

www.acim.com.br

ISSN 1981-1926

9 771984 654989 5 00523

# ACIM

Agosto/2012  
Nº 523 - Ano 49  
R\$ 5,00

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



**Empresas que enxergaram as melhores oportunidades estão salvando e até ampliando seus negócios**

# PLANOS DE SAÚDE

ANS - Nº 31526-5



Mais que Plano de Saúde!

FAMILIARES E EMPRESARIAIS

VENDAS

44 3218-1515

**MARINGÁ - PR**

Av. Brasil, 4493 - Centro - CEP 87013-000  
Fone: 44 3218 1530 - Atendimento / 44 3218 1515 - Vendas  
pam@pam.med.br

**CASCVEL - PR**

Av. Brasil, 5084 - Centro - CEP 85812-001  
Fone: 45 3218 1300 - Atendimento / 45 3218 1314 - Vendas  
cascavel@pam.med.br

**CAMPO MOURÃO - PR**

Av. Comendador Noberto Marcondes,  
esq. com a Rua Brasil, 1847/B, Centro - CEP 84303-100  
Fone: 44 3017 0051  
campomourao@pam.med.br

**UBIRATÃ - PR**

Av. Nilza de Oliveira Pepino, 1385B - Centro - CEP 85440-000  
Fone: 44 3543 4186 - Atendimento e Vendas  
ubirata@pam.med.br

[www.dr pam.com.br](http://www.dr pam.com.br)



“ Em terra de empreendedores sobram exemplos bem-sucedidos de empresários que usam criatividade, ousadia e muita perseverança para conduzir seus negócios. Na reportagem de capa desta edição revelamos as saídas encontradas por empresários para fazer frente à concorrência e ainda aumentar a fatia de mercado na forma de novos nichos de atuação

### Em terra de empreendedores, reconhecimento e homenagem são obrigatórios

No primeiro semestre deste ano foram abertas 2.383 empresas em Maringá, um número 4,2% maior do que no mesmo período do ano passado. Os dados da Junta Comercial do Paraná comprovam o empreendedorismo da população local, que vem se revelando desde o início da colonização da cidade, ainda mais porque no mesmo período Londrina registrou decréscimo de 14,6% na abertura de empresas e em Curitiba a queda ultrapassou 15%.

E em terra de empreendedores sobram exemplos bem-sucedidos de empresários que usam criatividade, ousadia e muita perseverança para conduzir seus negócios. Na reportagem de capa desta edição revelamos as saídas encontradas por empresários dos segmentos varejista, industrial e de prestação de serviços para, dia após dia, fazer frente à concorrência e ainda aumentar a fatia de mercado na forma de novos nichos de atuação.

Não por acaso o empreendedorismo foi escolhido como tema desta edição. Agosto é o mês de reconhecimento e homenagem aos talentos empresariais de Maringá, quando se faz a escolha do Jovem Empreendedor e a entrega do Prêmio Empresário do Ano 2012.

Ao lado da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP), da Associação Paranaense

de Supermercados (Apras) e do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá (Sivamar), a ACIM homenageou neste ano um empresário íntegro e batalhador, que sempre pautou as ações pessoais e profissionais com a humildade de menino de família simples.

Jair Ferrari é sócio da Ferrari & Zagatto e Cia, empresa que há 24 anos atua no segmento de insumos agrícolas, e da Fortgreen Comercial Agrícola, que é uma indústria de fertilizantes foliares.

A exemplo dos homenageados em edições anteriores, Ferrari foi escolhido pela trajetória profissional bem-sucedida e participação ativa na comunidade, entre outros pré-requisitos.

Já o homenageado com o Prêmio Jovem Empreendedor, escolhido por uma comissão julgadora no início de agosto, será Antônio Carlos Braga Junior, 32, proprietário da BS2 Internet.

Finalizando as homenagens deste mês festivo saúdo os pais pelo dia 12. Guardadas as devidas proporções, a família é um modelo empreendedor que inspira e guia o caminho de muitos homens de sucesso. A todos, felicidades.

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



PISCINA COM RAIA DE 12.5M  
E DECK MOLHADO



AGOSTO 2012



- \* EXCEPCIONAL LOCALIZAÇÃO
- \* 01 POR ANDAR

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

Financiamento  
**Bradesco**

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

CERTIFICAÇÃO



MEMBRO



CERTIFICAÇÃO



SUSTENTABILIDADE



IMPACTO GLOBAL



# 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



# 16

## REPORTAGEM DE CAPA

Ousadia, criatividade e adaptação às mudanças são alguns dos "combustíveis" dos empresários que não apenas se mantêm no mercado, como ampliam o público-alvo e a área de atuação; conheça a história e os caminhos percorridos por estes empresários, como Roni Celso Silva, da Natural One, que no ano passado deu início à loja virtual



# 8 ENTREVISTA

A Trip Linhas Aéreas e a Azul anunciaram um processo de fusão e é este um dos assuntos que o presidente da Trip, José Mário Caprioli, discute na entrevista do mês; os dez anos de operações da companhia em Maringá e os planos de investimento também foram temas abordados na entrevista concedida durante a passagem dele pela cidade

www.acim.com.br

# 24 ARQUITETURA

Na construção civil novas tecnologias estão disponíveis para economizar mão de obra e recursos naturais; *steel frame* e *drywall* são alguns materiais mais sustentáveis, mas eles ainda precisam romper as barreiras do desconhecimento entre quem está construindo e precisam da disseminação das vantagens em contraponto ao custo mais alto que outros materiais

# 28 EVENTO

O lançamento do programa Cidades Sustentáveis no Paraná foi na sede da ACIM no mês passado; durante o encontro palestrantes, como o presidente emérito do Instituto Ethos, Oded Grajew, discutiram a sustentabilidade e todos os candidatos a prefeito de Maringá assinaram uma carta compromisso aderindo ao programa

**DIRETOR RESPONSÁVEL**José Carlos Barbieri  
Vice-presidente de Marketing**CONSELHO EDITORIAL**Giovana Campanha, Helmer Romero,  
José Carlos Barbieri, Lúcio Azevedo, Pedro Grava,  
Mohamad Ali Awada Sobrinho, Miguel Fernando Perez Silva,  
Sérgio Gini, Valdeir Larrosa, Tatiana Consalter,  
Ana Rita Canassa e Wlândia Dejuli**JORNALISTA RESPONSÁVEL**

Giovana Campanha - MTB 05255

**COLABORADORES**Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Juliana Daibert,  
Octávio Rossi e Rosângela Gris**EDITORAÇÃO**Andréa Traquetta  
andreatra@btrturbo.com.br**REVISÃO**Giovana Campanha, Helmer Romero  
e Sérgio Gini**CAPA**

Anima Lamps

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

Ivan Amorin, Edna Amorin, PMM e Walter Fernandes

**CTP E IMPRESSÃO**

Gráfica Regente

**CONTATO COMERCIAL**Sueli de Andrade  
8822-0928**ESCREVA-NOS**Rua Basílio Sautchuk, 388  
Caixa Postal 1033 Maringá - Paraná  
CEP 87013-190  
e-mail: revista@acim.com.br**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

Presidente: Marco Tadeu Barbosa

**CONSELHO SUPERIOR**Presidente: Adilson Emir Santos  
COPEJEM - Presidente: Rodrigo Seravalli de Britto  
ACIM MULHER - Presidente: Ana Lúcia Megda**CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS**

Presidente: Mohamad Ali Awada Sobrinho

Os anúncios veiculados na Revista Acim são  
de responsabilidade dos anunciantes e não  
expressam a opinião da ACIM.A redação da Revista ACIM obedece o acordo  
ortográfico da Língua Portuguesa.**30 MERCADO IMOBILIÁRIO**

Comprar um imóvel na planta é uma alternativa atraente, mas antes de assinar o contrato, o futuro comprador precisa escolher entre as duas modalidades mais comuns neste tipo de negócio; veja as diferenças e vantagens de imóveis com construção por preço de custo e preço fechado, que é a opção escolhida pela Engeblock, conforme explica o coordenador de vendas, Cláudio Turkowski

**36 VAREJO**

Empregar muitas cores ou colocar muitas peças na vitrine não são indicados na montagem deste espaço tão importante para atrair o cliente; as dúvidas sobre o tempo de troca das peças e o que fazer para não poluir a vitrine são respondidas por especialistas na reportagem desta edição

**44 GESTÃO DE PESSOAS**

Há empresas em que os funcionários parecem trabalhar mais felizes, o que provavelmente é fruto de uma bem sucedida política de gestão de pessoas; especialistas e gestores de empresas listadas entre as melhores organizações para se trabalhar contam as estratégias para que o clima organizacional seja positivo (na foto, o empresário José Christinelli, do Posto Oásis)

**ERRAMOS**

Informamos que em relação a uma das legendas publicadas na coluna Maringá Histórica da edição de julho, ao lado de José Mário Hauari e Basílio Sautchuk está Mário Luiz Pires Urbinatti e não Jorge Ferreira Duque Estrada. A fotografia foi publicada na página 47.

# O céu é a fonte de negócio

A Trip Linhas Aéreas é a maior companhia regional da América do Sul, operando em mais de 80 cidades e com 3,8 mil funcionários. A empresa completou dez anos de operação em Maringá e, por isso, em junho, o presidente da companhia, José Mário Caprioli, esteve na cidade. Hoje a Trip opera nove voos diretos em Maringá e apenas no ano passado transportou mais de cem mil passageiros na cidade. Na entrevista a seguir, Caprioli fala sobre os projetos da empresa e o processo de fusão das operações da Trip e Azul Linhas Aéreas. Com a fusão, as duas empresas passam a deter 15% do mercado doméstico de aviação. E como reza a legislação, a associação precisa da aprovação da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) e do Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), responsável por julgar questões relativas à concorrência no mercado.

## O que a fusão da Trip e Azul traz de mudanças?

No curto prazo não muda absolutamente nada. As empresas vão continuar operando separadamente por cerca de um ano a um ano e meio. Sou presidente do comitê de fusão e tenho como missão fundir as melhores práticas de cada empresa. Acredito que vamos passar por um ciclo grande de planejamento para ver o que o passageiro da Trip gosta, o que a Azul faz de melhor. Isso vai levar alguns meses até ir se materializando como uma experiência de passageiro unificada. No longo prazo, a fusão nos dá musculatura não só

para sustentar o plano de frota mais agressivo em uma indústria em que os nossos competidores estão reduzindo frotas no mercado doméstico, como criaremos musculatura econômica, onde vamos conseguir racionalizar custos. Por exemplo, vamos poder fazer uma negociação melhor com os fornecedores de querosene de aviação, porque o volume de compra será maior. E a terceira vertente, que eu acho que é a mais importante, é combinar as malhas aéreas de maneira a obter melhor conectividade. O que o passageiro prefere: ter um voo da Trip e um da Azul às 7 da manhã e não ter mais

nenhum voo durante o dia ou ter um voo pela manhã e outro à tarde, de maneira que o passageiro consiga ir e voltar a um destino no mesmo dia? Às vezes as malhas não foram pensadas para conectar uma cidade a outra e este é um desafio enorme. Por exemplo, o passageiro voará de Maringá para Curitiba de Trip e de Curitiba para Campinas de Azul. Vamos ir melhorando os horários de todos os destinos que operamos para que as conexões melhorem e ampliemos os números de destinos. As pessoas questionam muito sobre a fusão, mas não há uma receita de sucesso que não seja a empresa ser

mais competitiva, mais econômica com reflexo para o passageiro e oferecer uma malha mais abrangente.

### **O fantasma de qualquer fusão são as demissões. Existe esta possibilidade?**

Há fusões que são feitas de forma desesperada, como algumas que ocorreram com empresas áreas que estavam praticamente para quebrar nos Estados Unidos e na Europa. O nosso caso é outro: são duas empresas de sucesso crescendo a uma velocidade de 20 a 30% por ano e ao fundir, não vamos diminuir nossos planos de crescimento. Mesmo que haja um ou outro cargo com sobreposição, acreditamos que este crescimento vai absorver estes profissionais. Este é um tipo de fusão que leva a um impacto muito marginal sobre postos de trabalho. As demissões vão ocorrer muito mais por conta da performance de pessoas do que pelo processo de fusão. Por exemplo, acabamos de fundir nosso departamento jurídico e estamos precisando contratar dois estagiários, porque as empresas estavam crescendo e essa já era uma demanda. Aumentando as operações, vamos precisar de mais pilotos, mecânicos, comissários. Por exemplo, a Trip tem balcão de atendimento em Maringá e Azul tem outro, mas como será preciso atender mais passageiros, com mais voos serão necessários os dois balcões.

### **Como será o processo de convergência de marcas?**

As duas empresas terão obrigatoriamente que operar com marcas separadas até a decisão final do Cade. Nosso objetivo é que depois haja uma convergência de marcas e que a experiência do passageiro seja similar nas duas empresas. Primeiro

“ **As pessoas questionam muito sobre a fusão entre Trip e Azul, mas não há uma receita de sucesso que não seja a empresa ser mais competitiva, mais econômica com reflexo para o passageiro e oferecer uma malha mais abrangente**

vamos trabalhar com marcas separadas para ver o serviço de bordo mais barato e qual o passageiro gosta mais para optar por um ou outro. Qual é o espaçamento de poltronas que o passageiro mais gosta? Vamos contratar um instituto de pesquisa para nos ajudar, porque na região centro-oeste a Trip é mais conhecida e em São Paulo e no Rio de Janeiro, a Azul é muito mais conhecida. Isso não pode ser um critério de emoção, é preciso ver qual o nível de conhecimento das pessoas em relação às marcas e a mais forte será a que fica.

