da ELF Automação e Sistemas decidiram oferecer, desde 2006, serviço de armazenamento físico e gerenciamento eletrônico de documentos físicos. Administrada pelos diretores Alexandre Poputim, Ederson Freitas e Nedson Gomes, a ELF trabalhava com a digitalização de documentos desde 1996, serviço que consiste, basicamente, na transformação das informações do papel em imagens. “Mas infelizmente, a legislação brasileira não avançou na mesma velocidade que a tecnologia. Mesmo que a digitalização oferecesse uma forma mais segura para armazenamento e rápida para consulta, as leis continuaram

a exigir que as empresas preservem os documentos em papel”, explica Freitas. E diante deste contexto, a ELF passou a oferecer também o serviço de guarda de documentos físicos.

Hoje a empresa atende bancos, organismos públicos, cooperativas e hospitais de todo o país. São mais de 50 milhões de documentos digitalizados e 30 milhões de arquivos em papel, organizados de forma a permitir a localização de documentos físicos em no máximo 24 horas, contra 15 dias em um processo normal para uma empresa. O sistema também permite o acesso instantâneo ao arquivo digital, através de ferramenta de gerenciamento eletrônico, inclusive pela internet.

As imagens de documentos são protegidas por arquivos de segurança. O que mais chama a atenção no trabalho da ELF é a forma como são guardados os papéis: por meio de contêineres marítimos, o que transforma o arquivo praticamente em um *bunker* à prova de fogo e água. Os contêineres ficam em barracões industriais, protegidos por seguranças, alarmes e sistemas anti-incêndio.

“Já atendemos hospitais que estavam usando leitos de internação para guardar papéis. São casos extremos, que mostram que o arquivamento estava se transformando em um problema”, conta Poputim.



A necessidade das empresas arquivarem documentos exigidos por lei foi o nicho encontrado pela ELF; na foto os sócios Alexandre Poputim, Ederson Freitas e Nedson Gomes



CITROËN CARROS COMPLETOS DE VERDADE.

**Você acha que tem um carro completo?
É porque você ainda não conhece o Citroën C5.**

Um carro no topo do seu segmento. Com dimensões generosas, requinte nas formas e linhas sedutoras, o Citroën C5 é elegante em cada detalhe. É equipado com a exclusiva suspensão "Hydractive III+", que mantém automaticamente a distância do solo constante, o que se traduz em segurança e máximo prazer a todos os ocupantes. Referência em conforto, o Citroën C5 pode ser resumido em uma única palavra: prestígio.

O PRIVILÉGIO DE DIRIGIR UM CARRO SUPERIOR.



C5 Sedan 2.0 11/12 à vista a partir de R\$ **104.900,00**

Frete e Pintura Metálica não inclusos.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



Vernie

NOVO ENDEREÇO - SEDE PRÓPRIA
Av. Colombo, 2680 - Fone: 44 3267-2000
www.verniecitraen.com.br

OBEDEÇA A SINALIZAÇÃO DE TRÂNSITO.



*Promoção válida de 01 a 15 / 03 / 2012 ou enquanto durar o estoque. Citroën C5 Sedan 2011/2012 com preço à vista a partir de R\$ 104.900,00 sem troca. Pintura metálica (R\$ 1.190,00), frete (R\$ 1.950,00) e opcionais não inclusos. Mais informações em nosso site ou com nossos consultores de vendas.

por dia útil no Brasil nos últimos 22 anos durante a vigência da Constituição Federal.

Cândido também considera a tributação pesada. “No Brasil, os empresários têm que pagar 74 taxas, contribuições e impostos para a manutenção das empresas. E o pior é quando um eventual erro acontece: o enquadramento para a correção deste erro, muitas vezes, custa a saúde financeira de uma empresa”, conta.

O impacto do sistema e carga tributários do Brasil sobre a abertura e manutenção de empresas fica evidenciado quando são comparados alguns números. Segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, no Brasil são abertas

anualmente cerca de 700 mil empresas. Destas, mais da metade (56%) é aberta por necessidade de sobrevivência dos empresários, de acordo com um levantamento da Global Entrepreneurship Monitor (GEM), projeto coordenado por instituições inglesas e americanas. E também neste universo, uma pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que um quarto dos empreendimentos abertos no Brasil fecha um ano depois da abertura, por motivos diversos, entre eles a alta carga tributária.

Alternativas

O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior anunciou que trabalha mudanças

“profundas” no sistema de abertura e manutenção de empresas. Uma das alternativas em andamento é a criação da Rede Nacional para a Simplificação do Registro e da Legalização de Empresas e Negócios (Redesim). O objetivo é integrar os procedimentos exigidos pela Receita Federal, juntas comerciais, Estados e municípios. Contudo, a iniciativa não deve beneficiar o Paraná em um primeiro momento: a previsão da Receita Federal é de que somente os estados de Santa Catarina, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Pará, Minas Gerais e Bahia sejam contemplados em 2012. As demais unidades da federação devem entrar no sistema somente a partir de 2013.

Em âmbito estadual, uma ini-

ENTREVISTA - GILBERTO LUIZ DO AMARAL

“Temos arrecadação em níveis de primeiro mundo”

Advogado tributarista, contador, professor de Direito e Governança Tributária, presidente do Instituto de Governança Tributária e coordenador de Estudos do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário:

A redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para carros e eletrodomésticos da linha branca movimentou consideravelmente o comércio destes segmentos. Isto pode ser visto como um indício de que os impostos emperram o consumo no Brasil?

Ficou claro que a desoneração fiscal tem reflexo imediato no aumento do consumo e na geração de mais empregos e incremento na circulação econômica,

com a promoção de um aumento na arrecadação tributária.

Como a guerra fiscal entre Estados prejudica as empresas?

Entendemos que a guerra fiscal tem permitido o desenvolvimento de determinadas regiões e ajudado muitas empresas. O que dificulta é a burocracia advinda dos benefícios fiscais. A forma de se acabar com a guerra fiscal seria a eliminação dos tributos estaduais e municipais (principalmente ICMS e ISS), com a unificação destes em um tributo

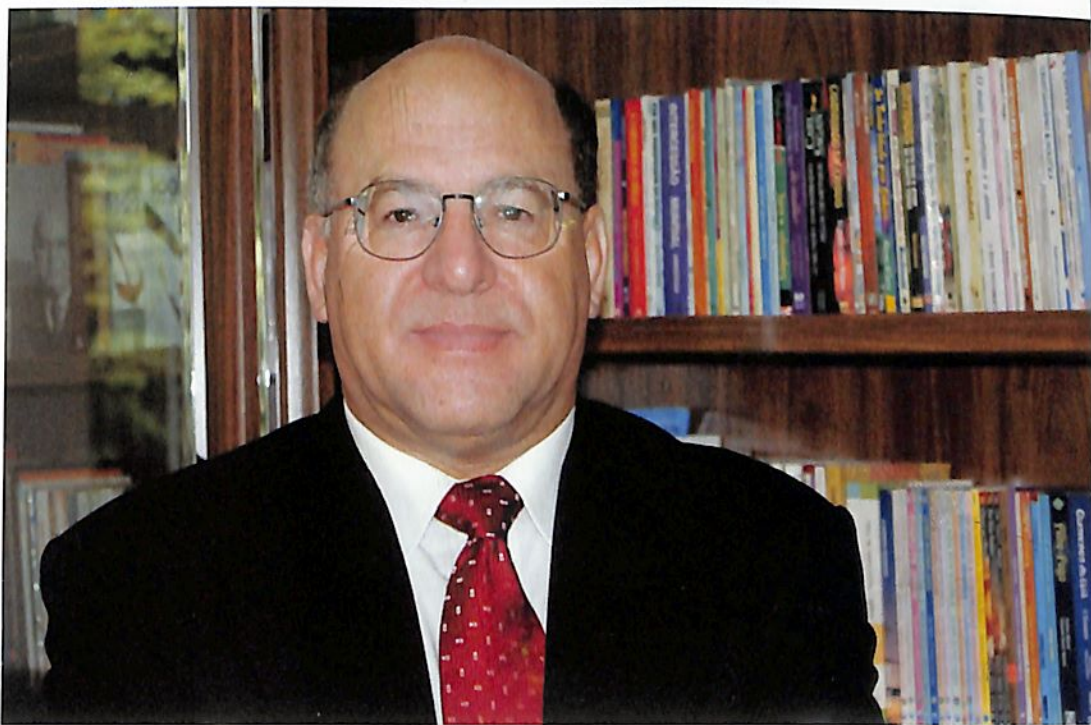
federal (IVA), que tivesse uma legislação única para todo o país, o que é muito difícil diante do cenário político nacional.

No ano passado, o Brasil arrecadou mais de R\$ 1 trilhão em impostos, superando em cerca de 13% o total de 2010. Há uma previsão para este ano?

Em 2011, somente a arrecadação federal foi mais de R\$ 1 trilhão. Somando-se as arrecadações federal, estaduais e municipais, o país arrecadou por volta de R\$ 1,5

ciativa da Secretaria de Indústria e Comércio é a redução do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) para a atração de indústrias, em especial para cidades do interior. A proposta ainda será avaliada pela Secretaria de Fazenda.

E o próprio IBPT tem uma proposta para a desburocratização do sistema tributário. A sugestão é a criação de um imposto federal unificado, o Imposto sobre o Valor Agregado (IVA), que substituiria o Imposto Sobre Serviços (ISS) e o ICMS. No entanto, os próprios coordenadores do IBPT admitem que o contexto político nacional, cheio de rixas e disputas, impede a implementação de um projeto como este no curto prazo.



“Além da grande quantidade de leis, o governo sempre publica medidas provisórias, instruções normativas, ordens de serviço e portarias”, reclama o contador Mauricio Gilberto Cândido

trilhão. Ainda é cedo para fazermos uma previsão, pois esta depende do crescimento do PIB e de questões de conjunturas internas e externas. Mas admite-se a hipótese de, no pior dos cenários, em termos nominais, atingirmos uma arrecadação equivalente à de 2011.

O IBPT realizou um estudo que aponta o Brasil, entre 30 países pesquisados, como o que oferece o pior retorno de investimentos de impostos para a população. Só a corrupção explica este fenômeno?

Pelo que pudemos perceber em nossas pesquisas, temos arrecadação tributária em níveis de primeiro mundo, mas o retorno é inferior a países menores que o nosso, mesmo na América do Sul. Isso deve-se, além da corrupção

endêmica, à falta de gastos do governo com investimentos em infraestrutura, que permitam serviços públicos de qualidade, para melhorar o nível de qualidade de vida da população.

Levantamento do Sebrae de 2009 mostra que o tempo médio de abertura de uma empresa no Brasil caiu de 152 dias para cerca de 20 dias. Na prática, isso está realmente acontecendo?

Pelo que sabemos, alguns estados da federação estão conseguindo promover a abertura de empresas em um tempo mais célere, mas esta regra não se aplica a todos, fazendo com que ainda tenhamos um tempo médio muito extenso para a formalização dos empreendimentos, afetando ainda o chamado “Custo Brasil”.



Oportunidade para expandir

A abertura de um novo ponto de venda pode ser a solução para crescer, mas é preciso escolher o local adequado, conhecer o perfil do público e não descapitalizar a matriz; veja o momento propício para a expansão sob a ótica dos empresários

Octávio Rossi

Os negócios vão bem, a prosperidade é uma realidade e o empresário se enche de ânimo. Com estes fatores positivos é natural que apareça o questionamento: é hora de abrir uma filial? Em meio à dúvida há pontos que merecem atenção, como um bom planejamento, o investimento necessário para a abertura de um novo ponto de venda, público-alvo, além da escolha do ponto. Isto em se tratando de loja física. Outra opção ao empresário que almeja expandir é transformar o negócio numa loja virtual.

Segundo a Junta Comercial do Paraná (Jucepar), foram abertas no ano passado 56.325 empresas e filiais no estado. O número é 2,5% superior a 2010. Maringá foi a segunda cidade do Paraná em novos negócios formais, com 3.892 empreendimentos, atrás de Curitiba, com 17.446 novas empresas. A pergunta do primeiro pará-

Em pouco mais de três anos a Top 10 Mega Mania saltou de uma para 11 lojas; segundo Everton Zobolli, o crescimento foi fruto da boa aceitação de mercado



grafo do texto e que ronda tantos empreendedores pode ser respondida em dois momentos importantes, conforme explica o professor, economista e doutorando em Administração, Claudir Rheinheimer. “O empresário que vê sua empresa progredir e cria expectativa de ampliar a atuação deve se atentar a dois pontos principais. Primeiro: a matriz tem que possuir reserva financeira suficiente para abrir uma filial, ou seja, tem que ter condições de montar a filial sem descapitalizar a matriz. O segundo é realizar uma análise de mercado, pois o empresário vai ter de fato uma nova empresa”, diz.

Ele ressalta que a análise é importante, pois o empreendedor tem que conhecer bem o perfil do público-alvo, poder aquisitivo, hábitos e costumes. “Muitas vezes isso reflete na alteração do mix de produtos oferecidos pela empresa”, pondera.

Por conhecer o público-alvo e pela boa aceitação da clientela, Everton Fernando Zobolli, da Top 10 Mega Mania, loja de roupas a preços populares, expandiu o negócio e hoje tem 11 lojas, presentes em oito cidades do oeste e noroeste do Paraná. A primeira loja – e matriz – nasceu em Medianeira, em 2008. A mais nova foi inaugurada em Maringá em novembro do ano passado.

“Montamos nossa primeira loja num espaço pequeno e tivemos uma excelente aceitação de mercado. Nossos clientes começaram a pedir que o espaço fosse ampliado, por isso, alugamos outra sala e montamos a segunda loja, com os mesmos produtos e nível de atendimento da primeira”, destaca Zobolli.

O gerente comercial reconhece



Walter Fernandes

Conhecer bem o perfil do público-alvo é importante, segundo o professor Claudir Rheinheimer: “muitas vezes isso reflete na alteração do mix de produtos”

que não houve muito planejamento para montar a primeira filial e as lojas seguintes, mas reforça que seguiu os instintos, sem fazer investimentos que comprometessem o futuro da empresa. “Creio que pela grande procura por nossos produtos acabamos não tendo muita preocupação com planejamentos estratégicos. O que fizemos foi colocar o ‘pé no chão’, aproveitar o momento e seguir com nossas lojas pelas cidades vizinhas até chegarmos a Maringá. Em todas as cidades fomos bem recebidos e isso nos animou”.

