

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



## O JOGO DE CINTURA DA INDÚSTRIA BRASILEIRA

Para vencer os desafios do setor, industriais investem toda a capacidade de produção em um item indispensável: **soluções criativas**

# Muita ROTATIVIDADE de FUNCIONÁRIOS em sua EMPRESA?



## Invista em benefícios: ofereça PAM SAÚDE!

Estamos na era do pleno emprego e a mão de obra qualificada está cada vez mais rara. Tempo é dinheiro e é precioso para o empresário que necessita de equipe bem preparada e treinada.

Então, o que é possível fazer para reter funcionários, já que salário não é mais garantia de permanência na empresa?

Que tal investir em benefícios?

Pensando nisso, o PAM SAÚDE inovou. Saiu na frente com um novo produto – o PAM COOPERATIVO. Um plano de saúde completo, que cabe no orçamento e contribui na satisfação interna da empresa.



CONHEÇA todos nossos planos! Um deles será perfeito para sua empresa!

**pam** SAÚDE - Mais que Plano de Saúde!



INSTITUTO  
DE MEDICINA  
INTEGRADA

Maringá: 44 3218-1515 | Cascavel: 45 3218-1314 | Ubatã: 44 3543-4186 | Campo Mourão: 44 3017-0051

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



“ Atentos à necessidade de manutenção do crescimento urbano de forma ordenada e consistente, ACIM, empresários e entidades irão encomendar um estudo para traçar as diretrizes dos rumos que a cidade deve assumir nas próximas décadas

### Na união de todos, um futuro planejado e responsável

O futuro de Maringá é assunto recorrente nos meios de comunicação. Só na Revista ACIM o tema foi abordado em muitas reportagens especiais, especialmente nas edições comemorativas do aniversário da cidade. Este é um assunto que não se esgota. Dar continuidade a um planejamento urbano tão bem elaborado a ponto de, mais de seis décadas depois de materializado, ser capaz de acolher com dignidade os cerca de 350 mil habitantes é um desafio para todos os maringaenses.

Qualquer pessoa que visita Maringá, seja brasileira ou estrangeira, não poupa elogios à cidade. Nossos exemplos mais recentes são do mês passado, quando recebemos empresários de Fernandópolis, no interior de São Paulo, e da cidade japonesa de Toyohashi. Indisfarçáveis expressões de admiração tomam os rostos de quem está desacostumado a encontrar, em um mesmo local, planejamento urbano e engajamento social.

Olhando do alto enxergamos para Maringá um futuro com tanta qualidade de vida quanto desfrutamos no presente, mas para isso é preciso começar a trabalhar agora. Atentos à necessidade de manutenção do crescimento urbano de forma ordenada e consistente, ACIM, empresários e entidades irão encomendar um estudo para traçar as diretrizes dos rumos que a cidade deve assumir nas próximas décadas.

O *masterplan* é um documento de enquadramento

e orientação do processo de desenvolvimento urbano, no qual se definem os objetivos e as metas a atingir, a estratégia e os instrumentos operativos. O *masterplan* é também um instrumento de comunicação com a opinião pública, com a população envolvida, com as instituições e com os agentes de transformação. Nosso objetivo é que o *masterplan* seja implantado ao longo das décadas, independente de quem ocupará as cadeiras de prefeito e vereadores. Este será um projeto da comunidade e não de um ou outro governo.

Queremos o envolvimento de toda a sociedade nessa discussão, afinal a cidade é para todos. O desenvolvimento humano, social e econômico de qualquer comunidade só tem sentido quando rompe os limites econômicos, sociais e humanos dessa mesma comunidade. A Maringá que queremos daqui a 20, 30 ou 40 anos deve superar os atualmente invejáveis índices de qualidade de vida que agradam seus habitantes e projetam a cidade de maneira positiva mundo afora.

A ACIM, que é a casa do empresário maringaense, em nome dos mais de 4,3 mil associados vai assumir mais essa bandeira pelo bem-estar da comunidade da qual tem tanto orgulho de fazer parte. Venha conosco.

**Marco Tadeu Barbosa** é presidente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM)



PISCINA COM RAIA DE 12,5M  
E DECK MOLHADO



JULHO 2012



- \* EXCEPCIONAL LOCALIZAÇÃO
- \* 01 POR ANDAR

- \* 340 M<sup>2</sup> PRIVATIVOS
- \* 4 VAGAS DE GARAGEM

FACTORY TOTAL

Financiamento  
**Bradesco**

Projeto aprovado pela Prefeitura, conforme Alvará nº. 1048.009. 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.



# ÍCONE DOS RESIDENCIAIS DE ALTÍSSIMO PADRÃO



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

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

  
**design**  
INOVAÇÃO E QUALIDADE  
Desde 1972



# PARQUE ITORORÓ

RESIDENCIAL

**O APARTAMENTO QUE VOCÊ NECESSITA  
PELO PREÇO QUE VOCÊ PODE PAGAR**

- Com qualidade diferenciada de construção
- Apartamento personalizado idêntico ao sistema de condomínio a preço de custo
- Investimento certo com retorno garantido
- Pequena entrada com parcelas que cabem no seu bolso

**VOCÊ RECEBE A CHAVE EM 18 MESES**

**OBRA  
EM RITMO  
ACELERADO**



**ÁREA NOBRE DA CIDADE.**

**LOCALIZADO EM UMA DAS MAIS BELAS AVENIDAS DE MARINGÁ**

Avenida Itororó, esquina com a Rua Monsenhor Kimura,  
em frente ao Bosque II



# PARA VOCÊ E SUA FAMÍLIA TODA A ESTRUTURA DE UM CLUBE EM SUA CASA

## 4.000 M<sup>2</sup> DE ÁREA DE LAZER

- Guarita
- Salão de festas
- Elevadores
- Espaço gourmet
- Home cinema
- Cyber lounge
- Brinquedoteca
- Playground
- Fitness
- Spa
- Sauna com descanso
- Espaço zen
- Piscina infantil e adulta
- Praça
- Quadra de esporte
- Estacionamento



### 3 DORMITÓRIOS (1 SUÍTE)

- Sala de estar
- Sala de Jantar
- Sacada com churrasqueira
- BWC social
- Copa e cozinha
- Área de serviço
- Despensa
- 1 vaga de garagem com opção de 2

**ÚLTIMAS UNIDADES**  
JÁ COM PRAZO DE  
ENTREGA PROGRAMADA



**PLANTÃO DE VENDAS  
NO LOCAL**

Móveis e equipamentos: meramente ilustrativos. Incorporação Nº 42347-R3 - Cartório de Registro de Imóveis - 2º Ofício.

INFORMAÇÃO

**THEODORADO**  
IMÓVEIS  
4009-2000  
AV. XV DE NOVEMBRO, 696 - MARINGÁ - PR  
www.theodorado.com.br

**CHAVE DE OURO**  
CRECI-J-4647

3031-6500  
AV. HUMAITÁ, 205  
www.imobiliariachavedeouro.com

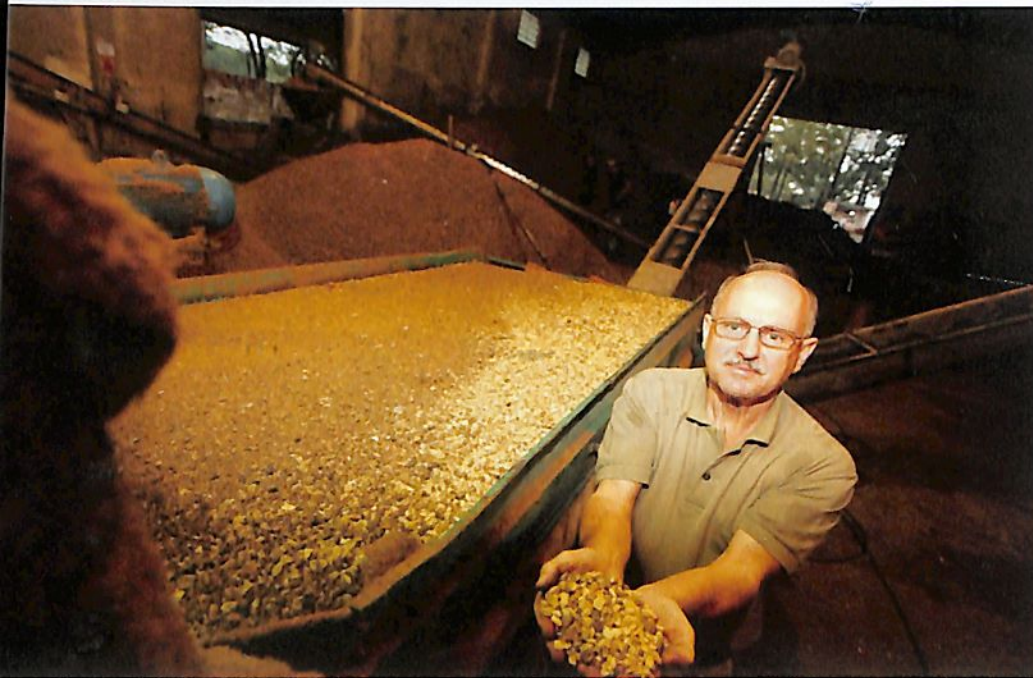
EXECUÇÃO

**CONSTRUTORA  
TRANSAMÉRICA**  
3222-1512  
AV. XV DE NOVEMBRO, 696

# 18

## REPORTAGEM DE CAPA

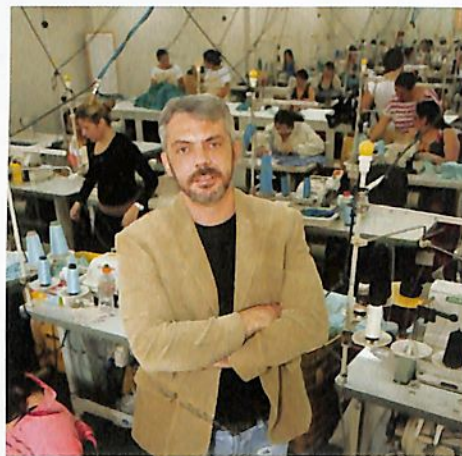
Enquanto “esperam” pela diminuição da carga tributária e modernização das leis trabalhistas, as indústrias brasileiras apostam em tecnologia e se voltam aos fornecedores de matéria-prima no exterior para reduzir custos e manter a competitividade frente aos produtos importados, especialmente os produzidos pelos países asiáticos, que invadiram o mercado brasileiro; na foto o empresário Francisco Meira, da Bonechar Carvão Ativado



# 10

## ENTREVISTA

Ex-presidente da Tecnisa e da HSM do Brasil, Carlos Alberto Júlio tem ministrado palestras pelo país afora discutindo estratégias nos negócios e é este o tema que ele aborda na entrevista principal; “para ter uma estratégia que realmente se realize há um tripé técnico que leva a ter uma boa gestão: foco, disciplina e organização”, defende Júlio



# 30

## MERCADO

Empresas apostam na criação de segundas e até terceiras marcas como estratégia para elevar as vendas através da conquista de uma clientela diversificada; enquanto uns focam na popularização dos produtos, outros se voltam para um público de maior poder aquisitivo, como o empresário Fábio Ferreira, da Bainha com Arame, Brig e Sinistra



# 34

## SAÚDE

Bater nas costas de alguém que está engasgado com um pedaço de pão e passar creme dental em uma queimadura pode até ser o senso comum, mas não são as medidas mais adequadas para ajudar as vítimas; veja como proceder em casos de ataques de epilepsia e cardíaco, na foto o médico Enio Teixeira Molina Filho



## 38 NEGÓCIOS

Se antes era o pão francês o protagonista de uma padaria, agora no cardápio das panificadoras há almoços executivos, refeições congeladas e até pizza, afinal, conforme relata Eduardo Fernandes, da Brioche Crocante, os clientes querem praticidade e variedade; panificadoras também oferecem espaço para que os clientes possam usar como local de reunião

## 44 NEGÓCIOS

Programa de participação dos lucros e resultados (PLR) pode ajudar os funcionários a ficar mais engajados e melhorar o ambiente organizacional, mas segundo especialistas e empresários, deve ter metas realizáveis; este tipo de benefício é isento de contribuição ao INSS



## 48 MERCADO

Ilvo Griz, da IG Transmissão e Distribuição de Eletricidade trocou o trabalho às segundas-feiras pelos sábados para parte da equipe, o que tornou possível aos funcionários usar o dia útil para compromissos pessoais; para evitar faltas no trabalho e quando a lei não é clara, como no caso do funcionário que faltou porque levou o filho ao médico, deve-se usar o bom senso

# A estratégia como alicerce dos negócios

Carlos Alberto Júlio foi presidente da Tecnisa e da HSM do Brasil. Graduado em Administração de Empresas com especialização na Harvard Business School, na London Business School e no IMD de Lausanne-Suíça, Júlio é professor na USP, ESPM e FGV, além de conselheiro da Camil Alimentos e de tecer comentários diariamente na rádio CBN sobre gestão descomplicada. Ele esteve em Maringá no final de maio, a convite da CBN Maringá para ministrar uma palestra sobre estratégia nos negócios, que é o assunto que ele discute na entrevista abaixo:

## Como elaborar uma estratégia de negócio realmente viável?

No mundo dos negócios estratégia é um assunto pouco estudado. As pessoas estudam para ser médicas, engenheiras, mas acham que podem dirigir negócios sem estudar negócios. E é esta a minha defesa: a partir do momento que se resolve montar uma empresa, grande ou pequena, se forem conhecidas as ferramentas que a ciência da administração nos oferece, ela anda muito mais rápido. E uma dessas ferramentas é justamente o pensamento estratégico, que é como se organiza para conquistar o que se quer no mundo dos negócios. É incrível como as pessoas não pensam o que querem para o negócio para o próximo ano, elas vão vivendo o dia a dia. As



Walter Fernandes

empresas crescem por capacidade das pessoas, às vezes o mercado também ajuda, mas isso não é fruto necessariamente da estratégia, que nasce de uma meta clara. Pode ser uma meta para lançamento de um produto, para a montagem de uma empresa ou para a criação de uma equipe de vendas.

## Esta estratégia deve constar no papel?

Se colocar no papel, ajuda a entender como se definiu o caminho. Ao estar escrito, todos entendem para onde querem levar a empresa. O que se quer do negócio neste

ano? É preciso estipular a taxa de crescimento, o número de produtos que vão ser lançados, o percentual de lucro, faturamento. Sabendo aonde o empresário quer chegar, ele faz as escolhas e traça um caminho para chegar mais rápido. Para ter uma estratégia que realmente se realize há um tripé técnico que leva a ter uma boa gestão: foco, disciplina e organização. Foco é a capacidade de dizer não, de entender o que quer e correr atrás. A disciplina é entregar aquilo que se prometeu, são os passos para cumprir a meta. E organização é lançar mão de ferramentas e técnicas de gestão

para andar mais rápido, porque o mercado anda rápido.

**O brasileiro não é estratégico? Até porque há muitos empreendedores por necessidade, sendo que o ideal são empreendedores por oportunidade...**

Passamos tantas décadas com inflação alta e com cenário macroeconômico imprevisível que as pessoas não tinham muito como traçar uma estratégia. Mas já temos dez anos de estabilidade econômica... Também tem aquilo de acreditar no jeitinho brasileiro, no improviso. As boas escolas de negócios estão aí para oferecer ferramentas que podem ajudar os negócios. Parte do problema é porque acreditamos que qualquer pessoa pode ser vendedor, em vez de acreditarmos que o vendedor é quem estabelece o link entre a empresa e o mercado, que entende do produto. Agora que estamos com a economia estabilizada e que a competição fica mais aparente, o consumidor sabe quanto valem os produtos, os que têm e os que não têm qualidade, as empresas que não se comportam bem no mercado. Com tudo isto que está acontecendo, não dá mais para levar o dia a dia na flauta. Tem muita gente que acredita, e eu respeito, em determinismo, que o que tiver que ser será. É uma teoria Zeca Pagodinho de deixa a vida me levar. Eu acredito, pragmaticamente falando, que quando se deseja algo, você monta um plano para atingir. Quando o escritor Paulo Coelho dizia que quando se tem um sonho o universo conspira a favor, as pessoas acham que isso é esotérico. Isto é pragmatismo, é realizar aquilo que se quer. As pessoas esperam resultados diferentes fazendo tudo igual. Se não souber exatamente o que quer de novo, o novo não vai acontecer.

“**Tem muita gente que acredita, e eu respeito, em determinismo, que o que tiver que ser será. É uma teoria Zeca Pagodinho de deixa a vida me levar. Eu acredito, pragmaticamente falando, que quando se deseja algo, você monta um plano para atingir. As pessoas esperam resultados diferentes fazendo tudo igual**

**Quais os erros de estratégias mais comuns?**

O principal erro é não ter objetivos claros. Se a empresa é varejista, é preciso definir o que se quer para este ano: montar uma loja, descobrir um novo ponto de venda, aumentar o mix de produtos... Para isto, é preciso informação, pesquisa, sinergia com o negócio. Costumo dizer o seguinte: o empreendedor tem que pensar grande, começar pequeno e crescer rápido.

**O senhor chegou a trabalhar mais de 16 horas por dia. Ser *workaholic* é o caminho para ser bem-sucedido?**

Não, muito pelo contrário, se você for um estrategista, conseguirá rentabilizar o tempo.

**Então, onde o senhor errava?**

Primeiro eu comecei a me encantar pelo dinheiro e isso não é bom, até porque há um limite até para gastar e aí você começa a perceber que a vida passa muito rápido e não adianta correr apenas de conquistas materiais. Se não desenvolvermos

também o lado emocional, não vai adiantar nada essa correria para alcançar bens materiais. Não adianta trabalhar a vida inteira, porque todos estão sujeitos a ir mal no negócio ou perder alguém da família. E esta mudança tem que começar também nas empresas. No meu site falo sobre o programa de desenvolvimento de gestão que faço. Quando estou em *coaching* com um presidente de empresa pergunto: quantos funcionários você tem? E quanto minutos dá de atenção genuína para cada um deles por semana? Atenção genuína, para mim, é conversar para ver se está tudo bem com o funcionário: como está o trabalho e o dia a dia, se o funcionário está caminhando para cumprir as metas, como a empresa pode ajudar, se está tendo dificuldades. O que defendo é que as pessoas devem ter o comando da vida, dos negócios e da carreira. As pessoas vivem no piloto automático, o que acaba com o lado espiritual. Na minha opinião a arte da liderança é como fazer para ser próximo sem ser íntimo, o que é difícil.

**Como montar uma equipe comprometida, que atinge os resultados?**

Sempre apostei mais no capital social do que na técnica. Quando se entrevista alguém em uma empresa grande, ele já foi previamente aprovado. O candidato à vaga já passou na peneira e quando ia falar comigo, não ia repetir os questionamentos que o recrutador já tinha feito: onde se formou, experiências e referências. Sempre faço entrevistas biográficas e não técnicas. Tento entender o perfil familiar, pessoal, aonde esta pessoa quer chegar na carreira. Se o profissional gosta de trabalhar em equipe, se é pessimista, arrogante, vaidoso em excesso.

Aliás, vaidade é uma característica que não quero, porque compromete a equipe. Nesta entrevista descubro como esta pessoa se relaciona com a família. Se não se dá muito bem com os irmãos, como vai se dar com o trabalho? Vou contar uma experiência: o Antônio Ermírio (de Moraes) é um tremendo empresário e uma vez me entrevistou para uma vaga. Ele começava a trabalhar muito cedo e lembro-me que fui falar com ele tipo sete e meia da manhã. Estou lá sendo entrevistado, quando o Antônio Ermírio vira para mim e fala: não sei se uma pessoa perfumada como o senhor vai dar certo aqui. Respondi que também não sabia se ia dar certo. “Quando fiquei sabendo que ia falar com o doutor Antônio Ermírio, me barbeei com mais cuidado, me penteei com mais cuidado, escolhi minha roupa com muito mais cuidado, achando que para o senhor ia ser um diferencial. Mas se o senhor não liga para isso, acho que não vai dar certo mesmo”. Levantei e fui embora.