**A união da Azul e Trip comprova o fortalecimento das companhias aéreas regionais no Brasil. Juntas, as duas empresas operam em quase 100 destinos. A regionalização de voos continuará sendo a aposta da nova empresa?**

O foco da companhia são o que chamamos de operações em destinos de média densidade, como Maringá, Criciúma e Joinville. Por exemplo: imagina um passageiro querendo ir de Campinas a São Luís, apesar de São Luís ser é uma capital, é um mercado menor. A Azul e Trip

têm voos diretos ligando esta cidade. Eventualmente com a TAM é preciso ir de Campinas a Brasília e depois a São Luís. Até vamos competir com os mesmos destinos, mas com uma ênfase diferente, porque um avião menor permite voos diretos. Se não há uma demanda para colocar 200 pessoas em um voo de Campinas a São Luís, há para cem pessoas e este é o foco da união de média densidade.

### **Os destinos internacionais estão nos planos da nova companhia?**

As pessoas têm nos questionado muito sobre isso. O que posso afirmar é que temos muito a fazer no Brasil. No curto prazo preferimos nos consolidar no Brasil como grande líder da aviação regional para depois partimos para voos internacionais. Mas acredito que há muitos voos internacionais na América do Sul que são pouco explorados. Por exemplo: do noroeste do Paraná ou de todo o centro-oeste para Buenos Aires ou Santiago, porque hoje é preciso ir a São Paulo para embarcar para estes destinos. Acredito que vai existir outra categoria de voos internacionais, que vão ser chamados regionais e que vamos ter também papel pioneiro neste tipo de operação. Mas reitero: primeiro vamos nos consolidar fazendo uma malha forte no Brasil, para depois crescer para esse tipo de mercado.

**Os aeroportos estão entre as grandes preocupações do governo e da Fifa para a realização da Copa do Mundo de 2014 e também das Olimpíadas de 2016. Como o senhor avalia a infraestrutura aeroportuária do Brasil?**

Os aeroportos estão muito saturados e por conta disso podemos

chamar de ruins. Não há espaço para crescer em Congonhas, em Campinas, no aeroporto Santos Dumont. Acho que existe um desejo político para avançar bastante nisso, a própria presidente Dilma Rousseff optou por um modelo de concessão e licitou os aeroportos de Guarulhos, de Campinas e Brasília. O importante é que tenhamos aeroportos funcionando e há muitos modelos no mundo que funcionam nas mãos da iniciativa privada ou que funcionam com o governo. Eu não consigo precisar qual o melhor modelo para o Brasil, porque é preciso um estudo muito aprofundado. O modelo implementado tem que prever a infraestrutura, porque no final do dia é muito custo para as empresas e para os passageiros, porque às vezes acontece das aeronaves terem que ficar sobrevoando porque o aeroporto está saturado ou porque não há muitos investimentos em instrumentos. A aviação cresceu muito no Brasil, mas a estrutura não, o que não é nenhuma novidade.

**A Trip está completando 10 anos de atuação em Maringá. Como o senhor avalia os resultados neste período?**

Estamos muito felizes. A Trip fez um trabalho continuado, rigoroso na execução de seu crescimento, mas isso também só foi possível porque Maringá nos honrou com a ocupação nos voos. Nos últimos dois, três anos saímos de 50 mil passageiros por ano para estimados 130 mil neste ano. Crescemos muito na última década, porque o maringense prestigiou, fez questão de voar com a gente. Acho isso até uma cultura sofisticada, porque as pessoas não deixaram de viajar com o avião "x" só porque um é maior do que o outro.



Walter Fernandes

**“ Preferimos nos consolidar no Brasil como grande líder da aviação regional para depois partimos para voos internacionais. Mas acredito que há muitos voos internacionais na América do Sul que são pouco explorados e que vamos ter também papel pioneiro neste tipo de operação**

**A Gol anunciou a adoção de novas taxas nos voos, como taxa para embarcar menores desacompanhados e tarifa de R\$ 10 extra para quem quiser sentar próximo à saída de emergência. A empresa diz que isto é uma tendência de mercado. Qual tem sido o posicionamento da Trip?**

Esta é uma tendência mundial nas chamadas companhias de baixo custo. Há até as de ultrabaixo custo, onde o passageiro só paga para sentar, depois paga para comer, pela bagagem... Não acredito que é o modelo que vamos implementar. Queremos ter uma empresa de baixo custo, mas que preserve um serviço

de bordo razoável. Acreditamos que nossos competidores vão acabar cobrando pelo serviço de bordo e que vamos ter um serviço mais reconhecido pelo passageiro.

**No ano passado a Gol registrou prejuízo de R\$ 710 milhões e a Tam de R\$ 335 milhões. Como estão os negócios na Trip?**

Na vertente de receitas, temos uma estratégia de segmentação. Quanto melhor a capacidade da empresa de encontrar seus públicos, mais competitiva ela será. Não adianta cobrar caro para um público de estudantes porque a maioria não tem grandes recursos para viajar. Ao mesmo tempo há o público de negócio que quer fazer sua reserva um dia antes da viagem e que pode pagar mais por isso. Não é possível cobrar uma tarifa de R\$ 49 se alguém não pagar mais. Então, quanto mais segmentado mais é possível falar diretamente com os públicos-alvo. Isso parece simples, mas é muito desafiador, porque é preciso falar com o país inteiro e achar a segmentação de cada mercado e o que cada um quer. Na vertente dos custos, sempre fomos muito obcecados em ir melhorando a eficiência e em combater o desperdício. Esta é uma indústria difícil, de capital e mão de obra intensivos e oscilação dos custos do petróleo, que às vezes custa US\$ 110 o barril ou US\$ 80. Estou há 15 anos nessa indústria, acho que eu sou um dos mais antigos e aprendi que essa indústria vive de ciclos: vem a bonança todos ficam animados, compram um monte de aviões e aí ficam ociosos. Este filme pode passar em empresas muito maiores ou menores, mas é praticamente o mesmo. É preciso disciplina para conviver com uma indústria que vive em ciclos. ■

# SICOOB. A PRIMEIRA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA A DISPONIBILIZAR IMPRESSÃO DE EXTRATOS, SALDOS E COMPROVANTES VIA CELULAR.

É assim, investindo em tecnologia, que o Sicoob inova mais uma vez e coloca nas mãos de seus mais de 2 milhões de associados uma nova funcionalidade para facilitar o dia a dia, garantindo praticidade e comodidade. Quem foi o primeiro a disponibilizar o acesso às informações da conta corrente via Facebook tinha que sair na frente também na hora de permitir a impressão de extratos, saldos e comprovantes direto de um celular. Para mais informações, acesse nosso site.



\* Faça uso consciente. Imprima somente quando necessário.

Walter Fernandes



## CÂMARA DA MULHER TEM NOVA DIRETORIA

Em 25 de julho foi eleita e empossada a nova diretoria da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios de Maringá. A eleição, seguida da posse, foi realizada na sede do Sivamar. Raquel Almeida Costa, que é diretora Social do Sivamar, foi reconduzida à presidência da entidade. Estiveram presentes o presidente do Sivamar, Rubens Abrão, a diretora executiva da Câmara da Mulher Empreendedora e Gestora de Negócios do Paraná, Elizabeth Lobo Elpo, e o gerente executivo do Sesc Maringá, Antônio Vieira (foto).

A nova diretoria é composta pelas seguintes empresárias: vice-presidente: Tânia Reis Leal Tavares (Pedro Taques Comércio de Materiais); diretoria de Comércio, Serviços e Turismo: Eveline Marta Lazarin Torres (Gás Dugás); diretora de Capacitação e Desenvolvimento da Gestão Empresarial: Rosa Beloni Nobuhara (Bioprime); diretora Administrativa e Financeira: Ivana Garcia Gonçalves (Lajes Paraná); diretora de Eventos: Edna Goes Canella (Carmen Steffens); diretora de Marketing: Gislaíne Menezes Oliveira (Giane Organização e Assessoria de Eventos); diretora de Responsabilidade Social, Ambiental e Cultural: Ana Lúcia Megda Ramos (Ynbras Patentes e Marcas).

## CASULO FELIZ GANHA PRÊMIO NACIONAL DE MODA SUSTENTÁVEL

O Casulo Feliz recebeu um prêmio nacional pelo trabalho que realiza em prol da moda sustentável no Brasil. Em 28 de julho a empresa ganhou o prêmio Ecochic Day, ocasião em que foram premiados estilistas, designers e empresários em São Paulo. O Casulo Feliz tem fornecido tecidos para empresas que participam das principais temporadas de moda do Brasil, a exemplo da Osklen, Animale e Priscilla Darolt. A empresa tem apostado, segundo o diretor, Gustavo Rocha, em tecidos de gaze de seda e na combinação de seda com fibras naturais.

## TRANSPLANTE INÉDITO DE OVÁRIO

O primeiro transplante de ovários do Brasil foi realizado com sucesso em Maringá, em 28 de julho. O procedimento cirúrgico durou cerca de duas horas no Hospital São Marcos e foi conduzido pelo médico e pesquisador maringaense Carlos Gilberto Almodin, conhecido por ter viabilizado a primeira gestação de mulher com menopausa do país.

O transplante realizado nas irmãs gêmeas idênticas Elisa e Mariana Gerep de Moraes é resultado de 12 anos de pesquisa com criopreservação de tecido germinativo (ovário) para restaurar a fertilidade. Através da técnica desenvolvida por Almodin, Elisa cedeu parte de um dos ovários e ajudou a irmã a recuperar a função hormonal e fertilidade, perdidas precocemente por conta de uma falência ovariana.

Primeiramente o trabalho foi desenvolvido experimentalmente em ovelhas e os resultados apresentados em Seattle em outubro de 2002. A técnica ganhou o prêmio "The Best Video Award – Basic Science Category" no American Society for Reproductive Medicine Meeting e posteriormente foi publicado nos Estados Unidos na Fertility and Sterility. O experimento foi ainda revalidado em coelho antes de receber a autorização do Ministério da Saúde, em 2004, para a realização em humanos.

## FEIRA DE FRANQUIAS

Seis mil pessoas são esperadas para a segunda edição da Maringá Franchising Business, que será realizada entre 30 de agosto e 1º de setembro. Na maior feira de franquias do sul do Brasil haverá 70 marcas. Será uma oportunidade para franqueadores de diversos segmentos apresentarem produtos e serviços para potenciais investidores.

A entrada será gratuita. O evento acontecerá no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, das 14 às 21 horas. Paralelamente haverá palestras e workshops sobre franquias. Também serão apresentados modelos de negócios que poderão ser replicados em cidades de pequeno porte, as microfranquias.

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, Associação Brasileira de Franchising (ABF), Conampe, ACIM, Sociedade Rural de Maringá, Codem e FCV. A promoção e a organização são da Tasa Eventos.

## SECRETÁRIA DE JUSTIÇA NEGA CONSTRUÇÃO DE NOVA UNIDADE PRISIONAL

A construção de uma nova unidade prisional era motivo de preocupação para lideranças de Maringá, inclusive para a ACIM e Conseg. Em visita a Maringá a Secretária de Estado da Justiça e Cidadania, Maria Teresa Uille Gomes, negou que a obra será realizada. Por outro lado, a secretária confirmou a ampliação da Penitenciária Estadual de Maringá (PEM) para mais 336 presos. As informações foram dadas durante a reunião realizada pelo Gabinete de Gestão Integrada da cidade (GGIM) em 17 de julho.

O presidente do Conseg, coronel Antonio Tadeu Rodrigues, destacou que é bastante preocupante a situação da Casa de Custódia instalada na cidade. "88% dos presos da unidade estão condenados e têm direito de estar trabalhando e à progressão da pena. A experiência em Maringá foi desastrosa com a Casa de Custódia, porque os presos ficam apenas confinados. Se a unidade for reformada e mantido apenas o estado de confinamento dos presos, não precisa ser vidente



para saber que haverá outra rebelião", falou em menção a rebelião registrada na unidade prisional há dez meses e que parte do que foi destruído pelos presos ainda não foi reformada pelo estado.

A secretária Maria Teresa confirmou a ampliação da PEM, mas explicou que isso será feito para que a carceragem da 9ª Subdivisão Policial de Maringá seja desativada. Uma das propostas da secretária é que a carceragem seja transformada em uma unidade prisional feminina, mas ela garantiu que esta medida só será tomada se for um consenso da comunidade.

Sobre a reforma da Casa de Custódia, ela afirmou que as obras não foram iniciadas porque nas duas concorrências abertas pelo estado não houve interessados. Por isso, o governo pretende fazer contratação de uma construtora de forma direta, no valor de R\$ 715 mil.

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



verbat

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.**

## CAPITAL DE GIRO

### PRAZO PARA PLANO DE GERENCIAMENTO DE RESÍDUO FOI PRORROGADO

Das cerca de dez mil empresas de Maringá que devem apresentar um plano de gerenciamento de resíduos sólidos junto à prefeitura, menos da metade realizou o cadastro online. O prazo, que terminaria em 30 de junho, foi prorrogado até 29 de setembro atendendo à solicitação de entidades representativas.