Quanto à administração da rede de lojas, Zobolli afirma que não é tarefa fácil. “Hoje fico em Maringá, cuidando desta filial e tenho contato com todas as outras. Ainda não temos um sistema informatizado de estoque de produtos, mas logo será implantado, com isso temos

de tomar mais cuidado com o controle de mercadorias”.

O professor Claudir Rheinheimer dá a dica sobre a administração de mais de uma loja. “A filial tem uma vida conjunta com a matriz. Os controles de desempenho e outras ferramentas devem ser individualizados, sem perder, contudo, a identidade de grupo, já que as filiais não podem perder a personalidade conquistada pela empresa no mercado. Para ajudar o empresário, que muitas vezes divide-se entre uma loja e outra, há ferramentas informatizadas eficientes de gestão, possibilitando o comando dos negócios a distância. Mas deve-se observar que mesmo ocorrendo essa administração a distância, é importante manter o controle, incluindo visitas periódicas às lojas, até mesmo para ouvir os clientes”.

Planejamento e liberdade

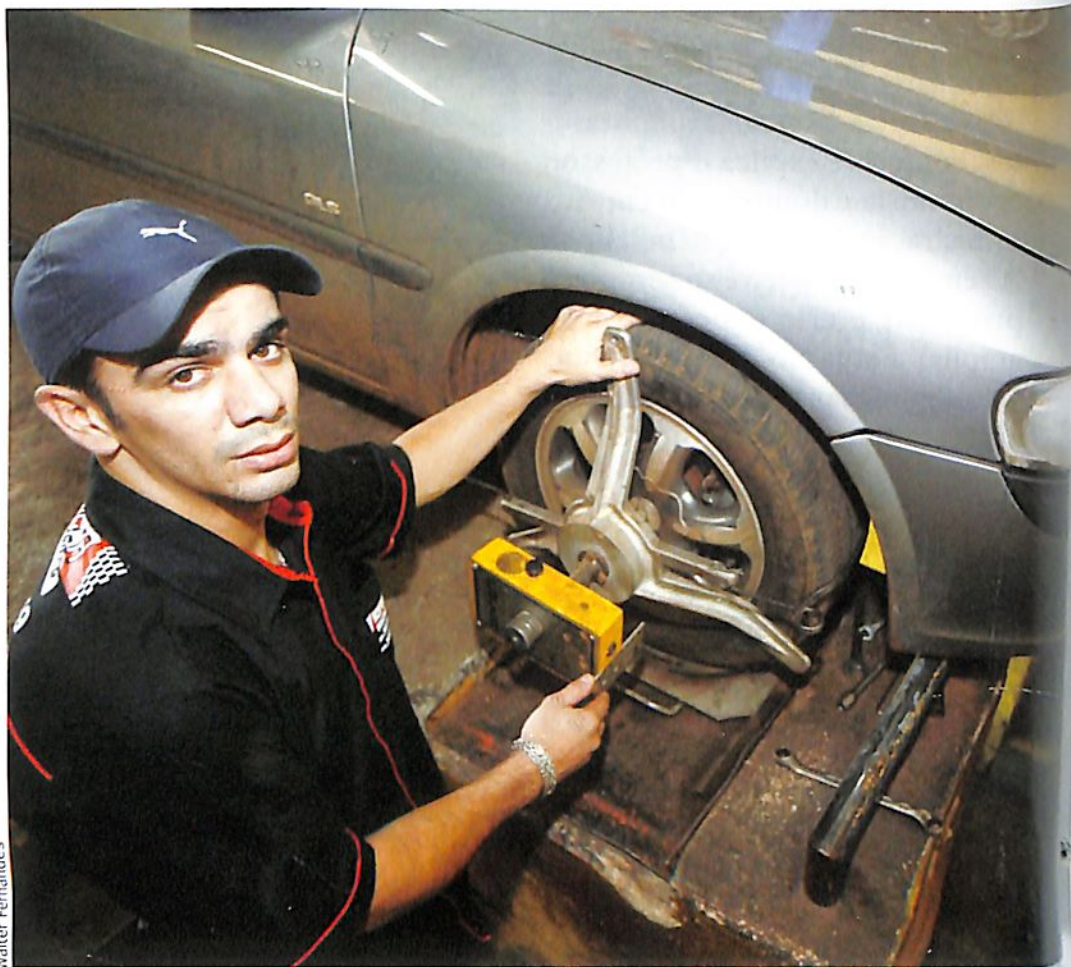
Quando surgiu, em 2009, a Suspencar Auto Center possuía clientela formada, pois anteriormente era uma mecânica de automóveis. Com a mudança de nome, a empresa também começou a oferecer mais serviços ligados à mecânica de autos, além de retificação de motores. De administração familiar, a empresa montou a primeira filial em Sarandi.

Segundo o sócio Elito Vaz Sobreiro, que cuida do negócio com o pai e o cunhado, graças ao bom relacionamento com os clientes e a estrutura orçamentária bem analisada, em pouco tempo a empresa conseguiu crescer. “Cerca de um ano após montarmos a primeira loja em Maringá, conseguimos estruturar a segunda, em Sarandi. Tudo que é idealizado para ser executado na matriz ou na filial é muito bem pensado, principalmente em relação às compras em grande quantidade ou equipamentos mais caros. Mas cada loja tem liberdade de gestão, o que tem dado certo até agora”, explica Sobreiro.

Ele pondera que mesmo diante dos desafios é importante que o empresário seja persistente. “Quando se abre uma empresa, há inúmeras dificuldades. Não pode desistir e deve-se encarar o que vier pela frente. Aos poucos o negócio se ajeita e quando tudo estiver em ordem fica mais fácil montar a segunda, a terceira loja e assim por diante”, aconselha. O empresário já faz inclusive planos para abrir mais uma loja e em breve começará a funcionar uma recuperadora própria de peças de automóveis.

Loja virtual

Há 12 anos no mercado, a Musitech Instrumentos Musicais che-



Walter Fernandes

Elito Vaz Sobreiro, da Suspencar, conta que apesar do planejamento dos investimentos, cada loja tem liberdade de gestão; ele e os sócios fazem planos de abrir a terceira unidade

gou a ter uma filial por dois anos, até 2008, mas o segundo ponto de venda foi fechado porque não houve incremento de clientes e sim migração de uma loja para outra. Hoje a empresa conseguiu expandir o negócio por meio do comércio eletrônico, registrando vendas em todo o Brasil. Segundo o administrador geral de e-commerce da Musitech, Eder Mendonça de Souza, “no início criamos a loja online com a intenção de divulgar a empresa, mas tudo apontava que se transformaria num mercado promissor. Hoje uma página na internet se tornou necessidade, é uma maneira de mostrar o negócio de forma mais ampla e conseguir interagir com

os clientes oferecendo novos produtos”, afirma Souza.

Assim como uma loja física, a loja virtual merece atenção e entre os itens de planejamento estão público, visibilidade, equipe para atendimento e logística. Souza ressalta que a internet ao mesmo tempo que colabora para divulgar a marca pode trazer prejuízo à empresa física, se houver uma falha. “É essencial ter uma equipe preparada para o e-commerce, da mesma forma que você pode aumentar seu negócio devido à visibilidade da internet, basta um deslize para perder vários clientes, graças à velocidade com que se propaga a informação, principalmente em redes sociais”.

Em se tratando de estrutura logística, reforça ele, é importante contratar empresas que garantam a entrega dos produtos no tempo certo e sem avarias. “É necessário trabalhar com uma transportadora que atenda as necessidades da empresa e dos clientes, oferecendo seguro da mercadoria, manuseio adequado de acordo com o tipo de produto transportado e principalmente que forneça suporte para que as partes saibam o que está acontecendo com a mercadoria, ou seja, o rastreamento desde a saída do produto até a chegada na casa do cliente”. Não é porque a loja é virtual, que a empresa vai deixar de ter um planejamento e estrutura bem reais. ■



Walter Fernandes

Uma loja virtual foi a opção da Musitech; Eder de Souza reforça que é preciso ter uma equipe preparada: “basta um deslize para perder vários clientes”

SE-PA-RAR PARA REUTILIZAR

Apresentamos **GiroLimp®**, a lixeira seletiva giratória. Um novo produto que ajuda a manter sua cidade limpa separando o material reciclável para uma nova vida. São lixeiras educativas, que ensinam a separação adequada do material reutilizável, além de conscientizar a população da importância do desenvolvimento sustentável.

Vantagens da GiroLimp®

- 1 **Conscientiza** o usuário da importância da reciclagem
- 2 **Contribui para a valorização** da limpeza pública, formando uma consciência ecológica e criando empregos
- 3 **Gera receita** com a comercialização dos recicláveis

GiroLimp® se destaca por ser mais compacta do que as demais lixeiras existentes no mercado

São feitas de aço carbono com acabamento em pintura epox, proporcionando maior durabilidade



VIDROS

Garrafas, copos, frascos, cacos



PAPÉIS

Jornais, revistas, caixas, embalagens longa vida, cartolina, folhas de caderno, envelopes



METAIS

Latas de refrigerante, cerveja e conservas, fios, pregos, painéis sem cabo, arames, chapas metálicas



ORGÂNICOS

Cascas de frutas e legumes, talos de verduras, cascas de ovos, restos de alimentos



PLÁSTICOS

Sacos plásticos, tubos e canos, isopor, tampas, peças de brinquedos, baldes



Divisórias coloridas, com capacidade de 50 litros cada, facilitam a separação e coleta do material

Possuem tanto estrutura para fixação externa como também uma base para instalação em ambientes internos



Separe seu lixo com **GiroLimp®**. Você preserva o meio ambiente e prolonga a utilidade do material.

Av. Dr. Alexandre Rasgulaeff, 4681 - Jardim Real
CEP 87083-000 - Maringá - PR

44 3031-9241
contato@girolimpbrasil.com.br

www.girolimpbrasil.com.br

www.acim.com.br



O advogado Ary Lúcio Fontes comprou uma imobiliária para os filhos e contou com a ajuda do antigo proprietário no período de transição

Seu futuro negócio pode estar à venda

Comprar uma empresa com clientela formada e capital de giro pode ser um bom negócio; veja dicas de especialistas para minimizar as chances de insucesso e exemplos de quem optou por não começar uma empresa do ponto zero

Na hora de abrir um negócio, os empreendedores geralmente calculam os perigos que podem surgir na busca pelo sucesso. Resta ao empresário planejar e trabalhar para evitar frustrações e precipitações ao montar o próprio negócio, a partir de sua visão, ou ao comprar uma empresa, com clientela formada e que tenha se mostrado geradora de bons resultados.

Basta olhar os classificados de um jornal de uma cidade de médio ou grande porte para encontrar diversas opções de empresas sendo

vendidas. Mas o negócio não deve ser fechado ao léu, sem checar o porquê do proprietário querer se desfazer do empreendimento. O corretor de empresas Antônio Romero Filho é um dos profissionais que auxilia na pesquisa de um negócio rentável ou não.

Romero diz que antes de adquirir uma empresa, o comprador tem a vantagem de pesquisar e auditar o histórico do negócio. “Verificar os débitos, conferir se há processos trabalhistas, se a carteira de clientes está satisfeita, a

imagem da empresa no segmento de atuação e muitos outros fatores”, sugere. Segundo o corretor, é uma forma de evitar desgaste e insegurança.

Pedro Mendonça, que é consultor de empresas e auxilia na checagem dos negócios, considera essencial verificar as certidões nos cartórios de protestos de títulos locais e checar bancos de dados de inadimplentes para se certificar que a empresa não tem débitos. Para ele, é fundamental também entender bem do segmento que



Walter Fernandes

“As pessoas acreditam que se alguém está vendendo a empresa é porque não há mais retorno financeiro e está à beira da falência, mas isso não é verdade”, pondera o corretor Antônio Romero Filho

está prestes a trabalhar. “As características pessoais do comprador devem estar de acordo com a atividade pretendida. É como se fosse começar um negócio do zero, é necessário ter identificação com o ramo de atuação”.

Segundo Mendonça, é importante descobrir a verdadeira motivação do vendedor e isso implica fazer uma pesquisa minuciosa. Se a empresa tiver problemas, nem sempre o dono irá dizer a verdade, por isso o ideal é contratar profissionais qualificados para a análise. Mas, para ele, comprar uma empresa que já está no mercado pode oferecer menos riscos de insucesso. O número de empresas que fracassa nos cinco primeiros anos de atuação é alto, o que significa que uma empresa em andamento, que esteja economicamente

estável, oferece menos riscos. “Já há capital de giro, valor agregado, funcionários, retorno financeiro e isso gera uma segurança bem maior”, afirma.

Romero acrescenta que a cultura do brasileiro é mais voltada a abrir o próprio negócio. “As pessoas acreditam que se alguém está vendendo a empresa é porque não há mais retorno financeiro e está à beira da falência, mas isso não é verdade. As pessoas vendem por diversos outros motivos, como aposentadoria, mudança de cidade, não haver sucessor e outros tantos”, diz.

Encontrar um setor com características econômicas favoráveis e estáveis ao longo dos anos não é tão difícil como achar uma agulha num palheiro. De acordo com Romero, há inúmeras empresas em

Antes de comprar uma empresa...

- 1 **Verifique** se há débitos, protestos em cartório, processos trabalhistas
- 2 **Converse** com clientes para confirmar se eles estão satisfeitos
- 3 **Descubra** o verdadeiro motivo da venda da empresa
- 4 Não é porque a empresa está sendo vendida que não dá **retorno financeiro**; o proprietário pode estar querendo se aposentar, mudar de cidade ou não ter sucessor
- 5 **Calcule** o preço real da empresa; esta conta envolve diversos fatores, como resultados financeiros, valor da marca e satisfação financeira
- 6 **O novo dono** pode combinar um período de transição com o antigo proprietário
- 7 Mesmo se os negócios tiverem indo bem, **é importante** se atentar às tendências de mercado e identificar oportunidades

FONTES | Corretor de empresas Antônio Romero Filho @wwainer e consultor Pedro Mendonça

boa situação para ser compradas e quem está vendendo geralmente tem o cuidado de encontrar um comprador que siga os padrões culturais de funcionamento. “Muitos ex-proprietários se propõem a permanecer na atividade durante o período de transição”.