**Steve Jobs afirmou que a Apple não fazia pesquisa de mercado, nem contratava consultores. O senhor concorda com esta afirmação?**

Esse pessoal da área de tecnologia consegue enxergar produtos que o consumidor ainda não conhece. Faz parte da demanda latente e não de demandas explícitas. O empreendedor não precisa ser gênio, tem que ser disciplinado, traçar um plano e cumpri-lo.

**Mas como o empresário consegue ter uma visão estratégica não tendo distanciamento do seu negócio?**

As grandes empresas normalmente encomendam pesquisas de comportamento, quantitativas e qualitativas. Mas como o micro e



Walter Fernandes

“O principal erro estratégico é não ter objetivos claros. Se a empresa é varejista, é preciso definir o que se quer para este ano: montar uma loja, descobrir um novo ponto de venda, aumentar o mix de produto... Para isto, é preciso informação, pesquisa, sinergia com o negócio. O empreendedor tem que pensar grande, começar pequeno e crescer rápido

pequeno empresário pode fazer? Estes dias recebi um e-mail muito bacana de uma empresária de Juiz de Fora que estava inaugurando a quarta loja, sendo a segunda em um shopping. Ela disse que eu era responsável por isso e queria me mandar a passagem de avião. Liguei para ela para entender qual tinha sido minha contribuição. Esta empresária disse que dei dois conselhos que foram importantes para ela aprender sobre o negócio. Eu disse o seguinte: tudo que precisa saber sobre o negócio seus funcionários te dizem. Você os ouve? Sugeri que ela convidasse os funcionários para chegar uma hora mais cedo uma vez por mês. Passar num padaria, comprar um café gostoso e uns docinhos e questionar a equipe sobre

como está o negócio? Quando o cliente não encontra o que quer, vai comprar onde? O que o cliente tem pedido que a gente não tem no nosso mix de produtos? Quando você deixa de vender é por que está caro ou é devido à condição de pagamento? O que podemos fazer para vender mais? As nossas promoções funcionam? Também sugeri que ela duas vezes por mês conversasse com os clientes enquanto a equipe vendia, questionando sobre o porquê de gostar da loja. E aí sempre que o cliente falasse algo interessante, ela deveria anotar, mesmo que não soubesse a solução. No caso desta empresária, os funcionários falaram que não adiantava colocar produtos mais caros, porque como era uma loja de rua, os consumidores compravam estes produtos no shopping. Então, ela chegou a conclusão de que o próximo passo seria abrir uma loja no shopping para vender o mix de produto mais caro. Esta empresária também percebeu que o calçado que custava R\$ 300 e não foi vendido na loja do shopping poderia ser vendido pela metade do preço na loja de rua. Assim, a loja do shopping venderia produtos da ponta da moda. Um dos fatos que ela me contou é que seguia muito o modo de trabalhar dos fabricantes, mas em Juiz de Fora o calor predomina e ela não poderia deixar de ter sandália no estoque no inverno. Esta empresária também passou a envolver as vendedoras na compra da coleção. A diferença é que as empresas grandes, como têm mais recursos, contratam uma agência de propaganda para fazer uma pesquisa com um grupo de clientes. A questão é que tudo o que os empresários precisam saber sobre seus negócios os funcionários sabem. ■



# Espaço Mulher



**Um espaço todo especial para as mulheres.**

Agora o Sicoob tem um espaço todo especial para o público feminino: o Espaço Mulher, instalado anexo ao PAC (Ponto de Atendimento ao Cooperado) da Avenida Pedro Taques. Atendimento exclusivo com produtos e serviços específicos para mulheres.

O lugar certo para falar de negócios, tirar dúvidas e tomar aquele cafezinho.

Endereço: Av. Pedro Taques, 252 - Maringá(PR).



### NOVOS VOOS DA TRIP EM MARINGÁ

A Trip Linhas Aéreas completou dez anos de atuação em Maringá e, por isso, o presidente da companhia, José Mário Caprioli veio à cidade, em 25 de junho, agradecer a parceria e comentar sobre o processo de fusão da empresa com a Azul Linhas Aéreas.

Caprioli concedeu coletiva de imprensa na ACIM e participou da reunião de diretoria da entidade, ocasiões em que ele destacou que hoje a empresa opera nove voos diretos em Maringá, sendo que dois passaram a ser operados no mês passado, com destino a Cascavel e São Paulo (Guarulhos). Só no ano passado a empresa transportou mais de cem mil passageiros em Maringá.

O presidente reforçou que com a fusão a empresa aumentará sua competitividade, não deverá haver demissões e as tarifas continuarão



Divulgação

sendo competitivas. Juntas, Trip e Azul passam a ser responsáveis por 66% dos pousos e decolagens dos aviões em Maringá. "Tanto que os dois novos voos foram anunciados depois da fusão, bem como lançamos dois programas para jovens e pessoas com mais de 60 anos, com tarifas especiais".

A Trip é a maior companhia regional da América do Sul e opera em mais de 80 cidades, com 58 aeronaves.

### SEGUNDA MARINGÁ FRANCHISING BUSINESS SERÁ EM AGOSTO

A segunda edição da maior feira de franquias do sul do Brasil será de 30 de agosto a 1 de setembro em Maringá. Será uma oportunidade para franqueadores de diversos segmentos apresentarem produtos e serviços para potenciais investidores na Maringá Franchising Business. Na primeira edição 4,8 mil visitantes foram conhecer as cerca de 70 marcas participantes.

Na feira, que acontecerá no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, serão apresentados modelos de negócios que poderão ser replicados inclusive em cidades de pequeno portes (microfranquias).

Mais uma vez o evento terá a parceria da Associação Brasileira de Franchising (ABF).

A Maringá Franchising Business é uma realização da Prefeitura de Maringá e do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau (MRCVB), com apoio do Instituto Tomodati, Sebrae, ABF, Conampe, ACIM, Sociedade Rural de Maringá, Codem e FCV. A promoção e a organização são da Tasa Eventos. O lançamento da feira foi em 3 de julho na ACIM.

### NOVAS DIRETORIAS NO SIVAMAR E NA APRAS

O início de julho foi marcado por eventos que movimentaram o comércio. No dia 3, o Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) lançou o livro "Desbravadores do Comércio de Maringá", que faz uma retrospectiva de 70 anos da atividade comercial na cidade. E no dia 5 foi empossada a nova diretoria do sindicato, tendo na presidência o comerciante José Rubens Abrão.

Entre as principais metas traçadas pela nova diretoria está a valorização do lojista e do associado do Sivamar. Uma pesquisa está sendo realizada junto aos comerciantes para detectar as principais carências do comércio e a partir do resultado, o sindicato planejará ações. Segundo Abrão, a diretoria pretende estudar e discutir com os lojistas estratégias e promoções para valorizar e fortalecer o comércio de rua.

E por falar em nova diretoria, no dia 30 de junho, durante o jantar de dia dos namorados promovido pela Associação Paranaense de Supermercados (Apras) regional noroeste, no Mont Serrah Eventos, foi apresentada a nova diretoria regional. A posse foi realizada em abril em Curitiba.

O novo presidente, Maurício Bendixen da Silva, conta que nos próximos três anos terá como desafios ampliar a proximidade com os associados e dará ênfase ao tripé da associação, que é capacitação, atendimento jurídico e relacionamento.

## ARTHOUSE APRESENTOU NOVIDADES E TENDÊNCIAS EM ARQUITETURA

A mostra ArtHouse, realizada entre 25 de maio e 17 de junho, contou com a presença de 4,5 mil pessoas, que visitaram a casa decorada e se inspiraram nas novidades do mercado de arquitetura, decoração e design.

Foram 27 ambientes projetados com matérias-primas inovadoras e acabamentos que fazem a diferença na hora de decorar um ambiente. Dois temas foram trazidos à mostra: acessibilidade e sustentabilidade. "Escolhemos a casa pensando em proporcionar acesso a todos os públicos, inclusive pessoas que tivessem limitações de locomoção, além disso, alguns profissionais utilizaram em seus espaços materiais recicláveis, plantas e ideias sustentáveis. Os projetos trouxeram às pessoas muitas ideias que podem ser aplicadas em sua construção ou reforma de casa", afirma a arquiteta Paula Letícia Martins, diretora da mostra.



Divulgação

A Arthouse é uma mostra bienal realizada pela Jump Comunicação e Contemporânea Arquitetura que tem como objetivo trazer ao mercado de Maringá e região as tendências do segmento, reunindo trabalhos de profissionais de arquitetura, urbanismo, decoração, paisagismo e design.

## SEIS MIL NOVOS EMPREGOS EM MARINGÁ

De janeiro a maio o saldo de empregos em Maringá foi de 6.263, um número 29% maior que o registrado em 2011. No Paraná, no mesmo período o saldo foi negativo de 9%. Os dados são do Caged, do Ministério do Trabalho. Em Maringá foram admitidos 42.805 trabalhadores e demitidos 36.542, nos cinco primeiros meses do ano.



**1º FÓRUM NACIONAL DA PRODUÇÃO CULTURAL EM PEQUENOS E MÉDIOS MUNICÍPIOS**

**DE 7 A 11 DE AGOSTO/12**  
**TEATRO CALIL HADDAD**  
**MARINGÁ | PARANÁ**

- POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO
- ◆ GESTÃO DE INSTITUIÇÕES, PROJETOS E INICIATIVAS CULTURAIS
- FINANCIAMENTO DA PRODUÇÃO CULTURAL

ARTES CÊNICAS | ARTES VISUAIS | AUDIOVISUAL | HUMANIDADES | MÚSICAS | PATRIMÔNIO | MUSEUS

## PRODUÇÃO CULTURAL É TEMA DE ENCONTRO NACIONAL

De 7 a 11 de agosto Maringá sedia o 1º Fórum Nacional da Produção Cultural em Pequenos e Médios Municípios, uma iniciativa do Instituto Museu Memória e Vida (IMMV) com apoio de instituições culturais locais, prefeitura de Maringá, ACIM, O Diário, Cesumar e Maringá e Região Convention & Visitors Bureau. O período coincide com a realização, também em Maringá, de uma das 11 reuniões da Comissão Nacional de Incentivo à Cultura - CNIC, do Ministério da Cultura (MinC), pela primeira vez em uma cidade não capital.

O fomento, a gestão e o financiamento da produção cultural em pequenos e médios municípios são os eixos centrais do fórum, estruturados em debates setoriais sobre artes cênicas, artes visuais, audiovisual, humanidades, música, patrimônio e museus.

A iniciativa de um encontro desta envergadura em Maringá deve-se às especificidades da realidade cultural do interior do país, onde instituições culturais, produtores, artistas e gestores públicos enfrentam enormes desafios para financiar e desenvolver a cultura. A inscrição é gratuita e deve ser feita obrigatoriamente pelo [www.fpcm.com.br](http://www.fpcm.com.br). Informações: (44) 3025-2666 e [contato@fpcm.com.br](mailto:contato@fpcm.com.br)

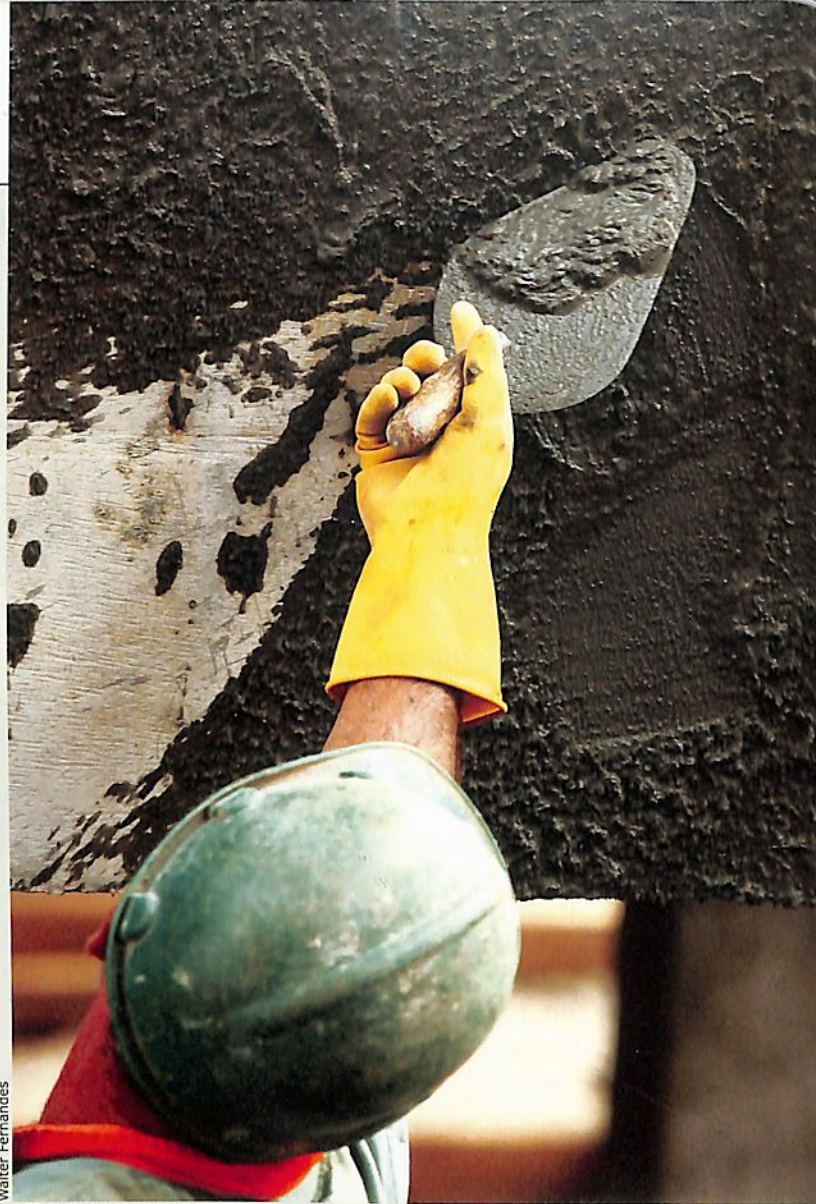
### PRIMEIRO LIVRO ESCRITO EM MARINGÁ TERÁ REEDIÇÃO COMENTADA

"Terra crua" é o primeiro relato do início da colonização de Maringá e também o primeiro livro escrito na cidade, de autoria do advogado Jorge Ferreira Duque Estrada. Concluída em 1957, a obra foi editada quatro anos depois. Além do pioneirismo, "Terra crua" se destaca pela cativante narrativa e olhar aguçado sobre o nascimento da sociedade maringaense.

O projeto "Terra Crua: reedição e documentário", apresentado pelo historiador Miguel Fernando e aprovado no Programa de Apoio e Incentivo à Cultura (Pronac), do Ministério da Cultura (MinC), por meio do Instituto Museu Memória e Vida (IMMV) pretende publicar uma reedição comentada do livro e um documentário com imagens da época e depoimentos de antigos habitantes capazes de registrar o início da formação do núcleo urbano.

O livro terá reprodução literal a partir da obra original, preservando o estilo do autor e a ortografia da época, além de um ensaio sobre a importância, a estrutura, a natureza da interpretação e a repercussão da obra assinado pelos historiadores Reginaldo Dias e José Henrique Rollo Gonçalves, ambos professores da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Empresas sob o regime tributário do lucro real e pessoas físicas interessadas em apoiar o projeto podem deduzir 100% dos valores patrocinados até os limites respectivos de 4%, para as primeiras, e 6%.

Informações (44) 9931-1664 e [miguelevento@gmail.com](mailto:miguelevento@gmail.com)



Walter Fernandes

### CONTRA A INFORMALIDADE NA CONSTRUÇÃO CIVIL

Entre maio de 2011 e abril deste ano, 79,79% dos trabalhadores na construção civil da região de Maringá entraram no mercado formal de trabalho. O alto índice deve-se à atuação do Comitê de Incentivo à Formalidade na Construção Civil, que faz levantamento nas obras *in loco*. Formado pelo Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Paraná (CREA-PR), Sindicato da Indústria da Construção Civil (Sinduscon) e Sindicato dos Trabalhadores da Indústria da Construção e do Mobiliário de Maringá (Sintracom), o comitê busca estimular o cumprimento da legislação trabalhista e previdenciária, contribuindo para a melhoria da qualidade do emprego e das condições de saúde e segurança do trabalho.

Para aprimorar o trabalho do comitê, o Sinduscon-NOR e regional Maringá do CREA-PR estão desenvolvendo um projeto piloto que deverá ser adotado em todas as regionais estaduais do Comitê. O objetivo do projeto é melhorar o planejamento das ações de visitas e das pós-visitas às obras de construção civil em Maringá e região.



# PÓS-CONQUISTAS

## *Pós-PUCPR*

*Inicie uma nova etapa na sua vida*

A PUCPR oferece cursos de pós-graduação em todas as áreas do conhecimento e para diferentes perfis profissionais. São cursos focados na qualidade do ensino e alinhados às demandas do mercado de trabalho.

### **CÂMPUS MARINGÁ**

#### **Escola de Negócios**

- Gestão da Inovação
- Gestão Estratégica Sustentável
- Gestão de Projetos

#### **Escola Politécnica**

- Engenharia de Produção Enxuta (Lean Manufacturing)

#### **Escola de Comunicação e Artes**

- Comunicação Empresarial

#### **EAD (Educação a Distância)**

- Gestão de Projetos
- Gestão de Negócios

**CÂMPUS MARINGÁ** – Av. Prudente de Moraes, 633 – Zona Armazém (zona 7) – Telefone: (44) 3026-2322

**INSCRIÇÕES [WWW.PUCPR.BR](http://WWW.PUCPR.BR)**



## REPORTAGEM DE CAPA

balhadores na etapa de perfuração dos encostos e assentos com agilidade e precisão milimétrica. O investimento em tecnologia foi uma das medidas adotadas pela empresa para seguir no mercado e não fechar tantos outros postos de trabalho. Atualmente a indústria emprega 60 colaboradores com jornada de trabalho de pouco mais de oito horas diárias, cerca de 30 a menos de quando havia revezamento em três turnos. “Em momentos de crises na economia e de mudanças de cenários é preciso reduzir custos, e os encargos trabalhistas no Brasil são altíssimos”, lamenta Benevides Rocco, sócio da empresa, referindo-se a crise econômica mundial de 2008 e a obrigatoriedade do uso de madeira de reflorestamento imposta por lei ao seu segmento nos últimos dez anos.

A matéria-prima, antes proveniente da região norte do país, hoje é fornecida por madeiras de Telêmaco Borba, Guarapuava e de algumas cidades do Mato Grosso do Sul. A mudança de fornecedores liberou a Rocco Compensados da responsabilidade do transporte que passou a ser feito por transportadoras. Por outro lado, os gastos



Walter Fernandes

FA Maringá adotou estratégias diversificadas para continuar competitiva; “o grupo não parou de investir, principalmente em processos produtivos”, conta Carlos Ferraz

com a matéria-prima aumentaram. “O material comprado anteriormente era bruto e precisava passar por uma seleção. Boa parte dessa matéria-prima não era aproveitada e acabava sendo despejada no meio ambiente. Hoje as madeiras nos fornecem lâminas selecionadas,

obviamente por um preço maior, porém também com índice maior de aproveitamento”, explica Rocco.