Todas as empresas, independente do segmento, que produzem algum tipo de resíduo sólido são responsáveis pela sua destinação correta. Essa obrigatoriedade está prevista na Lei Federal 12305/2010 e decreto municipal assinado em 2011. No plano que deve ser apresentado à prefeitura é preciso detalhar as etapas desse processo que inclui armazenamento, transporte, transbordo e tratamento ou destinação final do lixo.

“A prefeitura quer saber das empresas quais os tipos de resíduos que elas estão gerando, a quantidade e para onde estão sendo encaminhados. Essas informações vão permitir o rastreamento desses resíduos e a consequente fiscalização do cumprimento da lei”, esclarece o vice-presidente do Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Paraná (CREA-PR), Osvaldo Danhoni.

Estão sujeitos ao cadastro os geradores de resíduos industriais, serviços de saúde, mineração, públicos de saneamento básico, exceto os resíduos sólidos urbanos, além de estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços que geram resíduos perigosos. O cadastramento também deve ser feito por empresas de construção civil; responsáveis pelos terminais de transporte aeroportuário, rodoviários, ferroviários e terminais alfandegários e as empresas de transporte de resíduos; assim como os responsáveis por atividades agrossilvopastoris.

O cadastramento deve ser feito no site da Prefeitura [www.maringa.pr.gov.br](http://www.maringa.pr.gov.br) no link serviços.



Ivan Amorim

### WILSON MATOS FILHO PRESIDIRÁ SRM

Apenas uma chapa foi inscrita para disputar a eleição da Sociedade Rural de Maringá (SRM). Em 8 de agosto será realizada a assembleia que deverá aclamar Wilson Matos Silva Filho como presidente. O objetivo da próxima diretoria, que tem Cristiana Noma como 1º vice-presidente e Carlos Henrique Pinto como 2º vice-presidente, será dar continuidade ao trabalho que vem sendo realizado nos últimos 30 anos. A diretoria executiva é composta por 20 membros, o conselho fiscal tem seis membros e outras 12 pessoas compõem o conselho consultivo.

“Tentamos compor uma chapa que agregasse todos os segmentos do agronegócio, preservando pessoas que fazem parte dessa história e dando oportunidade aos jovens que integram a entidade para dar continuidade ao fortalecimento da entidade e do setor do agronegócio que nos últimos anos, se desenvolveu numa velocidade muito alta, em virtude da moderna tecnologia voltada para o setor”, afirma o novo presidente. Matos Filho também conta que a diretoria vai trabalhar pela defesa dos associados.

### LINHA DE CRÉDITO PARA EMPRESÁRIOS

Pensada para fortalecer pequenos e micro empresários ligados à ACIM, a parceria entre a entidade, o Sicoob e a Noroeste Garantias oferece uma linha de crédito com taxa de juros baseada em CDI+0,5%, totalizando cerca de 1,2% ao mês para empréstimos até R\$ 20 mil. A nova linha de crédito pode ser usada como capital de giro puro, investimento ou misto. Para quem não é associado, a menor taxa de juros cobrada para empréstimos no mesmo valor é da CDI+0,75%, somando 1,45% por mês.







A Noroeste é uma associação de bons pagadores que possui um fundo de aval próprio de R\$ 2,3 milhões e tem, entre outros, objetivos de viabilizar a construção de linhas mais atrativas para micro e pequenas empresas, por meio de negociação junto a instituições financeiras e, principalmente, fornecer garantia real para bons pagadores quando não a possuírem.

Os micros e pequenos empresários interessados em ter acesso a essa linha de crédito podem procurar a Noroeste Garantias pessoalmente, dentro da ACIM (sala ao lado do Sicoob), ligar no número 3023-2283 ou enviar um e-mail para [contato@noroestegarantias.com.br](mailto:contato@noroestegarantias.com.br) para informações gerais.

# SHO



DO INFANTIL AO JOVEM, DO CASUAL AO CLÁSSICO.  
A BANDFASHION OFERECE O MELHOR DA MODA COM COLEÇÕES  
INSPIRADAS NOS MAIS VARIADOS ESTILOS DE VIDA. VENHA CONHECER  
E APROVEITE TODAS AS VANTAGENS QUE SÓ A MAIOR LOJA DE MODA  
EM SHOPPING DE ATACADO DO BRASIL PODE OFERECER.

 Moda  Acessórios  Cama  Mesa  Banho  Tecidos

PR 317, 5693 | Km 06 | Maringá - PR | Shopping Avenida Fashion | Fone: (44) 3220-1000

O Grupo FA Maringá Parabeniza o  
**Sr. Jair Ferrari** pelo título de  
Empresário do ano de 2012.

GRUPO



# Estratégia para a prosperidade dos negócios



**CUIDADO  
CÃO BRAVO**

**APROVEITE  
VENDA DE FILHOTES**



Adaptação às mudanças, crise econômica e atingir públicos diferentes podem servir de combustível para ampliar e redirecionar os negócios; empresários contam as estratégias de posicionamento e para galgar novos mercados, unindo foco, criatividade e uma dose de ousadia

Rosângela Gris

**P**rosperar e lucrar, não necessariamente nesta ordem, são aspirações comuns para aqueles que se lançam ao mercado como empreendedores. Para muitos, o negócio próprio é a oportunidade de deixar a condição de empregado e assumir as rédeas da vida profissional com ganhos mais significativos. Outros chegam a tal condição por tradição ou herança familiar. Independente das motivações, cedo ou tarde, todos vão descobrir que administrar um negócio e torná-lo competitivo não é uma tarefa fácil, mas também não é uma missão impossível.

Algumas regras são básicas no empreendedorismo. O consultor do Sebrae, Carlos Alberto Facco, destaca planejamento estratégico, pesquisa e análise de mercado, capital de giro e postura empreendedora. “Quem pensa em abrir um negócio precisa ter os ‘pés no chão’ e ter consciência que o retorno do investimento não acontecerá em curto prazo. Muitos fracassos ocorrem por conta da euforia exagerada e de planejamentos equivocados”, alerta o especialista.

Facco acrescenta ainda ao manual de “sobrevivência” ações de marketing e divulgação do produto e serviços, investimentos em inovação e estratégias de fidelização do cliente. “A concorrência abriu o leque de opções e deixou os consumidores muito mais exigentes hoje. Atrair, conquistar e fidelizar o público leva tempo e passa por quesitos de qualidade do produto, preço e atendimento”.

Seguir a cartilha do empreendedorismo faz, sim, a diferença, mas em determinadas situações é preciso um pouco mais. É preciso ousadia para ultrapassar fronteiras em busca de territórios e novos consumidores. Recorrer à criatividade para transformar problemas em soluções. Ter jogo de cintura para driblar a crise e continuar crescendo. Ser visionário e mirar o topo seja qual for a distância dele.

“O papel do presidente de uma companhia é olhar para o futuro”, ensina Ilson Rezende, que preside a DB1 Informática. Foi essa postura do fundador que levou a empresa de desenvolvimento de softwares, fundada em 2000 em Maringá, a atravessar o Oceano Atlântico e instalar um “braço” na Índia. A filial

indiana fica em Hitech-City, em Hyderabad, um dos maiores polos de desenvolvimento de software do mundo, onde estão presentes companhias globais como Oracle, Microsoft e IBM, ou seja, local estratégico para uma empresa que almeja um lugar entre os dez maiores grupos de Tecnologia de Informação (TI) do Brasil em Ebitda (indicador financeiro) até 2020.

Para alcançar a meta, Rezende tem consciência do longo e trabalhoso caminho que tem pela frente, nada diferente do percorrido até aqui. Ele lembra que a empresa precisou se reinventar várias vezes para chegar à marca de cerca de 120 colaboradores espalhados em cinco cidades e de mais de 30 mil usuários dos produtos e serviços da DB1.

A empresa se lançou no mercado com projetos personalizados de softwares, desenvolvidos sob encomenda. Quatro anos mais tarde, uma “invasão” de softwares de gestão empresarial obrigou a DB1 a se adaptar a nova realidade do mercado e se voltar para a personalização desses softwares “prontos” disponibilizados por grandes companhias. “Passamos a adequar

## O empreendedor de sucesso



**Planejamento estratégico,** pesquisa, análise de mercado, capital de giro e postura empreendedora são imprescindíveis



**Retorno do investimento** não se dará no curto prazo, então, esqueça a euforia exagerada e faça planejamentos realistas



**Atrair, conquistar e fidelizar** o público leva tempo e passa por quesitos de qualidade do produto, preço e atendimento



**É preciso ousadia** para encontrar novos territórios e consumidores



**Com criatividade,** problemas podem ser transformados em soluções

FONTE | Carlos Alberto Facco, consultor do Sebrae

@wvainer

www.acim.com.br

esses produtos às necessidades dos nossos clientes”, explica Rezende.

Em 2007, projetando a expansão da empresa, a DB1 ampliou o mix de produtos e promoveu o lançamento do ConsigNet, um sistema para administrar de forma simples e confiável o processo de consignações em folha de pagamento. O software responde atualmente por 25% do faturamento da companhia e, na opinião do presidente, tem possibilidade de crescimento de 40% nos próximos dois anos.

No ano seguinte, o cenário de crise econômica mundial, que levou muitos empresários à recessão e até ao fechamento das portas, teve um reflexo inverso na DB1. O ano de 2008 ficou marcado pela primeira missão de Rezende ao exterior e pelo primeiro passo para se tornar um competidor global. “Viajei para os Estados Unidos sem pretensão de fechar negócios. E de fato retornei sem nenhum contrato fechado, porém com uma visão

totalmente diferente do mercado. Visitei inúmeras companhias e feiras americanas e descobri um distanciamento enorme entre os mercados e uma necessidade de mudança imediata de postura para fazer frente aos produtos dessas companhias”, relewa.

De volta ao Brasil, o presidente da DB1 traçou um mapa estratégico e elaborou uma lista de tarefas. “Adotamos novas estratégias de comunicação, prazos de entrega, abordagem a fornecedores, entre outras medidas que pudessem nos credenciar para a exportação de produtos e serviços”, conta.

Ciente da velocidade em que a inovação se torna obsoleta em seu segmento, e da forte competitividade do mercado, o presidente da DB1 saiu em novas missões e numa delas, em 2010, desembarcou na Índia, referência na área de tecnologia de informação. Lá descobriu modelos de abordagem comerciais muito mais eficientes

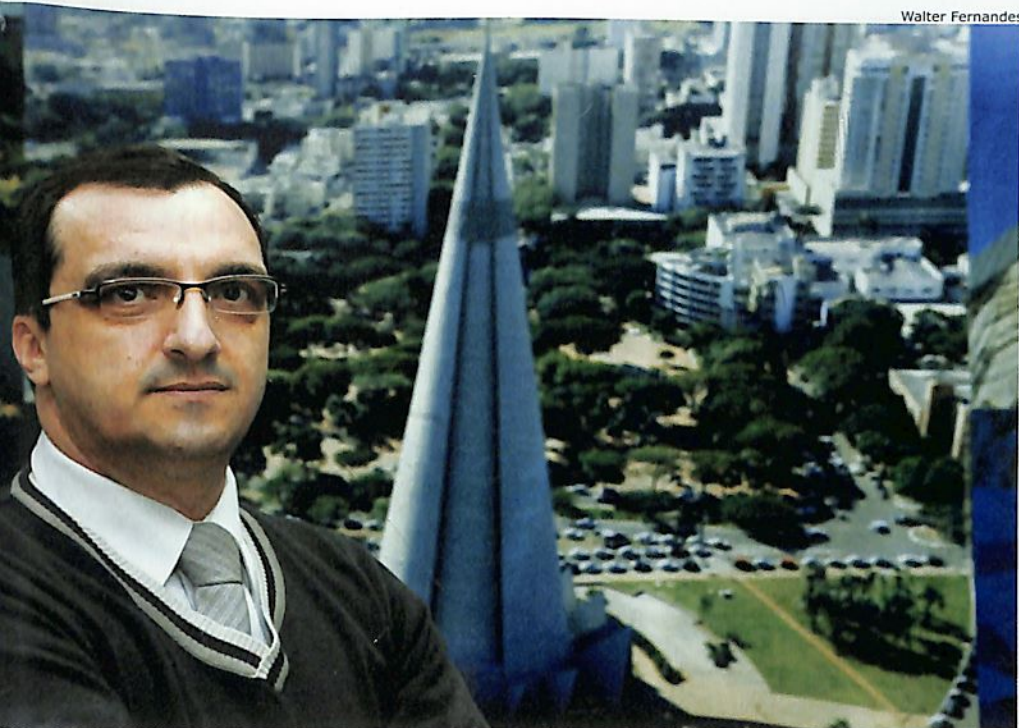
que as dos brasileiros, profissionais altamente qualificados e incentivos ao segmento por parte do governo que reduzem em até 30% o preço do produto ou serviço. Cenário que o fez, além de importar serviços, se instalar em território indiano. O escritório foi aberto em 2011 e a fábrica de softwares começou a funcionar em fevereiro deste ano. “A filial na Índia servirá de base para o nosso projeto de expansão global”, adianta Rezende, prevendo um crescimento de 20% para este ano.