O advogado Ary Lúcio Fontes, que comprou uma imobiliária para

Walter Fernandes



Entre as vantagens de comprar uma empresa em funcionamento, o consultor Pedro Mendonça destaca que “já há capital de giro, valor agregado, funcionários e retorno financeiro”

os dois filhos, exemplifica o caso de quem encontrou um vendedor que se prontificou a continuar em atividade durante o período de adaptação no novo negócio. “O antigo proprietário ficou dois meses ajudando na administração, mas infelizmente faleceu. O combinado era que permanecesse por um ano”.

Fontes diz que nunca pensou em comprar uma empresa, mas o antigo proprietário da imobiliária insistiu e confiava nos seus instintos para que prosseguisse nos negócios de forma a manter uma história. “Na verdade, essa empresa foi uma dádiva. Nunca procurei por ela. Simplesmente aconteceu”. O advogado a comprou há dois anos por um preço acessível e antes de fechar o negócio, checou a contabilidade para sentir segu-

rança no novo empreendimento que colocaria sob administração dos filhos.

Iniciar um negócio do ponto zero também não estava nos planos de Fontes e, mesmo com o sucesso da imobiliária, é categórico ao dizer que jamais abriria uma empresa que não estivesse inserida no mercado. “Meus filhos conseguiram expandir tecnologicamente e aumentaram consideravelmente o número de imóveis administrados, de 500 para 650. Também mantiveram o quadro de funcionários, porque já conheciam a realidade de trabalho da empresa”, acrescenta.

Quando se decide comprar uma empresa sempre há dúvida sobre o verdadeiro valor de mercado e Pedro Mendonça diz que há diversas

variáveis para calcular esse valor a partir das análises financeiras. “É preciso realizar o balanço, a demonstração de resultados e de fluxos de caixa. Do ponto de vista dos resultados financeiros, deve ser possível analisar a evolução das vendas ao longo dos anos, margens de lucro e custos fixos, além do valor da marca, satisfação dos clientes e do produto desenvolvido”.

Se a empresa está rendendo resultados positivos, é importante entender os motivos que a fizeram estar nessa posição hoje. Isso implica, na maioria dos casos, uma adaptação do comprador à cultura existente, caso contrário, uma atitude mal planejada poderá levar ao fracasso. Segundo Romero, em time que está ganhando se mexe, sim. “O mercado precisa ser observado e é bastante dinâmico. Se houver acomodação, a empresa pode se tornar obsoleta. É fundamental se atentar às novas tendências”.

Para Mendonça, é preciso dar atenção à concorrência mesmo que a empresa esteja estabelecida no mercado. Ficar restrito aos serviços antigos pode prejudicar o andamento dos negócios e acarretar prejuízos. “Não é porque a empresa foi comprada e está bem, que ela é perfeita e não precisa melhorar. É preciso identificar as oportunidades”, afirma o consultor.

Prospecção de clientes

O cinegrafista Diones Pereira da Cruz soube aproveitar uma oportunidade profissional. Depois de trabalhar por seis anos em uma produtora de vídeos, conseguiu passar de funcionário a proprietário há pouco mais de 20 dias. “Por conhecer muito bem a empresa e os donos, eles me deram priorida-

de na hora de vender. Já haviam me oferecido um ano antes pelo dobro do valor e, na época, não achei viável. Desta vez, fechei o negócio. Comprei a estrutura, mas mudei o nome da produtora”.

Cruz já conhecia os clientes e a forma de trabalho da produtora, mas ainda assim conferiu as finanças e avaliou a localização e equipamentos para ter certeza de que faria uma boa compra. Por ter adquirido a empresa recentemente, ainda não conseguiu mensurar o faturamento, se haverá perdas ou aumento do número de clientes, por exemplo. “Agora farei a prospecção de clientes com nosso site e visitando as agências de comunicação da cidade”, planeja. ■

Walter Fernandes



De funcionário a patrão: Diones Pereira da Cruz comprou a produtora onde trabalhou por seis anos e agora fará a prospecção de clientes

Sistemas para seu Escritório.

FOLHA DE PAGAMENTO | CONTABILIDADE | LIVRO FISCAL

Sistemas de última geração. **Gerenciamento 100% on-line.**

Você adquire nossos produtos e ganha um **sistema de administração** para seu escritório e um **site** com acesso aos serviços para seus clientes.

Suporte sem 0800. Atendimento imediato por telefone.
15 anos de sucesso. Sistemas simples e confiáveis.

SIBRAX
Software

F. |43| 3324.2486

Rua Mato Grosso, 299
sl.1003 Londrina/PR

www.sibrax.com.br



www.acim.com.br

As empresas de festas se esmeram para o grande dia

O segmento de festas movimenta uma extensa cadeia de fornecedores e conta até com feira exclusiva, realizada pela ACIM, que reúne dezenas de empresas; neste setor é preciso oferecer novidades e profissionalismo para enfrentar a concorrência

A festa de casamento terminou com elogios dos convidados e os noivos, agora recém-casados, partem para a lua de mel felizes com o evento que demandou meses de preparativos. Uma cerimônia de casamento envolve diversos fornecedores, que incluem convites, trajés, decoração, bufê, fotografia, banda e tantos outros que este segmento ganhou um feira exclusiva, em Maringá, realizada anualmente pela ACIM, a Festas & Noivas. O número de visitantes é um bom indicativo da demanda por empresas do setor: neste ano são esperadas oito mil pessoas em três dias, a maioria, segundo formulário preenchido na recepção do evento, está realmente interessada em contratar fornecedores de produtos e serviços para festas.

Quem trabalha no segmento garante que o profissionalismo e a oferta de novidades são dois dos pré-requisitos para quem quer continuar no mercado. A empresária

Rosário Bonezz, da Garden Center, recebe pedidos especiais de noivas que querem tornar o grande dia especial. Ela conta que um dos desejos mais marcantes foi o de uma noiva que sonhava com uma cerimônia de casamento com chuva. Realizada ao ar livre, no dia realmente choveu. “Eu carregava um guarda-sol imenso, todo vermelho, mas a noiva quis se molhar um pouco a caminho do altar. É claro que só deixei respingar um pouquinho”.

No casamento mais luxuoso que Marli Campos, das Flores e Delícia, fez, na decoração foram usados tecido importado, lustres, tapetes e flores especiais. Há 15 anos no mercado, ela conta que a decoração muda qualquer ambiente e a moda agora é um visual mais clean. A Flores e Delícias é uma das empresas participantes da Feira Festas & Noivas.

Até final de 2013

As noivas costumam se preparar com antecedência. No caso da

Garden Center, há reservas até dezembro de 2013. “Em cima da hora é muito difícil ser minucioso nos detalhes da festa”, pondera Rosário, que acrescenta que um aniversário de 15 anos, para ser bem planejado, precisa de pelo menos seis meses de preparativos.

Uma cerimônia ao ar livre, rodeada pela natureza, com pétalas brancas espalhadas foi um dos trabalhos que marcou Aryadne Marina Figueiredo Zonetti, da Disponere, empresa especializada em assessoria e organização de

Walter Fernandes

Trajes de noivas: no segmento de festas, que inclui formaturas, casamentos e eventos corporativos, quem contrata os serviços está bem servido em Maringá; na foto Leonice Rodrigues, da Eliana Noivas



FESTAS & NOIVAS

Feira Festas & Noivas será em junho

Pelos estandes da Feira Festas & Noivas já passaram noivos, formandos e outras pessoas interessadas em contratar fornecedores de serviços e conhecer novidades e detalhes marcantes que poderiam fazer a festa ainda mais especial. A feira entra na sexta edição, com expectativa de receber oito mil pessoas.

No dia 14 de março será lançada, às 8 horas, na sede da ACIM, a edição deste ano, ocasião em que terá início a comercialização de espaços. Serão 80 estandes destinados a empresas de decoração, bufê, som, iluminação, bandas, trajes de festas, bolos, doces, agências de viagens, entre outros fornecedores que integram a cadeia de eventos e festas. A feira será realizada de 15 a 17 de junho no Excellence Centro de Eventos. Para adquirir os estandes, os telefones de contato são (44) 3025-9674, 3041-4496 e 9912-5500.

Walter Fernandes



Rosário Bonezz, da Garden Center, ela tem reservas de decoração até dezembro de 2013; "em cima da hora é muito difícil ser minucioso nos detalhes da festa"

www.acim.com.br



Aryadne Zonetti, da Disponere, empresa especializada em assessoria e organização de eventos, tem nos casamentos e eventos corporativos os tipos de festas que mais atende

eventos. “Nesse evento não importava o custo, o casal queria que a cerimônia fosse em um lugar verde e o mais natural possível”.

Formada em publicidade e propaganda, ela ingressou há dois anos no mercado e tem nos casamentos e eventos corporativos os tipos de festas que mais atende. Aryadne já atendeu eventos corporativos que custaram mais que R\$ 100 mil. E agora começa a atender um novo nicho: as festas infantis. A procura aumentou quando as noivas dos casamentos organizados por sua empresa começaram a ter filhos.

E, por falar em festa infantil, elas são a principal fonte de negócios de Sérgio Paixão, da Animakids, empresa que aluga brinquedos, como cama elástica e piscina de bolinhas, em Maringá.

De acordo com ele, no caso de festas para crianças de quatro a 12 anos, normalmente os pais optam pelo aluguel da cama elástica, que

pode custar até R\$ 150, com o acompanhamento de um monitor. Mas também há o kit recreação, muito procurado para festas de crianças e adolescentes, porque além dos brinquedos, os monitores são responsáveis por atividades recreativas.

Mas se engana quem acha que esses brinquedos fazem a alegria apenas da garotada. Muito pelo contrário. Paixão diz que atende pessoas de todas as idades, e os mais velhos procuram principalmente pela cama elástica e o futsabão, que é uma quadra de futebol inflável em que se adiciona sabão para ficar escorregadia.

Outubro é o mês de maior volume de trabalho, em virtude do Dia das Crianças e a empresa chega a alugar 30 brinquedos. Com dez anos de mercado, a Animakids aposta na credibilidade e na qualidade dos produtos – normalmente os brinquedos são importados – para se diferenciar da concorrência, que cresceu nos últimos anos.

Evolução

Há oito anos no mercado, o organizador de eventos Heverton Mariani acredita que o mercado de festas evoluiu. “Há novidades em termos de decoração e é possível ousar bastante. Antigamente as pessoas convidavam 500, 600 pessoas para uma festa, hoje esse número caiu para, em média, 250 pessoas. Em contrapartida, a qualidade e os investimentos tornaram-se extremamente superiores”.

Os noivos têm preferido realizar o casamento em setembro, outubro, novembro e dezembro, contrariando a ideia de que maio, por ser o mês das noivas, é o mais disputado. Segundo Mariani, o clima de maio é instável e os noivos ficam receosos. “Além disso, há a injeção do 13º salário no final do ano, o que colabora muito para a escolha da data”, pontua.

Formado em Turismo e Hotelaria e pós-graduado em Gestão de

Eventos, Mariani diz que muitas pessoas se aventuram na profissão porque não exige formação. "Alguns cobram preços muito baixos, o que pode comprometer a qualidade dos serviços. Quem contrata, só tem uma chance de acertar, então, precisa analisar bem a questão de custo e benefício".

A concorrência acirrada também é ponderada por Leonice Januário Rodrigues, que trabalha na Eliana Noivas, empresa que tem mais de duas décadas de mercado e há 14 anos está sob mesma direção. A empresa aposta em aliar preço e qualidade. "Algumas lojas cobram preços exagerados, então nosso atrativo é oferecer um trabalho excelente por um preço

melhor".

A mão de obra especializada na confecção de trajes para festas não é muito fácil de ser encontrada na cidade. De acordo com Leonice, a empresa conta com duas costureiras com vasta experiência, porque, segundo ela, um profissional novo no mercado ainda não tem as habilidades necessárias. Cada vestido de noiva tem muitos detalhes e a costura e bordados devem ser minuciosamente realizados. Não é a toa que o primeiro aluguel de um vestido pode custar mais de R\$ 3 mil. Dependendo do modelo, o vestido demora até 20 dias para ser confeccionado e é alugado no máximo dez vezes.

Ganhadora do prêmio ACIM Mulher trabalha no setor

A empresária Cida Martins, da Martins Decorações, que é especializada na decoração de eventos, é a ganhadora do prêmio ACIM Mulher 2012, com troféu entregue em 8 de março. Ela chegou à cidade em 1950 e fundou a Cida Decorações 19 anos depois, primeiramente confeccionando vestidos de noivas e flores artificiais. Hoje a empresa realiza decorações em eventos em todo o Brasil e emprega dez pessoas. ■

AQUI, VOCÊ FAZ PARTE DA PROGRAMAÇÃO.



Segunda a sexta às 13h20,
com Rosi Ortega e você.



TV de Primeira.

CANAL 13

Segunda a sexta às 12h45,
com Léo Júnior e você.



Do jornalismo comunitário do Balança Geral ao melhor conteúdo feminino do Ver Mais, a RICTV Record oferece a mais variada e completa programação da TV paranaense. Tudo isso com a participação de um convidado muito especial: você.



Walter Fernandes

Anderson Stefani e Alisson Martini, da Sistemar: amigos há quase 30 anos, eles dividem as funções e prezam o respeito

Tal como um casamento...

Uma sociedade precisa de parceria, respeito mútuo e planejamento, principalmente diante das divergências; para o êxito, segundo especialistas, é preciso estabelecer regras antes do início da sociedade

Octávio Rossi

Às vezes para que o sonho de abrir ou manter o próprio negócio se concretize, é necessário que esse sonho seja partilhado. Encontrar um sócio pode ser uma forma de conseguir juntar os recursos necessários para investir na abertura da empresa, ampliar o negócio ou ter pessoas com perfil complementar ao do empreendedor. Tal como um casamento, uma

sociedade precisa de parceria, planos em comum e os sócios navegando na mesma direção.

Segundo uma pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), 11% das empresas do país são extintas por divergências com o sócio ou proprietário. A mesma pesquisa quantificou também que na região sul pelo menos 10% das empresas encerram suas atividades pelo mesmo motivo. A

pesquisa data de 2007.