Nesse processo de adaptação, ele e os sócios – os filhos Maria Cristina Rocco Machinski e Benevides Alberto Rocco – encontraram ainda um destino mais rentável para as

## Indústria do Paraná e da região Noroeste



### O SETOR INDUSTRIAL DO PARANÁ

**46 mil** empresas  
**20** setores produtivos  
**820 mil** empregos diretos  
**Um terço do PIB** paranaense



**10 mil** indústrias concentradas na região

**22%** do total de empresas do setor no Paraná



**150 mil** trabalhadores empregados

**40 mil** trabalhadores apenas no município de Maringá

“sobras” da matéria-prima. O que não é transformado em encosto e assento alimenta a caldeira que aquece as prensas automatizadas inicialmente operadas à base de energia elétrica. Segundo a empresária, a mudança fez a conta de energia, que chegou a R\$ 25 mil por mês, cair para os atuais R\$ 8 mil. “Se dependêssemos apenas da energia elétrica acredito que estaríamos pagando cerca de R\$ 60 mil mensais”, estima.

Diante de tantos obstáculos, Rocco prefere deixar de lado as projeções de aumento da produção – estimada em 50 mil peças por mês – para focar na qualidade do seu produto que, segundo ela, está 80% mais resistente, além do

acabamento irretocável alcançado com os modernos centros de usinagens. É nisso que ela aposta para ajudar os seus clientes – fabricantes de cadeiras anatômicas – a fazer frente aos produtos chineses que invadiram o mercado brasileiro.

#### Investir para crescer

A indústria têxtil brasileira é outro segmento assombrado pela concorrência dos produtos asiáticos. “A carga tributária onera o produto desde o início da cadeia produtiva e chega ao consumidor final com uma gordura muito maior do que a de produtos similares fabricados em outros países”, comenta o empresário Carlos Ferraz, diretor do grupo FA Maringá, indústria nos

ramos de colchões e moda.

Ele revela dificuldade em competir com o grande volume de peças que entram ilegalmente no Brasil, mas nem por isso deixa de projetar crescimento no volume de vendas. “Quando falamos em mercado de moda temos que comparar números por coleções. Nossa empresa tem mantido um crescimento médio de 30% em volume de vendas nas últimas estações e a meta é continuar com este índice nas próximas estações. O melhor crescimento é aquele que se faz de maneira alicerçada”, ensina o empresário que ainda precisa driblar a informalidade. “O mercado informal é muito grande neste setor”, acrescenta.

**Concentração ou força?  
Glória ou superação?**  
As emoções do esporte  
agora estão aqui.



verbal

Olimpíada de Londres 2012, de 27 de julho a 12 de agosto, na sua RICTV RECORD.



**MARINGÁ  
CANAL 13  
VHF**



**OLIMPÍADA  
DE LONDRES  
2012**



**24 HORAS DE TRANSMISSÃO  
EXCLUSIVA É SÓ NA RICTV RECORD.**

www.acim.com.br



Walter Fernandes

O grupo FA Maringá iniciou as atividades em 1964 com produtos de acolchoados e itens de cama, que hoje é alavancada pela venda de colchões de espuma e mola. O setor de moda passou a ser explorado a partir de 1971 com a criação de unidades de negócios para produção e comercialização de marcas de moda masculina e feminina e produtos da linha de tecidos, cama, mesa e banho. Estes produtos são comercializados através de lojas de atacado em Maringá e Cascavel e também por meio de representantes comerciais. Em 1994, foi criada a Dinâmica Lavanderia, uma empresa de beneficiamento de jeans que está entre as mais conceituadas do país.

“O grupo não parou de investir, principalmente em processos produtivos com consultorias específicas para cada área. Ampliamos a busca de novos mercados e o número de representantes para as

marcas próprias que hoje abrangem praticamente todo o território nacional. Em abril deste ano inauguramos a maior loja de atacado em shopping do país com mais de 10 mil metros quadrados e com um projeto inovador para o atendimento de lojistas e sacoleiras de todo Brasil”, comemora o empresário ao explicar a estratégia adotada pelo grupo FA Maringá para manter-se competitivo no mercado.

No mercado exterior a empresa buscou matéria-prima para baratear os custos. Os tecidos para a moda feminina vêm, em sua maioria, dos países asiáticos. O Paquistão fornece o material para a linha de edredons e cama. A parceria selada com a China permite a importação de produtos, como mantas, cobertores e jogos de lençol para a unidade de negócios de cama e também produtos de moda, que são desenvolvidos pela equipe de criação interna e depois são produ-

**Cássio Murilo de Almeida, do Sindvest, reclama da falta de políticas de incentivo, mas aposta na inovação para que a empresa dele cresça de 15 a 20%**

zidos na Ásia. Com esta estratégia a empresa completa a necessidade do volume de produção que a fábrica precisa para atender o mercado.

A terceirização de serviços é outra estratégia com resultados significativos no faturamento da empresa. “A FA Maringá foi uma das pioneiras em terceirização de serviços no setor da confecção na região. Desde os anos 1980 utilizamos este método para ampliar a produção e ainda hoje trabalhamos com diversos setores da cadeia produtiva por meio de parceiras”, diz. Estratégia essa que não impede a indústria a uma contribuição significativa coma a geração de empregos, são aproximadamente mil

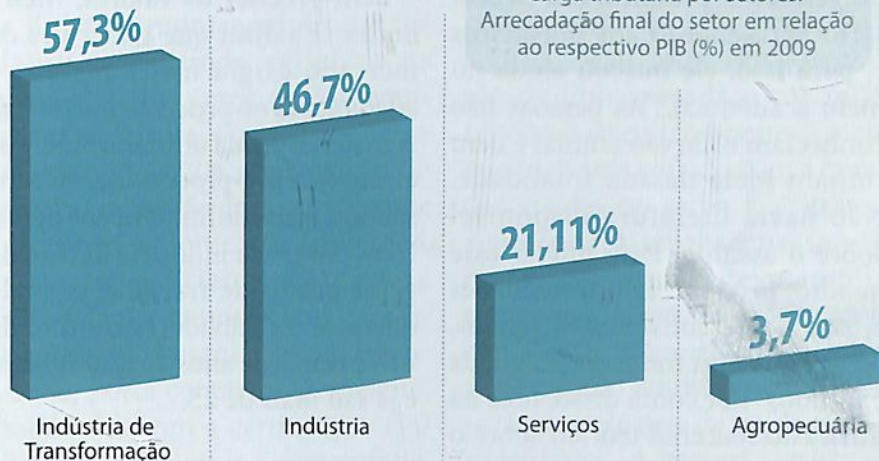
funcionários, número que poderia ser maior não fossem os onerosos encargos trabalhistas.

“Segundo pesquisas recentes um funcionário chega a custar para a empresa quase 2,5 vezes mais que o valor que realmente recebe pelos serviços, a maior parte deste incremento deve-se aos tributos diretos e aos custos com férias e 13º salário. Outra parte deste valor se deve a custos como a indenização de aviso-prévio e investimentos em treinamentos. E isso tudo acaba refletindo no preço final do produto”, explica Ferraz.

Para o também empresário e presidente do Sindicato Empresarial da Indústria do Vestuário de Maringá (Sindvest), Cássio Murilo de Almeida, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) brasileira está ultrapassada e precisa ser revista com urgência. Ele atribui aos encargos trabalhistas parte da falta de competitividade dos produtos brasileiros frente aos importados e defende uma reforma elaborada a partir de discussões conjuntas entre governo e entidades representativas. “O governo, por exemplo, não pode simplesmente elaborar uma proposta que reduz a jornada de 44 horas semanais para 40 sem ouvir dos industriais o que isso representa na prática”, defende. O presidente do Sindinvest cobra ainda políticas de incentivos e a criação de linhas de créditos e juros diferenciados tais como os ofertados ao agronegócio brasileiro. “Os programas sociais poderiam ser substituídos por empregos se os recursos fossem voltados a programas de financiamento ao setor industrial, que padece da falta de representatividade juntos aos governos estaduais e federais”, opina.

Porém, em vez de lamentar

## A indústria é o segmento produtivo com maior carga tributária



FONTE | Confederação Nacional da Indústria (CNI)

@wvainer

a falta de fomento e a escassez de mão de obra, Almeida busca alternativas para tirar do papel a projeção de 15% e 20% de crescimento na produção da Rz4, indústria do segmento têxtil que mantém no município de Floraí. Ele aponta como diferencial da marca a inovação obtida por meio de consultorias e gestão. No mercado da moda, segundo o empresário, a antecipação das novidades da coleção se reverte em vendas e lucratividade. “Quem trabalha com moda precisa estar antenado e buscar informação sobre as tendências das próximas estações no exterior”, diz.

Além da inspiração às criações, no mercado externo o empresário também encontra matéria-prima com preços mais competitivos aos brasileiros. A importação de tecidos reduziu os custos da Rz4 sem tirar a qualidade das peças levadas ao consumidor final. Outro ponto importante destacado por Almeida é o planejamento da produção que, na sua opinião, precisa atender ao interesse do público.

### Ajuda acadêmica

Quando a Bonechar Carvão Ativado do Brasil foi fundada no final da década de 1980, através da iniciativa empreendedora de Francisco Cangussú Meira, o carvão ativado de origem animal tinha pouca serventia no Brasil, país que não consumia açúcar refinado e tão pouco se preocupava com questões ambientais. Cerca de 90% do produto usado no clareamento de açúcar e tratamento de rios e fluentes tinha como destino os países europeus, os Estados Unidos e o Canadá. O dólar na casa dos R\$ 3,80 favorecia a exportação.

Não tardou, no entanto, para a moeda americana passar por um processo de desvalorização acentuado – cotado abaixo de R\$ 2 - influenciado por crises econômicas mundiais que inviabilizou o negócio. Os prejuízos acumulados na época para cumprir os contratos com os clientes ainda estão na memória do idealizador da Bonechar. Impossibilitado, por questões de sobrevivência comercial, de manter as relações comerciais com o exterior, a alternativa encontrada pelo

## REPORTAGEM DE CAPA

empresário foi gerir um mercado consumidor interno. Porém, antes de vender o produto, era necessário apresentá-lo aos brasileiros e, para isso, ele buscou ajuda no meio acadêmico. “As pessoas não conheciam o carvão animal e nem tinham ideia da sua finalidade. Não havia literatura disponível sobre o assunto. Para mudar esse quadro, procurei as universidades e, através de convênios firmados, o carvão virou fonte de pesquisas e estudos. Por conta disso, hoje há um vasto material teórico sobre o tema”, orgulha-se Meira, que não esperou de braços cruzados pela produção acadêmica. Em visitas a diversos estados brasileiros, ele iniciou um trabalho de divulgação “boca-a-boca” do produto.

Os esforços não tardaram a ser recompensados. O processo de introdução do carvão animal no mercado interno levou cerca de cinco anos e ganhou um importante impulso com a aprovação da lei de destinação de resíduos sólidos que obriga as indústrias a medidas de preservação ambiental tais como o tratamento de nascentes e rios. Essa mudança de postura, ainda que forçada por lei, aliada a “descoberta” do açúcar refinado não só absorveram o produto antes direcionado ao mercado externo como incrementaram a produção em cerca de 50% nos últimos anos. “A diferença é que, antes, a empresa tinha poucos, porém grandes clientes. Hoje atendemos uma vasta gama de empresas que consomem

quantias muito distintas do nosso produto”, explica.

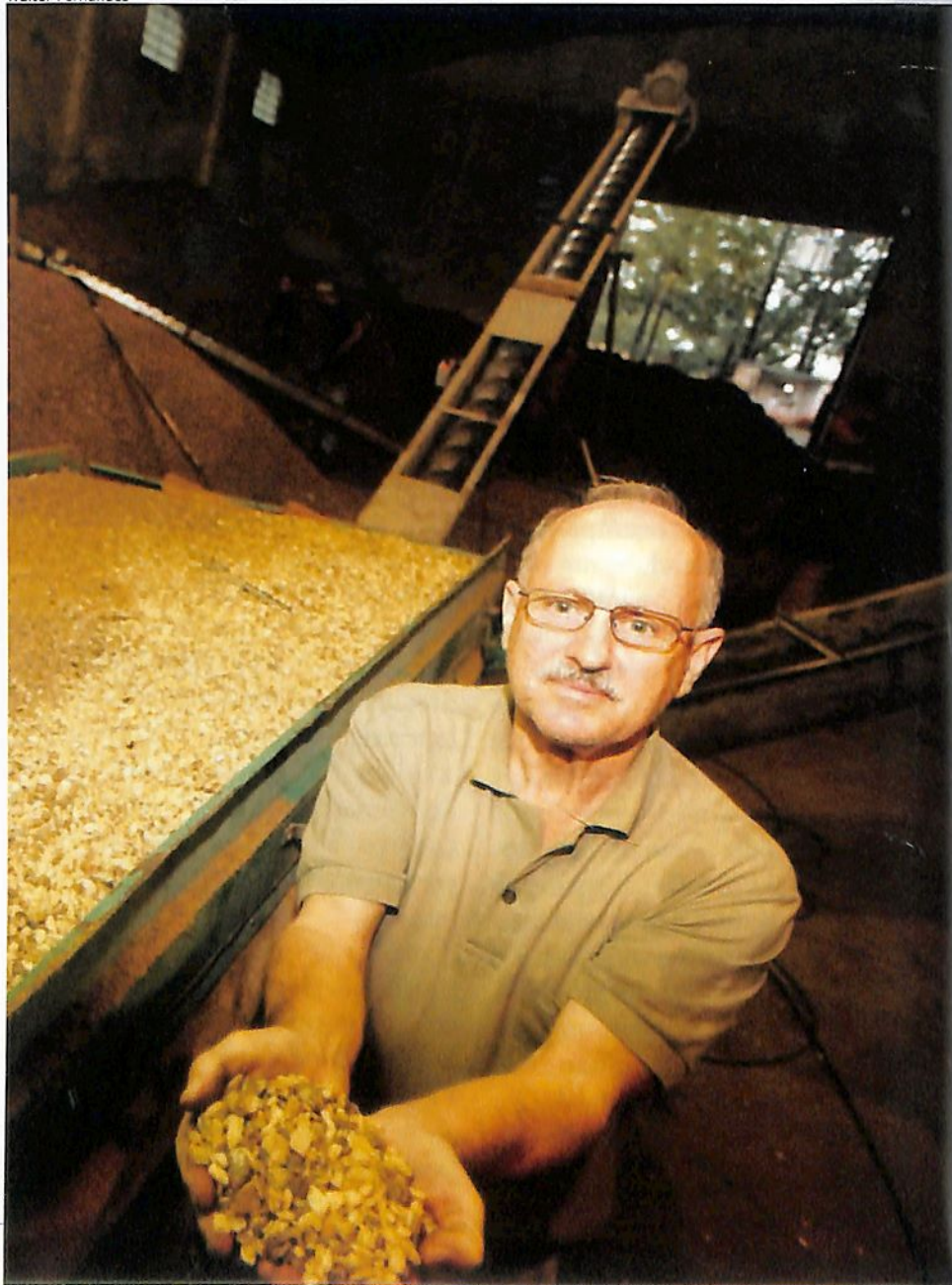
Sem precisar os valores, Meira limita-se a dizer que a abertura de mercado exigiu investimentos e adequações no processo industrial. A matéria-prima utilizada hoje, por exemplo, é pré-processada, dispensando a etapa de limpeza dos ossos. Nem por isso a indústria deixou de gerar postos de trabalho. A meia dúzia de trabalhadores contratada nos primeiros anos se multiplicou e já são mais de 25.

Mesmo com um mercado interno consolidado, o fundador da Bonechar acompanha de perto a situação econômica mundial e, lentamente, começa a voltar os olhos para o exterior. Ele já tem contratos fechados com países vizinhos da América do Sul e não descarta a retomada da exportação em grande escala em caso de recuperação do dólar.

### Entre as maiores

Ver a marca Noma do Brasil ro-

Walter Fernandes



Depois de acumular prejuízos gerados pela queda do dólar, Francisco Meira, da Bonechar, passou a investir no mercado interno e precisou de ajuda do meio acadêmico para divulgar o produto

dando por estradas do Brasil inteiro é motivo de orgulho para o encarregado de setor da empresa, Orlando Aparecido Cavalaru. Há mais de 20 anos ele acompanha a expansão do parque fabril e a diversificação das linhas de equipamentos rodoviários. Fundada em 1967, a empresa iniciou as atividades explorando a venda de peças, consertos, reformas e a fabricação de terceiro-eixo para caminhões. Tempos depois começaram a ser montados os primeiros protótipos de semirreboques, as conhecidas carretas Noma.

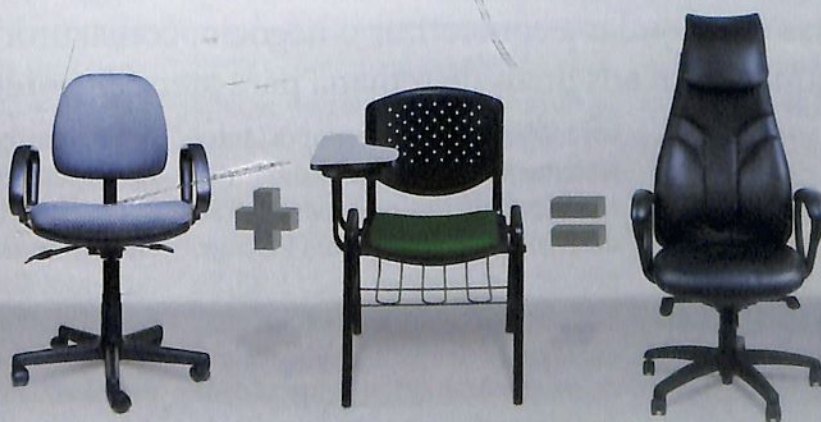
Passados 45 anos, a empresa figura entre os principais fabricantes de implementos rodoviários da América Latina e tem sua marca reconhecida em países da América do Sul, como Chile e Uruguai.

Orlando atribuiu essa trajetória de sucesso aos maciços investimentos em tecnologia que modernizaram a linha de montagem do parque fabril, permitindo agilidade na produção dos cerca de 350 equipamentos que saem da fábrica mensalmente, e a implantação do sistema de gestão da qualidade, que padroniza as práticas de fabricação, reduz desperdícios, gerencia áreas e metas. "Fabricamos bitrem, caçamba, furgão, basculantes, carregatudo, porta contêiner, graneleiro, todos eles com a certificação ISO 9001-2000", garante o encarregado, prevendo um padrão de qualidade ainda maior após a inauguração da nova sede fabril de implementos rodoviários em Tatuí, no estado de São Paulo, cujo empreendimento

foi anunciado este ano.

Em 2011, a companhia comercializou 5,2 mil unidades, um crescimento de 25% em relação a 2010. Deste total, cerca de 95% são da linha pesada - que inclui reboques e semirreboques - nicho que mais tem sofrido com a queda das vendas no setor. E apesar da significativa atuação nesse segmento, a empresa deve ampliar o foco neste ano na produção de carrocerias sobre chassi, que têm se destacado em meio à desaceleração da indústria de implementos rodoviários. A meta é crescer em torno de 5%, apesar das perspectivas desanimadoras feitas pela Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários (Anfir) para 2012. ■

# PARA QUEM SE PREPARA, O SUCESSO PROFISSIONAL É UMA CIÊNCIA EXATA.



Centro de Treinamento e Desenvolvimento da ACIM. Crescer profissionalmente envolve busca e aperfeiçoamento constantes. A ACIM oferece diversos cursos de capacitação, para que você possa dirigir o setor mais importante: a sua carreira.