A conquista de território no exterior deve ser impulsionada, segundo o presidente da DB1, com as vendas do Hectus, software recém-lançado pela companhia com a proposta de se tornar referência mundial em soluções para a gestão pecuária e agrícola. Nos próximos três anos, a expectativa é que o software responda por 25% do faturamento da empresa. “O segmento de tecnologia exige inovação

Walter Fernandes



A DB1 precisou se reinventar para competir num mercado competitivo como o de tecnologia e tem até filial na Índia; “o papel do presidente é olhar para o futuro”, diz o empresário Ilson Rezende



Walter Fernandes

“Muitos fracassos ocorrem por conta da euforia exagerada e de planejamentos equivocados”, diz o consultor Carlos Alberto Facco, do Sebrae

e aperfeiçoamento constantes. Precisamos estar sempre pesquisando e desenvolvendo novos dispositivos e ferramentas para substituir as que ficaram obsoletas, e isso num espaço curto de tempo, de no máximo cinco anos. O desafio é reduzir os custos, aumentar a velocidade da nossa produção e estar preparado para as inevitáveis mudanças de cenário”, alerta Rezende.

#### Interno x externo

Enquanto uns flertam com o mercado externo, há quem desfrute de relações bem consolidadas fora do país, como a Nutrimilho. A empresa do ramo alimentício especializada em derivados de milho encontrou na Europa, na Ásia e principalmente na África importantes consumidores para o seu produto. Dos 50% da produção destinados à exportação, 90% vão para os países africanos. Os outros 50% abastecem o mercado interno,

sendo que 30% é comercializada no varejo e 20% atende aos programas do governo federal. “Esse tripé formado por governo, varejo e mercado externo alicerçam as nossas vendas”, explica José Ronald Rocha, sócio-gerente da Nutrimilho.

Fundada há 12 anos em Maringá, a empresa aproveitou a localização estratégica em relação aos portos de Paranaguá, no Paraná, e São Francisco do Sul e Itajaí, em Santa Catarina, para romper as fronteiras e despachar os produtos para outros continentes. O foco externo se justifica pela capacidade de produção – atualmente em 500 toneladas/mês – e pelos hábitos alimentares do brasileiro, que excluem os derivados de milho. “O consumo no Brasil apresenta uma grande discrepância entre uma região e outra. O nordestino chega a consumir 40 quilos por ano de farinha de milho, enquanto a quantidade consumida por um sulista não ultrapassa dez



### Clínica Dr.ª Márcia Hoyos

TRANSPLANTE DE CABELOS  
CIRURGIA DA CALVÍCIE

• 11 ANOS DE EXPERIÊNCIA •

Megassessão  
sem sair de Maringá



Tecnologia a serviço do microtransplante de cabelo com unidades foliculares

Segurança e discrição no tratamento da calvície de homens e mulheres

Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 2418  
(Próximo ao Teatro Calli Haddad)  
Maringá-PR - Tel. (44) 3262-5571

www.acim.com.br



Walter Fernandes

quilos por ano. Para se ter uma ideia, um mexicano consome 60 quilos por ano. Ou seja, há um enorme potencial de crescimento na região sul”, calcula Rocha, de olho em potenciais consumidores para a produção futura de cerca de 3,5 mil toneladas por mês após a conclusão do projeto de ampliação da fábrica.

Para atingir a meta de consumo de pelo menos 15 quilos por ano no Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul em um prazo de dois a três anos, ele aposta na recente exigência da Agência Nacional de Vigilância (Anvisa) de enriquecimento da farinha de milho com ferro e ácido fólico, na qual a Nutrimilho foi pioneira. A adição obrigatória dos componentes ao produto trata-se de uma medida preventiva de saúde para combater a anemia. Um estudo realizado com cerca de duas mil crianças pela empresa em parceria com duas universidades

comprovou a eficiência da farinha enriquecida na redução dos índices de anêmicos. “Acreditamos que a divulgação do estudo possa nos ajudar a tirar o nosso produto dessa condição de subutilizado, especialmente no sul do país”, prevê.

O incentivo ao consumo também se dá em outras frentes como na diversificação do mix. Hoje, por exemplo, o consumidor tem disponível nas gôndolas dos supermercados o fubá e os flocos nas versões tradicional e pré-cozido, este último fabricado para atender uma exigência de praticidade imposta pelo mercado consumidor.

### Shopping, rua e internet

Há dez anos, quando Roni Celso Silva deixou o emprego de gerente em uma loja de moda e acessórios esportivos de Maringá para investir em um empreendimento próprio, no mesmo segmento, já vislumbrava o sucesso da nova empreitada.

**Metade da produção da Nutrimilho vai para o mercado externo; o empresário José Rocha quer ampliar as vendas no mercado interno, apostando no aumento do consumo de derivados de milho**

“Tinha certeza que o negócio daria certo”, confia o agora proprietário da rede de lojas Natural One, sendo três físicas e uma virtual. No caminho entre a inauguração da primeira unidade até o ingresso no *e-commerce*, confessa ele, percalços não faltaram. Mas também não faltaram tenacidade, criatividade e ousadia.

A Natural One surgiu em 2009, sete anos após a bem-sucedida estreia de Silva como empreendedor com a loja MT3, e, em poucos meses, já figurava como endereço obrigatório do público jovem no Shopping Avenida Center. O empresário atribui a prosperidade do negócio a experiência profissional

# Diversificação de públicos é a aposta da Revest

Diversificar a ponto de reunir públicos das classes A e E em um mesmo espaço pode até ser uma estratégia arriscada aos olhos de especialistas, mas tem dado certo para a Revest Acabamentos. Na loja líder do segmento de pisos e revestimentos em Maringá, os consumidores encontram cerâmicas que custam de R\$ 7,90 a R\$ 450 por metro quadrado. "O nosso slogan é 'Aqui todo mundo pode', e não é só uma frase de efeito. Temos opções para todos os bolsos", garante o gerente de vendas, Algacir Scoqui, sem ver problema algum nessa miscelânea.

Quando a Revest Acabamentos abriu as portas em Maringá, há 16 anos, o estoque cabia em uma área de 900 metros quadrados. Hoje os produtos das nove marcas comercializadas pela empresa estão espalhados em uma área de 8,5 mil metros quadrados. Essa expansão, segundo Scoqui, é resultado da política do melhor preço, da qualidade de atendimento e da constante inovação.

A competitividade dos preços está relacionada ao poder de compra da Revest Acabamentos. "Como compramos em grandes quantidades, conseguimos preços melhores junto aos fornecedores. E é essa diferença que é repassada aos clientes", explica o gerente de vendas.

Sobre o atendimento, Scoqui garante que mesmo com públicos tão distintos circulando no mesmo espaço, a atenção



Walter Fernandes

**Como a Revest compra grandes quantidades, negocia melhores preços junto aos fornecedores; "nosso slogan é 'Aqui todo mundo pode', e não é só uma frase de efeito", diz o gerente Algacir Scoqui**

dispensada é a mesma a todos. Os consumidores que entram na Revest Acabamentos são recepcionados por um membro da qualificada equipe de vendedores e convidados a desfrutar do espaço gourmet. Já quem busca exclusividade é direcionado ao atelier que fica em um endereço diferenciado na avenida Cerro Azul. O espaço foi projetado com o que há de mais moderno no mercado para atender à classe A. "É um espaço com showroom e ambientes decorados que permitem a visualização mais detalhada do produto. Por conta dessa peculiaridade é muito frequentado por profissionais

de arquitetura e design acompanhados de seus clientes", revela o gerente de vendas.

Scoqui ressalta a importância de estar atualizado com os lançamentos do mercado. Essa atualização do estoque é feita por meio de participações em feiras especializadas como a Revestir e a Casa Cor. De lá, os representantes da Revest trazem as novas tendências de materiais, tecnologias, cores e texturas para pisos que, além da loja, são apresentados ao público maringaense também por meio de divulgação em feiras como a Maringá Líquida e a mostra ArtHouse.

e a qualidade do produto ofertado. “Levei para a loja a mesma marca comercializada pela empresa onde trabalhei como gerente. Sabia que se tratava de um produto de qualidade com muita aceitação no mercado. E tinha experiência no ramo de vendas e gerenciamento, não tinha como dar errado”, revela.

Fidelizada a clientela do shopping, o empresário resolveu expandir a marca e apostar no comércio de rua, mesmo ciente das peculiaridades deste novo universo – como expediente menor e dificuldade de estacionamento. No imóvel localizado na rua Arthur Thomas, a primeira Natural One abriu as portas em outubro de 2009. O ambiente artístico e inovador serviu de chamariz aos clientes enquanto os produtos diferenciados nas prateleiras traduziam o conceito de viver bem. Em 2010, numa medida estratégica, o empresário alterou o nome da MT3 e a incorporou à rede, agora com o nome e o conceito Natural One estampado na fachada.

No ano seguinte, Silva inovou novamente. Além da inauguração de mais uma loja física no shopping Catuaí – voltada ao público regional, tal como a proposta de empreendimento - o empresário passou a comercializar as mais de 20 marcas disponíveis na Natural One pela internet. “As vendas virtuais são o futuro do comércio”, vislumbra o empresário, sem precisar a participação das vendas online no faturamento atual da empresa. “O site entrou há um ano. É pouco tempo para fazer um comparativo”, diz, acrescentando que o projeto inicial também passou por ajustes por conta de contratemplos. Até então leigo no universo online, o empresário não se deu por vencido e “arregaçou as mangas” para pes-



Walter Fernandes

**Depois de abrir uma loja num shopping, Roni Celso Silva, da Natural One, apostou no comércio de rua e em outro shopping; nova aposta é no comércio eletrônico**

quisar e desenvolver, junto com a empresa contratada para a criação do portal, plataformas adequadas para as vendas em apenas um clique.

Ele explica que a equipe da Central de Atendimento e Televendas do portal é a mesma da loja Natural One “mais”, como define a unidade da Arthur Thomas pelo mix diferenciado de produtos que inclui a venda de equipamentos e acessórios para a prática de skate, longboard, snowboard e surfboard, enquanto as outras duas estão restritas a roupas, calçados e acessórios.

Além de conquistar clientes por todo território nacional, o e-commerce contribui para as vendas das lojas físicas. Hoje, o portal da Natu-

ral One contabiliza 20 mil acessos por mês. A maioria dos internautas que visita o site, segundo Silva, é de Maringá. “Os maringaenses entram no site, mas não compram pela internet. Eles conferem os produtos e vão às lojas físicas para fazer a compra. Os maiores compradores online são mesmo os clientes de fora, de outros estados”, revela o empresário, que vê nesse público a oportunidade de ampliar as vendas. “Maringá não comporta mais uma loja física. Se fosse abrir uma nova unidade, teria que ser em uma cidade da região. Embora o foco agora não esteja no e-commerce, aposto muito nessa ferramenta e não vou desistir dela”, assegura. ■

PARCELA REDUZIDA DURANTE A OBRA

Matrícula 21355 - Registro no 1º ofício de Maringá



# Comercial Residencial Vivá

- 142 m<sup>2</sup> de área total;
- 3 dorm (1 ste), sala, copa, coz, sacada, Área de serviço;
- 2 Vagas de Garagem (opcional);
- 2 Elevadores por Torre;
- Sacada com Churrasqueira;
- Excelente área de lazer com apróx. 1300 m<sup>2</sup>;
- Medidor de água individual;
- Condomínio Baixo;
- Bairro Vila Nova (entre o Novo Centro e o Novo Centro Cívico).



## OBRA INICIADA, COM ENTREGA EM DEZEMBRO 2014

INCORPORAÇÃO E EXECUÇÃO:



CONHEÇA NOSSA CENTRAL DE VENDAS  
Rua Mitsuzo Taguchi, 498 - Vila Nova  
(44) 3046-4204

VENDAS:



Atendimento todos os dias da semana das 9:00 às 19:00 hs

# Alternativas construtivas 'limpam' obras e meio ambiente

Mercado nacional da construção civil incorpora tecnologia que economiza mão de obra e recursos naturais e é amplamente utilizada em países da Europa e nos Estados Unidos; em Maringá e região, *steel frame* e *drywall* conquistam mais espaço

**Juliana Daibert**

Em tempos de Rio+20, a conferência mundial que elevou o nível de prioridade das discussões e mobilizou a atenção da sociedade para o meio ambiente, pensar em maneiras de evitar o desperdício talvez seja a atitude mais ecologicamente correta e ambientalmente sustentável ao alcance de todos. Em Maringá e região, sistemas construtivos há mais de 20 anos utilizados pela indústria da construção civil em países desenvolvidos vêm conquistando a adesão dos arquitetos e engenheiros e ganhando espaço em novos projetos, principalmente industriais.

O *steel frame* é bom exemplo. Trata-se de uma estrutura metálica formada por placas de fibra de cimento, chamadas cimentícias, com gesso acartonado (*drywall*) na parte interna, dispensando o serviço de caixaria, fundamental na construção em alvenaria para dar forma e confeccionar pilares e vigas. As consequências diretas do moderno sistema são a ausência quase total

de madeira, maior rapidez e menor quantidade de pedreiros nos canteiros de obras. "É um modelo pré-fabricado, um grande 'lego' que funciona muito bem e tem tudo para predominar no mercado", explica o arquiteto Marcos Kenji, adepto dos sistemas.