Estes números, no entanto, não assustam o gerente da Regional Noroeste do Sebrae/PR, Luiz Carlos da Silva. Para ele os números não são altos, visto que ao se tratar de uma sociedade, a relação é delicada. “Uma sociedade é quase como um casamento, a diferença é que para ter um bom sócio é preciso muito mais do que empatia”, afirma Silva. O gerente comenta que ao constituir uma sociedade é preciso uma análise sincera sobre o perfil do sócio e também do próprio empreendedor. “Um dos erros capitais de quem decide abrir um negócio em parceria é levar em conta apenas as afinidades pessoais com o candidato a sócio”.

O professor da Fundação Getúlio Vargas, Sérgio Bessa, também acredita que a afinidade é importante, mas ressalta outro fator decisivo. “Além de conhecer muito bem com quem se pretende montar o negócio, é importante conhecer o serviço/produto que se vai comercializar. É muito mais comum do que parece constituir uma sociedade baseada no sucesso



Walter Fernandes

Luiz Carlos da Silva, gerente do Sebrae: “um dos erros capitais de quem decide abrir um negócio em parceria é levar em conta apenas as afinidades pessoais com o candidato a sócio”

de outras pessoas, sem levar em consideração o conhecimento que estas outras pessoas já têm do negócio”, aponta Bessa.

Um dos principais pontos que devem ser detalhados ao se constituir uma sociedade é a formatação de um plano de negócios. É preci-

Fatores que contribuem para o sucesso de uma sociedade



PONTO DE VENDA

Se o objetivo da sociedade é montar um estabelecimento comercial, a escolha do ponto é fundamental



CAPITAL DE GIRO

Ter capital de giro para, pelo menos, os três primeiros meses de funcionamento da empresa é importante para a estrutura do negócio



MÃO DE OBRA

Contratar bons funcionários é importante, já que garante tranquilidade aos sócios para focar o pensamento no negócio



GESTÃO FINANCEIRA

É muito comum começar um negócio cheio de conhecimentos da operação, mas não ter noção de como se trabalha o dinheiro da empresa



CUSTOS

Gerir os custos da empresa poderá significar o sucesso ou o fracasso, principalmente os custos fixos, que são aqueles que a empresa tem independente do que produz, como aluguel, funcionários e impostos



Mohamad Ali Awada e José Carlos Martins são sócios há mais de 15 anos, primeiro numa empresa de importação e agora em uma loteadora: mesmos objetivos garantem foco no negócio

so estabelecer minuciosamente a função de cada um dos integrantes da sociedade de modo a não se transformar em motivo de atrito. O gerente do Sebrae lembra que uma pactuação prévia consistente se faz necessária, de preferência por escrito. “Pode parecer um paradoxo, porém o melhor fundamento para uma sociedade dar certo é uma sociedade que pode ser facilmente desfeita por qualquer um dos sócios. Um plano de negócios bem feito pode colaborar para o sucesso não somente do negócio, mas também da sociedade”.

A criação de uma sociedade é uma questão de profissionalismo. Estabelecer, por exemplo, qual será a contribuição de cada um, dedicação de tempo, área de atuação na empresa, atribuições, remuneração, como tratar problemas familiares e pessoais sem interferir nos negócios é fundamental. Por isso, é importante antes de firmar a so-

cidade, simular algumas situações e analisar o comportamento dos envolvidos na tomada das decisões. “São algumas dicas para evitar perder um grande amigo e ganhar um péssimo sócio”, reforça Silva.

O velho ditado popular “quando um não quer dois não brigam” vale também para uma sociedade. Neste caso, o respeito mútuo é fundamental para o andamento dos negócios. “Daí a importância dos sócios seguirem o que foi contratualizado e pactuado antes da constituição da sociedade. Ainda há de se ressaltar que, mesmo seguindo o que foi previamente pactuado, não há garantia total de sucesso na relação, porque existem outros fatores que influenciam nesta relação”, pondera.

Alguns sinais são perceptíveis quando uma sociedade não vai bem. Entre eles os que merecem atenção dizem respeito à incompatibilidade de ideias e objetivos,

má distribuição de atribuições e interferência familiar. São questões que refletem incisivamente no desempenho operacional e financeiro da empresa. “Boa parte dos desentendimentos societários apresenta situações irreversíveis cuja única solução é a extinção, venda ou a dissolução societária da empresa. Mais importante do que tentar reverter esta situação é pactuar previamente da forma mais assertiva qual o papel de cada sócio na empresa”.

Ideias divergentes

A incompatibilidade de pensamentos foi um dos motivos que levou o empresário Anderson Cezar Stefani e Alisson André Martini, a dissolverem a sociedade com um terceiro integrante, em 2001. A empresa havia sido aberta cinco anos antes, em Capanema, no sudoeste do estado, especializada na assistência técnica e oferta de

cursos de informática. “Houve um desgaste na sociedade, o que julgo até normal. Eu e o Alisson Martini éramos jovens e tinham novas ideias. Já o outro sócio era mais velho e tinha pensamento mais tradicional. Em comum acordo dissolvemos a sociedade: ele ficou com a loja em Capanema e eu e o Martini decidimos vir para Maringá e montar nosso próprio negócio, também na área de tecnologia da informação”, explica Stefani, que acrescenta que ele e o sócio são amigos há quase 30 anos e têm o mesmo ritmo de trabalho.

Na Sistemar Tecnologias, cada um é responsável por uma área. “Eu cuido da área administrativa e Martini, da técnica. Cada um

com obrigações distintas, mas os dois juntos em prol da empresa”. E apesar da afinidade pessoal e profissional, às vezes acontecem divergências. “Quando isso acontece resolvemos tudo com uma boa conversa e respeito, respaldados em argumentos. Acreditamos que sempre há uma maneira de se resolver os problemas”.

Mesmos objetivos

Os empresários José Carlos Martins e Mohamad Ali Awada também acreditam que o respeito mútuo é o melhor caminho para manter uma sociedade bem sucedida. Eles iniciaram o primeiro negócio juntos em 1996, mesmo ano em que se conheceram. Na

época abriram uma empresa de importação de produtos do Chile, com venda para lojas de departamentos e aviamentos. A empresa foi vendida no ano passado e os dois montaram uma loteadora.

“Desde o início dividimos o mesmo pensamento e os mesmos objetivos. Com isso, conseguimos trabalhar com foco no melhor resultado para nosso negócio. Se porventura acontece alguma divergência, discutimos o melhor caminho e maneira de resolver o embate”. E eles fazem planos de uma sólida parceria: “sempre tivemos a humildade de aprender um com o outro, sempre em prol da empresa. Com isso creio que nossa parceria ainda vai durar muito tempo”, diz Awada. ■

Pneus de caminhões, camionetes, automóveis, peças e serviços de freios, suspensão, balanceamento e alinhamento.



Segurança no rodar.

Maringá - Loja 01
Fone: (44) 3221-4000
Av. São Paulo, 829



Maringá - Loja 02
Fone/Fax: (44) 3221-4041
Av. João Paulino, 90 - Centro



www.acim.com.br

Maringá Liquida, vendas extras em fevereiro

A campanha alavancou as vendas das mais de mil empresas participantes, inclusive de materiais de construção; Feirão de Imóveis, realizado paralelamente e que contou com corretores de 25 imobiliárias de plantão, recebeu mais de 1,5 mil pessoas

As amigas Mariana Gomes, Caroline Martins e Thais Manaças vieram do Pará para estudar em Maringá e aproveitaram os preços promocionais oferecidos nas lojas durante a Maringá Liquida para renovar o guarda-roupa.

“Estamos aproveitando os descontos, que são um verdadeiro atrativo às compras. Tem peças de roupas por menos da metade do preço. É irresistível não comprar”, disse Caroline. A amiga Mariana completou: “tem muitas peças legais com descontos”. A 19ª edição da campanha, realizada entre 24 e 26 de fevereiro, levou milhares de consumidores às compras, inclusive de municípios vizinhos como a fiscal de loja Angélica Pires, moradora de Sarandi. Ela comprou roupas e estava atrás de eletrodomésticos e móveis para a casa. “As promoções estão muito boas”.

E a promoção agradou quem foi às compras. Uma pesquisa realizada pela ACIM, com 360 consumidores, mostrou que 86%

deles se deslocaram ao centro ou ao bairro em virtude da Maringá Liquida e 92% realizaram compras ou pretendiam comprar no momento em que foram abordados para a pesquisa. A avaliação de 62% dos consumidores é que os preços realmente estavam baixos.

Com a participação de mais de mil lojas do centro, bairros e shoppings da cidade, a campanha gerou bons negócios e algumas lojas precisaram baixar as portas momentaneamente para controlar o fluxo de clientes e garantir o bom atendimento. A Australia Action Board registrou a venda de mais de 700 calças jeans nos três dias. Camisetas básicas também tiveram grande procura entre os consumidores, que encontraram produtos com até 80% de desconto na loja.

O gerente financeiro, Fábio Xavier dos Anjos, ficou satisfeito com os resultados, ainda mais num período em que, passadas as vendas extras de final de ano e ainda sem a nova coleção, o comércio



Fotos/Walter Fernandes

Movimento no centro e no Jardim Alvorada durante a Maringá Liquida: lojas lotadas e milhares de consumidores fazendo compras

varejista registra um fluxo menor de consumidores. Para a Maringá Liquida, a loja precisou reforçar a equipe em mais quatro vendedores para dar conta do número extra de consumidores e, mesmo assim, em alguns momentos os clientes precisaram esperar pelo atendimento.

Nas Lojas Alvorada a equipe também foi reforçada em mais quatro vendedores. Segundo o proprietário, Dercílio Constantino, o número de clientes aumentou 40% em relação a um sábado de vendas em que não há Maringá Liquida. O faturamento nos três dias somou o equivalente a dez dias de vendas. A média de gasto, pelos cálculos do empresário, foi de R\$ 110 por cliente.

Participando há três edições da campanha, a Ordini Presentes registrou uma movimentação in-



MoBi DESIGN

BANQUETAS • CADEIRAS • MESA
PUFFS • SOFÁS • POLTRONAS



Show Room
Av. Winston Churchill, 476
Londrina - PR Fone: (43) 3345-2555

Show Room
Av. Gurucuia, 313
Maringá - PR Fone: (44) 3041-2505

www.mobidesign.com.br

www.acim.com.br

Maringá Liquida, vendas extras em fevereiro

A campanha alavancou as vendas das mais de mil empresas participantes, inclusive de materiais de construção; Feirão de Imóveis, realizado paralelamente e que contou com corretores de 25 imobiliárias de plantão, recebeu mais de 1,5 mil pessoas

As amigas Mariana Gomes, Caroline Martins e Thais Manaças vieram do Pará para estudar em Maringá e aproveitaram os preços promocionais oferecidos nas lojas durante a Maringá Liquida para renovar o guarda-roupa.

“Estamos aproveitando os descontos, que são um verdadeiro atrativo às compras. Tem peças de roupas por menos da metade do preço. É irresistível não comprar”, disse Caroline. A amiga Mariana completou: “tem muitas peças legais com descontos”. A 19ª edição da campanha, realizada entre 24 e 26 de fevereiro, levou milhares de consumidores às compras, inclusive de municípios vizinhos como a fiscal de loja Angélica Pires, moradora de Sarandi. Ela comprou roupas e estava atrás de eletrodomésticos e móveis para a casa. “As promoções estão muito boas”.

E a promoção agradou quem foi às compras. Uma pesquisa realizada pela ACIM, com 360 consumidores, mostrou que 86%

deles se deslocaram ao centro ou ao bairro em virtude da Maringá Liquida e 92% realizaram compras ou pretendiam comprar no momento em que foram abordados para a pesquisa. A avaliação de 62% dos consumidores é que os preços realmente estavam baixos.

Com a participação de mais de mil lojas do centro, bairros e shoppings da cidade, a campanha gerou bons negócios e algumas lojas precisaram baixar as portas momentaneamente para controlar o fluxo de clientes e garantir o bom atendimento. A Australia Action Board registrou a venda de mais de 700 calças jeans nos três dias. Camisetas básicas também tiveram grande procura entre os consumidores, que encontraram produtos com até 80% de desconto na loja.

O gerente financeiro, Fábio Xavier dos Anjos, ficou satisfeito com os resultados, ainda mais num período em que, passadas as vendas extras de final de ano e ainda sem a nova coleção, o comércio



Fotos/Walter Fernandes

Movimento no centro e no Jardim Alvorada durante a Maringá Liquida: lojas lotadas e milhares de consumidores fazendo compras

varejista registra um fluxo menor de consumidores. Para a Maringá Liquida, a loja precisou reforçar a equipe em mais quatro vendedores para dar conta do número extra de consumidores e, mesmo assim, em alguns momentos os clientes precisaram esperar pelo atendimento.

Nas Lojas Alvorada a equipe também foi reforçada em mais quatro vendedores. Segundo o proprietário, Dercílio Constantino, o número de clientes aumentou 40% em relação a um sábado de vendas em que não há Maringá Liquida. O faturamento nos três dias somou o equivalente a dez dias de vendas. A média de gasto, pelos cálculos do empresário, foi de R\$ 110 por cliente.

Participando há três edições da campanha, a Ordini Presentes registrou uma movimentação in-



moBi DESIGN

BANQUETAS • CADEIRAS • MESAS
PUFFS • SOFÁS • POLTRONAS



Show Room
Av. Winston Churchill, 476
Londrina - PR Fone: (43) 3345-2555

Show Room
Av. Gurucuia, 313
Maringá - PR Fone: (44) 3041-2505

www.mobidesign.com.br

www.acim.com.br



As amigas Mariana Gomes, Caroline Martins e Thais Manaças, que vieram do Pará para estudar em Maringá, aproveitaram a campanha para abastecer o guarda-roupa

Walter Fernandes

tensa de consumidores, segundo a gerente Ednéia Sunelaits. Apenas no sábado as vendas foram cinco vezes maiores que em outros dias da semana.

Batedeiras, panelas de pressão e grill foram peças muito procuradas, mas os pratos e talheres foram os produtos mais vendidos, já que tiveram até 80% de desconto.

Como a campanha traz um impacto positivo ao faturamento, a proprietária da Pippii Moda Infantil, Ivanilde da Costa, começou a se preparar com um mês de antecedência, inclusive realizando reuniões com os funcionários, explicando a importância da Maringá Liquida para o aumento das vendas. E como a liquidação é um grande chamariz, a loja ofertou peças com até 70% de desconto, ou seja, algumas foram vendidas abaixo do preço de custo para liquidar o estoque.