**ACIM**  
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ

capacitacao.acim.com.br  
44|3025-9631  
3025-9632

www.acim.com.br



Apartamento decorado da construtora Design: parceria para projetar o ambiente e garantia de bons negócios; "o decorado responde às dúvidas dos nossos clientes", diz o empresário Wilson Yabiku

# Central de apartamentos decorados. Sinta-se em casa!

Oferecer a oportunidade de visualizar o imóvel à venda em tamanho real é uma ferramenta valiosa para ajudar a concretizar o negócio; construtoras que oferecem este diferencial funcionam aos finais de semana para atender potencial clientela

**Octávio Rossi**

Foi-se o tempo em que os corretores de imóveis dependiam única e exclusivamente das plantas para mostrar detalhes da construção aos clientes. Ainda que o desenvolvimento da tecnologia permita ao futuro comprador ter uma ideia muito clara do projeto por meio de *tours* em três dimensões (3D), nada se compara a visualizar o imóvel que se pretende adquirir em tamanho real.

As centrais de apartamentos de-

corados tornaram-se importantes ferramentas de auxílio a construtoras e imobiliárias na concretização de negócios. A construtora Plaenge, presente em Maringá desde 2008, foi a primeira construtora a implantar uma central de apartamento decorado na cidade. Em Londrina, cidade de origem da empresa, a prática de concentrar todos os imóveis em um único local, nas dimensões reais, teve início na década de 1990. "A central facilita e dinamiza as vendas, pois nossos clientes conseguem ter a percepção real do imóvel", explica

o gerente regional da construtora, Leonardo Fabian.

De acordo com ele, era praxe entre as construtoras instalar o apartamento decorado no prédio que estava sendo construído, o que, na opinião dele tornava a visitação mais difícil em razão do grande volume de empreendimentos construídos simultaneamente pela cidade. "O comprador precisava se deslocar de um lugar para outro para conhecer lançamentos de uma mesma construtora. A solução que encontramos foi disponibilizar todas as opções da

empresa num só lugar. As pessoas ficam mais seguras ao visualizar o imóvel tal como foi concebido no projeto”, garante o empresário.

A central de apartamentos decorados da Plaenge fica aberta ao público das 9 às 18 horas todos os dias da semana, incluindo sábados, domingos e feriados. Elson Maia, consultor de vendas da construtora, afirma que visitantes de cidades da região e até de outros estados aos finais de semana é muito expressiva. As visitas não seguem nenhum padrão, ocorrendo nos horários mais diversos e com as mais variadas intenções. Há aqueles que visitam a central inúmeras vezes, outros que se comportam como se estivessem em casa e sentem-se à vontade para sentar nos sofás e há quem só vá em busca de inspiração para decorar a própria casa.

“Às vezes vem marido, esposa e filhos separadamente. Depois que todos visitaram o apartamento é que a família volta à central reunida”, diz Maia. Nesses casos, é grande a probabilidade de compra. Outro fator que tem peso considerável na decisão de adquirir um imóvel durante a visita à central é a opinião dos filhos, sejam adultos ou crianças. Na opinião do corretor, é quase impossível para um pai contrariar o filho que gostou do apartamento em um condomínio com ampla área de lazer se a família mora em um local sem muitas opções para a criançada. “A influência do filho na decisão da família é muito grande, sem dúvida”, reconhece o consultor.

Pela experiência no dia a dia da central de apartamentos decorados o consultor consegue distinguir o cliente apenas interessado daquele que realmente vai efetuar a compra do imóvel. Segundo ele, no primeiro grupo estão aqueles que olham



Walter Fernandes

**Para Leonardo Fabian, da Plaenge, “as pessoas ficam mais seguras ao visualizar o imóvel tal como foi concebido no projeto”; central da empresa funciona inclusive nos domingos e feriados**

tudo com atenção, mas questionam pouco sobre o apartamento e as possibilidades de aproveitamento dos espaços. Já no segundo grupo estão as pessoas que perguntam detalhes da construção e sugerem diferentes maneiras de ocupar os ambientes. Segundo Maia, mesmo depois da compra consumada muitos desses clientes continuam mantendo uma espécie de relação afetiva com a central. “A pessoa fecha o negócio e volta à central para mostrar o apartamento aos amigos e familiares.”

### **Sintonia e bom gosto**

Conhecer um apartamento decorado foi decisivo para que o empresário Ricardo Teixeira Menezes comprasse dois imóveis. Na opinião do empresário, ter a possibilidade de visualizar o apartamento depois de pronto fez diferença para concretizar o negócio. “Se o cliente tem alguma dúvida em relação ao imóvel é na central que essa dúvida será

respondida”, afirma.

Menezes também enxergou no apartamento decorado o exemplo mais bem acabado da sua própria futura casa, pois havia ali o modelo de aproveitamento e otimização dos espaços. A sintonia com a proposta do apartamento decorado foi tanta que o empresário comprou alguns móveis, como balcão da cozinha, armários e banheiro idênticos aos que estavam em exposição. “Atendiam às minhas expectativas”, revela.

### **Tudo se aproveita**

A Design Empreendimentos recentemente entregou duas torres do Yano Garden, que teve um apartamento decorado desde o início da construção. O diretor da empresa, Wilson Yabiku, acredita que o decorado foi responsável por 99% das vendas concretizadas. “O próprio decorado responde às dúvidas dos nossos clientes”, diz.

Para montar os apartamentos as



**Conhecer um apartamento decorado foi decisivo para que o empresário Ricardo Teixeira Menezes comprasse dois imóveis; ele gostou tanto da proposta que comprou alguns móveis idênticos**

## Quem dá mais?

A venda de móveis e eletrodomésticos usados em centrais de apartamentos decorados tornou-se um rentável e acessível negócio. Pela internet, leilões comercializam vasos sanitários, luminárias, quadros, janelas e mesmo bancada de granito com preços até 80% menores do que os cobrados no mercado. As duas empresas mais conhecidas deste segmento são [sold.com.br](http://sold.com.br) e [lancetotal.com.br](http://lancetotal.com.br)

Para participar dos leilões basta fazer um cadastro no site e apresentar os lances. A responsabilidade por retirar e transportar os produtos adquiridos é do próprio internauta.

construtoras firmam parcerias com empresas de móveis planejados, arquitetos, designers de interiores e artistas plásticos. Segundo Yabiku, as parcerias com os fornecedores das obras proporcionam melhores preços, além de funcionar como uma via de mão dupla, pois tudo o que é utilizado no apartamento acaba divulgando as marcas dos parceiros.

A designer de interiores Jaqueline Araújo é, há quatro anos, responsável por produzir e aproveitar a área dos apartamentos decorados da Design. Para ela, a parceria tem sido enriquecedora profissionalmente, pois permite apresentar novos conceitos e projetos. “O desafio é mostrar como e com o que os espaços podem ser aproveitados de forma que tudo entre em sintonia e com equilíbrio. Muitas vezes os clientes da construtora gostam do que veem e aproveitam as ideias”, conta ela.

De acordo com a designer, outra vantagem das centrais de apartamentos decorados é que nada se perde. Parte dos produtos utilizados em um projeto é redirecionada para outro decorado, e o que não permite reaproveitamento é colocado à venda com até 50% de desconto, inclusive eletrodomésticos. Até os itens de decoração assinados por artistas plásticos, como quadros e vasos, são vendidos. “Ganha quem expôs e ganha o cliente. Para nossos parceiros é uma excelente vitrine”, assegura Yabiku. ■

**A designer Jaqueline Araújo é responsável pelo projeto de alguns apartamentos decorados; parceria de mão dupla para divulgar o trabalho dela**

Walter Fernandes



SEM PROJETOS,  
SUA ESTRATÉGIA  
VAI POR  
ÁGUA ABAIXO



PMI é uma marca registrada de Project Management Institute, Inc.

PROJETOS SÃO FUNDAMENTAIS PARA DAR NOVOS "SALTOS". ELES POSSIBILITAM GANHOS NA PRODUTIVIDADE, REDUÇÃO NOS CUSTOS DA EMPRESA, MELHORIA NA QUALIDADE DOS SERVIÇOS E AUMENTO DA RENTABILIDADE.

PEÇA UMA AVALIAÇÃO SEM CUSTO DOS PROJETOS DE SUA EMPRESA EM [MINDSCONSULTORIA.COM](http://MINDSCONSULTORIA.COM).

PROFISSIONAIS  
CERTIFICADOS PELO PMI®  
A MAIOR ORGANIZAÇÃO EM  
GERENCIAMENTO DE  
PROJETOS DO MUNDO.

**MINDS**  
CONSULTORIA



O empresário Adriano Gonçalves é dono das Dellano e Favorita em Maringá e há um ano e meio abriu a New, cujos produtos chegam a custar 50% menos; lojas têm equipes de vendas, marketing e logística diferentes

# Um novo público, uma nova marca

Lançar uma segunda marca é uma oportunidade para conquistar consumidores com um perfil diferente do habitual e ampliar o faturamento; empresários e especialista comentam as táticas que usam para manter mais de uma marca no mercado

Rosângela Gris

Do setor de vestuário ao mobiliário, passando por acessórios, é grande o número de empresas donas de marcas tradicionais que apostaram numa segunda e até terceira marca para conquistar uma clientela distinta da habitual com o intuito de ampliar as vendas e, conseqüentemente, a presença no mercado. Na opinião de economistas e profissionais da área de marketing a estratégia segue como alternativa eficaz às metas de expansão e aumento de lucratividade tão perseguidas pelos empreendedores.

Defensor da estratégia, o economista Juliano Mário da Silva alerta para a importância do planejamento. Investir em pesquisa, segundo ele, é o primeiro passo antes do lançamento de outra marca. Entender a sazonalidade do segmento que pretende entrar e, principalmente, conhecer o público-alvo são primordiais para a entrada e o fortalecimento da nova marca.

“Em geral, as empresas levam de três a cinco anos para conhecer profundamente as particularidades do mercado, então o maior risco no lançamento da segunda ou terceira marca é a falta de conhecimento do mercado, o que pode levar preciosos recursos da empresa em um período de tempo relativamente grande”, alerta.

Silva, que é professor e mestre em Administração, ressalta que não são raros os casos de criações de segundas marcas ditados pelo cenário econômico, tal como a recente ascensão da classe C no Brasil que forçou os investidores a voltar o olhar à nova classe média brasileira. “Hoje não é preciso ser um grande analista de

mercado para identificar que a classe C se tornou o centro de gravidade da economia, da política e das relações sociais no país. Diante deste cenário, as empresas voltadas às classes A e B que não se dispuserem a atender esses consumidores que ganharam poder aquisitivo nos últimos anos terão que se conformar com índices de crescimentos mais modestos”, opina o economista.

O empresário Adriano Gonçalves pegou carona no *boom* da classe C e, mesmo sem respaldo de pesquisas e consultorias, incorporou uma terceira marca à rede de lojas de móveis planejados em Maringá. O proprietário das lojas de móveis planejados Dellano e Favorita – voltadas aos públicos A e B – trouxe para a cidade há cerca de um ano e meio a novata New. Projetada para atender aos emergentes das classes C, D e E, a linha da nova marca é bem mais acessível. O preço médio chega a ser 50% inferior aos das marcas principais e essa diferença, obviamente, se reflete no produto. “Os móveis da New têm dimensões menores que os da Dellano e Favo-

rita. A qualidade da matéria-prima utilizada na fabricação e os fornecedores também não são os mesmos, embora as três marcas pertençam à mesma companhia no Rio Grande do Sul”, ressalta Gonçalves.

Do faturamento mensal, menos de 20% vem da marca econômica. Juntas, Dellano e Favorita ainda respondem por mais de 80% da receita do empreendimento em proporções semelhantes. Índices que atendem as expectativas de Gonçalves. Sem revelar o valor do investimento, ele assegura já gozar de lucro na terceira loja, instalada em um ponto distinto das demais na cidade.

Manter as empresas separadas, aliás, é apontado pelo empresário como crucial para reduzir os riscos de conflito entre os públicos-alvo. Suas três lojas, segundo ele, funcionam de maneira independente, com equipes de vendas e marketing próprias. Nem a logística é a mesma, ainda que os três fornecedores pertençam ao mesmo grupo. A exceção fica por conta dos treinamentos de vendas e montagens compartilhados entre os funcionários. Essa gestão

Walter Fernandes



O economista Juliano Mário da Silva recomenda investir em pesquisa, entender a sazonalidade do segmento e conhecer o público-alvo para a entrada e fortalecimento da nova marca

www.acim.com.br



Depois da Bainha com Arame vieram a Brig, voltada para homens, e a Sinistra, com peças mais exclusivas; “novas marcas contribuem para obter reconhecimento e respeito no mercado de moda”, conta Fábio Ferreira

independente, na opinião de Gonçalves, protege o posicionamento das linhas nobres no mercado.

O professor tem uma visão um pouco distinta. Silva acredita ser possível conciliar a comercialização, produção e gestão de duas ou até mais marcas utilizando a mesma equipe, até por questões de custos operacionais, sem arranhar o *status* dos produtos elitizados. “Raramente os públicos A e B vão associar as marcas as quais estão acostumados a uma marca popular recém-lançada. Só haverá conflito entre novos e antigos clientes se a qualidade do produto for a mesma e o preço diferenciado”, diz, acrescentado que, na contramão, a popularização de marcas satisfaz e aguça os consumidores emergentes.

Esse fenômeno é perceptível na loja especializada da New, de acordo com Gonçalves. Ao contrário das vendas da Dellano e da Favorita, frequentemente intermediadas por

profissionais de arquitetura e design, na loja da nova marca a procura dos clientes é espontânea e demonstra a euforia dos consumidores da classe C com o poder aquisitivo conquistado nos últimos anos.

**Foco na exclusividade**

Entre as empresas que investiram em uma segunda marca há quem tenha feito o caminho inverso do proprietário das lojas Dellano e Favorita. É o caso da empresa do ramo de vestuário Bainha com Arame que, em vez de popularizar, apostou na elitização dos produtos. Depois de quase dez anos no mercado, a empresa - inicialmente focada em moda feminina - lançou a Brig em 2004 para atingir o público masculino. Quatro anos mais tarde chegou a Sinistra, voltada ao mercado de programação, cuja divulgação e negociação do produto é feita por representantes exclusivos da marca em visitas a lojas multi-

marcas previamente selecionadas. “Esse mercado compreende um público mais exigente em relação a exclusividade de distribuição, bem como em relação ao trabalho com marcas e produtos que tenham um valor agregado maior”, revela o sócio Fábio Ferreira.

Segundo ele, a estratégia de criação de outras marcas foi acompanhada de uma pesquisa de mercado e não está exclusivamente ligada à margem de lucratividade e rentabilidade da empresa. “Existem objetivos pessoais que vão além da simples razão de ganhar cada vez mais dinheiro. Queremos alcançar o reconhecimento e respeito no mercado de moda e nos tornarmos referência não somente para o público comprador, mas para outras empresas”, afirma.

O sócio não revela a participação de cada uma das marcas no faturamento da empresa, nem os números de produção. “Isso é segredo, pelo

menos por enquanto”, dispara. Mas ele comemora o resultado. “A estratégia de investir em outra marca foi melhor que o esperado e vem superando nossas expectativas diariamente. Digo com toda segurança que num futuro breve a Sinistra estará entre as grandes marcas de representatividade do Brasil”.

Para alçar a posição de destaque ambicionada o empresário não teme os riscos calculados. “Imprevistos acontecem todos os dias e precisamos estar preparados para lidarmos com eles. O profissionalismo, aperfeiçoamento constante das equipes, muita pesquisa e lastro financeiro otimizam os acertos e minimizam os erros. A ousadia é peça fundamental para o sucesso”, ensina. Desse risco calculado surgiram as cinco lojas no mercado *fast fashion* que revendem os produtos Bainha com Arame e Brig em shoppings atacadistas em Maringá, Cianorte, Brusque (SC), São José do Rio Preto (SP) e, em breve, na capital paulista. No caso da Sinistra, a marca é divulgada e comercializada por uma equipe de representantes que atuam em 15 estados com o foco em lojas multi-marcas que prezam a exclusividade.

Criadas e produzidas em menor escala, as peças da Sinistra não surpreendentemente são mais caras do que as da Bainha e da Brig. Fábio reconhece que quanto maior o valor de um produto, maior é o investimento em matéria-prima, pesquisa e publicidade, mas assegura que as três marcas focam a qualidade e a beleza. “Sem qualidade o empresário não entra no mercado. Quem vai escolher o que e quanto vai gastar é o consumidor. Na realidade o que diferencia de fato as marcas é o quanto de desejo cada uma gera e para que tipo de público. E isso quem acaba determinando é o mercado”, diz.



Walter Fernandes

Inicialmente as bolsas da Stella Sabbah levavam a etiqueta da primeira marca, a TN Bolsas, e tinham a mesma equipe de produção; na foto a gerente de marketing, Ana Carolina Nicolao

## Empresa tem equipe própria para produção da 2ª marca de bolsas

Diferentemente da TN Bolsas, criada em 1993 voltada ao segmento de papelaria, a Stella Sabbah nasceu em 2009 para atender um público seletivo. Enquanto a primeira explora a linha escolar e de escritório, a segunda foca a elegância e a sobriedade que os cargos executivos ocupados pelas mulheres exigem.

Os dois primeiros modelos da Stella Sabbah chegaram ao mercado ainda com o nome de TN Bolsas e sem custo adicional à empresa. O desenvolvimento do novo produto e a produção da remessa piloto coube à equipe da marca pioneira. A mudança de nome ocorreu tempos depois para “conferir a força e apelo mercadológico que Stella Sabbah oferece”, explica a gerente de marketing, Ana Carolina Nicolao.

Depois da mudança de nome, a produção da segunda marca foi delegada a uma

equipe de profissionais específica e capacitada a operar as máquinas adquiridas para dar o acabamento que a linha executiva pede. Já a equipe de desenvolvimento e criação é a mesma e ganhou apenas o reforço de uma modelista. Hoje, a empresa produz aproximadamente 2.850 peças por mês da linha executiva, enquanto da linha escolar são 13,5 mil peças e da linha escritório 11,2 mil peças. O processo produtivo das duas marcas envolve 120 funcionários.

Segundo Ana Carolina, apesar de desenvolvidas para ser vendidas em pontos de venda distintos, as marcas são comercializadas pela mesma equipe. Em relação ao público-alvo, ela afirma ter conhecimento de clientes que consomem tanto os produtos da TN como os da Stella Sabbah. ■

# Socorros que podem salvar vidas

As medidas adotadas em casos de engasgamento, queda, fratura, desmaio, ataque de epilepsia e ataque cardíaco podem ser o diferencial entre a vida e a morte e às vezes o melhor a fazer é esperar ajuda

**Octávio Rossi**

**C**ampeonato Brasileiro de 2004, em campo São Paulo e São Caetano num jogo bastante disputado e aos 15 minutos do segundo tempo, o zagueiro Serginho, do São Caetano, desmaia e rapidamente é atendido pelas equipes médicas que estavam no estádio do Morumbi. Horas depois, já no hospital, a notícia que o atleta havia falecido. Apesar de todos os procedimentos terem sido realizados, infelizmente não foi possível salvar o atleta.

O motivo da morte foi diagnosticado como “mal súbito”, um problema relacionado ao coração e que segundo dados, também de

2004, da Federação Interamericana do Coração, atinge pelo menos 700 brasileiros diariamente. O caso ocorrido há oito anos é um exemplo de que emergências médicas podem acontecer no ambiente de trabalho e saber lidar com a situação pode ser o diferencial para salvar uma vida.

Às vezes o melhor a fazer é simplesmente não tocar na vítima e aguardar ajuda especializada. É o que explica o gerente de urgência e emergência do Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu) de Maringá, o médico Enio Teixeira Molina Filho, especialista em terapia intensiva. “A ajuda realizada de forma errada, em muitos casos, pode agravar a situação e aumentar

o risco de morte”, alerta.

O médico cita um erro comum em caso de engasgamento. “As pessoas têm o hábito de bater nas costas quando alguém se engasga. Apesar da boa vontade, não é o correto. O indicado em casos de engasgamento com material sólido é exercer uma pressão no estômago na altura tórax, com a pessoa de pé e ainda consciente, de três a quatro vezes. Este procedimento pode fazer com que a vítima expila o material que está obstruindo as vias respiratórias”.