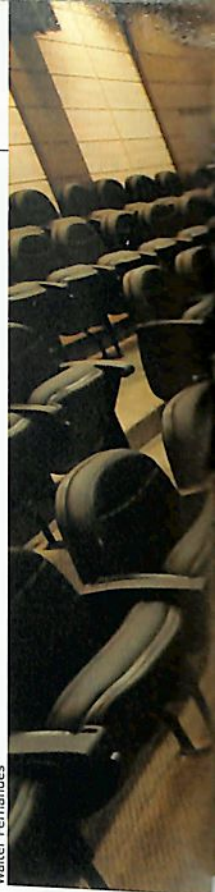
Kenji optou pela utilização do *steel frame* e do *drywall* na ampliação da sede da ACIM, obra executada no final de 2011 e encerrada em dezembro daquele ano. A construção dos mais de 1,2 mil metros quadrados no terceiro piso deu origem a um auditório para 200 pessoas e novas salas para a presidência, superintendência e conselho superior, salão de eventos, jardim de inverno e banheiros, sendo que em todos os ambientes as normas de acessibilidade são respeitadas. Outra vantagem dos sistemas construtivos "limpos" é a qualidade do isolamento acústico e térmico, bem superior a do sistema convencional em alvenaria em razão da presença da lã de rocha. De acordo com o arquiteto, obras que

utilizam esses sistemas levam um terço do tempo que seria empregado na construção convencional.

Em relação ao custo, Kenji afirma haver equilíbrio entre os dois sistemas, embora o convencional seja mais vantajoso para os projetos residenciais. "O cliente quer custo-benefício e é nosso papel oferecer opções e soluções, mas muitas vezes o investimento acaba visto unicamente como custo, ainda que isso se traduza em menos uso de ar-condicionado, por exemplo", diz o arquiteto.

Segundo Kenji, muitas vezes o cliente desconhece as alternativas ambientalmente favoráveis disponíveis no mercado e conta com a orientação profissional para desenvolver o projeto mais adequado ao bolso e à proposta de espaço no qual pretende investir. "Em um primeiro momento, o que parece ser mais caro oferece maior retorno e de maneira mais rápida. O *steel frame* e o *drywall* vieram para ficar, mas como ainda são novos precisam passar por alguns ajustes", conclui.

Walter Fernandes





O arquiteto Marcos Kenji projetou a ampliação da ACIM, no segundo andar, com *steel frame* e *drywall*; obra foi concluída em prazo menor e inaugurada em dezembro de 2011

Quem instala um sistema de aquecimento solar para água em uma residência tem o retorno do investimento em até três anos, de acordo com o empresário Antônio Marcos de Oliveira, proprietário da Águas Claras Piscinas. “A procura é muito grande, principalmente para instalação em casas. O sistema já se tornou conhecido como uma alternativa de economia de energia que pode ser utilizada inclusive no inverno”, diz ele.

### Conquistando espaço

A chegada de novos produtos ao mercado sempre desperta descon-fiança. Enquanto a nova opção não se mostrar efetivamente capaz de atender as expectativas e cumprir os propósitos alardeados inicialmente, o produto ou serviço pode ficar de “quarentena” até conquistar

o espaço merecido no mercado. Foi assim com os aquecedores solares, que começaram a ser usados no país em escala residencial há pouco mais de 25 anos e está sendo assim com o *steel frame* e *drywall*, pelo menos na visão do consumidor final, conforme explica Marcos Antonio de Souza, da EPS. “O empresário

e o arquiteto já conhecem o produto, mas o consumidor final, que compra o apartamento cujo prédio foi construído usando os sistemas, ainda não. Mas é questão de tempo”, avalia. Em Maringá, a primeira obra construída pela EPS com a utilização dos sistemas foi o Shopping Cidade, em 2000.

Segundo Souza, os produtos “limpos” são complementares aos planos de gerenciamento de sustentabilidade dos novos empreendimentos, especialmente imobiliários. “O *drywall* chega na época certa, dando um passo à frente das especificações de normas técnicas, cada dia mais exigentes em relação a, principalmente, isolamento acústico”, diz.

### Investimento, não custo

Cisternas para captação de água da chuva, energia solar para aquecimento de água e aproveitamento da iluminação e ventilação natural são alternativas sustentáveis utilizadas há mais tempo, tanto em empresas quanto em residências. A arquiteta Kenny Monquero, que percebe a



Walter Fernandes

Shopping Cidade, em Maringá, foi a primeira grande obra que utilizou os sistemas de *steel frame* e *drywall* revendidos pela EPS; na foto o empresário Marcos Antonio de Souza, da EPS

www.acim.com.br

sustentabilidade na arquitetura como algo muito maior do que a adoção de algumas práticas como as descritas acima, vê no custo da implantação um dos principais entraves à disseminação dessas tecnologias.

“Ferramentas que evitam desperdício são de grande abrangência e de muita eficácia, porém o custo inicial é maior do que o de sistemas convencionais. Os materiais considerados limpos precisam ser muito pesquisados para garantir que a composição e o processo de fabricação sejam realmente sustentáveis, biodegradáveis, reutilizáveis”, sustenta, reconhecendo que essas medidas também exigem grande custo para viabilizar e difundir sua utilização. “Necessitamos de incentivo governamental para viabilizar a implantação dessas duas vertentes, que são de real importância, antes de qualquer rotulação de sustentabilidade”, defende.

Segundo ela, o arquiteto tem o dever de orientar adequadamente o cliente a optar por materiais menos poluentes, indicando empresas e produtos que se preocupam com sustentabilidade, com maior utilização de iluminação natural em detrimento da artificial e com a composição de uma arquitetura mais integrada com a natureza, mais adequada à insolação e que interfira o mínimo possível na topografia. Entretanto, conforme Kenny, essas opções muitas vezes exigem que o projeto saia do convencional, e nem sempre o cliente está disposto a isso. “Mesmo que a iniciativa seja do próprio cliente, às vezes ele abre mão dessas possibilidades, não apenas pelo custo inicial mais alto, mas também por receio de sair do usual e romper muitos paradigmas ou preconceitos estabelecidos pela cultura ou pela sociedade”, afirma.

Paulo Reis, um dos sócios da Ecoingá Empreendimentos, tam-



Walter Fernandes

**Composição e processo de fabricação são fundamentais para comprovar a sustentabilidade de qualquer material, afirma a arquiteta Kenny Monquero**

bém vê a sustentabilidade como o conjunto de ações e projetos que visam diminuir o impacto da construção civil no meio ambiente e melhorar a qualidade de vida das pessoas, estando intimamente ligada à preservação e uso racional dos recursos naturais.

Focada na incorporação e construção de condomínios fechados e bairros sustentáveis, sendo que nestes há lotes de uso comercial e residencial, a empresa já está comercializando terrenos no EcoValley, o primeiro bairro sustentável do país, segundo Reis. A área, de 23,8 alqueires, localizada no Vale Azul, adota diversos conceitos que poupam recursos naturais, como cicloviárias por todo o bairro, turbinas eólicas para produção de energia, equipamentos de prática esportiva e lazer e sistema viário que privilegia pedestres e ciclistas, em vez do automóvel. ■

Walter Fernandes



**Ecoingá, que tem Paulo Reis como sócio, está comercializando terrenos de um bairro sustentável em Maringá, que terá ciclovia, turbinas eólicas e sistema viário que privilegia pedestres e ciclistas**

# ACCION

Sistemas para  
Excelência em Gestão



Com mais de 12 anos de experiência e atuação nacional a ACCION tem foco no atendimento a clientes que desejam melhorar sua gestão. Alinhado com o MEG - Modelo de Excelência em Gestão, investe fortemente na capacitação interna e hoje está entre as empresas com maior índice de crescimento no setor.



As soluções ACCION contemplam "Boas Práticas de Gestão" utilizadas por empresas referência em seus segmentos, atende plenamente as exigências fiscais (NFe, SPED Fiscal e SPED PIS/Cofins, etc.) proporcionando segurança e garantia de evolução.

As soluções ACCION visam proporcionar vantagem competitiva ao cliente, permitindo significativa redução de custos, promovendo uma cultura voltada para a inovação. A empresa disponibiliza serviços de consultoria, seja através de consultores próprios ou de parcerias estratégicas.

Durante o processo de implantação das soluções, a ACCION foca a utilização da tecnologia pelas pessoas e cria um ambiente de

aderência pró ativa, sempre respeitando a cultura das empresas. A rapidez e eficiência da implantação proporcionam tranquilidade e confiança aos usuários na utilização das soluções ACCION, garantindo altos índices de satisfação e aumento da produtividade dos clientes.

Os números deixam claro que a ACCION honra aquilo que diz e vende. Vencedora Nacional do Prêmio MPE Brasil na categoria Serviços de Tecnologia da Informação, disputou com mais de 32 mil empresas.

O objetivo do prêmio é reconhecer o empenho das empresas na gestão da qualidade, com resultados consistentes, como o aumento da produtividade e da competitividade. O resultado final identifica as empresas que apresentaram as melhores práticas de gestão. E a Accion tem orgulho de ter merecido o maior Prêmio.



*Edney e equipe ACCION*

O MPE Brasil é promovido pelo Movimento Brasil Competitivo, Sebrae, Grupo Gerdau e Fundação Nacional da Qualidade. "São entidades de credibilidade, mostrando a seriedade da premiação", comenta o diretor e fundador da empresa, Edney Mossambani.



Débora Paiva, Maria Iraclézia, Alberto Abraão, Wilson Quinteiro, Ênio Verri, Carlos Roberto Pupin, Dr. Batista e Hércules Ananias assinaram a Carta Compromisso; na foto estão também o candidato Marcelo Belinati, de Londrina, e Oded Grajew

# Candidatos firmam compromisso com sustentabilidade

Programa Cidades Sustentáveis foi lançado em Maringá, em evento realizado na ACIM; os oito candidatos que disputam cargo de prefeito aderiram ao programa e se comprometeram a apresentar um plano de desenvolvimento sustentável para a cidade

**Juliana Daibert**

No final de julho, a ACIM serviu de cenário a um importante e talvez decisivo compromisso para a futura qualidade de vida maringaense. Na presença de autoridades políticas, empresarias e jornalistas, os oito candidatos ao cargo de prefeito nas

eleições de outubro assinaram a carta de compromisso aderindo ao Programa Cidades Sustentáveis. O prefeito eleito terá 90 dias, a contar da data da posse, para apresentar um plano de desenvolvimento sustentável da cidade.

Promovido pela Frente Nacional dos Prefeitos e prefeitura de Maringá,

o evento, que lançou o programa no Paraná, foi realizado no auditório da ACIM, em 25 de julho, e aberto pelo presidente da entidade, Marco Tadeu Barbosa. Em discurso, Marco Tadeu agradeceu a oportunidade da sede da associação abrigar um encontro do porte do programa e lembrou que os admiráveis indicadores sociais e econômicos de Maringá são fruto do engajamento da sociedade nos assuntos de interesse de toda a comunidade. Depois dos pronunciamentos do presidente do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), José Carlos Valêncio, e do representante da Frente Nacional de Prefeitos (FNP), Cesar Medeiros, o empresário Oded Grajew, coordenador geral da Rede Nossa São Paulo e presidente emérito do Instituto Ethos, proferiu a palestra "Participação comunitária, requisito para a sustentabilidade".

Durante sua fala, Grajew afirmou que a cultura predominante de competição e individualismo precisa ceder espaço para o processo comu-



### Oded Grajew: “o processo de sustentabilidade pressupõe comunhão, participação e comunidade”

nitário, o único que, na opinião do empresário, é capaz de conduzir as cidades à sustentabilidade. “A lei da competição é a lei da selva, na qual o mais forte sempre vai ter mais. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), a fortuna anual do 1% das pessoas mais ricas do planeta equivale ao que ganham 57% dos mais pobres”, citou. Na avaliação de Grajew, a mudança vem na medida em que o grupo percebe que os problemas são comuns. “Ampliando a visão, o planeta é a nossa casa e, mais cedo ou mais tarde, todos nós sofreremos as consequências do descaso com que a estamos tratando. O processo de sustentabilidade pressupõe comunhão, participação e comunidade”.

Logo após a apresentação de

Grajew, os candidatos a prefeito assinaram a Carta Compromisso. Na sequência, Maurício Broinizi, coordenador do Cidades Sustentáveis, fez a apresentação técnica do programa. Depois, o prefeito licenciado de Maringá, Silvio Barros, falou sobre “As cidades e o futuro do planeta”, destacando as conquistas de Maringá em muitos dos indicadores de sustentabilidade, o que não impede o contínuo avanço no setor. “Precisamos de espaço públicos, de área verde para nossa população. Para mudarmos a questão de sustentabilidade temos que contar com os governos locais, senão isso não será possível. Maringá é referência de sustentabilidade para muitas cidades brasileiras. Estamos na frente de muitos municípios. O que foi apresentado na Rio + 20

mostra que somos hoje o que muitas cidades brasileiras gostariam de ser. O que foi feito aqui, os outros municípios estão pensando em começar a fazer”, explicou Barros. A última palestra da tarde de 25 de julho foi “Cidades para pessoas: ainda temos muito que aprender”, apresentada pela jornalista Natália Garcia, autora do projeto Cidades para Pessoas. Natália, ex-funcionária da Editora Abril, largou o emprego para correr atrás do que acredita ser a prática do verdadeiro jornalismo: profundidade, iniciativa e empreendedorismo. Ela contou que a ideia surgiu quando começou a andar de bicicleta.