Graças a uma parceria com o Sindicato dos Revendedores de Materiais de Construção de Maringá e Região (Simatec/Acomac) as empresas de materiais para a

construção civil participaram mais uma vez. A Telhanorte recebeu consumidores de Maringá, região e até do Mato Grosso do Sul, que gastaram em média, R\$ 500, de acordo com o gerente, Marcelo Vinicius Jardim.

Nos três dias da Maringá Liquida a ACIM registrou 6,4 mil consultas de crédito, um número 10,5% superior que a última edição da campanha, em agosto do ano passado.

Imóveis

Pela segunda vez foi realizada o Feirão de Imóveis, durante a Maringá Liquida. Corretores de 25 imobiliárias que integram a Central de Negócios Imobiliários estiveram de plantão, na agência Centro do Banco do Brasil, para atender as pessoas interessadas em financiar a casa própria. Os financiamentos tiveram taxa especial: de 8,4% ao ano mais TJLP para imóveis de até R\$ 500 mil, com carência de seis meses e até 25 anos para pagar.

No sábado e domingo do feirão,

o Banco do Brasil registrou mais de 1,5 mil pessoas interessadas e quem teve o cadastro aprovado durante o feirão tem até três meses para adquirir o imóvel.

Os consumidores também puderam participar de atividades gratuitas. Na praça Napoleão Moreira da Silva houve distribuição de pipoca e de algodão doce, entrega de bexigas, aferição de pressão pelo Paraná Assistência Médica (PAM), presença do Clube do Carro Antigo com exposição de veículos e Feira do Artesanato. E em parceria com o Sesc foram realizadas atividades pedagógicas e recreativas na praça Farroupilha. Já na praça Raposo Tavares foi realizada Feira da Agroindústria Familiar.

A Maringá Liquida foi uma realização da ACIM e do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) e teve apoio da Prefeitura e Câmara Municipal de Maringá. No segundo semestre será realizada a segunda edição do ano da campanha. ■

18 ABRIL QUARTA-FEIRA

7ª Edição

CURSO COMO IMPORTAR DA CHINA

Rodrigo Giraldelli PALESTRANTE

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

TÓPICOS

- Pesquisa de fornecedores
- Avaliação de fornecedores
- Escolha do produto
- Escolha da embalagem
- Meios de transporte
- Custos de importação
- Impostos de importação
- Viabilidade do projeto
- Fluxo de caixa necessário
- Check list do importador
- Métodos de controle dos processos de importação

INVESTIMENTO

Inscrições até o dia 16 de março

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

Inscrições após o dia 16 de março

Associado ACIM R\$ 250,00
Não-associado ACIM R\$ 300,00

LOCAL

Data: 18 de Abril - Quarta-Feira
Horário: 8h30 às 12h30 e 13h30 às 17h30
Local: Auditório da ACIM
Rua Basílio Sautchuk 388 - Centro

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

REALIZAÇÃO


**Instituto
MERCOSUL**
Maringá - PR - Brasil

APOIO


ACIM
Associação Comercial e Empresarial de Maringá

Inscrições e informações pelo telefone
44 3025-9613 (Daiane ou Paula)
ou pelo e-mail:
eventos@institutomercosul.org.br

O empresário que viu o crescimento de Maringá

O desenvolvimento das empresas de Amorim Pedrosa Moleirinho se confunde com a história de Maringá; aos 74 anos, este empreendedor participou da diretoria da ACIM por 26 anos

Foi em uma sala de uma das empresas mais antigas de Maringá, o Curtume Central, que Amorim Pedrosa Moleirinho concedeu esta entrevista à Revista ACIM. Receptivo e com uma memória viva e infalível, o empresário, hoje com 74 anos, contou detalhes de sua trajetória. Mais do que lembrar a história de seus empreendimentos, conversar com Moleirinho é uma oportunidade de conhecer um pouco do desenvolvimento da indústria e do comércio de Maringá. Português de Leiria, ele imigrou ao Brasil com 19 anos. Moleirinho fala com a propriedade de quem chegou à cidade quando as ruas ainda não eram asfaltadas e viu de perto o crescimento do município. Mas não se contentou em apenas observar. Como empresário, iniciou seu trabalho em um açougue, e em pouco tempo investiu em um frigorífico, um curtume e outros negócios agropecuários pioneiros na região, formando um grupo que chegou a ter três mil funcionários. Moleirinho participou da diretoria da ACIM por 26 anos, foi coordenador regional da FIEP, é cônsul honorário de Portugal em Maringá, foi presidente do Centro Português, que ajudou a fundar, além de ser um



Walter Fernandes

dos criadores da Casa Lar, entre tantas outras funções que ajudam a consolidar seu título de cidadão honorário da cidade:

A família do senhor é portuguesa e seu pai veio ao Brasil em 1952. Como foi o início da vida aqui?

Meu pai veio em busca de melhorar de vida. Inicialmente foi morar no Rio, no bairro da Piedade, chamado por familiares. Mas a vida ali ficou muito difícil, porque um imigrante, ao morar em casa de família, passa a ser um empregado e perde a razão pela qual saiu de sua terra natal. Depois ele foi para São Paulo e as coisas pioraram. Ele trabalhava como

carpinteiro para o Jôquei Clube, quando o patrão o convidou para trabalhar em Paranaguá. Em seguida apareceu uma obra em Maringá. Ele não gostou, pois já havia vindo para cá e foi mal recebido, mas quem precisa de dinheiro, não nega serviço. Meu pai veio para ajudar a construir o Grande Hotel e a Somaco. Isso foi em 1953.

Como foi o trabalho do seu pai no Grande Hotel?

O serviço dele era assentar janelas e portas. Em maio de 1955 veio uma geada e queimou a agricultura do norte do Paraná. O engenheiro ficou tão desanimado e triste que repassou o serviço para meu pai terminar. Pouca gente sabe que o hotel tem fundações para oito andares, mas parou no segundo, pelo problema da geada que deixou as pessoas perdidas.

Como seu pai começou a vida

empresarial em Maringá?

Em 1954, comprando um ponto na avenida Brasil, na esquina com General Câmara, que hoje é a rua Basílio Saltchuk, onde era uma casa de ferragens. Em Maringá dois lugares tinham fila: o açougue e o cinema. Por isso, tivemos a ideia de montar o açougue. Em 1955, logo após a geada, meu pai fez um empréstimo com o ex-patrão de São Paulo e montaram o comércio. Em Leiria uma vez me falaram: "você vão para o Brasil? O bom negócio lá é alimento". Meu pai não tinha nem ideia disso, o trabalho dele era carpintaria. Mas o açougue prosperou, logo depois montamos um no Maringá Velho.

O senhor veio para o Brasil com 19 anos. Qual a impressão que teve do Brasil?

Para quem vivia em uma aldeia que não tinha energia elétrica, nem estradas, tinha que buscar água no poço, às vezes até dois quilômetros de distância... perto disso Maringá era muito boa.

Quando a família do senhor conseguiu comprar a chácara para instalar o frigorífico?

O Maurício Frigo vinha provocando meu pai para comprar nosso açougue. Fomos na casa dele, a conversa ia muito bem até que a uma certa altura ele mudou de ideia e falou: "Eu vou quebrar a empresa de vocês", e no dia seguinte nós vendíamos 10% de carne e ele 90%, porque ele baixou a carne para dois cruzeiros. Então fechamos. No Dia de Reis aparece o Alfredo Freitas, que tinha uma chácara no final da avenida Itororó, e nos ofereceu um terreno por 450 mil cruzeiros. Parcelamos e compramos. Começamos a construir o Frigorífico Central em janeiro de 1958 e fizemos um matador para 50



Walter Fernandes

cabeças. Em seguida veio o segundo frigorífico para 500 bois e depois um terceiro para 1,5 mil.

Além dos frigoríficos a família investiu em outros ramos?

Investimos em negócios agropecuários e depois em curtume. Este surgiu porque o grupo matava três mil bois por dia.

Como surgiu o Centro Português em Maringá?

A colônia portuguesa era a maior comerciante do norte do Paraná. O Centro Português foi criado por um grupo de portugueses, não maior que 50 pessoas.

Como que o senhor ingressou na ACIM?

Entrei para fazer parte da diretoria presidida pelo Luiz Julio Bertin, que por muitos anos foi presidente do Sindicato dos Comerciantes e eu tinha muita amizade com ele. Eu trouxe a certificação para exportações para a ACIM.

O senhor foi candidato a vice-prefeito em 1982. Sempre foi envolvido na política?

Sim, desde a primeira eleição do Ney Braga, trabalhei para eleição do João Paulino. Em 1982 eu era vice na chapa liderada por Ademar Schiavone, ano em que a colônia japonesa apoiou o Said. Ele correu a cidade de casa em casa, de comércio em comércio, e conseguiu vencer por mérito.

O senhor foi diretor regional da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep). Quais as principais conquistas?

Exerci o cargo por 18 anos. Na época a Fiep não tinha representação no norte do Paraná, e fui construindo isso aos poucos. Consegui um gabinete odontológico e o pessoal ficou muito feliz, porque não existia assistência dentária para os industriários. Depois me mandaram a escritura para dar início à construção do Sesi. Quando vi, percebi que era bem no Parque das Grevíleas, falei: "não vou cortar uma árvore dessas aqui", e pedi para mudar o projeto, porque a imagem da instituição ia ficar muito mal. Conseguimos outro terreno com o então prefeito João Paulino e começamos as obras. Assim nasceu a sede do Sesi de Maringá.

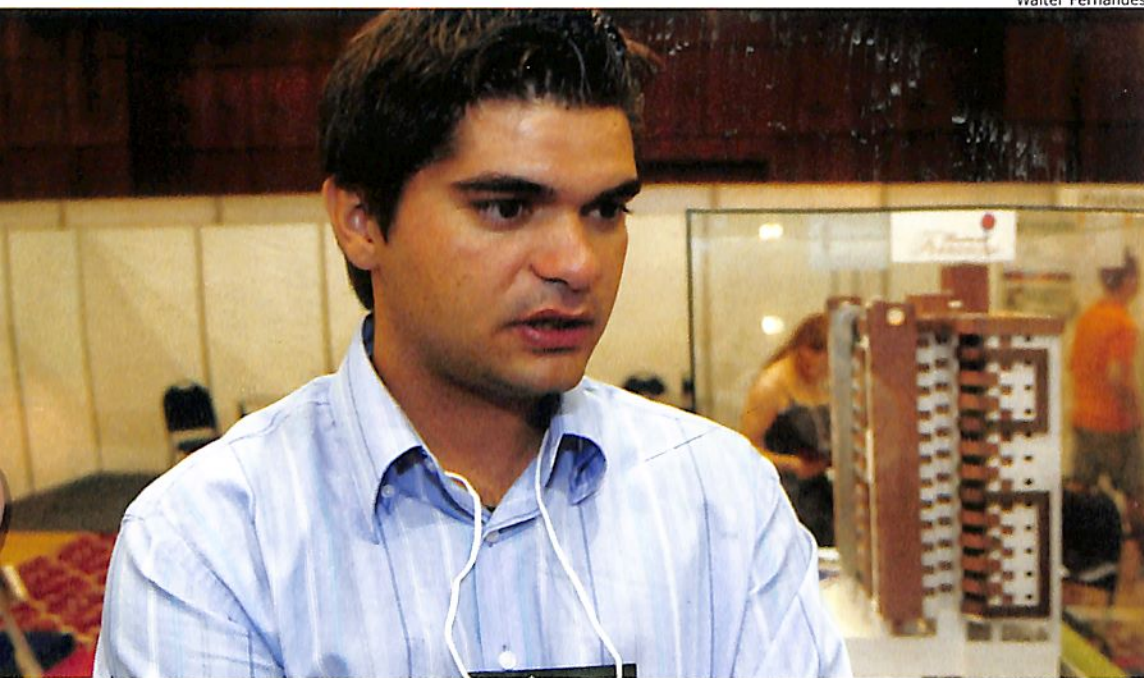
Como o senhor se tornou Cônsul de Portugal em Maringá?

Era presidente do conselho das comunidades portuguesas em Maringá. Fiz reuniões de nível internacional para os portugueses participarem. Por conta disso me convidaram para fazer um evento em Curitiba, com a presença do presidente da república de Portugal Mario Soares e lá recebi o título, diretamente das mãos dele. ■

A maior feira de imóveis do sul do Brasil

A 15ª edição da Feira de Imóveis será realizada de 13 a 15 de abril, com a expectativa de receber 12 mil pessoas, que vão conhecer centenas de opções de imóveis, mostra Exposíndico e a Feira Casa.com, que reunirá empresas de decoração e arquitetura

Walter Fernandes



Téo Granado, do Secovi Maringá: “depois da Expoingá, a Feira de Imóveis é a que mais traz potencial de negócios e turismo para Maringá. É uma movimentação positiva”

Quem pretende comprar um imóvel, terá uma oportunidade ímpar: a 15ª edição da Feira de Imóveis, que acontecerá de 13 a 15 de abril no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá. O evento, promovido pelo Sindicato da Habitação e Condomínios do Paraná (Secovi) em parceria com a ACIM, reunirá cem expositores, com ofertas de centenas de imóveis, incluindo lançamentos, e linhas de crédito imobiliário.

Mas a feira não é voltada apenas para compradores, já que quem pre-

tende alugar ou construir também terá sua vez. Considerada a maior feira do gênero do sul do Brasil, o evento deverá receber 12 mil visitantes. O presidente regional do Secovi em Maringá, Téo Granado, afirma que 80% dos agentes imobiliários da cidade participarão da feira, o que facilita bastante o trabalho de quem está em busca de um imóvel. “Os visitantes não precisarão se deslocar a várias imobiliárias, já que serão muitos funcionários em um sistema de mutirão, que atenderão rapidamente

e já vão, inclusive, pré-aprovando a documentação”. Segundo ele, depois da Expoingá, a Feira de Imóveis é a que mais traz potencial de negócios e de turismo para Maringá. “É uma movimentação bastante positiva”.

A feira é uma vitrine para as imobiliárias e, segundo o sócio da Imobiliária Sandri, Claudiomar Sandri, é uma forma de fomentar o setor. “É um evento que gerou bons negócios em todas as edições, e participamos desde a primeira. Tem imóveis dos mais variados valores, o que torna o mercado aquecido”.