Outro caso ressaltado pelo especialista é em relação às queimaduras. “É comum a aplicação de creme dental sobre a queimadura e sem saber pode-se transformar uma



Walter Fernandes

“As pessoas têm o hábito de bater nas costas quando alguém se engasga. Apesar da boa vontade, não é o correto”, alerta o médico Enio Teixeira Molina Filho, do Samu



nhecimento de como agir em um determinado acidente, o quadro pode tornar-se ainda mais grave. O fato de solicitar ajuda especializada e até mesmo sinalizar o local de um acidente é um ato de ajuda àquela pessoa que necessita de cuidados”.

O bombeiro ressalta que em caso de convulsões e desmaio a primeira medida também é pedir atendimento especializado. “Em caso de convulsão, os colegas podem proteger a cabeça da pessoa e afastar objetos que possam machucá-la. Não é recomendável tentar abrir a boca com a mão, pois há risco de, durante a crise convulsiva, a vítima morder e ferir quem a estiver socorrendo. E em situação de desmaio o recomendado é colocar a vítima em local arejado e ficar atento ao padrão respiratório e circulatório. Nos dois casos é importante relatar ao pessoal especializado quaisquer fatos que podem ter causado as crises”. O telefone do Siate é o 193 e o do Samu é o 192.

queimadura simples, de primeiro grau, em algo mais grave”.

O soldado Douglas Moreira Gomes, do 5º Grupamento de Bombeiros, em Maringá, graduado em Enfermagem e pós-graduado em Urgência e Emergência que é auxiliar do Serviço Integrado de Atendimento ao Trauma em Emergência (Siate), lembra que a prudência em casos de acidentes é a primeira ação para ajudar uma pessoa em situação de risco.

“Concordo que há muitas pessoas com vontade de ajudar, porém, se quem executar os primeiros socorros não tiver nenhum co-

**A recomendação é do soldado Douglas Moreira Gomes, do Siate; “em caso de convulsão, os colegas podem proteger a cabeça da vítima e afastar objetos que possam machucá-la”**

### Sobrevida

Em 2010 a prefeitura de Maringá, juntamente com as cidades de Apucarana (PR), Itanhaém (SP) e São

Carlos (SP), fez parte do programa “Cidade em defesa da vida”, em parceria com o Hospital Sírio-Libanês e o Ministério da Saúde. O objetivo foi melhorar a sobrevida das vítimas de parada cardiorrespiratória (PCR) súbita. Foram capacitados 1,6 mil profissionais do Samu, das Unidades Básicas de Saúde, professores, dirigentes de associações de moradores e funcionários de empresas públicas e privadas, que replicaram o conhecimento para 60 mil pessoas, segundo levantamento até o final de 2011 da Secretaria de Saúde de Maringá.

Oferecer um serviço que pode ajudar a salvar vidas é o foco da Salvar Urgências Médicas, criada há cinco anos e que trabalha realizando atendimentos pré-hospitalar de urgência. A empresa possui, entre os funcionários, médicos, enfermeiros, técnicos de enfermagem, condutores e atendentes com capacitação para identificar os casos de solicitação de ajuda para oferecer com precisão as informações para as equipes de socorro.

Segundo o diretor da empresa, Ricardo Berwaldi, os colaboradores são profissionais capacitados e treinados seguindo padrões

Walter Fernandes



# Primeiros socorros para AVC, ataque cardíaco e parada respiratória

## Acidente Vascular Cerebral (AVC) ou "Derrame Cerebral"

O "derrame cerebral" é um déficit cerebral agudo secundário a uma lesão isquêmica (75%) ou hemorrágica (25%). No Brasil, representa uma das principais causas de morte e incapacidades em pessoas com mais de 60 anos.

O derrame cerebral ocorre quando o fluxo sanguíneo a uma parte do cérebro é subitamente bloqueado, ocorrendo o rompimento do vaso e vazamento de sangue para o tecido cerebral.



### SINAIS E SINTOMAS

Súbita fraqueza de um lado do rosto ou de um lado do corpo (braço ou perna) e dificuldade súbita para falar ou entender

### FATORES DE RISCO

- Hipertensão arterial
- Cardiopatia
- Tabagismo
- Colesterol alto
- Anticoncepcional
- Idade
- Diabetes

### O QUE FAZER

1. Telefonar para o SAMU (192) ou SIATE (193)
2. Colocar a vítima em posição segura e confortável
3. Permanecer ao lado da vítima até a chegada da equipe de suporte básico de vida
4. Procurar saber a hora exata em que apareceram os sintomas

## Ataque cardíaco (infarto do miocárdio)

As doenças cardiovasculares respondem pela principal causa de morte no Brasil e no mundo. O infarto do miocárdio é a principal causa de morte súbita cardíaca e é gerado pela oclusão de uma artéria que irriga o músculo cardíaco.



### SINAIS E SINTOMAS

Desconforto no peito (aperto, pressão, dor, queimação), irradiação para braços, pescoço, mandíbula, costas e estômago, falta de ar, suor intenso, náusea, tontura, fraqueza e palidez

### FATORES DE RISCO

- Tabagismo
- Diabetes
- Antecedentes familiares
- Sedentarismo
- Obesidade abdominal
- Hipertensão arterial
- Colesterol alto
- Estresse

### O QUE FAZER

1. Telefonar para o SAMU (192) ou Siate (193)
2. Colocar a vítima em uma posição segura e confortável
3. Permanecer ao lado da vítima até a chegada do suporte básico de vida

## Parada cardiorrespiratória

Interrupção súbita e inesperada dos batimentos cardíacos e da respiração. Em 85% dos casos de parada em adultos, o coração para devido a uma arritmia, fibrilação ventricular que somente pode ser revertida com um choque do desfibrilador. Durante a parada cardiorrespiratória o cérebro não recebe irrigação sanguínea, por isso, as manobras de ressuscitação devem ser iniciadas prontamente.

### O QUE FAZER

1. Chamar a vítima em voz alta e tocar firmemente em seu tórax
2. Se a vítima não responder e não tiver respiração normal, deve-se telefonar para o SAMU (192) ou SIATE (193)
3. Pedir ajuda e pedir para providenciar um desfibrilador externo automático (DEA)



### MANOBRAS DE RESSUSCITAÇÃO

1. Coloque as mãos sobre o osso do centro do peito, entre os mamilos, e inicie as compressões torácicas
2. Com os braços estendidos e os ombros alinhados mantenha ciclos de 30 compressões



3. Coloque o DEA no tórax da vítima, ligue o aparelho e siga as instruções; não toque na vítima no momento do choque
4. Volte a fazer compressões no tórax após o choque

FONTE | Douglas Moreira Gomes, do 5º Grupo de Bombeiros @wvainer

#### AVC ISQUÊMICO (75% dos casos)

O vaso sanguíneo é obstruído, geralmente por um coágulo, que interrompe o fluxo de sangue até uma parte do cérebro

cérebro (corte laretal) região afetada Fluxo interrompido coágulo vaso sanguíneo

#### AVC HEMORRÁGICO (25% dos casos)

O vaso sanguíneo se rompe e o sangue extravasa, afetando uma região do cérebro

região afetada Rompimento vaso sanguíneo

Área afetado por AVC

AVC

Cérebro

O coágulo bloqueia o fluxo sanguíneo a uma parte do cérebro e causa o AVC

Artéria carótida

#### INFARTO

Artéria coronária bloqueada

Tecido cardíaco lesionado devido a interrupção do fluxo sanguíneo

O coágulo entra na corrente sanguínea e se desloca até o cérebro

Atrio em fibrilação

Formação de coágulo

Aorta

Coração

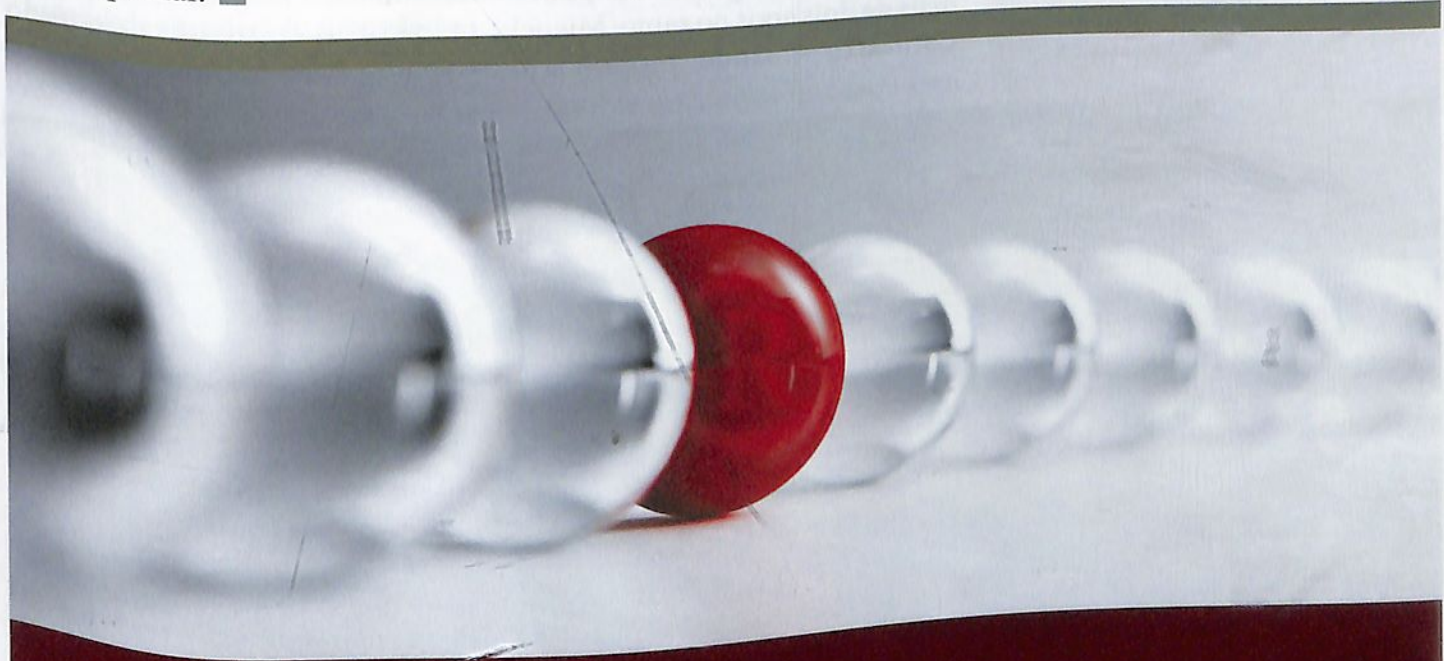
internacionais e de acordo com o que determina o Ministério da Saúde em relação ao atendimento às urgências médicas no Brasil. A empresa conta com três Unidades de Tratamento Intensivo (UTIs) móveis para o pronto atendimento.

Em média são realizados 20 atendimentos diários em empresas, escolas e instituições, sendo que as ocorrências mais frequentes são cortes, quedas e problemas cardiovasculares. A empresa tem mais de 50 clientes fixos e faz atendimento a eventos, como competições esportivas, shows, palestras e outros de grande concentração de pessoas, onde há a obrigação de oferecer serviço de atendimento pré-hospitalar. ■



Walter Fernandes

**A Salvar se especializou nos atendimentos pré-hospitalar de urgência e presta serviços para empresas e em eventos de grande concentração de pessoas; na foto, o diretor Ricardo Berwaldi**



MARCAS E PATENTES  
NOMES EMPRESARIAIS  
DOMÍNIOS DE INTERNET  
TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

**IB**

SEGREDOS DE NEGÓCIO  
CONCORRÊNCIA DESLEAL  
FRANQUIAS EMPRESARIAIS  
LICENCIAMENTOS E CONTRATOS

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

Mirand 44 3024 5564 | Curitiba 41 3323 1516

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

# Panificadoras, muito além do pão nosso de cada dia

Empresários transformaram as velhas e boas padarias em sofisticadas panificadoras; o cardápio dos novos empreendimentos inclui festas, almoços executivos e vem recheado de bons negócios

**Juliana Daibert**

**R**etroprojektor, telão, área de internet sem fio (wireless), espaço para acomodar até cem pessoas e outros atributos característicos de auditórios ou empresas são cada vez mais comuns em panificadoras, locais que caíram na preferência de empresários e executivos para tratar de negócios. Há pouco mais de dois anos no ramo, Miguel Cathcarth Amando, proprietário

da Portobello, entendeu o recado dos clientes e equipou a panificadora de acordo com a necessidade dos profissionais que frequentam o local. Nas manhãs de segunda-feira uma parte do salão é ocupada por um grupo de funcionários de uma empresa próxima que se reúne na Portobello antes de iniciar o expediente, para dividir as tarefas da semana. "O lugar é aconchegante, não tem custo e fica perto do trabalho deles. Virou rotina", diz o

Walter Fernandes



**"O tripé que sustenta nossa atividade hoje se assenta na falta de tempo, na comida rápida e na qualidade", conta Miguel Amando, da Portobello, que passará a oferecer pizzas na panificadora**



**Muitos dos frequentadores da Marco's Padaria Gourmet fazem do espaço uma extensão do escritório; "aqui oferecemos aconchego, praticidade, comida de qualidade e rapidez", diz Márcia Rocha**

empresário. O salão também serve de cenário para comemorações de aniversário, nas quais o cliente paga apenas o que consumir.

Atento a outra demanda apontada pelos próprios frequentadores da panificadora, Cathcarth passou a servir bufê no horário do almoço. Entre frios e quentes são oferecidos mais de 70 pratos e servidas diariamente cerca de 200 refeições. O empresário está para iniciar uma nova experiência com pizzas, dessa vez para o lanche da tarde. As massas pré-assadas, os ingredientes e o forno ficarão à disposição dos clientes no balcão usado para o bufê durante o dia.

"O tripé que sustenta nossa atividade hoje se assenta na falta de tempo, na comida rápida e na qualidade. Fomos obrigados a rever a nossa prática para atender as expectativas dos clientes. Quem acha que padaria é lugar de vender apenas pão enfrenta muita dificuldade no mercado", avalia.

Outras iniciativas que facilitam ainda mais a vida do cliente estão sendo testadas constantemente na Portobello. Bolos, bolachas e biscoitos produzidos na panificadora são colocados em mesas estrategicamente espalhadas na loja e no balcão. Nos finais de semana, festivais de doces e salgados integram os cardápios do café da manhã, almoço e lanche. Cathcarth acredita que a tendência das panificadoras é tornarem-se estabelecimentos *self-service*. "Temos arrumado várias maneiras de permitir ao cliente servir-se diretamente e tem dado certo", revela.

### Sabor em minutos

A Marco's Padaria Gourmet aproveitou a estação mais fria do ano para agregar ao já vasto cardápio de novidades da marca um lançamento saboroso: refeições congeladas e balanceadas para servir uma pessoa ou uma família. O preparo das massas, molhos e dos

## A elegância como ingrediente

Sim, as padarias cresceram e apareceram. Deixaram de vender simplesmente o pãozinho quentinho nosso de cada dia, o que já era ótimo, para ganhar toques mais requintados e ampliar os negócios. Nada mais agradável do que discutir trabalho ou selar parcerias com um brasileiroíssimo cafezinho. E com os investimentos e as transformações das padarias isso é bem possível, com todo conforto e requinte que a ocasião merece.

Mas se por um lado as panificadoras estão vestidas para festa, o comportamento da freguesia também deve estar à altura, principalmente em um encontro de negócios. Como em um restaurante, algumas regras de etiqueta devem ser seguidas. As dicas são da jornalista Dayse Hess, que é especializada em design de moda. Nada de mil copos e talheres, hoje falar de etiqueta é falar simplesmente em boa educação, como não falar alto demais ou conversar ao celular como se estivesse na sala de casa.

O uso de iPads, notebooks, netbooks e afins também pede discrição. "Ficar batendo papo online em voz muito alta nesses lugares não pega nada bem. Primeiro que ninguém está interessado na sua conversa, segundo, fica parecendo que você quer se mostrar moderno e antenado. E se é, ótimo, para você", sugere ela.

Nesse novo cenário que as padarias oferecem, seja tão cuidadoso com o comportamento como em um restaurante, mesmo que o clima seja mais aconchegante e pareça informal. Ganha por um lado o consumidor que tem um lugar a mais para passar bons momentos, ganham por outro lado proprietários e funcionários dessas padarias com clientes mais elegantes.

pratos individuais formados por carne, carboidrato e legumes segue criteriosa orientação nutricional. Em apenas sete minutos, o jantar está na mesa.

“Antes as pessoas almoçavam em casa e iam à padaria no final da tarde buscar o lanche. Hoje elas já comem na padaria antes de chegar em casa. Temos de acompanhar essa mudança de hábitos do cliente”, explica a proprietária, Márcia Favoretto Costa Rocha. Concebido para oferecer privacidade aos frequentadores, muitos dos quais fazem da panificadora uma extensão do escritório, o projeto arquitetônico da Marco’s previu a utilização de painéis de madeira nos diferentes ambientes para criar um isolamento acústico à altura das mais discretas salas de reuniões. “Já conhecíamos o perfil dos nossos clientes e adequamos a loja de modo a suprir as necessidades deles. Aqui oferecemos aconchego, praticidade, comida de qualidade e rapidez”, diz Márcia.

## Praticidade e variedade no mesmo lugar

Há oito anos, quando os irmãos Eduardo e Fernanda Fernandes assumiram a administração da panificadora Brioche Crocante, os frequentadores já sinalizavam que o lugar deveria ser mais do que uma padaria. Também na Brioche há muito a dupla café com pão deixou de ser a atração principal do dia, perdendo espaço para novidades gastronômicas e adequações de infraestrutura. Se até há pouco tempo a venda do pão francês variava entre 70% e 80% do movimento, hoje não chega a 15%. “As pessoas querem praticidade e isso implica em maior variedade, não só de alimentos”, diz o empresário. Eduardo refere-se às frequentes mudanças de mobiliário e de disposição dos produtos, tudo para agradar e cativar o cliente,

pois há quem vá à panificadora pelo menos duas vezes por dia. O mesmo ocorre na Marco’s Padaria Gourmet e na Portobello.

Uma pesquisa encomendada no final do ano passado revelou que 45% dos frequentadores da Brioche vão à panificadora diariamente. Clientes ocasionais, que aparecem uma vez por semana, são 15%. Essa proximidade com o cliente do dia a dia criou uma relação de intimidade interessante, própria de amigos. “Esse cliente cobra melhorias quando não está satisfeito, sugere aquilo que considera bom para a padaria, traz receitas. É uma troca bacana”, conta Fernandes. O final da tarde é o horário mais concorrido por quem deseja tratar de negócios e, no geral, é o período do dia em que há maior movimento.

Os 51 funcionários dividem-se em três turnos da produção, que prioriza o trabalho artesanal e não abre mão do fermento de litro para fazer o pão caseiro. Além dos clientes da panificadora os produtos atendem *coffes breaks*, coquetéis, reuniões e afins. “A panificadora é uma busca constante de opções”, reconhece Eduardo. ■

**O faturamento com o pão francês não chega a 15% na Brioche Crocante; quase metade dos clientes de Eduardo Fernandes frequenta a panificadora diariamente**



Walter Fernandes

# CULTURA EMPRESARIAL



## VALE A PENA OUVIR

**Andréa Tragueta** – supervisora de editoração



### Bailão do Ruivão (Nando Reis)

O CD Bailão do Ruivão reúne os sucessos que marcaram a vida do cantor e compositor Nando Reis. O ex-titã regrava músicas incríveis como "Muito estranho", "Agora só falta você" (Rita Lee), "Gostava tanto de você" (Tim Maia), "Chorando se foi" (Grupo Kaoma), "Whisky a gogo" (Roupa Nova), "Bichos escrotos", entre muitas outras. Participações especiais de Joelma e Chimbinha, da Banda Calipso, e a dupla Zezé Di Camargo e Luciano.