“Eu deixei de ter uma relação de proteção dentro do meu carro com a cidade e comecei a ocupá-la. O planejamento urbano se tornou muito importante na minha vida pessoal e eu fui levando minha vida profissional para esse lado”, disse. Natália passou a trabalhar como *freelancer* e a escrever sobre o assunto em reportagens para o projeto “Isso não é normal”, no qual ela conheceu Jan Gehl, planejador urbano dinamarquês que inspirou o Cidade para Pessoas. Gehl cunhou essa expressão e é o único no mundo especializado em melhorar as cidades para seus habitantes.

## Uma agenda completa de sustentabilidade

Idealizado por uma grande rede de organizações da sociedade civil encabeçada pela Rede Nossa São Paulo, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Rede Brasileira por Cidades Justas e Sustentáveis, o programa oferece aos candidatos uma agenda completa de sustentabilidade urbana e um conjunto de indicadores associados a esta agenda, enriquecida por casos exemplares nacionais e internacionais como referências a serem perseguidas pelos gestores públicos municipais. O Cidades Sustentáveis é ainda complementado por uma campanha que tenta sensibilizar os eleitores a escolher a sustentabilidade como critério de voto e os candidatos a adotar a agenda da sustentabilidade.

### Eixos da plataforma Cidades Sustentáveis

- 1 Governança
- 2 Bens naturais comuns
- 3 Equidade, justiça social e cultura da paz
- 4 Gestão local para a sustentabilidade
- 5 Planejamento e desenho urbano
- 6 Cultura para a sustentabilidade
- 7 Educação para a sustentabilidade e qualidade de vida
- 8 Economia local dinâmica, criativa e sustentável
- 9 Consumo responsável e opções de estilo de vida
- 10 Melhor mobilidade, menos tráfego
- 11 Ação local para a saúde
- 12 Do local para o global



Mais informações: [www.cidadessustentaveis.org.br](http://www.cidadessustentaveis.org.br)

Rosângela Gris

Investir na compra de imóveis pode ser comparado a jogar o instigante banco imobiliário, onde os jogadores compram terreno, constroem casas e lucram com a valorização ou aluguel do imóvel até o fim da partida. Guardadas as devidas proporções, o cenário lúdico da brincadeira se reproduz na vida real. Em forte crescimento, o setor imobiliário desponta como um terreno fértil para um número diversificado de investidores ao mesmo tempo em que reflete a concretização de um sonho de grande parte da população brasileira com a aquisição da casa própria. Quem tiver disponibilidade e paciência para postergar o sonho das chaves em mãos, pode optar pela aquisição de um imóvel na planta.

Sinônimo de rentabilidade, o imóvel na planta pode ser negociado basicamente em duas modalidades: preço de custo e preço fechado. Em ambas o comprador adquire o imóvel antes do início ou durante a construção do empreendimento, e a principal diferença está na composição do preço final.

Na modalidade preço fechado o construtor entrega o imóvel por um preço previamente acordado, de acordo com as dimensões e especificações que constam no memorial de incorporação e com base em um rigoroso orçamento. Portanto, o valor é definido no ato da compra e sofre apenas correções e incidência de juros a partir da assinatura do contrato. No preço de custo, também denominado por administração, os compradores irão arcar com todas as despesas do empreendimento. O aporte financeiro é realizado pelos próprios condôminos, aprovado em assembleia. Nesta forma de construção, o incorporador deve construir o

# Imóvel na planta, os cuidados para a espera ser rentável

Acalentar o sonho de ter um imóvel até a conclusão da obra costuma ser lucrativo, mas é preciso cuidado para que o valor do investimento não inviabilize o sonho; conheça as diferenças entre imóveis vendidos por preço de custo e fechado



Walter Fernandes

Parque Itororó Residencial, empreendimento está sendo construído pela Construtora Transamérica na modalidade preço de custo

imóvel seguindo os critérios estabelecidos pelo grupo de condôminos.

Com mais de 30 anos de atuação no mercado imobiliário de Maringá, Alaor Theodoro da Silva, sócio da Construtora Transamérica, constrói prédios e comercializa unidades tanto por preço de custo como por preço fechado e vê vantagens nas duas modalidades. A escolha de uma ou outra depende da capacidade de investimento e da disponibilidade de tempo do cliente.

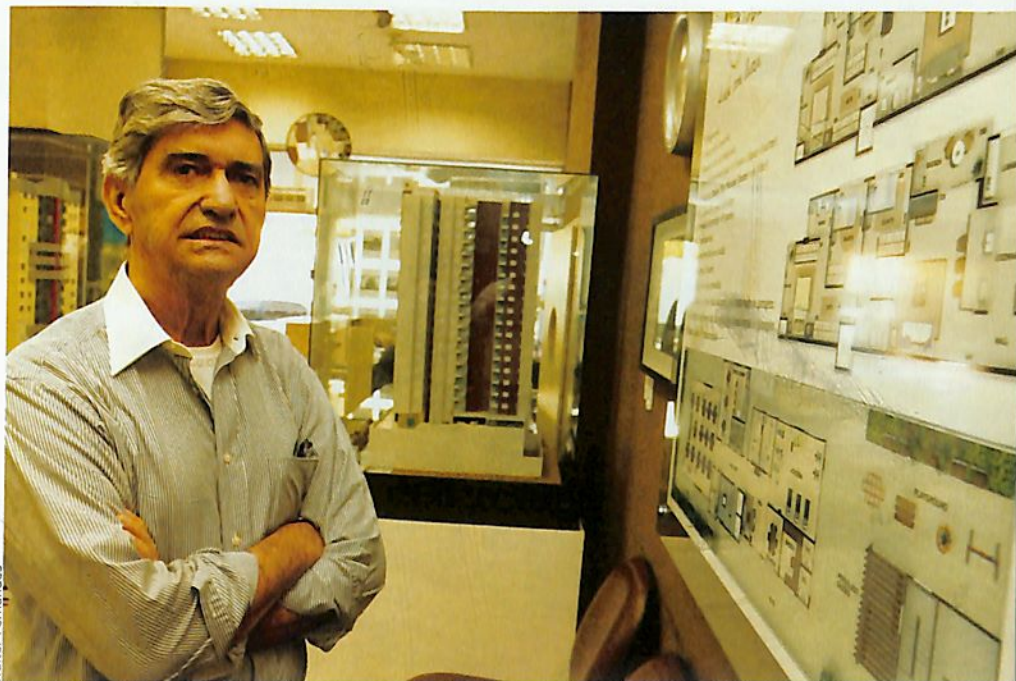
Silva explica que ao optar por um empreendimento na modalidade preço de custo, o comprador terá o privilégio de personalizar o imóvel, escolhendo o material de acabamento, e de acompanhar a execução de perto. Segundo o empresário, o custo final da obra ficará em média 30 a 40% mais barato que na outra modalidade, porque o empreendimento é construído com recursos dos próprios condôminos, sem o intermédio de um agente financeiro. “E quando o comprador recebe as chaves não se depara com a incidência de juros nem com saldo devedor”.

Para ingressar em um grupo desta modalidade, na Transamérica os interessados passam por processos de comprovação de renda e análise da idoneidade financeira, que permitem a adequação da parcela à renda e a redução dos riscos de inadimplência. “Em décadas no mercado a construtora nunca teve problemas com inadimplentes”, orgulha-se o diretor.

A Transamérica está executando três empreendimentos na modalidade preço fechado, com aproximadamente 260 unidades, e 20 edifícios pelo sistema de custo.

#### **Sem saldo devedor**

A construtora Pedro Granado Imóveis, com mais de 20 anos de



Walter Fernandes

**Segundo Pedro Granado, a economia no sistema de preço de custo é de 30 a 40% no preço final; empresa tem um departamento específico para administrar a compra de materiais de construção**

experiência no mercado, aposta na modalidade de preço de custo em Maringá. O diretor da empresa, Pedro Granado, reafirma a estimativa de economia de 30 a 40% no preço final da obra. “Na nossa construtora foi criado um departamento específico que administra a compra em atacado dos materiais de construção. Por conta do volume de pedidos conseguimos preços bem mais atraentes aos do mercado, o que, conseqüentemente, reduz os custos da obra”, explica.

Os empreendimentos da Pedro Granado levam, em média, quatro anos para serem concluídos e, do lançamento à entrega, chegam a alcançar uma rentabilidade de 30% ou mais. “Na entrega das chaves os clientes ficam imensamente satisfeitos ao comparar o valor do investimento ao preço do imóvel que estão recebendo. A satisfação é ainda maior por não haver saldo devedor, uma vez que a dívida é liquidada com o fim da obra”, relata o diretor.

#### **Preço e prazo fechado**

Diferentemente do preço de custo, quem opta pelo preço fechado tem conhecimento prévio do valor total do negócio que está fechando e das prestações a serem pagas antes da assinatura do contrato. Essa informação antecipada é, segundo o coordenador de vendas da Engblock, Cláudio Turkowski, senão o principal, um dos atrativos da modalidade. “Quando o cliente assina o contrato sabe exatamente o valor da dívida que está assumindo. Ele não corre o risco de ser surpreendido por reajustes incompatíveis ao orçamento doméstico que dificultem o pagamento das parcelas. O risco por eventual alta de preços nos insumos ou de mão de obra nesse sistema é assumido pela construtora”, ressalta.

No sistema de preço fechado, o projeto habitacional passa por uma criteriosa avaliação técnica de cronograma de obras e preços antes de deixar o papel. Essa avaliação, expli-

www.acim.com.br



Walter Fernandes

**Conhecimento prévio do valor do investimento é um dos atrativos do imóvel de preço fechado, diz Cláudio Turkowski, da Engeblock; alta de preços nos insumos ou mão de obra é assumida pela construtora**

ca Turkowski, é feita pela instituição financeira que dispõe de crédito imobiliário. “A Caixa Econômica Federal, hoje referência na oferta de financiamentos imobiliários, possui um departamento específico com engenheiros e técnicos especializados para análise de projetos. A obra só recebe o aval se as datas e os custos estiverem compatíveis com o mercado e a construtora comprovar que está habilitada a cumprir o cronograma e as condições propostas”, diz o coordenador de vendas.

Além do projeto e da construtora, o comprador é submetido a uma avaliação ao fazer a solicitação do financiamento. Programas de simulação identificam as categorias de financiamento em que cada um se enquadra de acordo com a renda. São calculados o valor máximo do imóvel a ser financiado e também a taxa de juros a ser paga. A aprovação do cadastro está condicionada a comprovação de renda equivalente ao valor da prestação, que não pode

ultrapassar 30% da renda mensal da família.

Além disso, na maioria das vezes, os financiamentos estão limitados a até 80% do preço do imóvel - os outros 20% são referentes à entrada. Parte do valor financiado - de 30% a 40%, dependendo do empreendimento - precisa ser quitada no período de execução da obra. Para facilitar o pagamento nessa primeira etapa, quando parte da renda doméstica ainda pode estar comprometida com aluguel, as parcelas mensais são menores por estarem restritas apenas aos juros. Só após a entrega das chaves, o cliente passa a pagar efetivamente o financiamento, que pode se estender até 420 meses.

Outra vantagem do sistema de preço fechado, segundo o coordenador de vendas, é a garantia de entrega do imóvel em um prazo determinado em contrato, geralmente de até três anos, como é o caso do Residencial Vivá, da Engeblock. O

empreendimento com duas torres começou a ser construído no início deste ano e será concluído em dezembro de 2014. Turkowski lembra que esse prazo é possível por conta da facilidade de crédito disponível no mercado. Deste sistema, o ritmo da obra não depende da capacidade do grupo de investidores, mas, sim, da idoneidade da construtora e de sua capacidade administrativa de gerenciar os recursos disponibilizados pelo banco e cumprir o cronograma de obras, bem como as especificações do contrato. “Todos os detalhes da obra, bem como a marcas dos produtos a serem utilizados, são detalhados no contrato”, diz o gerente de venda da Engeblock.

Ele afirma que o sistema de preço fechado é interessante ao cliente em função do tempo de retorno da aplicação. “Se o investidor fizer a conta, perceberá que a valorização do imóvel até a entrega será superior ao juro do financiamento”. ■

## Prêmio Sinduscon-NOR/PR 2012 traz novidade

**A premiação, concedida pelo Sindicato da Indústria da Construção Civil e pelo Serviço Social da Indústria e da Construção Civil, é a única do Brasil neste modelo**

Aumentou a participação das construtoras na terceira edição do Prêmio Sinduscon/NOR-PR 2012. Vinte empresas estão inscritas: Sisa, Austin, Planespaço, Engeblock, A. Yoshii, Ciplart, Plaenge, Catamarã, MB, João Granado, MarLuc, CIM, Cantareira, Fenicia, Just, Traço, Tuiuti, Taky, Provectum e Design.

O prêmio é promovido pelo Sindicato da Indústria da Construção Civil e pelo Seconci - Serviço Social da Indústria e da Construção Civil. A novidade neste ano é a divisão da premiação em três categorias: construtoras incorporadoras, terceirizadoras e obras públicas. Os vencedores serão conhecidos no dia 9 de novembro, durante o Encontro Anual da entidade.

A comissão avaliadora do Prêmio é composta por representantes do Sinduscon/NOR-PR, do Sebrae-PR e do Senai-PR. Por meio de auditorias realizadas nas empresas participantes, a comissão avalia quatro critérios: qualidade em gestão, segurança no trabalho, manejo correto de resíduos



O Prêmio Sinduscon/NOR-PR 2012 foi lançado durante café da manhã, com a presença de autoridades e parceiros

sólidos e responsabilidade social.