Durante a Feira de Imóveis ocorrerão dois eventos paralelos: a 2ª Exposíndico e a Feira Casa.com. O primeiro é uma mostra que reúne empresas especializadas em serviços para condomínios, como jardinagem, abastecimento de gás, serviço de elevadores, alarmes monitorados e limpeza.

Já a Feira Casa.com traz estandes voltados à decoração e arquitetura. É a ponta final do setor, que começa com a linha de crédito, compra do imóvel, economia do condomínio e, por fim, a decoração do imóvel.

De acordo com a organizadora da Feira Casa.com, Rosângela Macedo, serão mais de 20 expositores. “Reuniremos todos os serviços e produtos para construir e decorar com qualidade e bom gosto. Permitimos ao visitante ver num só lugar o que Maringá e região têm de melhor, desde profissionais de arquitetura e decoração, até pisos, revestimentos, materiais diferenciados de construção, mobiliário e eletroeletrônicos”. ■

Vanor Henriques, um cidadão do mundo

Vanor Henriques nasceu em Cataguases, cidade do interior mineiro. Sua história no Paraná teve início em 1929, quando ele se mudou com a família para a cidade de Cambará. No município foi comerciante e correspondente do Banco do Brasil, por 13 anos. Cidadão bem sucedido, auxiliou na construção da Santa Casa e foi um dos fundadores da primeira sociedade agrícola do Norte do Paraná, em 1933. Com ele, nesta empreitada, estava o major Antonio Barbosa Ferraz Júnior.

Cheio de entusiasmo e esperança pelas propagandas veiculadas pela Companhia de Terras Norte do Paraná, Vanor Henriques trocou Cambará por Maringá em 1952. Na nova cidade, instituiu lavouras e iniciou os negócios da Serraria São Sebastião, junto com os filhos, uma atividade que o marcaria no meio empresarial. Isto fez com que ele participasse de diversos clubes de classe e de serviço, entre eles o Maringá Clube, Clube Hípico e Rotary Clube de Maringá.

Vanor havia sido vereador em Cambará. Na jovem Maringá não foi diferente. Pleiteou o cargo de prefeito nas eleições municipais de 1960, pela União Democrática Nacional - UDN, mas não obteve sucesso. Na oportunidade foi derrotado por João Paulino Vieira Filho, então Promotor Público da cidade.

Ele sempre se lembrou com orgulho de ter sido um dos poucos a ter passado pela vida política sem perder os amigos. Em sua serraria, todos os natais foram animados e festivos. Vanor reunia os empregados em uma grande festa e distribuía brinquedos para as crianças. Durante a década de 1970, o mesmo costume foi passado para suas fazendas.

Além de empreendedor, ele tinha



Campanha eleitoral de 1960. Da esquerda para a direita Yeri, Ruy, Vanor Henriques, Haroldo Leon Peres e Francisco Negrão



A Serraria São Sebastião, localizada na avenida das Indústrias, chegou a ter uma colônia de trabalhadores com 32 residências

um espírito desbravador, que fica evidenciado pelo fato de ao longo da vida ter visitado mais de 30 países, mesmo diante de meios de transportes não tão avançados quanto os atuais. Um cidadão do mundo.

Vanor Henriques faleceu em 24 de

julho de 1987. Era casado com Itália D'Andréa, com quem teve quatro filhos: Ruy, Reinaldo, Romilda e Vanor Filho.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

www.acim.com.br

A maior feira de imóveis do sul do Brasil

A 15ª edição da Feira de Imóveis será realizada de 13 a 15 de abril, com a expectativa de receber 12 mil pessoas, que vão conhecer centenas de opções de imóveis, mostra Exposíndico e a Feira Casa.com, que reunirá empresas de decoração e arquitetura

Walter Fernandes



Téo Granado, do Secovi Maringá: “depois da Expoingá, a Feira de Imóveis é a que mais traz potencial de negócios e turismo para Maringá. É uma movimentação positiva”

Quem pretende comprar um imóvel, terá uma oportunidade ímpar: a 15ª edição da Feira de Imóveis, que acontecerá de 13 a 15 de abril no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá. O evento, promovido pelo Sindicato da Habitação e Condomínios do Paraná (Secovi) em parceria com a ACIM, reunirá cem expositores, com ofertas de centenas de imóveis, incluindo lançamentos, e linhas de crédito imobiliário.

Mas a feira não é voltada apenas para compradores, já que quem pre-

tende alugar ou construir também terá sua vez. Considerada a maior feira do gênero do sul do Brasil, o evento deverá receber 12 mil visitantes. O presidente regional do Secovi em Maringá, Téo Granado, afirma que 80% dos agentes imobiliários da cidade participarão da feira, o que facilita bastante o trabalho de quem está em busca de um imóvel. “Os visitantes não precisarão se deslocar a várias imobiliárias, já que serão muitos funcionários em um sistema de mutirão, que atenderão rapidamente

e já vão, inclusive, pré-approvando a documentação”. Segundo ele, depois da Expoingá, a Feira de Imóveis é a que mais traz potencial de negócios e de turismo para Maringá. “É uma movimentação bastante positiva”.

A feira é uma vitrine para as imobiliárias e, segundo o sócio da Imobiliária Sandri, Claudiomar Sandri, é uma forma de fomentar o setor. “É um evento que gerou bons negócios em todas as edições, e participamos desde a primeira. Tem imóveis dos mais variados valores, o que torna o mercado aquecido”.

Durante a Feira de Imóveis ocorrerão dois eventos paralelos: a 2ª Exposíndico e a Feira Casa.com. O primeiro é uma mostra que reúne empresas especializadas em serviços para condomínios, como jardinagem, abastecimento de gás, serviço de elevadores, alarmes monitorados e limpeza.

Já a Feira Casa.com traz estandes voltados à decoração e arquitetura. É a ponta final do setor, que começa com a linha de crédito, compra do imóvel, economia do condomínio e, por fim, a decoração do imóvel.

De acordo com a organizadora da Feira Casa.com, Rosângela Macedo, serão mais de 20 expositores. “Reuniremos todos os serviços e produtos para construir e decorar com qualidade e bom gosto. Permitimos ao visitante ver num só lugar o que Maringá e região têm de melhor, desde profissionais de arquitetura e decoração, até pisos, revestimentos, materiais diferenciados de construção, mobiliário e eletroeletrônicos”. ■

Vanor Henriques, um cidadão do mundo

Vanor Henriques nasceu em Cataguases, cidade do interior mineiro. Sua história no Paraná teve início em 1929, quando ele se mudou com a família para a cidade de Cambará. No município foi comerciante e correspondente do Banco do Brasil, por 13 anos. Cidadão bem sucedido, auxiliou na construção da Santa Casa e foi um dos fundadores da primeira sociedade agrícola do Norte do Paraná, em 1933. Com ele, nesta empreitada, estava o major Antonio Barbosa Ferraz Júnior.

Cheio de entusiasmo e esperançoso pelas propagandas veiculadas pela Companhia de Terras Norte do Paraná, Vanor Henriques trocou Cambará por Maringá em 1952. Na nova cidade, instituiu lavouras e iniciou os negócios da Serraria São Sebastião, junto com os filhos, uma atividade que o marcaria no meio empresarial. Isto fez com que ele participasse de diversos clubes de classe e de serviço, entre eles o Maringá Clube, Clube Hípico e Rotary Clube de Maringá.

Vanor havia sido vereador em Cambará. Na jovem Maringá não foi diferente. Pleiteou o cargo de prefeito nas eleições municipais de 1960, pela União Democrática Nacional - UDN, mas não obteve sucesso. Na oportunidade foi derrotado por João Paulino Vieira Filho, então Promotor Público da cidade.

Ele sempre se lembrou com orgulho de ter sido um dos poucos a ter passado pela vida política sem perder os amigos. Em sua serraria, todos os natais foram animados e festivos. Vanor reunia os empregados em uma grande festa e distribuía brinquedos para as crianças. Durante a década de 1970, o mesmo costume foi passado para suas fazendas.

Além de empreendedor, ele tinha



Campanha eleitoral de 1960. Da esquerda para a direita Yeri, Ruy, Vanor Henriques, Haroldo Leon Peres e Francisco Negrão



A Serraria São Sebastião, localizada na avenida das Indústrias, chegou a ter uma colônia de trabalhadores com 32 residências

um espírito desbravador, que fica evidenciado pelo fato de ao longo da vida ter visitado mais de 30 países, mesmo diante de meios de transportes não tão avançados quanto os atuais. Um cidadão do mundo.

Vanor Henriques faleceu em 24 de

julho de 1987. Era casado com Itália D'Andréa, com quem teve quatro filhos: Ruy, Reinaldo, Romilda e Vanor Filho.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

Sucessão e partilha de bens distantes das brigas de família

Se a morte do patriarca já será dolorosa, imagine com o agravante da família brigar pela herança, às vezes com direito a processos judiciais; advogados dão dicas que podem trazer mais tranquilidade à família e aos negócios

Rubia Pimenta

“Quem irá administrar minha empresa depois que eu não viver mais neste mundo?”. Essa questão pode tirar o sono de muitos proprietários de empresas familiares, preocupados em manter a sobrevivência do negócio que construíram. Especialistas no assunto afirmam que a solução para o problema pode ser simples e depende, principalmente, de planejamento. Além de preparar bem o herdeiro para o cargo que um dia irá assumir, alguns dispositivos legais podem evitar transtornos e os indesejáveis processos judiciais de transferências de bens.

Para a advogada Juliana Martinnelli, o planejamento é importante para evitar desgastes dentro da família e da empresa. “Brigas judiciais tiram o foco dos negócios e podem trazer grandes prejuízos. A sucessão bem sucedida traz tranquilidade e aumenta as chances de

Nelson e os filhos Gustavo e Guilherme, da Germani: eles pretendem em breve formar uma companhia para gerenciar as empresas do grupo e evitar brigas posteriores

Walter Fernandes



sucesso da empresa”, afirma.

A autopeças Molas Germani é uma das empresas mais antigas de Maringá. Ela nasceu em 1961, em Paranavaí, pelas mãos de Germano Novakowski. Na década de 1970, o filho dele, Nelson, veio para Maringá e implantou uma filial. Os negócios prosperaram e em 2009 a família abriu a Germani Implementos, que fabrica eixos direcionais, além de carrocerias e reboques voltados para o segmento da cana-de-açúcar e frangos.

A fábrica já está nas mãos da terceira geração da família. Guilherme Novakowski, filho de Nelson, é diretor comercial da Germani Implementos. “Fiz engenharia mecânica e acreditava que nosso negócio poderia sair do serviço restrito à manutenção, pois havia um nicho de mercado interessante que poderia ser atendido. Começamos a fabricação e deu certo”, fala.

Guilherme conta que ele e o irmão, Gustavo, foram preparados desde pequenos para assumir a Germani. “Trabalho desde os sete anos. Meu pai me colocava para apertar parafuso junto com os trabalhadores. Ele dizia que eu deveria conhecer todos os departamentos da empresa para ter propriedade na hora de gerenciar. Por isso, comecei na base da fábrica até atingir a administração”, explica.

Hoje, a Germani Implementos, localizada no Contorno Sul, está sob a gerência de Guilherme, enquanto Gustavo administra a loja de autopeças na avenida Colombo. “A gestão está por nossa conta, mas todos os meses prestamos contas

Os dispositivos da lei para partilha e herança

- 1 Doação por usufruto**, através da criação de uma holding familiar: permite ao doador a transferência em vida de cotas aos herdeiros, possibilitando que o patriarca continue administrando o negócio enquanto estiver vivo;
- 2 No caso da criação de uma holding**, o doador poderá conceder maior poder de decisão ao filho que considerar mais apto para tocar os negócios;
- 3 Filhos de outros relacionamentos não possuem direito** à herança do padrasto/madrasta, a não ser que haja um testamento expressando a vontade;
- 4 As cláusulas do contrato social de empresas** que têm sócios podem prever o ingresso dos herdeiros com critérios de sucessão ou podem impedir a incorporação de herdeiros;
- 5 Todos os filhos**, mesmo os que não forem reconhecidos em vida e os que foram gerados fora do casamento, têm direito à herança.

FONTES | Advogados Juliana Martinelli e Vinicius Feriati



ao nosso pai sobre os serviços”, ressalta.

Pensando no futuro, os dirigentes da Germani pretendem, em breve, formar uma companhia que irá gerenciar as empresas do grupo. “Todos temos nossos próprios negócios. Através dessa companhia vamos unir todos eles. Assim, quem já está administrando determinado ramo, continuará nesta gerência, mesmo que o patriarca resolva se aposentar”, explica.

Para o herdeiro, o planejamento

da sucessão é essencial para as empresas familiares. “Se tudo for bem declarado entre os envolvidos, esses contratos evitam brigas posteriores. Isso sem contar a tranquilidade, pois todos saberão o seu lugar futuramente”, conta.

Doação por usufruto

Segundo a advogada, existem diversas formas de realizar o planejamento sucessório nas empresas familiares. Para ela, a melhor opção é a doação por usufruto, através da criação de uma holding

familiar. Esse contrato permite ao doador transferir em vida quotas de sua titularidade (em diferentes valores, se desejar) aos herdeiros que irão administrar os negócios, mantendo os direitos políticos e administrativos sobre a empresa.

“Enquanto o proprietário estiver vivo, continuará administrando o patrimônio e recebendo seus frutos segundo sua vontade. Com o falecimento do doador, as quotas objeto do usufruto não integrarão o inventário, pois já foram transferidas aos herdeiros. Bastará o registro do atestado de óbito na Junta Comercial com a alteração contratual para averbar o cancelamento do usufruto, passando os herdeiros a exercer todos os direitos automaticamente”, explica Juliana.

Entre os benefícios da holding está o fato do doador ter direito de dar maior poder de decisão ao filho que considerar mais apto a administrar os negócios. “Assim, a direção da empresa fica nas mãos daquele que o proprietário acreditar estar mais preparado, pois geralmente não são todos os filhos que têm talento para administrar empresas, o que pode comprometer o seu futuro”, fala a advogada.