### O que você quer saber de verdade - Marisa Monte

No novo disco, de tom mais popular, Marisa Monte filtra o pop romântico e a canção dita brega por sua musicalidade chique, moderna e arejada. A embalagem cosmopolita do repertório de "O que você quer saber de verdade" envolve canções inéditas e recentes em atmosfera de leveza e felicidade que já haviam sido detectadas em vários *singles*. Um disco para se deliciar ouvindo.



## O QUE ESTOU LENDO

**Poliana Lisboa** – jornalista



### O filho eterno

Cristóvão Tezza  
224 páginas  
Editora: Record

Aclamado pela crítica e vencedor do Prêmio Jabuti (categoria romance em 2008), em O Filho Eterno do escritor catarinense, radicado em Curitiba, Cristóvão Tezza, os leitores entram em contato com os pensamentos de um pai entre o preconceito de ter um filho com síndrome de down e a necessidade imposta pela sociedade de aceitá-lo. O personagem principal, inspirado na vida de Tezza, não tem receios em falar o que realmente sente. Apesar de ser difícil para o leitor acompanhar um pai discriminando seu filho, a honestidade do personagem nos lembra que ele é apenas um humano como o leitor que o julgou anteriormente.



## VALE A PENA ASSISTIR

**Keila Alba** – gestora de serviços da ACIM



### Tão forte e tão perto - Stephen Daldry (2012)

Esse filme é emocionante. Conta a história de um menino traumatizado pela morte do pai em "11 de setembro". Esperançoso, ele sai numa caçada desenfreada por pistas que o pai deixa e que supostamente o levariam a algum segredo. O drama apresenta um enredo complexo, no entanto, tem ótimas atuações do idoso Jeffrey Wright e do garoto Thomas Horn. Tom Hanks e Sandra Bullock dispensam comentários, certo? Uma história cativante.

### Os vingadores – Joss Whedon (2012)

Adoro a forma como foi feita a ligação entre as histórias de cada super-herói. O grande mérito de "Os vingadores" é respeitar a individualidade de cada super-herói e reconhecer o tamanho de seu ego. O resultado é muito conflito, seja através de tiradas provocadoras ou de briga mesmo – Hulk que o diga (Mark Ruffalo está ótimo!). A construção destes confrontos, sempre em duetos, é feita de forma paulatina e crescente, mesclando grandes cenas de enfrentamento com outras de conversa e discussão. "Os vingadores" é um filme divertidíssimo que faz jus ao peso de seus protagonistas e as bilheterias lotadas.

### A casa dos espíritos

Isabel Allende  
Editora: Bertrand Brasil  
448 páginas



O primeiro romance da escritora chilena Isabel Allende começou a ser escrito na década de 1980 como uma carta de despedida ao avô. Os personagens são inspirados em pessoas com as quais a escritora conviveu e a narrativa entremeada de fenômenos paranormais. Além do avô, Esteban Trueba, o romance da família passa por três gerações femininas – a esposa dele, Rosa, a filha Blanca e a neta Alba – ao mesmo tempo em que trata do contexto político. Uma atenção especial é dada aos dois personagens que não têm nome: o poeta (referência a Pablo Neruda) e o candidato também chamado de presidente (referência a Salvador Allende, tio de Isabel e presidente comunista do Chile).



## VALE A PENA NAVEGAR

**dedodegente.com.br:** no site Dedo de Gente, o internauta encontra mais informações sobre a cooperativa e acessa a loja virtual, onde são comercializados doces, artesanatos, bordados, entre outros

**cartamaior.com.br:** traz notícias nacionais e internacionais atualizadas várias vezes por dia, colunistas, análises e acesso a blogs e vídeos com notícias e entrevistas

**ocas.org.br:** traz a revista Ocas, produzida pela Organização Civil de Ação Social; a publicação é bimestral e é comercializada por pessoas em situações de vulnerabilidade social, que compram o exemplar por R\$ 1 e revendem por R\$ 4, que é o preço de capa

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

# Uma feira para festeiros e concretização de negócios

Sexta edição da feira Festas & Noivas, realizada pela ACIM, apresenta novidades, produtos e serviços da cadeia de festas e reúne um público seleta, gerando bons negócios

O casal João Mário Goes e Luciana Izepan deve se casar até dezembro. Como o casamento ainda não está marcado e com tempo apertado para contratar todos os fornecedores da cerimônia, eles estiveram na sexta edição da Feira Festas & Noivas, realizada de 15 a 17 de junho pela ACIM, no Excellence Centro de Eventos.

Luciana estava bastante atenta aos detalhes dos produtos e serviços oferecidos na feira e ouvia com atenção os expositores, em especial os fornecedores de convites, lembranças, trajes e decoração. “Ficamos sabendo da feira pela internet e não quisemos perder a oportunidade de vir”, disse a noiva.

A expectativa de conhecer as novidades e produtos e serviços da cadeia de festas também foi compartilhada por Michelle

Bonzanini e Vinicius Machado, que estão com o casamento marcado para julho de 2013. “Prendemos aproveitar a negociação especial que os expositores estão oferecendo para fecharmos contrato com fotógrafo, bufê e decoração”, contou Michele.

O público seleta foi fator determinante para as empresas prospectarem e concretizarem negócios. Que o diga André Silva, músico da Banda Biss, que participa desde a primeira edição do evento. Foram feitos mais de 50 contatos de “qualidade”, nas palavras de Silva, que deverão gerar contratos. No estande da banda foi feita a divulgação do DVD e ofertado desconto para quem fechasse contrato. “Atendi casais com casamento agendado para 2016”.

A Festar Festas participou pela terceira vez e deverá repetir a dose



Corredor do Excellence Centro de Eventos durante mais uma edição da feira Festas & Noivas

no ano que vem. A proprietária, Aline Del Pintor Dallazen, conta que faz da feira um canal para divulgar as novidades em adereços para a animação da festa e fechar contratos.

E se depender de Ednéia Sune-laits, gerente da Ordini Presentes, a presença está garantida para a próxima edição, que deverá ser a sexta na Festas & Noivas. A feira é utilizada para divulgar a loja e se aproximar do público-alvo. “Estamos muito satisfeitos com os resultados. Durante a feira cadastramos várias noivas e agora estamos reforçando a divulgação do serviço de lista de presentes de casamento e de chá de cozinha. “Este serviço tem sido cada vez mais usado pela praticidade e pelo fato do casal não ganhar presentes repetidos. Outro ponto positivo é que os noivos são presenteados com peças de estilos



e cores que lhe agradem”.

Participaram do evento 52 expositores especializados em organização de eventos, bufê, bandas, fotografia, decoração, entre outros. Durante a feira também houve desfiles, em cortejo. E teve até pedido de casamento ao vivo e surpresa para a namorada, previamente combinado pelo noivo com a organização.

### Concurso cultural

Neste ano foi realizado o segundo concurso cultural da feira. Desta vez os participantes do concurso “A festa dos meus sonhos” inscreveram um vídeo com até dois minutos contando sobre uma festa marcante ou descreveram os detalhes de como seria o evento dos sonhos. Os autores dos três vídeos mais “curtidos” no [www.feirafestasenoivas.com.br](http://www.feirafestasenoivas.com.br) ganharam produtos e serviços para realizar a festa, inclusive bufê, banda, fotografia, cabelo e maquiagem. Ao todo, 147



Walter Fernandes

mil pessoas visitaram a *fan page* da feira e mais de 10 mil pessoas curtiram os vídeos inscritos.

O casal Tayara Fernanda Silveira de Andrade e Jefferson Henrique Carminatti Zagui ficou com o primeiro lugar no concurso. Amigos há mais de oito anos, eles começaram a namorar há um ano e meio e para ganhar o concurso, pediram ajuda para familiares, amigos e amigos dos amigos. No vídeo o casal narra como se conheceu e onde iniciou o namoro: numa padaria. Tayara já tinha locado o vestido e agora ela e o noivo, que trabalha num cartório, vão correr

para acertar os detalhes da festa que ganharam, que inclui bufê para cem convidados, banda, convites e até noite de hospedagem em hotel. “Foi a primeira vez que ganhei um prêmio de grande valor e estamos bastante felizes porque fazíamos planos de casar no ano que vem”. O vídeo de Tayara e Jefferson foi curtido por 2.360 pessoas.

O segundo vídeo que teve mais indicações de curtir, por 2.002 pessoas, foi produzido por Caren Paula e Tiago Alberto Vieira. E o terceiro lugar ficou com Brenda Caramaschi e Bruno Gerhard, com 1.193 pessoas que curtiram o vídeo.

# Participação nos lucros: um por todos, todos por um



Convite ao engajamento dos funcionários nos negócios da empresa, a PLR oferece várias vantagens, como melhora do ambiente organizacional; sobre o valor pago como benefício não incide encargo trabalhista

**Juliana Daibert**

A participação nos lucros e resultados (PLR) de qualquer empresa é um direito social garantido aos trabalhadores pelo artigo 7º, inciso XI, da Constituição Federal. A previsão legal não faz distinção de empresas pelo porte ou número de funcionários que possuam, o que, em tese, significa que todas podem pagar o benefício. No entanto, para que seja válida, a PLR deve ser objeto de negociação entre a empresa e empregados mediante acordo ou convenção coletiva por meio de comissão escolhida entre as partes e integrada por representantes indicados pelo sindicato da categoria.

Para além da obrigatoriedade legal, a Plant Bem Fertilizantes enxergou na PLR uma oportunidade de valorização dos funcionários e engajamento da equipe no negócio da empresa. O primeiro passo foi alinhar as metas realizáveis capazes

de integrar o funcionário à dinâmica da Plant Bem e estimular a relação ganho a ganho na busca pela redução de custos e melhoria da gestão. “A lógica assumida pela empresa é de que resultado gera resultado”, diz o gestor de pessoas, José Rodolfo Grou.

Desde que a PLR foi implantada, os funcionários das unidades de Maringá e Paranaguá comprometeram-se mais com as metas definidas para os setores. O envolvimento ampliou o olhar sobre o próprio trabalho e despertou a atenção para rotinas de desperdício até então negligenciadas. Muitas das sugestões de redução de custos são apresentadas pelos próprios colaboradores aos líderes diretos ou em programas de desenvolvimento, como a Segunda do Saber ou na Oficina de Ideias, espaços permanentes de discussão e troca de experiências.

Grou afirma que o envolvimento

de todos nos programas de gestão e implantação da PLR só foi possível porque houve apoio e posicionamento favorável da diretoria nesse alinhamento estratégico. Embora o contato próximo entre diretores e funcionários sempre tenha existido, a boa resposta da equipe aos propósitos do benefício deve-se ao acesso às informações e consequente sentido de pertencimento ao conjunto do processo. “O funcionário engajado compreende o que pode fazer pela empresa e sente-se disposto ao trabalho. Quando ele compra a ideia, passa a ser um multiplicador”, reconhece.

Com mais de dez anos de Plant Bem, Luciana Lage Santana, secretária da diretoria, utilizou o dinheiro da PLR recebido no ano passado para pagar a carteira de habilitação. “O dinheiro não estava programado e foi aplicado em algo bastante útil, mas não prioritário”, conta.



**Com metas realizáveis, Plant Bem implantou PLR e conseguiu até reduzir o desperdício; na foto, o gestor José Rodolfo Grou e o empresário Sérgio Luiz Baccarin**

Para 2013 a política de PLR está sendo redefinida atendendo a realidade de mercado na qual o negócio está inserido.

#### **Vantagens tributárias**

Do ponto de vista tributário, o valor pago a título de PLR não substitui ou complementa a re-

muneração devida ao empregado, nem constitui base de incidência de qualquer encargo trabalhista, pois não pode ser aplicado o princípio da habitualidade. Conforme explica a advogada Rita Rossi, a PLR também é isenta de contribuição ao INSS. O imposto de renda, no entanto, é devido. A PLR será tributada na fonte, separado dos demais rendimentos da pessoa física, competindo à pessoa jurídica a responsabilidade pela retenção, de acordo com o artigo 626, do decreto 3000/99.

Como incentivo às empresas que concedem a participação nos resultados e estejam sob o regime tributário do lucro real, Rita explica que poderão ser deduzidas como despesa operacional as participações atribuídas aos empregados dentro do próprio exercício de sua constituição. “Isso é muito interessante para as empresas como ferramenta de gestão tributária, pois, como a legislação em vigor não prevê limites para os valores que serão distribuídos, não há limites para a dedução”, diz a advogada.

Poder contar com um recurso extra durante o ano é um incentivo

e tanto. Mas até que ponto a remuneração e alguns benefícios, como a PLR, são suficientes para manter o ambiente de trabalho produtivo e resolutivo? Em recente Encontro Trabalhista para Profissionais de Recursos Humanos promovido em São Paulo, o advogado Lincoln Eduardo Costacurta Ferrarezi ouviu vários profissionais da área de recursos humanos e da área jurídica sobre os anseios dos trabalhadores: eles querem o crescimento profissional e o reconhecimento da empresa. “É claro que o item remuneração tem um peso considerável nas relações entre empresa e empregados, porém também pesa muito a grade de benefícios sociais, o clima organizacional e as possibilidades de ascensão”, diz ele. Segundo o advogado, nas negociações sindicais o item salário já não é mais o principal tema das discussões. Hoje os sindicatos brigam por benefícios sociais, segurança e saúde no trabalho, garantias de emprego, entre outros.

Na avaliação de Ferrarezi, a PLR é um mecanismo justo de divisão de lucros na medida em que, pela negociação, as partes estabelecem

Walter Fernandes



**A secretária Luciana Santana utilizou o dinheiro da participação nos resultados para pagar a carteira de habilitação; dinheiro útil que não estava programado**



**O benefício pago como participação nos resultados deve ser tributado na fonte, separado de outros rendimentos da pessoa física, explica a advogada Rita Rossi**

as regras para a participação nos lucros e nos resultados da empresa, ainda mais por ser livre de tributação. “Muitas vezes as empresas desejam bonificar os empregados pelo desempenho e pelos bons resultados obtidos, mas devido à tributação acabam desistindo. Tais valores, quando pagos mais de uma vez, caracterizam pagamento habitual e ficam, portanto, sujeitos a tributação do INSS e FGTS. É aquela velha história, a empresa quer gratificar seus empregados, mas o custo disso acaba se tornando um entrave”, reconhece.

É nesta hora que entra em cena a participação nos lucros, livre da tributação (exceto imposto de renda), que permite à empresa partilhar seus lucros com aqueles que foram coadjuvantes na conquista dos bons resultados. É a forma de retribuir aos participantes pelos esforços empreendidos na construção do sucesso do negócio, sem infringir a legislação trabalhista e que contribuem for-

temente para a melhoria do clima interno da empresa.

Segundo Ferrarezi, em primeiro lugar é preciso que as partes negociem metas a ser alcançadas, pois a participação nos lucros da empresa precisa ser fruto dos bons resultados advindos dos alvos alcançados. “Não é justo que a convenção estabeleça um valor padrão de participação nos lucros sem considerar as particularidades de cada empresa. Por este modelo não é possível exigir uma contrapartida dos empregados”, critica o advogado.

A partir daí, Ferrarezi defende que a negociação das partes seja feita tendo como referência a realidade de cada empresa e do setor econômico no qual esta atua no momento da negociação. Para ele, é necessário que o contexto seja considerado a fim de que a saúde financeira da empresa seja preservada e haja a justa divisão dos lucros auferidos pela empresa com seus empregados. ■



## Saiba mais

- 1 De acordo com a Lei 10.101/2000,** o programa de participação nos lucros e resultados (PLR) deve ser implantado mediante comissão formada por membros escolhidos pela empresa, pelos empregados e por um representante indicado pelo sindicato, bem como por acordo ou convenção coletiva. Assim, a participação do sindicato na implantação do programa é sempre obrigatória
- 2 A legislação não prevê** a obrigatoriedade do sindicato acompanhar o programa já formalizado, exceto nos casos em que constar do próprio plano
- 3 Existe uma discussão entre governo e centrais sindicais** para isentar do imposto de renda a participação nos lucros. O entrave está sendo na faixa de valor que esta isenção irá beneficiar. O governo propôs isentar a faixa até R\$ 5 mil, mas centrais sindicais rejeitaram a proposta e propuseram isenção na faixa de valor até R\$ 10 mil
- 4 É vedado o pagamento de qualquer antecipação** ou distribuição de valores a título de participação nos lucros ou resultados da empresa em periodicidade inferior a um semestre

## A terra era crua

Que a Maringá das décadas de 1940 e 1950 tinha tudo por fazer não é novidade. A falta de energia elétrica, saneamento básico e equipamentos públicos eram alguns dos problemas enfrentados. Apesar de alguns impressos e programas de rádio relatarem esse momento pioneiro, foi em 1961 que, sem receio de engano, a obra literária de cunho histórico mais importante da cidade foi publicada: Terra Crua.

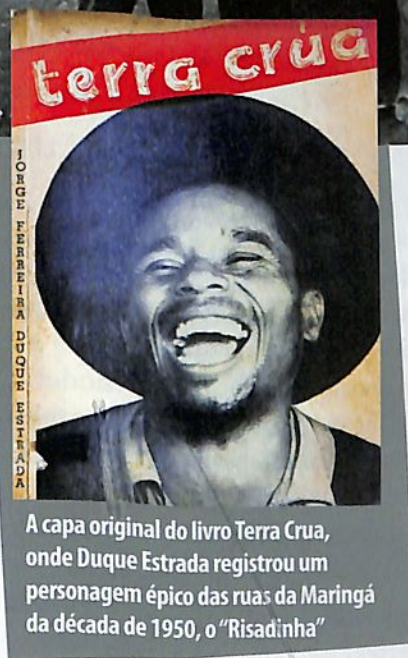
Antes de falar um pouco sobre Terra Crua, vale a pena descrever a biografia de seu autor. Jorge Ferreira Duque Estrada nasceu em São Gonçalo, no Rio de Janeiro, em 1916, estudou Direito e Odontologia, aprendeu a pilotar aeronaves quando serviu o Exército na região nordeste e instituiu uma empresa de comércio e beneficiamento de café. Dois anos antes de chegar a Maringá, na década de 1940, Duque Estrada havia sido Promotor Público em São José de Barreiro, em São Paulo. Em Maringá tratou de comprar um pequeno avião e passou a trabalhar, além da advocacia, com o táxi aéreo, que era um segmento empresarial muito rentável naquele período em face das arcaicas estradas de rodagem que rasgavam a região norte do estado.

Sempre envolvido com a alta sociedade de Maringá, Duque Estrada foi membro de diversos clubes de serviços e associações. Dado o conhecimento em leis, tornou-se um advogado admirado por uns e odiado por outros. Mesmo assim elegeu-se como um dos vereadores que ocupou as cadeiras da primeira gestão da Câmara Municipal, em 1952, pelo Partido Trabalhista Brasileiro (PTB). Essa legislatura foi controversa e de grande complexidade para os pesquisadores que a analisam, pois



MIGUEL FERNANDO

Da esquerda para a direita: José Mário Hauari, Basílio Sautchuk e Jorge Ferreira Duque Estrada, em 1952



A capa original do livro Terra Crua, onde Duque Estrada registrou um personagem épico das ruas da Maringá da década de 1950, o "Risadinha"

foi quando o prefeito Inocente Villanova Júnior enfrentou denúncias que resultaram em sua cassação. Com o mandato de segurança, Villanova conseguiu permanecer no cargo até 1956. Duque Estrada foi um dos poucos personagens que o defendeu perante a sociedade.