O Prêmio Sinduscon é pautado nas exigências do Programa Brasileiro de Qualidade e Produtividade no Habitat (PBQP-H), criado pelo Ministério das Cidades do Governo Federal, e no Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS), que consta em uma resolução do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama).

A maioria dos inscritos no prêmio busca se adequar aos critérios de avaliação por meio de programas de capacitação promovidos pelas entidades parceiras. Entre elas o Senai-PR, que promove consultorias para as empresas, além de treinamentos, cursos de qualificação e aperfeiçoamento para trabalhadores da construção civil.

Paralelamente ao Prêmio Sinduscon/

Nor-PR, será realizado também o 2º Prêmio Fornecedor Sinduscon/Nor-PR. Segundo o presidente do sindicato, Mauro Carvalho Duarte Junior, “o estímulo aos fornecedores também é importante para que o processo final tenha mais qualidade”.

A Plaenge foi a vencedora das duas edições do Prêmio Sinduscon, em 2010 e 2011. No ano passado, a Catamarã ficou em segundo e a Design, em terceiro lugar. Ainda em 2011, na primeira edição do Prêmio Fornecedor, os vencedores nas 15 categorias foram: Paranafer, Concrebras, Somassa, Sistrel-Trelis, CompMag, Eletrofio, Komafer, Atlas Schindler, Gessoteto, JM Esquadrias, Revtex, Portas e Batentes Canção, Gran-Norte e Continental Sul, de Maringá. E da cidade de Inajá, a Blocos Inajá.

## Sinduscon participa do 84º ENIC

O Sinduscon/NOR-PR esteve presente no 84º ENIC - Encontro Nacional da Indústria da Construção, realizado em Belo Horizonte, Minas Gerais. Participaram o presidente Mauro Carvalho Duarte Júnior; os diretores José Maria de Paula Soares, Álvaro Pereira da Silva, Paulo Cordeiro Júnior, Nivaldo Demori, Claudio Luis Alcalde, José Armando Quirino dos Santos e Valdemar Adorno Júnior; e o presidente do Seconci, Makihiro Matsubara.

O evento é considerado o mais importante do setor no Brasil e discute soluções para o desenvolvimento da atividade. “Voltamos orgulhosos pelos resultados das palestras dos maringaenses Silvio Barros e Edson Yabiku durante o evento”, frisa o presidente do Sinduscon, Mauro Duarte Junior. Edson Yabiku é urbanista e arquiteto, e atua na Foster & Partners, empresa sediada em Londres.



Edson Yabiku, Mauro Carvalho Duarte Junior e Silvio Barros, no 84º ENIC, realizado em Belo Horizonte

# Jorge de Macedo Vieira, o autor do nosso traçado urbanístico

Há certa discussão sobre o projeto urbanístico da cidade. Ainda como núcleo primário, o “Marin-gá Velho” já havia sido traçado por um engenheiro: Aristides de Souza Mello foi o responsável pelo desenho das oito quadras iniciais do povoado. Mas aquela foi uma área provisória. A colonizadora, Companhia de Terras Norte do Paraná, almejava mais para Maringá.

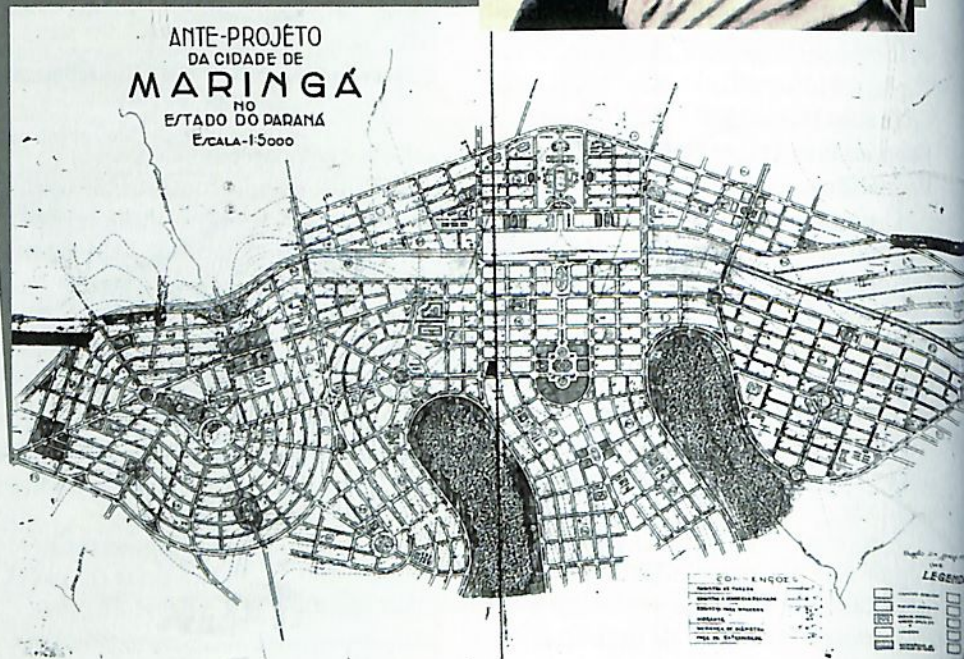
Ainda no início da década de 1940, os diretores da companhia, Cássio Vidigal e Gastão de Mesquita Filho, fizeram um esboço do que poderia ser o traçado urbano da futura cidade. Priorizando áreas mais planas, eles entregaram o documento para Jorge de Macedo Vieira (1894-1978), conhecido por empregar um novo conceito para a época, o de cidade-jardim.

Macedo Vieira formou-se em Engenharia pela Escola Politécnica da USP e foi responsável pelo desenvolvimento de projetos inovadores. Entre eles, os bairros paulistanos de Vila Formosa, Vila Maria, Chácara da Mooca, Rolinópolis, além de bairros em outras cidades: Campos de Jordão, Campinas e Atibaia.

O engenheiro empregou as técnicas de bairro-jardim e de cidade-jardim, um conceito que foi introduzido no Brasil pela empresa inglesa Company City. Ele, por sua vez, tinha esse legado após ter trabalhado com Barry Parker, urbanista inglês que veio ao país para desenvolver o Jardim América, em São Paulo.

Jorge de Macedo Vieira em seu escritório

Anteprojeto de Maringá, em 1945



A Company City introduziu um conceito que buscou oferecer aos moradores alto nível de qualidade ambiental e urbanística, com muitas áreas verdes, uso residencial, baixa densidade populacional, lotes unifamiliares com edificações de um ou dois pavimentos, ruas bem desenhadas que consideram a curvatura e declividade do terreno.

Em 1943, Jorge de Macedo Vieira foi contratado pela Companhia de Terras Norte do Paraná para desenvolver o traçado de Maringá. Ele, sem nunca ter vindo para cá, entregou o anteprojeto em 1945, quando a co-

lonizadora iniciou a implantação. No dia 10 de maio de 1947, com o traçado da área central praticamente concluído, a cidade foi fundada oficialmente.

Nossas ruas curvas são resultado de um projeto inovador constituído ao longo do eixo colonizado no Norte e Noroeste do estado. Base para os que vieram depois, a diferença entre trafegar em outras regiões e em nossas vias é facilmente notada.

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

# SEM PROJETOS, SUA ESTRATÉGIA VAI POR ÁGUA ABAIXO



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

# Vitrine, a vendedora silenciosa - e poderosa

Uma vitrine atrativa e bem elaborada é um convite às compras; trocar as peças uma vez por semana, manter o visual limpo, não misturar muitas cores e conhecer o público que se pretende atingir são algumas das dicas de especialistas

**Octávio Rossi**

Uma das marcas mais cobiçadas no varejo brasileiro feminino, a Animale investe em desfiles na principal temporada de moda do país, o São Paulo Fashion Week, e tem seus looks desfilados por algumas das tops mais conhecidas do mundo da moda. Mas as estratégias para atrair a clientela não param por aí. A empresa aposta em vitrines elegantes e que são um chamariz às compras. Tanto que as vitrines das lojas de Florianópolis, Curitiba e Maringá são padronizadas e são de responsabilidade de um especialista, o visual *merchandising*.

O gestor de loja de Maringá, Nelson Perez Júnior, garante que o cliente aguçado por uma vitrine bem estruturada acaba entrando na loja, o que se pode traduzir em vendas. "A vitrine é o chamariz da loja, por isso, ela deve estar sempre impecável".

A dica dele é mudar a vitrine uma vez por semana, em caso de locais com fluxo alto de potenciais clientes. "A troca num período me-

Walter Fernandes



"A vitrine é o chamariz da loja, por isso, ela deve estar sempre impecável", diz o gestor da loja Animale, de Maringá, Nelson Perez Júnior

nor acaba sendo um desperdício de boas ideias. Melhor poucas vitrines bem elaboradas do que muitas com pouca informação”, sugere.

O consultor e gestor de projetos de varejo da regional Noroeste do Sebrae/PR, Marcelo Wolff, também ressalta que a vitrine é o cartão de visita da loja. “O empresário deve pensar na vitrine como um veículo de comunicação da loja. É um investimento para trazer resultados e transmitir a boa imagem da loja e dos produtos”, reforça. E, por isso, é importante acrescentar à lista de investimentos um percentual para a montagem da vitrine. “A conquista do consumidor através de uma vitrine bem montada já garante ao vendedor interno boa parte da negociação”, aponta Wolff.

Há, contudo, alguns cuidados para a organização de uma vitrine. “Um empresário que trabalha com roupas para mulheres deve dispor o mix de produtos pensando na exclusividade de cada peça. Já em uma loja de eletrodomésticos deve-se apostar em destacar as condições de pagamento. E em uma loja que vende utensílios para casa a vitrine deve ser organizada com os materiais mais comuns e que são de utilidade para os consumidores”, explica Wolff.

A vitrine também deve atender as estratégias de gestão de vendas. Produto em estoque significa dinheiro parado. “Deve-se pensar no que o lojista quer promover para vender. É aí que as promoções vêm para a vitrine. Entendemos como metodologia de atratividade que o ideal é ter uma chamada na vitrine, mas não trazer todos os produtos para ela”.

#### **Público-alvo**

O também consultor credencia-

Walter Fernandes



**Os consultores Marcelo Wolff e Fernando de Oliveira, do Sebrae: perfil do cliente e o segmento da loja ditam o tipo de vitrine**

do do Sebrae/PR, que desenvolve trabalho especial com vitrines, Fernando Soares de Oliveira, garante que a estratégia bem montada torna-se o melhor argumento de venda. “O empresário deve estar atento e conhecer muito bem o perfil de sua clientela. Ou seja, a estratégia adotada deve estar de acordo com seus clientes”, afirma.

Na opinião de Oliveira, uma vitrine eficiente não significa grandes investimentos. “Neste ponto entra o processo criativo, pois quem monta a vitrine deve conhecer o produto que será exposto e entender o perfil do cliente”, garante. Usar iluminação adequada, empregar cores de forma correta e não misturar muitos elementos são algumas das dicas (*veja quadro*).

“O empresário pode realizar um planejamento para todas as campanhas do ano, aproveitando as datas comemorativas e, claro, no dia seguinte a esta data, como o Dia dos Pais, a vitrine deve ser mudada. É interessante também que ele esteja antenado às novidades do merca-

do, como os materiais que serão utilizados na montagem da vitrine”, reforça Soares.

Um erro comum é o empresário destacar um funcionário da loja para dispor os produtos sem o remunerar para isso, o que pode causar descontentamento e ser refletido na vitrine. “É importante capacitar funcionários para montagem de vitrine e também valorizar este trabalho, uma vez que na vitrine até 85% das vendas são concretizadas”, afirma Soares.

Uma vitrine mal disposta é rapidamente sentida pelo consumidor, que automaticamente faz uma análise negativa da loja. A afirmação é da consultora de moda e design, Sabrina Levinton, do Centro Tecnológico de Maringá (CTM-Senai). “A vitrine deve criar o desejo de consumir no cliente. Se ela agredir visualmente e ser confusa, criará o mesmo sentimento no consumidor, que além de não se motivar para a compra do produto, carregará uma má impressão da loja”.