Outro ponto positivo da doação por usufruto é que, no caso de haver vários herdeiros, o contrato não precisa ser aprovado por todos os envolvidos. No entanto, a advogada ressalta que o proprietário não poderá doar à apenas um deles mais da metade de seu patrimônio.

Filhos dos cônjuges

Pela legislação, quando um homem/mulher se casa com um cônjuge que possui filhos de outros relacionamentos, estes não possuem direito à herança do padrasto/madrasta. Mas, se for do desejo



“Brigas judiciais tiram o foco dos negócios e podem trazer grandes prejuízos. A sucessão bem sucedida aumenta as chances de sucesso da empresa”, diz a advogada Juliana Martinelli

Divulgação

do proprietário, esta situação pode mudar através de um testamento.

Um profissional liberal de Maringá, que não quis divulgar o nome, passou por esta situação antes dos 40 anos. Ao se casar com a atual esposa, os dois filhos dela vieram para sua casa. Anos depois, a união do casal trouxe para o mundo uma menina, sua única filha legítima.

Os meninos cresceram e, inspirados pelo padrasto, seguiram a mesma carreira. Hoje eles compõem uma firma bem estabelecida em Maringá, que gerou patrimônios à família. Preocupado com o futuro dos rapazes, que criou como filhos e ajudaram a consolidar a empresa, o profissional

fez um testamento, deixando aos meninos 50% dos bens que lhe cabem no casamento. “Se não fizesse um testamento, eles ficariam sem nada quando eu morresse, e isso não é justo, uma vez que eles trabalharam muito ao meu lado e eu os considero como filhos”, afirma.

Conforme a advogada Juliana Martinelli, a atitude do empresário está correta, pois a legislação permite que se doe até 50% do próprio patrimônio da forma que achar conveniente. “Pode ser para um herdeiro específico, ou pessoas diversas, mesmo de fora da família. O espólio também pode ser destinado às instituições de caridade, projetos ou qualquer outra forma que se deseje aplicá-lo”, explica.

Sociedade

No caso da empresa possuir vários sócios e um deles falecer, Juliana ressalta a importância do contrato social da empresa possuir cláusulas que especifiquem claramente como deve ser o processo de sucessão. “Se não houver esses pontos, aconselho que seja feita a mudança contratual o quanto antes”, afirma.

As cláusulas podem especificar se os herdeiros dos sócios poderão ingressar na sociedade, colocando critérios na sucessão. “Se o filho do sócio falecido concordar em manter o investimento na empresa, e os sobreviventes concordarem em tê-lo como sócio, a sociedade não se dissolve”, explica a advogada.

O contrato também pode conter pontos que impeçam a incorporação dos herdeiros à sociedade. Neste caso, o valor correspondente à quota do falecido deve ser repassado aos sucessores, levando em consideração a situação patrimonial da empresa.

Os herdeiros também não são obrigados a ingressar na sociedade, caso o contrato permita a sucessão. Nesta situação, o capital social da empresa pode sofrer uma redução, se os demais sócios não suprirem o valor que será repassado aos herdeiros. O valor correspondente à quota do sócio deve ser pago em 90 dias, a partir da liquidação, salvo estipulação contratual em sentido contrário.

“Em todos os casos, a melhor forma é conversar abertamente sobre o assunto com a família e também com os sócios, para planejar a melhor forma de sucessão. Isso evita futuros desgastes, que só prejudicam os negócios e tiram a tranquilidade dos entes queridos”, afirma a advogada.



Divulgação

Poderia ser um enredo de uma peça de Nelson Rodrigues, mas envolve a família do dramaturgo, que briga na Justiça por direitos autorais e inclui três filhos reconhecidos após a morte do autor

Filhos fora do casamento também têm direitos

Trinta anos após a morte de uma dos maiores dramaturgos do Brasil, a família de Nelson Rodrigues continua em pé de guerra na Justiça por conta dos direitos autorais do escritor. Ele é criador de peças teatrais como “Vestido de Noiva”, “Bonitinha, mas Ordinária”, “O Beijo no Asfalto”, entre outros clássicos, que renderam, somente em 2011, mais de R\$ 200 mil. Calcula-se que o número vá aumentar em 2012, devido à comemoração dos cem anos de seu nascimento.

O problema na divisão está no grande número de filhos e ex-mulheres de Nelson. Em seu testamento havia duas esposas, dois filhos legítimos e uma fora do casamento, mas que foi reconhecida por ele.

A situação se agravou após a morte do autor, quando foram descobertos três novos filhos dele, até então desconhecidos. Exames de DNA comprovaram o vínculo sanguíneo e os herdeiros requerem, agora, sua parte no espólio.

Conforme o advogado Vinicius Feriato, todos os filhos, mesmo os que não foram reconhecidos em vida, têm direito à herança. No caso de Nelson, os filhos descobertos têm os mesmos direitos dos outros herdeiros. “Em regra, todos os filhos são herdeiros, mesmo aqueles gerados fora do casamento. Se todos os herdeiros não forem arrolados no inventário, a partilha pode ser anulada”, explica. ■

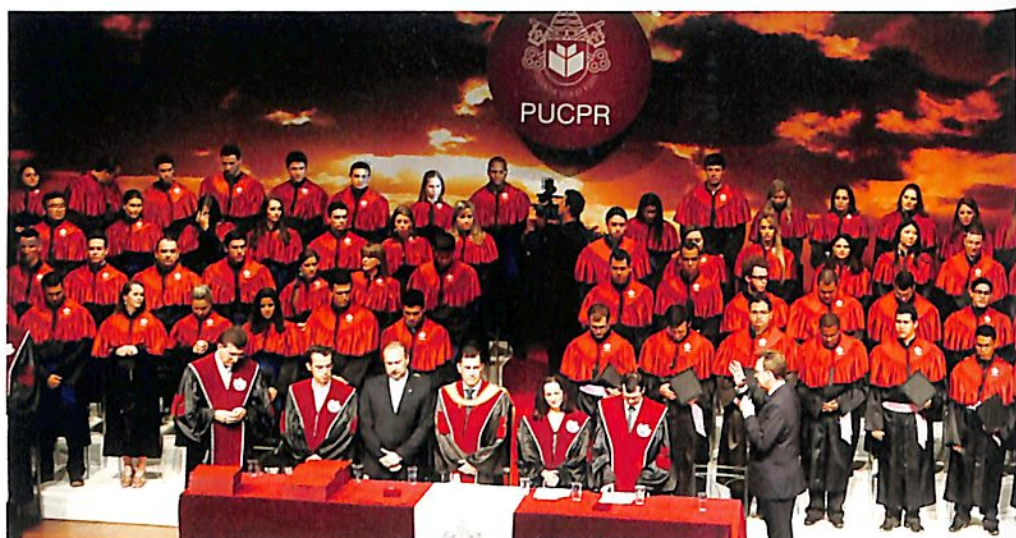
Mais profissionais no mercado

Convidado para ser paraninfo e patrono, presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, prestigia formandos de três instituições de ensino superior

Após milhares de horas dedicadas ao estudo e à ampliação de conhecimentos, chegou o grande dia de receber o diploma de ensino superior. Quem teve o privilégio de passar pela experiência, provavelmente se lembrará com carinho deste momento e da cerimônia de colação de grau, onde é tradição entre os formandos escolher o paraninfo, uma personalidade destacada no âmbito do corpo científico. Os graduandos também escolhem o patrono, uma espécie de padrinho da turma e considerada uma pessoa influente no município.

O presidente da ACIM, Adilson Emir Santos, foi escolhido patrono e paraninfo de três turmas de graduandos, por representar uma das entidades mais importantes da cidade e referência na defesa da classe empresarial. Ele foi escolhido paraninfo dos cursos de Administração da PUC Paraná, cuja cerimônia de colação foi realizada em 31 de janeiro. No discurso, Santos destacou alguns valores e crenças que cultiva e que poderiam ajudar os profissionais recém-formados a ter uma vida boa, ética e feliz. "Creio no bem, na justiça, no amor e na tolerância. E creio na gentileza e no bom humor como uma forma de realizá-los".

Já a cerimônia de colação de grau dos cursos de Administração e Direito da Unifamma, na qual Santos foi paraninfo, foi realizada em primeiro de fevereiro. E em seu discurso, o presidente da ACIM desejou que os formandos "tenham um sonho, acreditem no seu potencial, transformem o sonho em realidade, lutem,



persistam, não desanimem e sejam apaixonados pelo que fizerem".

Já em relação ao curso de Gestão de Negócios Imobiliários da Ulbra, Adilson Emir Santos foi patrono da turma de 40 alunos. A colação de grau foi em 9 de fevereiro e entre os formandos havia dois diretores da ACIM: Cláudio Sandri e Rony Guimarães.

Há 40 anos no mercado, Sandri decidiu fazer o curso para se aperfeiçoar e diz que a graduação foi uma oportunidade também para trocar experiências. "Foi bastante positivo", diz ele, que é vice-presidente do Sindimóveis e membro do Creci. Sandri pretende aplicar alguns dos conhecimentos na imobiliária que



De cima para baixo: colação de grau dos formandos de Administração da PUC Paraná; colação dos cursos de Administração e Direito da Unifamma e o recém-formado Cláudio Sandri

leva seu sobrenome.

Rony Guimarães, do Buffet Moinho Vermelho, apesar de não fazer planos de mudar o ramo de atuação, pretende aplicar os conceitos aprendidos para a realização pessoal. ■

PÓS-GRADUAÇÃO
inscrições abertas



APROVEITE
O MOMENTO



GESTÃO ESTRATÉGICA EM ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR

Buscando atender as demandas crescentes dos profissionais gestores do noroeste e norte do Paraná, a FUNDACIM realizou uma parceria com a FCV, para oferecer, em Maringá, o Curso de Especialização em Gestão Estratégica em Organizações do Terceiro Setor. A principal expectativa é capacitar os profissionais com ferramentas e técnicas de gestão adequadas, para tornar sua intervenção mais eficaz e efetiva na construção de uma política de **gestão sustentável**.

Inscrições: em março de 2012
Carga Horária Total: 400 h/a
Duração do Curso: 18 meses
Periodicidade: De duas a três vezes por mês

Investimento: Matrícula de R\$ 280,00 + 23 parcelas de R\$ 350,00
(20% de desconto para pagamento até o dia 10 de cada mês.)

Iniciativa



Realização



Certificação



Parceiro



www.fundacim.org.br
Fone: (44) 3025-9676 | 3025-9648

CULTURA EMPRESARIAL



VALE A PENA OUVIR

Patricia Pereira Marques – publicitária



R.E.M - Part lies, part heart, part truth, part garbage, 1982 – 2011

Fãs de R.E.M já podem matar a saudade da banda, que lançou no final de 2011 a coletânea "Part lies, part heart, part truth, part garbage, 1982 – 2011". O álbum retrospectivo duplo marca a jornada da banda. Traz 40 canções, incluindo três inéditas e hits como "Man on the moon", "Losing my religion" e "Shiny happy people". Vale à pena ouvir e relembrar.

SafetySuit – These times

A banda americana SafetySuit, lançada em 2008 e conhecida por suas canções "Someone like you" e "Life left to go, depois de um pré-lançamento exclusivo através do iTunes em 3 de janeiro, lançou seu segundo CD, "These Times", oficialmente em todo o mundo uma semana depois. Com seu rock alternativo, o álbum estreou na sétima posição na *Billboard* e em primeiro lugar na parada de álbuns do iTunes Top.



VALE A PENA ASSISTIR

Cibele Chacon – estudante universitária



Reencontrando a felicidade, de John Cameron Mitchell (2010)

O luto é uma interiorização, a descoberta de um mundo novo, repleto de sensações e sentimentos desconhecidos anteriormente. O recomeço é complicado, é como adentrar no buraco do coelho para explorar um novo país, nem sempre das maravilhas. Mitchell mostra gritos aflitivos usando o silêncio e uma reaproximação sensível, ainda que a distância seja praticamente palpável. É sempre um dia após o outro.

Namorados para sempre, de Derek Cianfrance (2010)

Significa um "sim" dito em dado momento, de um acordo até que a morte os separe, mas que não significa uma vida repleta de felicidade. Na verdade, é uma união penosa, na qual o "para sempre" não passa de obrigação. O filme trata do fim de um relacionamento, utilizando-se de uma narrativa que intercala momentos de quando o casal se conheceu e se apaixonou, até a gota final de um casamento sem diálogo.



O QUE ESTOU LENDO

Aline Anne Andrade – operadora de caixa

Aumente a produtividade, a lucratividade e a sua qualidade de vida



O gerente minuto

Kenneth Blanchard e Spencer Johnson
Editora Record
107 páginas

O livro tem como objetivo orientar um gerente que busca eficácia por meio de três regras denominadas objetivo-minuto, elogio-minuto e repreensão-minuto. A obra baseia-se na busca de um jovem empreendedor pela excelência do cargo, através de viagens e entrevistas com gerentes de empresas de diferentes portes, e enfatiza temas como lucratividade, produtividade e qualidade de vida.



Os novos paradigmas: como as mudanças estão mexendo com as empresas

Idalberto Chiavenato
Editora Manole
422 páginas

O livro pretende desconstruir paradigmas adotados pelas organizações e construir um novo conceito que aborda modernidade, valorização das pessoas e visão estratégica. O autor apresenta estes conceitos como guias para alcançar sucesso empresarial, em um tempo em que muitas empresas adotam uma postura pertinazmente antiquada.



VALE A PENA NAVEGAR

www.foliasnorteparana.com.br: site do projeto Folias de Reis, que documentou nove companhias de reis do norte do Paraná, com registros por meio de áudio, fotos e vídeos

www.ipm.org.br: site do Instituto Paulo Montenegro, que é uma ação social do Ibope; traz pesquisas, notícias, entre outros

www.hbrbr.com.br: site da revista Harvard Business Review Brasil, com notícias, reportagens, artigos, vídeos e postagens do blog

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

As palavras nas redes sociais: veneno, cosmético ou remédio?

Muito mais que promover a interação entre as pessoas, as redes sociais servem, já há algum tempo, para as empresas divulgarem serviços e/ou produtos. E conquistar o cliente no mundo virtual é tão importante quanto conquistá-lo no real. Entretanto, para que essa estratégia não crie um efeito reverso, é importante que os profissionais responsáveis pelas redes sociais estejam atentos a detalhes que podem fazer a diferença.