Em 1957, Jorge Ferreira Duque Estrada, que já havia atuado também como redator do primeiro impresso da cidade, começou a rascunhar o que viria a se tornar sua grande obra literária. Publicado originalmente em 1961 e reimpresso na gestão de Silvio Barros, Terra Crua relata momentos pitorescos do surgimento de Maringá, confrontos políticos e o início do fortalecimento regional. Baseado na memória do autor, em documentos e depoimentos

de companheiros, a obra traz um fato que foi descrito pela primeira e única vez: Duque Estrada revela que para não perder a cadeira na prefeitura, Inocente Villanova Júnior contratou jagunços para defender o gabinete.

Existem indícios de que Duque Estrada lançou Terra Crua em forma de capítulos, por meio de uma coluna que mantinha em um jornal impresso da cidade. Por estarem vivendo muitas das histórias no período do lançamento da obra, alguns dos personagens podem não terem ficado satisfeitos com a maneira como foi conduzida a narrativa.

Os pesquisadores e escritores que vieram depois, de certa forma, tiveram como primeira referência o livro de Jorge Ferreira Duque Estrada. Pelo fato da obra ter tido edições muito limitadas, somadas a ação inexorável do tempo, há a necessidade de uma republicação do livro que é a obra mais importante da história de Maringá. Para cumprir esse objetivo, um projeto está enquadrado na Lei Rouanet para captar recursos para relançar Terra Crua e produzir um documentário sobre o início de Maringá. Para mais informações: miguelevento@gmail.com.

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

# Faltas no trabalho: quando falta lei, entra o bom senso

A legislação não versa sobre a remuneração quando o funcionário acompanha consultas médicas do filho; saiba o que diz a lei sobre faltas no trabalho, dicas de ergonomia e estratégia de um empresário para reduzir as faltas no expediente

**Juliana Daibert**

**Q**ue o trabalho enobrece o homem não há dúvidas. Acontece que faltar às obrigações profissionais amparando-se nas possibilidades legais de ausência remunera-

rada e nas brechas encontradas na própria legislação às vezes é um expediente usado, sem moderação. E, às vezes, sobram reclamações dos empresários e até de colegas de trabalho, quando parte da remuneração é por produtividade ou

quando o trabalho de um depende de outro colaborador.

As previsões legais para falta remunerada estão definidas na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e em algumas normas esparsas (ver quadro), além das

Walter Fernandes

**A segunda-feira livre ajudou diminuir as faltas e ampliou horário de trabalho no sábado, quando são mais frequentes os desligamentos da rede elétrica; na foto, Ilvo Griz, da IG Transmissão e Distribuição**



convenções/acordos coletivos ou regimentos internos das empresas. Mas há casos em que a norma legal e a negociação sindical não alcançam, exigindo doses de bom senso para evitar injustiças, como o atestado de acompanhamento de pais ou filhos a uma consulta ou tratamento médico. Neste caso, o que vale é a ponderação no momento de decidir se a ausência deve ou não ser descontada.

Foi guiado pelo bom senso que o empresário Ilvo Griz, diretor presidente da IG Transmissão e Distribuição de Eletricidade, decidiu adequar a realidade da empresa à necessidade de substituir o descanso semanal remunerado. Quem trabalha nos setores administrativo, almoxarifado e na oficina cumpre a jornada de segunda a sexta-feira. Já os trabalhadores de campo, lotados na construtora e nas equipes de reparos e manutenção da fiação elétrica iniciam a semana às terças-feiras (7h30 às 17h30) e encerram aos sábados, às 16h30, com intervalo de uma hora para as refeições, totalizando 44 horas. De acordo com Griz, essa mudança simples diminuiu sensivelmente o número de faltas entre os trabalhadores, um dos motivos que o levou a propor a alteração.

“Nossos funcionários têm compromissos particulares que só podem ser resolvidos durante a semana, no horário normal de expediente. A mudança do descanso semanal remunerado evita a perda de um dia útil de trabalho, que traz prejuízos para todos”, diz ele.

Os outros dois fatores apontados pelo empresário para trocar o dia da folga remunerada das equipes foram a manutenção da frota e os desligamentos da rede elétrica. A primeira porque o comércio de



**De acordo com a advogada Simone Ramos, há entendimentos jurídicos de que o atestado médico fornecido pelo SUS deve ser aceito mesmo que a empresa tenha médico próprio ou do convênio**

peças atende apenas meio período aos sábados, e às vezes algumas lojas nem abrem. A segunda porque a interrupção de energia elétrica – para fazer ampliações, reformas e diminuir o impacto sobre a indústria e o comércio, abertos durante a semana – ocorre preferencialmente aos sábados e domingos.

“Procuramos manter um bom ambiente de trabalho e proporcionar maior vínculo entre a empresa e os profissionais. Não há vergonha em dizer que a empresa necessita dos funcionários, da mesma forma que há entendimento que eles também precisam da empresa. Portanto, nada melhor do que o bom relacionamento”, revela Griz.

#### **Atestados**

Com a especialização dos serviços de saúde, os departamentos de recursos humanos das empresas recebem atestados médicos dos mais variados profissionais. A

advogada trabalhista Simone Boer Ramos explica que são válidos os atestados legalmente emitidos por dentistas, psicólogos, nutricionistas, fisioterapeutas ou enfermeiros como motivo justificado para o não comparecimento do empregado ao serviço, por uma razão simples. “Os atestados médicos, desde que válidos, justificam a ausência e determinam a remuneração dos dias de falta do empregado ao serviço, em decorrência de sua própria incapacidade para o trabalho motivada por doença ou acidente do trabalho”, diz a advogada.

Caso o empregado justifique a ausência apenas durante o período de comparecimento ao local de atendimento, a empresa estará obrigada a remunerar somente o tempo declarado. O documento, neste caso, é a declaração de comparecimento médico, fornecida pelo Sistema Único de Saúde (SUS). Segundo o médico Jayr Mendonça Filho, diretor do de-

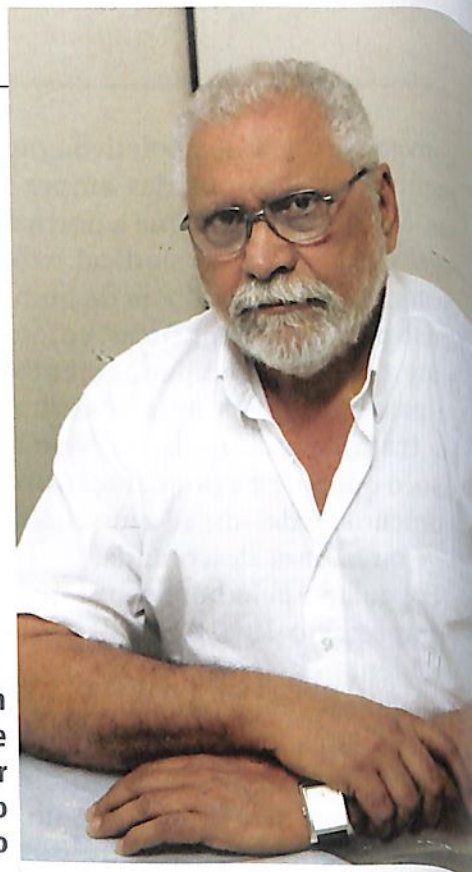
partamento de saúde da secretaria municipal de Administração, a declaração de comparecimento médico confirma que o funcionário foi atendido pelo serviço de saúde, mas voltou ao trabalho. A exemplo do atestado, a declaração de comparecimento também tem validade se assinada por dentistas, psicólogos e fisioterapeutas.

No caso do serviço público, a declaração é anexada à folha ponto do funcionário e arquivada; já o atestado é colocado na folha da saúde ocupacional e é levado em consideração para avaliação periódica, licenças-prêmio, entre outros. De acordo com o médico, as patologias mais frequentes como causas de faltas no trabalho são

gripes e bronquite no inverno, parto ou cesáreas nas idades produtivas, acidentes para trabalhadores braçais e distúrbios da emoção para com atividades intelectuais ou executivas.

Para que o atestado médico possa evitar a perda da remuneração correspondente, a legislação trabalhista estabelece a ordem preferencial de fornecimento desse documento: do médico da empresa ou do convênio, do médico

**Médico Jayr Mendonça Filho: em Maringá, SUS fornece declaração de comparecimento médico para justificar ausência no trabalho apenas no período de comparecimento ao atendimento**



## FALTAS NO TRABALHO



### O que diz a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT)

#### Artigo 473

O empregado poderá deixar de comparecer ao serviço sem prejuízo do salário:

- I – até dois dias consecutivos em caso de falecimento de cônjuge, ascendente, descendente, irmão ou pessoa que, declarada em sua carteira de trabalho e previdência social viva sob sua responsabilidade econômica;
- II – até três dias consecutivos em virtude de casamento;
- III – por um dia em caso de nascimento de filho no decorrer da primeira semana;
- IV – por um dia, em cada 12 meses de trabalho, em caso de doação voluntária de sangue devidamente comprovada;
- V – até dois dias, consecutivos ou não, para o fim de se alistar eleitor, nos termos da lei respectiva;
- VI – no período de tempo em que tiver de cumprir as exigências do Serviço Militar referidas na letra “c” do artigo 65 da lei 4.375/1964;
- VII – nos dias em que estiver comprovadamente realizando provas de exame vestibular para ingresso em instituição de ensino superior;
- VIII – pelo tempo que se fizer necessário quando tiver que comparecer em juízo.

### O que diz o Decreto 20.748/49

#### Artigo 12

Constituem motivos justificados:

- b) a ausência do empregado, justificada, a critério da administração do estabelecimento, mediante documento por esta fornecido;
- c) a paralisação do serviço nos dias em que, por conveniência do empregador, não tenha havido trabalho;
- d) a falta ao serviço com fundamento na Lei de Acidentes do Trabalho;
- f) a doença do empregado devidamente comprovada até 15 dias.

### O que diz a Lei 9.504/97

#### Artigo 98

Os eleitores nomeados para compor as mesas receptoras ou juntas eleitorais e os requisitados para auxiliar seus trabalhos serão dispensados do serviço mediante declaração expedida pela Justiça Eleitoral sem prejuízo do salário, vencimento ou qualquer outra vantagem, pelo dobro dos dias da convocação.

do Sistema Único de Saúde (SUS) ou avaliação da perícia médica da Previdência Social, quando o afastamento ultrapassar 15 dias, e outras situações de acordo com a legislação previdenciária; médico do Sesi ou Sesc; médico a serviço de repartição federal, estadual ou municipal incumbido de assunto de higiene ou de saúde pública; médico de serviço sindical e médico de livre escolha do próprio empregado no caso de ausência dos anteriores na localidade onde trabalha.

Simone explica que há entendimentos jurídicos no sentido de que o atestado médico fornecido pelo SUS deve ser aceito ainda que a empresa tenha médico próprio ou do convênio. Ainda conforme a advogada, a empresa também pode estar obrigada a aceitar qualquer atestado médico, independentemente da origem, desde que observados os requisitos de validade, se constar cláusula no documento coletivo de trabalho da categoria profissional ou no regulamento interno da empresa.

### Ginástica laboral

Levantamentos feitos pela Previdência Social a partir de 2008 dão conta que os transtornos mentais são a terceira causa de afastamento do trabalho no Brasil. Essas doenças perdem apenas para as do sistema osteomuscular (casos de lesões por esforço repetitivo - LER) e as lesões traumáticas. Em muitos casos, as patologias psiquiátricas - ansiedade, síndrome de *Burnout*, depressão e dependência química sendo as mais expressivas - desenvolvem-se a partir do chamado estresse ocupacional. Para o médico Jayr Mendonça Filho, o fato dos transtornos psiquiátricos



Ivan Amorim

**Educador físico Paulo Silva: exercícios de alongamento e fortalecimento ajudam a evitar bursites, tendinites e lombalgias**

possuírem diferentes causas torna a prevenção um verdadeiro jogo de xadrez.

As lesões por esforço repetitivo, ao contrário, podem ser evitáveis, desde que haja investimento e a preocupação em preservar a saúde física dos funcionários, principalmente porque as pessoas estão vivendo mais e, conseqüentemente, trabalhando por mais tempo. “É fato que as pessoas estão mais conscientes dos benefícios da atividade física para a saúde e buscam se exercitar com maior frequência. Essa realidade precisa ecoar também no ambiente de trabalho”, diz a fisioterapeuta Raquel Pagani de Mayo.

Ao lado do pilates, que aumenta a consciência corporal e postural e da ergonomia, que adequa o mobiliário de trabalho, a ginástica laboral é uma alternativa de prevenção acessível e eficaz, especialmente em longo prazo, de acordo com o educador físico Paulo Silva. Os exercícios de alongamento e fortalecimento

desenvolvidos de acordo com as exigências físicas do funcionário e do posto de trabalho podem evitar bursites, tendinites, lombalgias, etc. O ideal é que a ginástica laboral seja praticada três vezes por semana, com exercícios de curta duração, entre 15 e 20 minutos.

O educador também pontua os erros posturais mais frequentes cometidos por empresários e funcionários no dia a dia e que devem ser eliminados da rotina antes que a coluna grite e as faltas sejam inevitáveis: ficar muito tempo em pé; apoiar os cotovelos nos balcões; pegar caixas ou objetos no chão sem flexionar as pernas; carregar caixas e objetos com ombros elevados. Ele também recomenda manter a postura correta ao sentar ou regular a altura da cadeira de maneira adequada; regular mouse, teclado, monitores, luz e mesa corretamente; atender ao telefone sem torção de tronco e praticar atividade física regular. ■

## “Bom dia? Só se for para você”

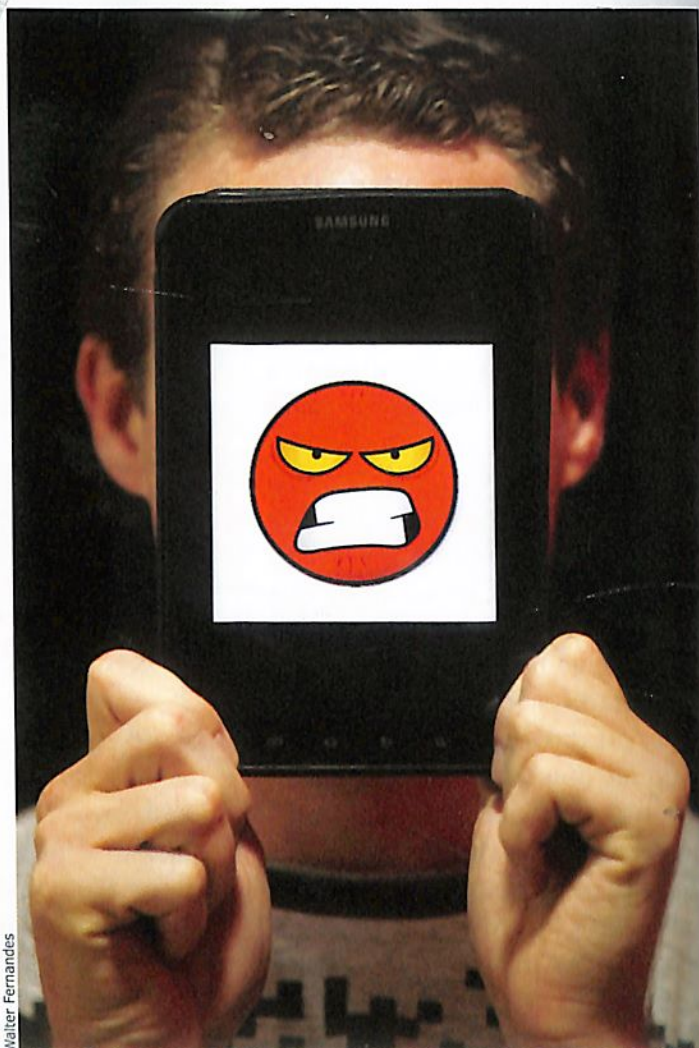
Essa era a resposta de um dos colegas mais rabugentos que tive a honra de trabalhar; não encarar o mau humor do outro como algo pessoal e ter jogo de cintura para lidar com pessoas “trágicas” ajudam a tornar o ambiente de trabalho melhor

**S**empre fui uma pessoa bem humorada e nunca me deixei contaminar pelo mau humor alheio. Mas confesso que estar sempre feliz da vida também pode ser considerado um pouco chato para quem trabalha ao seu lado. Mas ter um colega rabugento, mas rabugento de verdade, não é das tarefas mais fáceis. No meu primeiro emprego em jornal, quando entrava na redação e dava meu melhor bom dia, ouvia sempre de um colega a mesma resposta: “Só se for para você”.

Como nunca me abalei com isso e comecei a driblar aquele rosto carrancudo, em pouco tempo fiz um grande amigo e aprendi muito com aquele “cara mala”, como ele era conhecido entre os jornalistas recém-chegados. E não adianta simplesmente ignorar a existência dos tais “malas”. É bem provável que você passe mais tempo com sua equipe de trabalho do que com a família, e isso já é motivo suficiente para tentar criar um ambiente profissional agradável.

Agir de forma natural e não deixar se levar pelas emoções é uma boa forma para começar um relacionamento com uma pessoa de gênio difícil. E a dica de ouro é não encarar o mau humor do outro como algo pessoal. Com um pouco de jogo de cintura e boa vontade é bem possível inverter o jogo. Mas se a história ficar séria, beirar a grosseria e atrapalhar o rendimento de toda equipe, nada melhor do que uma boa conversa com seu superior ou diretamente com o setor do Recursos Humanos.

Mas além do colega rabugento, há também aquele negativo que adora contar histórias com finais trágicos e ricas em detalhes nada agradáveis. Estes também não são considerados as melhores companhias. Nesse caso procure não deixar o assunto se estender, mas sempre de maneira educada: “Sinto muito, mas estou ocupado agora, outra hora con-



Walter Fernandes

versamos”. Isso é mais do que suficiente. E quando a conversa for no *happy hour*, por exemplo, procure sugerir sempre assuntos positivos e leves.

O mais importante é que nunca falte o respeito. Por isso evite rotular as pessoas que fazem parte do seu ciclo profissional. Isso limita as possibilidades de descobrir as qualidades do colega e até, quem sabe, aprender com ele. Assim como nas relações fora do trabalho, tentar reconhecer o limite de cada pessoa e não exigir além do que ela pode dar é uma maneira de evitar frustrações. Lembre-se que dentro da empresa os relacionamentos são importantes, mas respeitar o trabalho do outro e pensar no bem coletivo deve sempre estar em primeiro lugar.

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

## PALESTRA GRATUITA SOBRE ESTRATÉGIA PARA O SUCESSO DOS NEGÓCIOS

O tema da edição de julho do Copejem Business será "estratégia – a essência do sucesso nos negócios". Quem ministrará a palestra no dia 11 de julho, às 19 horas, será o administrador de empresas, com MBA Internacional em Gestão Empresarial e pós graduação em Marketing, Ricardo Guirado. Empreendedor nos setores industrial e varejista por mais de 15 anos e consultor empresarial com foco em pequenas e médias empresas, Guirado discutirá os seguintes temas: mudanças, o que é estratégia, planejamento com estratégia, entre outros. A palestra terá participação gratuita e será realizada na sede da ACIM pelo conselho de jovens empresários e executivos. Para confirmar presença, os contatos são [eventos@acim.com.br](mailto:eventos@acim.com.br) e (44) 3025-9644.



Walter Fernandes

## ASSOCIADO DO MÊS

Fundada em 2008 pelo então estudante de publicidade e propaganda Bruno Ladeia Marinho, a Desenvolve T.I adquiriu sua solidez ao entrar no projeto da Incubadora Tecnológica de Maringá a partir de 2011 dentro da qual obteve suporte e estrutura necessários para iniciar as atividades na área de tecnologia da informação.