Por mais que essas ferramentas tecnológicas imprimam certa informalidade às relações humanas, deve-se considerar que, no relacionamento com o cliente, as organizações precisam primar por uma linguagem correta, livre dos vícios do “internetês”, e por uma postura cordial e ética. Fotos que não tenham a ver com aquilo que a empresa oferece, brincadeiras e piadas têm que se restringir a perfis pessoais, jamais a profissionais.

E a divulgação não é a única utilidade de uma rede social no meio comercial; além da abrangência ilimitada, é possível aferir a opinião dos visitantes acerca da qualidade dos serviços e/ou produtos que a empresa oferece. Todavia, essa exposição pode gerar comentários bastante incisivos, vindos de clientes insatisfeitos. Nesse caso, é preciso considerar as críticas e respondê-las com polidez. Se sua opinião for ignorada ou caso seja tratado de forma desrespeitosa, certamente o cliente não fará mais visitas virtuais, tampouco reais.



Páginas no Facebook e no Twitter, por exemplo, devem ser alimentadas com frequência. Informações desatualizadas interferem na credibilidade da organização. O diálogo com o cliente precisa ser feito de forma clara e direta, mas isso não significa imaginar que a linguagem virtual possa ter marcas de desleixo com o idioma.

Um erro de grafia pode até não alterar a qualidade de um produto, mas macula a imagem de quem o produz; um texto confuso talvez não reflita no bom serviço oferecido por uma pessoa jurídica, mas pode afugentar o cliente.

O ideal é que o funcionário responsável por gerenciar as redes sociais da empresa tenha competência linguística para escrever de maneira simples e que esteja sempre atento às regras da língua portuguesa. Confiar no corretor dos programas de computador é um risco; nesses casos, a habilidade humana ainda

se sobrepõe à máquina.

As redes sociais, mesmo sendo ferramentas do mundo virtual, existem para estabelecer vínculos no mundo real. Portanto, estreitar o canal de comunicação com o cliente, de maneira inteligente e agradável, pode trazer excelentes resultados para a organização. Diferentes dos computadores, humanos são sensíveis a afeto e respeito e saberão reconhecer – e diferenciar – as empresas que se preocupam com esses vínculos.

Segundo Platão, a palavra pode ser veneno, cosmético ou remédio. Saber usá-la nas redes sociais determinará a função que ela assumirá na comunicação de uma empresa com os clientes.

Lu Oliveira é professora de língua portuguesa, blogueira do jornal O Diário e autora do livro Primeira Impressão, o qual reúne crônicas que tratam de temas diversos

www.acim.com.br

CURSOS

“Análise e concessão de crédito para produtores rurais” é o curso que passa a integrar a grade do Centro de Treinamento e Desenvolvimento da ACIM. Quem ministrará será o administrador de empresas, pós-graduado em Gestão Financeira Jean Paulo Mattos, que é sócio da Agrocred Análise de Crédito e Cobrança e trabalhou por uma década na área financeira de uma cooperativa de produção agrícola. Ele discutirá as ferramentas que agregam fatores de segurança para avaliação e concessão de crédito. O curso acontecerá entre 17 e 19 de abril, das 19 às 23 horas.

Para mais informações sobre este treinamento e outros que estão programados para abril, o telefone do Centro de Treinamento e Desenvolvimento da ACIM é o (44) 3025-9636.

CONSELHO MUNICIPAL DE TRABALHO

A ACIM tem dois representantes no Conselho Municipal de Trabalho, para o exercício 2012: Marcelo Silva (titular) e Rony Cezar Guimarães (suplente). Eles foram empossados em 15 de fevereiro. Entre os projetos para discussão do conselho estão as ações comemorativas para o Dia do Trabalho e a prevenção de acidentes de trabalho. O Conselho é presidido por Leocides Fornazza.



Walter Fernandes

ASSOCIADO DO MÊS

Desde 2005 no mercado, a Dinâmica Print Solutions atua na área de impressão digital voltada ao mercado promocional em pequenos, médios e grandes formatos, para comunicação interna ou externa. A empresa é referência na adesivagem de veículos, mas também realiza trabalhos para decoração de ambientes e pontos de vendas.

De acordo com o diretor comercial, Rafael Reinert Godoy, este setor tornou-se mais aquecido nos últimos cinco anos e há diversas empresas no mercado, por isso a filiação à ACIM foi importante para possibilitar que ele e os 32 colaboradores possam atualizar conhecimentos, por meio dos cursos ofertados pela Associação Comercial.

A Dinâmica Print Solutions fica na avenida São Judas Tadeu, 506, no Jardim Imperial 2. O telefone é o (44) 3028-0182.

PALESTRA SOBRE O TEMPO E PRODUTIVIDADE

“Mais Tempo – como conquistar uma vida com mais equilíbrio e produtividade” será o tema da palestra do projeto ACIM em Ação, realizada em 29 de março, às 19h30, no Teatro Marista. Quem ministrará será o cientista de computação e um dos maiores especialistas do Brasil em administração do tempo e produtividade, Christian Barbosa, que mostrará como empresários e funcionários podem melhorar o rendimento e produtividade com adequações primordiais no tempo diário. Barbosa é autor dos livros “A tríade do tempo”, “Estou em reunião” e “Você, dona do seu tempo”.

O primeiro lote de convites é gratuito para associados e cada empresa tem direito a um convite, que deve ser retirado na secretaria da ACIM.

MAPAS MENTAIS

Os funcionários da Associação Comercial participaram de um curso, de 13 a 16 de fevereiro, sobre "Mapas mentais". Quem ministrou foi o administrador de empresas e MBA Executivo em Gerenciamento de Projetos Ayrton Silva. Ele abordou o que é, benefícios e aplicabilidade dos mapas mentais, funcionamento do cérebro, entre outros assuntos ligados ao tema.

EMBAIXADOR DO JAPÃO VISITA MARINGÁ

O embaixador do Japão no Brasil, Akira Miwa, visitou oficialmente o Paraná em fevereiro e esteve em Maringá no dia 29, onde visitou o Parque do Japão, Associação Cultural e Esportiva de Maringá (Acema) e o gabinete do prefeito. Além de membros da comunidade japonesa, acompanharam a visita do embaixador os deputados Luiz Nishimori e Antonio Teruo Kato, o cônsul geral do Japão no Paraná, Noboru Yamaguchi, e a vice-cônsul do Japão no Paraná, Nana Kawamoto.

Miwa elogiou a estrutura do Parque do Japão, onde plantou um ipê branco. "Não é fácil surpreender um japonês e vocês conseguiram. É o Parque mais bonito que já visitei. Estou impressionado com a grandeza, beleza e boa administração do local". Ele, que já foi embaixador em Portugal, comentou que o Brasil é um país diferente, com inflação sob controle e que pretende fortalecer o relacionamento do Japão com o Brasil.

O presidente da Acema, Afonso Shiozaki, deu as boas vindas à comitiva do embaixador e ressaltou a importância da visita. "É um orgulho para a comunidade nipônica receber a visita do embaixador em nossa casa". Já o vice-presidente de assuntos de agronegócio da Associação Comercial, José Fernandes Jardim Júnior, entregou um kit da ACIM ao embaixador.



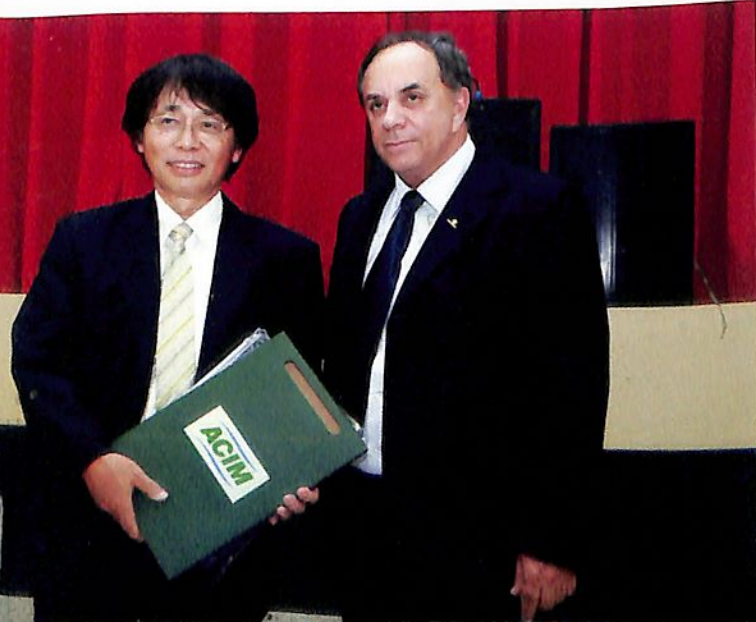
Divulgação

EMPREENDER PELO MUNDO

Os empresários que integram os núcleos Empreender, da ACIM, têm realizado diversas ações em prol da ampliação dos conhecimentos. Um exemplo é o proprietário da Arte Decor Móveis Planejados, Marcelo Cayres, que integra o Núcleo Setorial de Moveleiros (Nusem). Ele está participando desde janeiro de um curso de especialização em design de móveis, na cidade de Pesaro, a cerca de 360 quilômetros de Milão. O curso tem duração de seis meses e é realizado em um centro especializado em madeira e móveis, que trabalha processos para desenvolvimento, competitividade, oferece soluções e serviços tecnológicos nas áreas de pesquisa, qualidade e inovação.

Já seis empresários que integram o Núcleo Setorial de Máquinas de Costura (Ynatex), estiveram, entre setembro e outubro do ano passado, na China, onde visitaram duas feiras: uma exclusiva para o segmento de máquinas de costura e a Feira de Cantão, considerada a maior feira de negócios do mundo. Segundo Adilson Carlos Rodrigues, da empresa Costurando Gostoso, foi uma excelente oportunidade para "ampliar nossa relação comercial e conhecer os produtos que comercializamos, acompanhando todo o processo de fabricação, montagem e controle de qualidade", na foto os integrantes do núcleo que viajaram à China.

www.acim.com.br



PMM



O Judiciário é, de longe, segundo todas as estatísticas, o Poder mais transparente e menos envolvido com a corrupção. Mas isso não quer dizer que não existam os “bandidos de toga”. (...) A diferença é como cada Poder e cada instituição lida com os bandidos que nelas se infiltram

A importância do CNJ

O Conselho Nacional de Justiça (CNJ) é um órgão do próprio Poder Judiciário. Foi criado em 31 de dezembro de 2004 e instalado em junho de 2005, tendo por atribuição constitucional precípua o planejamento estratégico e a fiscalização da atuação dos órgãos judiciários.

Antes do CNJ, o Judiciário funcionava sem coordenação e fiscalização em mais de 90 ilhas separadas pelo território brasileiro. Essas ilhas são cinco tribunais superiores, 26 tribunais estaduais, 27 tribunais eleitorais, 24 tribunais trabalhistas, cinco tribunais federais, três tribunais militares e um tribunal no Distrito Federal.

Essa falta de coordenação e fiscalização no âmbito dos órgãos judiciários corrompeu o princípio da independência entre os poderes para transformá-lo no dogma da soberania dos tribunais nos seus assuntos internos. O advento do CNJ e, mais recentemente, a decisão do Supremo Tribunal Federal, na Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) 4.638, esclareceu que os tribunais possuem autonomia, mas não soberania, devendo todos, exceto o STF, se sujeitarem ao planejamento e fiscalização impostos pelo CNJ.

Pelo planejamento estratégico, vem o CNJ trabalhando pela modernização e aprimoramento do Poder Judiciário. A implantação do processo eletrônico e a estipulação de metas a serem cumpridas pelos juízes e servidores tem auxiliado quebrar zonas de “conforto burocrático” e levado o Judiciário a uma melhor profissionalização da atuação. Além disso, o levantamento estatístico e análise de dados coletados permitem que o CNJ encontre os gargalos processuais e as falhas institucionais nos mais diversos setores, em especial no setor penal, o qual mereceu atenção especial com a realização do mutirão carcerário, que encontrou pessoas presas e sem penas a cumprir em praticamente todos os Estados da Federação – um verdadeiro atentado aos direitos humanos mais básicos.

O papel fiscalizador do CNJ, desempenhado pela Corregedoria do órgão, tem merecido destaque especial. É possível que nos últimos seis anos o CNJ tenha punido mais juízes do que em toda a história da República.

O Judiciário é, de longe, segundo todas as estatísticas, o Poder mais transparente e menos envolvido com a corrupção. Mas isso não quer dizer que não existam os “bandidos de toga”. Eles existem, assim como também existem os “bandidos de beca”, os “bandidos de jaleco”, os “bandidos de farda”, os “bandidos engravatados”, os “bandidos empresários”. A diferença é como cada Poder e cada instituição lida com os bandidos que nelas se infiltram. No Judiciário, o CNJ tem cortado na própria carne, punindo magistrados que se desviam dos valores republicanos que devem orientar sua vida e o desempenho de suas funções.

Ao contrário do que possa parecer, a imensa maioria dos juízes apoia as ações fiscalizadoras do CNJ. Apoia quando o CNJ faz o que as Corregedorias nunca fizeram, que é expulsar dos quadros do Judiciário os maus juízes, que, muito mais que a mera vilania financeira, acabam por denegrir a honra de todos os juízes, seu maior patrimônio.

Os desvios de conduta – da simples ociosidade até a corrupção – nos poderes públicos são como um câncer. Onde quer que apareçam os primeiros sintomas, medidas enérgicas devem ser tomadas. O exemplo educa. O Judiciário tem feito sua parte. Que sirva de exemplo para os demais Poderes.

Anderson Furlan é juiz federal, mestre e doutorando em Ciências Jurídico-Econômicas pela Faculdade de Direito de Lisboa e presidente da Associação Paranaense dos Juizes Federais (Apajufe)

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 gerenciado de forma ecologicamente adequada, socialmente justa, economicamente viável e de acordo com todas as leis vigentes.

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





**SEJA
BEM-VINDO**

**COM SPC IMOBILIÁRIO
VOCÊ ALUGA SEM
BUROCRACIA.**

Conheça o serviço exclusivo da ACIM, que facilita o aluguel de imóveis. Dispense toda a dor de cabeça e correria, retirando de uma só vez todos os documentos exigidos pelas imobiliárias. Entre em contato conosco e comece a sentir-se em casa.

Saiba mais em www.acim.com.br ou ligue 0800-600 9595

ACIM