Também no ano passado a empresa adquiriu as primeiras representações comerciais para revenda de softwares de gestão de conhecimento e da informação, iniciando parcerias com empresas renomadas como BraZip, Dinamize, Feng Office, HootSuite, IBM, Google e Microsoft. Em seguida, a Desenvolve T.I passou a desenvolver trabalhos exclusivos em território nacional, incluindo a tradução e desenvolvimento do primeiro manual do software Feng Office em português, além de se tornar a primeira empresa nacional credenciada e apta a desenvolver projetos de consultoria e treinamentos do software no Brasil.

Atualmente, a Desenvolve T.I tem como focos a prestação de serviços educacionais e o desenvolvimento e aplicação de cursos em diversas áreas do mercado, principalmente de tecnologia, comunicação e marketing, oferecendo a capacitação digital aos profissionais de Maringá e região.

A Desenvolve T.I fica na avenida Colombo, 5790, campus universitário da UEM - bloco 14, Sala 4. O telefone é (44) 3029-9161, ramal 224 - [atendimento@desenvolveti.com.br](mailto:atendimento@desenvolveti.com.br)

## SECRETÁRIO DE ESTADO VISITA ACIM



Ivan Amorim

O Secretário da Indústria, Comércio e Assuntos do Mercosul, Ricardo Barros, visitou a ACIM em 18 de junho, onde se reuniu com o presidente Marco Tadeu Barbosa e outros diretores. Na visita de cortesia ele falou sobre o trabalho da secretaria, geração de empregos no Paraná, políticas de incentivo para as empresas e eleições 2012.



Ivan Amorin

## HOMENAGEM

Por proposição do deputado Dr. Batista, a Assembleia Legislativa do Paraná homenageou o presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, bem como Adilson Emir Santos, que presidiu a Associação Comercial entre 2008 e 2012, por duas gestões, e Jair Ferrari, que foi eleito Empresário do Ano 2012. O certificado de votos de congratulações foi entregue em 16 de junho pelo proponente da homenagem.

## PLANEJAMENTO URBANO DE MARINGÁ

Arquiteto de um dos mais renomados escritórios do mundo, a Foster + Partners, Edson Yabiku esteve na ACIM em 23 de junho. Maringaense de nascimento, ele mora na Inglaterra e veio ao Brasil a convite de uma ONG para participar da conferência Rio + 20, onde falou sobre o projeto desenvolvido pelo escritório de arquitetura cujo foco é a sustentabilidade total. Trata-se de Masdar City, um projeto custeado pelo governo de Abu Dhabi, a capital dos Emirados Árabes, para que a cidade não produza resíduos e seja totalmente livre da emissão de carbono.

Na ACIM, Yabiku se reuniu com empresários e discutiu o projeto de planejamento urbano de Maringá para as próximas décadas. O objetivo é que a iniciativa privada custeie um projeto amplo para nortear o desenvolvimento ordenado da cidade, o transporte público, entre outros. Na opinião do arquiteto, o futuro dos municípios é ter "cidades ativas 24 horas por dia, com menos carros e, para isso, será preciso oferecer oportunidade para o cidadão usar o transporte público". Para ele, o veículo leve sobre trilhos (VLT) é uma alternativa interessante para Maringá.

Ivan Amorin



## SUSTENTABILIDADE E RIO + 20

Os membros do Conselho de Comércio e Serviços da ACIM se reuniram em 27 de junho. Na pauta, a conferência Rio + 20 e a sustentabilidade, que foram discutidos pelo prefeito licenciado, Silvio Barros. Na reunião conduzida por Mohamad Ali Awada, Barros trouxe diversas informações interessantes sobre produção de lixo, estimativa do aumento populacional mundial, entre outros dados. E informou que Maringá sediará um encontro do Programa Cidades Sustentáveis, que tem o objetivo de sensibilizar, mobilizar e oferecer ferramentas para que as cidades brasileiras se desenvolvam de forma econômica, social e ambientalmente sustentável.

Segundo ele, atualmente 51% dos 7 bilhões de habitantes do planeta moram em cidades e dois terços dos resíduos sólidos são produzidos nas cidades. Em 2040 a população mundial deverá ser de



Walter Fernandes

9 bilhões de pessoas, com 70% da população morando nas cidades.

Barros representou Maringá na conferência e destacou que o documento produzido pelos chefes de Estado tem 283 considerações sobre sustentabilidades, mas apenas três compromissos assumidos. "O resto é intenção".



## ACIM SEDIU CONGRESSO PARANAENSE DE REMUNERAÇÃO

Especialistas em Remuneração e Recursos Humanos ministraram palestras durante o Congresso Paranaense de Remuneração, o Remunera RH, realizado nos dias 19 e 20 de junho, na sede da ACIM, que foi uma das apoiadoras do evento.

Cargos e salários, remuneração variável, indicadores de desempenho na gestão de RH e ambiente organizacional foram alguns dos assuntos discutidos. Entre os palestrantes estiveram Vicente Picarelli Filho, com mais de 30 anos de experiência como consultor e profissional de grandes empresas nacionais e multinacionais, que falou sobre "Remuneração estratégica e o futuro da área de recursos humanos".

Os *cases* do Laboratório Sabin e do Grupo Gazin, que estão listados entre as melhores empresas para se trabalhar, também fizeram parte da programação. Já o advogado Marcelo Silva falou sobre "cargos e salários ou remuneração variável: qual a melhor escolha?".

O congresso foi uma realização da Associação Brasileira de Recursos Humanos/Paraná (ABRH), cuja sede da regional noroeste fica na ACIM, e da Alvo Consultoria e Treinamentos Empresariais.

## CURSO

A consultora empresarial e pedagoga Jane Eyre Colombo da Cruz, que tem no currículo cursos ministrados para grandes empresas, como a GVT, será a instrutora do curso "Atendimento de alta performance para frentistas". O objetivo será apresentar a postura profissional para quem atua com atendimento e técnicas atualizadas em serviços de atendimentos para frentistas. Serão discutidos os conhecimentos necessários para a função, habilidades específicas da atividade, atitude esperada pelos clientes, postura profissional, dicas para driblar o estresse, entre outros tópicos. O curso será realizado nos dias 13 e 14 de agosto, das 19 às 23 horas. Para mais informações sobre este curso e outros que serão realizados em agosto, os telefones do Centro de Treinamento e Desenvolvimento são (44) 3025-9631 e 3025-9632.



## Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 20 de maio e 22 de junho:

Arq + Arquitetura  
Ótica Cidade  
Restaurante Tempero Caseiro  
Alca Network  
Inove Internet  
Amor Crescente Moda Infantil  
Pissoli Corretora de Imóveis  
Andreia Cabeleireiros  
Desenvolve TI  
Loca Festa Maringá  
Fitn Life  
Buffet e Ristorante Giardino Eventos  
Gtsprint  
Wood Landy Móveis Planejados  
Casa de Nonna Restaurantes  
Cassiana Silva Vergili  
Catemar  
C.E.I Primeiro Tempo  
Clima Plus  
CSHP – Convênio Saúde Hospital Paraná  
Diamond Hair Distribuidora de Cosméticos  
Matheus Manzotti Odontologia  
Recopeus  
Amig TI  
Eflex  
Escritório Azevedo  
Estar Bem Cuidadoria  
FGC Tech Soluções em TI  
775  
Fitama Comercial  
A Exclusiva  
Gatha Guilhe  
Ype Madeiras  
Day Life Estética Pilates  
Hidroparana  
Bruna Flores  
Imobiliária Olga Iwata  
Metalúrgica Vítroval  
Startech Soluções Elétricas  
Tecdiesel  
Nil Escapamentos  
José Antônio Suprimentos de Informática  
Diamotos  
K2M Papéis LTDA  
Luzia Fazzolli  
Publik Cine Video  
Lab Têxtil

Laura Adriana Schiavon  
Oráculo Marketing  
Fênix Distribuidora de Alimentos  
Abre e Fecha Portas e Janelas  
Beauty Forms  
Machado Marinho  
Flora Yohana  
Moda Rosa  
AGP Consultoria  
Maringá Acabamentos  
Celebridade Fashion Cabeleireiros  
TCM Esportes  
Depósito Salomão  
Sonho Fest  
Plast Pouch  
Tatu Peças  
Prado Corretora de Imóveis  
Primos Fomento Mercantil LTDA  
Pumatel  
Rana Construções  
Kassiane Modas  
Odontologia Especializada  
Estilo Modas  
Renascença Modas  
Kami  
Medi Plus Produtos Hospitalares  
Mônica Ganem  
Becco Beer  
Sentido Absoluto  
Versátil Decoração de Eventos  
Avizo  
Sonora Multiagencia  
Is Love  
Terra Nobre  
Sua Casa Sua Vida – Abre e Fecha  
TN Móveis  
Centro Técnico Patty  
Consultório Odontológico Simone e Cleber  
Spak  
Micro Way  
M e B Informática  
Uzimaís  
Valdar Móveis Astorga  
Lingart  
Kazza Motos  
Armazém da Roca

## DESCONTOS PARA ASSOCIADOS

Os empresários e funcionários de empresas associadas da ACIM podem usufruir dos benefícios de um convênio firmado com a Unifamma. Novos alunos dos cursos de graduação têm desconto de até 40% na mensalidade. E novos alunos de pós pagam até 36% a menos. A Unifamma fica na avenida Mauá, 2.854. O telefone é 2101-5550 e o site é [www.unifamma.edu.br](http://www.unifamma.edu.br)

## JAPONESES VISITAM ASSOCIAÇÃO PARA PROSPECTAR NEGÓCIOS

Uma comitiva de empresários e lideranças Toyohashi visitou a ACIM em 28 de junho. Do lado japonês, participaram do encontro o prefeito da cidade, Koichi Sahara, os secretários municipais Masatoshi Kato e Masahiro Takikawa, o vice-presidente da Câmara do Comércio e Indústria de Toyohashi, Isao Ishiguro, entre outros. O grupo foi recepcionado pelo presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, diretores da entidade, empresários, lideranças locais, o prefeito licenciado Silvio Barros, o prefeito Carlos Roberto Pupin e pelo deputado Luiz Nishimori.

No encontro o prefeito Sahara discursando em português, língua aprendida durante os três anos que viveu no Brasil, explicou quais são as matrizes econômicas de Toyohashi e que o porto da cidade japonesa é um dos maiores do mundo em volume de importação e exportação de automóveis.

## INSTITUTO MERCOSUL OFERECE TREINAMENTOS SOBRE IMPORTAÇÃO

Em agosto, o Instituto Mercosul oferece treinamentos sobre importação em Londrina, Maringá e Cascavel. Os cursos têm apoio das associações comerciais locais. Para o presidente do instituto, César Couto, esses treinamentos vão ao encontro das necessidades dos empresários que desejam internacionalizar suas empresas, mas nem sempre encontram informações sobre o assunto por estarem no interior. Segundo Couto, a agência de fomento ao comércio exterior da ACIM encontra-se aberta a parcerias para levar a grade de treinamentos da qual dispõe para outras associações do Paraná e outros estados.

### **Análise de Custos e Formas de Financiamentos nas Importações**

8/8 - Londrina

9/8 - Maringá

### **Importação Passo a Passo**

Data: 10/8

Local: Cascavel



Segundo ele, a cidade também se destaca por ser uma grande produtora de frutas, legumes e flores. "Queremos fazer intercâmbio econômico com as empresas de Maringá e região, em especial na área de agronegócio. Viemos conhecer a economia de Maringá e apresentar a economia de Toyohashi", resumiu. Toyohashi tem 380 mil habitantes.

O presidente da ACIM agradeceu a presença da comitiva e disse acreditar que será possível fazer uma parceria benéfica entre os empresários dos dois países. A visita recebeu a intermediação da Associação de Intercâmbio Internacional de Maringá e incluiu passagens pela Acema, prefeitura, Cesumar e Parque do Japão.

## PALESTRA SOBRE FUSÕES DE EMPRESAS

Fusões e aquisições de empresas será o tema da palestra que o engenheiro Dejair Baptista de Paula Júnior ministrará no dia 25 deste mês. Com MBA em Gestão Empresarial e em Finanças e Controladoria, ele foi executivo das Lojas Americanas, Carrefour e Stevia farma. A palestra, cuja participação é gratuita, será às 8 horas, no auditório Ângelo Planas, na ACIM. Para confirmar presença, o telefone é 3025-9646. A palestra tem apoio da D&R Negócios.

## CAMPANHA DO AGASALHO ARRECADADA 5 TONELADAS

As academias ligadas ao Núcleo Setorial, do Programa Empreender, da ACIM, realizaram uma bem-sucedida campanha para arrecadar roupas, calçados e cobertores. E em menos de 20 dias a campanha "Faça uma forcinha e contribua para um inverno mais quente de muita gente" arrecadou mais de cinco toneladas de peças. Para estimular a adesão da comunidade na campanha, as 11 academias participantes deram prêmios às duas pessoas que mais contribuíram com a doação de peças em cada estabelecimento, o que estimulou uma competição saudável entre os doadores. As doações foram encaminhadas ao Albergue Santa Luiza de Marillac, Casa de Emaús e Abrigo Deus Cristo e Caridade. A Karina Móveis disponibilizou um caminhão para transporte de tudo que foi arrecadado nas academias e entregou as doações nas entidades beneficiadas.

E por falar em doação de artigos de inverno, em junho a ACIM realizou a entrega de mil edredons para 22 entidades sociais, que atendem pessoas em situação de vulnerabilidade social. Os edredons foram adquiridos pela ACIM e empresas associadas. Esta foi a quinta edição da campanha, que mais uma vez teve a parceria da FA Maringá na venda, a preço de custo, das peças.

## PROCURA POR PÓS-GRADUAÇÃO SUPERA EXPECTATIVAS E FAZ FUNDACIM PROGRAMAR NOVO CURSO

Trinta e dois alunos estão frequentando as aulas da pós-graduação em Gestão Estratégica em Organizações do Terceiro Setor, ofertada pelo Instituto de Responsabilidade Social de Maringá (Fundacim), ligado à ACIM.

O número de inscritos superou as expectativas dos organizadores, segundo a presidente da Fundacim, Cleide Tono Freitas Noronha. "Esperávamos um bom público por se tratar de um curso inédito no Paraná, mas a procura ficou bem acima do esperado. Mesmo depois do início das aulas ainda recebíamos pessoas interessados em fazer o curso", conta ela, lembrando que o terceiro setor hoje é atuante em várias frentes de trabalho e detém papel importante na sociedade.

O termo terceiro setor é uma referência às sociedades privadas ou associações sem fins lucrativos e não governamentais exclusivamente em atividades



Walter Fernandes

## EMPRESÁRIO JAPONÊS MINISTRA PALESTRA SOBRE SUCESSÃO

Como parte da programação da Semana Cultural da Imigração Japonesa no Brasil, que completou 104 anos, o empresário Hideaki Iijima ministrou uma palestra gratuita na ACIM em 22 de junho sobre sucessão familiar em empresas.

Iijima é proprietário da rede de salão de beleza Soho e líder da organização não-governamental Zeladoria do Planeta, ambos em São Paulo. A Zeladoria do Planeta é uma entidade que coordena a limpeza de locais públicos por voluntários como forma de todos cuidarem e sentirem-se responsáveis pela qualidade de vida de sua cidade.

O nome da rede de salões de beleza foi inspirado no bairro nova-iorquino conhecido por seus intelectuais e vida boêmia e também pelo significado japonês da palavra: "pássaro azul". Iijima nasceu no Japão e mudou-se para o Brasil em 1979, depois de trabalhar em alguns dos mais importantes salões de beleza de Tóquio.

de utilidade pública, como Organizações Não Governamentais (ONGs) e Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIps).

O curso, oferecido em parceria com a Faculdade Cidade Verde (FCV), começou no último mês de março e terá duração de 16 meses, sendo 12 com aulas presenciais e quatro meses para elaboração de trabalho de conclusão de curso. Entre os módulos que compreendem a especialização estão gestão de pessoas, comunicação, gestão de projetos sociais, mobilização e captação de recursos.

Devido à grande procura pelo curso, Cleide adianta que a Fundacim está programando uma nova pós-graduação, possivelmente voltada à gestão pública, para o próximo semestre. "Vamos investir na oferta de pós-graduações para que os maringaenses tenham opções de aprimorar os seus conhecimentos", finaliza.



**As crescentes pressões para alinhar as estratégias de remuneração às estratégias do negócio levantam questões críticas sobre os pacotes de remuneração das organizações, que não são respondidas apenas com a utilização de *benchmarkings***

## Remuneração estratégica, fonte propulsora de resultados

A maneira como as empresas determinam e pagam os salários e benefícios dos colaboradores não mudou muito nos últimos anos. Por muito tempo, o benchmarking (processo de comparação dos produtos, serviços e práticas empresariais) foi utilizado como a principal ferramenta no ajuste do pacote de reconhecimento dos colaboradores. A prioridade sempre foi definir os níveis de remuneração e benefícios da organização a partir da comparação com os concorrentes ou de acordo com as demandas geográficas – contanto que o pacote de remuneração não produzisse custos altos.

As crescentes pressões para alinhar as estratégias de remuneração às estratégias do negócio levantam questões críticas sobre os pacotes de remuneração das organizações, que não são respondidas apenas com a utilização de *benchmarkings*.

Pagar salários acima da média do mercado motivará os colaboradores ou apenas aumentará custos? Pagar abaixo da média de mercado reduzirá os custos ou apenas desmotivará os empregados? O pacote de remuneração atual é relevante para a atração e retenção dos talentos? Para maximizar o retorno do custo total do pacote de remuneração ao negócio e responder questões críticas, as organizações necessitam de ferramentas e técnicas inovadoras e eficazes.

A Remuneração estratégica é a abordagem que auxilia as empresas a desenhar e implementar um modelo de remuneração alinhado aos *drivers* de geração de valor ao negócio e que motiva os colaboradores a atingir os resultados desejados. Este tipo de método é feito a partir dos seguintes fatores: definição do pacote de remuneração de acordo com as necessidades da organização e dos colaboradores; segmentação da solução para os diferentes tipos de colaboradores; e motivação dos colaboradores para atingir as metas e objetivos.

A Remuneração estratégica tem como principais componentes os seguintes tipos de remuneração:

- Remuneração funcional: é estrutural; de base de salários determinada pela função e ajustada ao mercado, em estruturas hierárquicas baseadas em cargos
- Remuneração por habilidades e competências: é estrutural, portanto, a base são os salários fixos; é determinada pela formação e capacitação dos colaboradores em estruturas por processos e células, que incentivam a multifuncionalidade ou multiespecialização
- Remuneração variável: inclui as formas vinculadas ao desempenho/resultado do indivíduo, da equipe, do projeto e da empresa
- Salário indireto: compreende os benefícios e outras vantagens
- Previdência complementar: assegura uma remuneração pós-período de dedicação à organização
- Participação acionária: remuneração variável que reforça o vínculo e compromisso de longo prazo entre o indivíduo e a empresa
- Alternativas criativas: inclui outras possíveis formas de reconhecimento baseadas em prêmios e incentivos.

Há uma sensação generalizada de que a relação entre empregado e empregador mudou mais nos últimos 20 anos que em qualquer outro momento da história moderna. A qualidade dessa relação é percebida como um condutor primário que influenciará se uma empresa atinge os resultados de negócios desejados ou não. Essa ideia deve ser verdadeira, se forem aceitas as premissas de que o comportamento dos empregados é o principal *driver* que influencia os resultados da empresa e que um programa de recompensas pode influenciar o comportamento dos funcionários de forma eficaz.

Vicente Picarelli Filho é consultor em capital humano e autor dos livros "Remuneração Estratégica" e "Carreira e Remuneração por Habilidades e Competências"

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](http://www.graficaregente.com.br)

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

Obtenha mais informações em: [www.fsc.org.br](http://www.fsc.org.br)



# PEGASUS<sup>®</sup>

## BUREAU



soluções em imagem corporativa