## O be-a-bá para montar uma vitrine



### PLANEJAMENTO

Antecipar o planejamento com projetos e esboços das ideias ajuda bastante, assim corrige-se erros, há redução de custos e otimização do tempo na hora da montagem



### ESTRATÉGIA

Tenha em mente o que a vitrine precisa vender e selecione os itens serão as "estrelas" da produção/montagem e quais itens atuarão como coadjuvantes; vitrines com muitos produtos (cheias) em geral são populares e as que têm menos mercadorias imprimem a ideia de exclusividade



### ILUMINAÇÃO

Deve ser direcionada para os produtos e não sobre os produtos para garantir mais visibilidade e reduzir as áreas de sombra; para a maior parte do comércio varejista, as lâmpadas halógenas se fazem imprescindíveis quando o assunto é iluminação com foco, realçando as cores e os objetos com eficiência; uma opção mais econômica é o uso das lâmpadas superled do tipo AR111 ou mesclar os

dois tipos de lâmpadas; as lâmpadas fluorescentes são ideais para proporcionar a iluminação geral



### CORES

O emprego de cores muito escuras no interior da vitrine exige que a iluminação seja ainda mais eficiente; evite empregar muitas cores e estampas ao mesmo tempo; o ideal é usar até três cores conjugadas ou não com as neutras (preto, cinza e branco); o amarelo, laranja, vermelho e verde-limão são cores eficientes para chamar a atenção



### ORDEM

Evite o exagero de itens expostos de forma desordenada e sem coerência para não tirar o foco de atenção do cliente



### SAZONALIDADE

Vitrines temáticas podem manter a decoração por um período de tempo mais longo, no entanto, no caso de datas comemorativas, nunca devem se estender após o dia a ser celebrado

FONTE | Fernando Soares de Oliveira, consultor do Sebrae

@wvainer

### Reclamações

O coordenador do Procon, o advogado Rodrigo Valente, lembra que reclamações dos consumidores em relação aos preços das vitrines são constantes. Todas as peças expostas na vitrine devem apresentar preço à vista ou total, no caso de parcelamento, de forma clara. "O consumidor não deve ser surpreendido com o preço do produto. Ele não pode entrar numa loja pensando que teria o dinheiro para pagar pelo produto e na hora não ter a quantia necessária. O empresário deve conquistar seu cliente pela veracidade e qualidade dos produtos", aconselha.

Caso o lojista tenha dúvidas em relação à forma correta de dispor os preços, o Procon pode fazer os esclarecimentos necessários. ■



Na opinião da consultora Sabrina Levinton, uma vitrine confusa, além de não motivar a compra, faz com que o consumidor tenha uma impressão ruim da loja



# GRUPO LYNCORP EMPREENDIMENTOS

*Ajudando você a  
construir o futuro*



Portaria



SPA



Resort



Salão de festa



Complexo esportivo



Centro de educação infantil

O Grupo Lyncorp é resultado de uma fusão de empreendedores com ampla experiência em loteamentos e empreendimentos de condomínio fechado. Há quase uma década no mercado, já soma grandes resultados e excelentes negócios. O objetivo principal do Grupo Lyncorp é possibilitar o acesso sem complicações para cliente ao sonho da casa própria, também de colaborar com investimentos em imóveis. Com preços honestos e equivalentes a qualidade do serviço prestado e as condições de negócios são o diferencial para os pequenos e grandes investidores. Todos os empreendimentos são **certificados** pelos principais órgãos públicos o que garante a segurança, conclusão e entrega dos projetos. Atuando em Maringá e região, o Grupo Lyncorp tem o projeto de ampliar o atendimento em outros estados como Minas Gerais e Santa Catarina, sempre com o foco no mercado de condomínio fechado. Atualmente o Grupo Lyncorp está em plena ação com mais de quinze empreendimentos.



Loanda  
[condomínio fechado]



Campo Mourão  
[condomínio fechado]



Porto São José  
[condomínio fechado]



Maringá/Marialva  
[condomínio fechado]



Castelo Branco  
[loteamento aberto]




Terra Rica  
[loteamento aberto]



## Green Diamond

RESIDENCE



GRUPO  
LYNCORP  
EMPREENDIMENTOS

☎ [44] 3222.0644  
 🌐 [grupolyncorp.com.br](http://grupolyncorp.com.br)  
 📘 [facebook.com/grupolyncorp](https://facebook.com/grupolyncorp)

Outros empreendimentos também estão em andamento avançado nas cidades de Terra Roxa, Barão de Lucena, Iguaraçu, Jandaia do Sul, Nova Esperança, Cianorte e Ourizona.

Fernanda Bertola

O Instituto de Responsabilidade Social de Maringá, Fundacim, completou sua primeira década de atividade. No dia 20 de agosto, uma solenidade junto à reunião do Conselho de Administração da ACIM apresenta aos diretores e à comunidade o histórico e a importância da entidade para a cidade.

A Fundacim nasceu ancorada na responsabilidade social empresarial. O amplo conceito pode abranger de funcionários a acionistas passando pelos recursos financeiros e tecnológicos da empresa, transformando-se em poderoso instrumento de melhoria de gestão. “O trabalho desenvolvido busca separar projetos sustentáveis de filantropia”, diz a presidente Cleide Noronha.

Após ser concebida em 2002, a Fundacim iniciou suas ações no início em 2003, último ano de gestão de Jefferson Nogaroli à frente da presidência da ACIM. De acordo com Cleide, a ACIM entendeu que deveria dar sua contribuição e, na vanguarda dos acontecimentos, passou a incluir na carteira de serviços um mecanismo de apoio a instituições e programas de filantropia. Além disso, passou a oferecer suporte para as empresas interessadas em desempenhar papéis sociais, organizando as ações e mobilizando voluntários em torno de um projeto sério.

Na opinião de Cleide, a principal conquista da entidade nestes dez anos de trabalho foi o amadurecimento do terceiro setor por meio da assessoria e consultoria oferecidas às organizações, o que proporciona o desenvolvimento de trabalhos mais eficazes e a melhoria da gestão.

Atualmente a Fundacim assessora e oferece consultoria a oito organizações de Maringá por meio

# Fundacim: dez anos, muitas conquistas

Instituto comemora o amadurecimento do terceiro setor em Maringá, obtido com apoio da assessoria e consultoria oferecidas às organizações; o resultado é o desenvolvimento de trabalhos mais eficazes e a melhoria da gestão



Walter Fernandes

A presidente da Fundacim, Cleide Noronha, explica que “o trabalho desenvolvido busca separar projetos sustentáveis de filantropia”

do Núcleo Empreender das Organizações Sociais. O processo para selecionar novas entidades é feito a cada dois anos, sendo que o próximo vai ocorrer em 2013.

O instituto elabora projetos que levam conhecimento administrativo às instituições, além de promover prêmios para incentivar a boa gestão e divulgar os trabalhos. O Prêmio Gestão procura identificar, pre-

miar, divulgar e estimular a replicação de melhores práticas de boa gestão das organizações do terceiro setor de Maringá.

## Administração

Os cursos e espaços de discussões promovidos pela Fundacim têm facilitado a transformação administrativa em um modelo de gestão do Sistema de Apoio à Saúde São



**Para a gerente executiva da Rede Feminina, Marta Kaiser, "a Fundacim não veio para fazer paternalismo. Ela está ao lado das entidades, incentivando e cobrando resultados"**

Rafael. A entidade tem o objetivo de promover a saúde física, mental e a integração social de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

"A parceria entre Fundacim, Empresa Júnior de Consultoria da UEM e São Rafael trouxe um saldo muito positivo. Ajudou a identificar problemas e a discutir soluções com estudantes e profissionais do setor administrativo", declara a presidente da organização, Martha Salvarani. Segundo ela, os trabalhos também proporcionaram a aproximação de jovens universitários de uma realidade muitas vezes distante.

Outra organização que conta com a parceria da Fundacim é o Lar Escola da Criança. Os trabalhos começaram com a busca pela identificação de qual era o real papel da Fundacim junto às entidades. Para a gerente administrativa do Lar Escola, Márcia de Souza, através dos cursos e assessoria oferecidos

foi possível entender e reconhecer que métodos adequados de administração no setor são vitais para a instituição.

Hoje há três colaboradores do Lar Escola participando da pós-graduação na área de gestão em terceiro setor por meio do instituto. "Entendemos que a entidade não sobrevive sem a profissionalização das pessoas que integram a equipe", destaca Márcia.

As práticas no Lar Escola vão além da boa vontade, pois são sustentáveis, com possibilidade de crescimento e gestão transparente. Para Márcia, outra ação importante para o empenho das entidades ligadas à Fundacim é o Prêmio Geração, que reconhece as melhores gestões e serve como ferramenta de análise sobre a própria administração, já que as entidades participantes recebem a análise feita com as falhas de gestão encontradas.

A Rede Feminina de Combate ao

Câncer, também assessorada pela Fundacim, tem experimentado os resultados da parceria. Por meio de eventos, cursos profissionalizantes e discussões, a Rede pode amadurecer os processos administrativos. "A Fundacim não veio para fazer paternalismo. Ela está ao lado das entidades, incentivando e cobrando resultados", afirma a gerente executiva, Marta Kaiser.

Graças aos cursos promovidos pelo instituto de responsabilidade social, a Rede Feminina organizou o planejamento de gestão e atinge o amadurecimento. "Acabamos ouvindo coisas que não tínhamos parado para ouvir, como explicações sobre a captação de recursos", conta Marta. Segundo ela, o resultado também é devido ao acompanhamento da equipe da Fundacim, tanto por email quanto por telefone.

### Projetos

No futuro, os passos da Fundacim seguirão em direção à consolidação dos cursos de especialização. A expectativa de Cleide é de que o próximo curso obtenha o mesmo sucesso que "Gestão Estratégica em Organizações do Terceiro Setor", em andamento, obteve. O curso, inédito no Paraná, teve início em março.

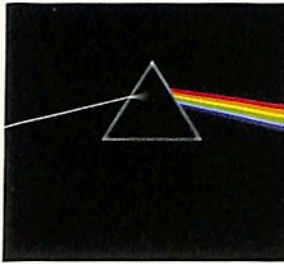
O curso na área de Políticas Públicas, direcionado para quem está ligado direta ou indiretamente ao terceiro setor, terá início no final deste mês. Até o final de julho, 32 interessados haviam feito inscrição e vários nomes estavam em lista de espera, o que demonstra que o mercado está aberto e necessita de profissionais nessa área. "Essa é uma conquista fundamental, e não só para nossa região, uma vez que não havia histórico de outras iniciativas parecidas em Maringá", resume Cleide.

# CULTURA EMPRESARIAL



## VALE A PENA OUVIR

Clóvis Augusto Melo - editor de web



**The Dark Side of the Moon** (Pink Floyd)  
Lançado em março de 1973, o disco é reconhecido como um dos melhores álbuns de rock de todos os tempos. Produzido com as técnicas de gravação mais avançadas da época e tendo como engenheiro de som o multifacetado Alan Parsons (fundador da banda The Alan Parsons Project) traz na linha de frente hits como "Money" e "Time", além das menos badaladas - mas excelentes - "Breath" e "Us and Them".



**The best of The Alan Parsons Project**  
Para ouvir o trabalho desse grupo britânico é preciso ter um gosto eclético. Muitos vão reconhecer algumas das trilhas que representam seis álbuns da banda - foram muito usadas na abertura do Telescurso 2º Grau. Estão presentes no álbum "Time", "I, Robot", "Pyramania" e "Eye in the Sky", entre outras. Uma das características da música do The Alan Parsons Project é a entrada ritmada de instrumentos, que vão se acumulando até o auge da canção, quando se unem em um "clímax acústico".



## VALE A PENA ASSISTIR

Johnny Katayama - estudante

**De porta em porta** - Steven Schachter (2002)

Baseado na história real de Bill Porter, o filme mostra como um homem com paralisia cerebral conseguiu tornar-se o melhor vendedor da Watkins Company. Rejeitando aposentar-se por invalidez, Porter é desacreditado pelo futuro chefe já na entrevista de emprego, só ganhando uma oportunidade após pedir que lhe desse a pior rota. Percorrendo a pé cerca de 16 quilômetros por dia e lidando com uma inicial rejeição por parte dos clientes, ele consegue, depois de muita paciência e persistência, cativar diversos clientes no bairro. Mais que um filme, é uma lição sobre como o esforço e a determinação podem fazer a diferença.

**Genison Camargo** - diretor da 100% Vídeo Maringá



**A invenção de Hugo Cabret** - Martin Scorsese (2012)

Hugo é um garoto de 12 anos que vive em uma estação de trem em Paris no começo do século XX. Seu pai, um relojoeiro que trabalhava em um museu, morre momentos depois de mostrar a Hugo a sua última descoberta: um androide, sentado numa escrivaninha, com uma caneta na mão, aguardando para escrever uma importante mensagem. O problema é que o menino não consegue ligar o robô, nem resolver o mistério. É um espetáculo cinematográfico indicado aos amantes do cinema, bem sucedido em todos os sentidos: produção, efeitos especiais, elenco e história.



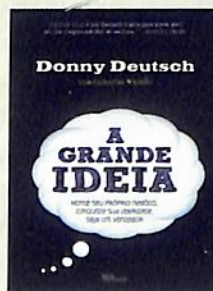
## O QUE ESTOU LENDO

### COMPRE LIVROS COM DESCONTO!

A Revista ACIM fez uma parceria com a Editora Record e Aplique Investimentos, o que garantirá descontos especiais para os leitores da revista.

Nesta primeira edição o desconto é de 30% e para garantir o preço especial, no ato da compra deve ser informado o código 205733.

As compras devem ser feitas pelo email [mdireto@record.com.br](mailto:mdireto@record.com.br) ou pelos telefones: (21) 2585-2002 ou (21) 2585-2002



**A grande ideia** - Donny Deutsch

Um guia imprescindível para empreendedores que buscam o sucesso. Donny Deutsch, o apresentador do programa *The Big Idea*, exibido pela rede de televisão norte-americana CNBC, apresenta um programa de 12 etapas, que vão da detecção de um nicho de mercado inexplorado, passando por dicas para desenvolver a cultura da nova empresa até formas de levantar capital e construir uma rede de contatos. Deutsch oferece uma visão aguçada sobre os obstáculos que serão encontrados no caminho, como o medo do fracasso e a falta de confiança.



**Quem matou a mudança?** - Ken Blanchard, John Britt, Judd Hoekstra e Pat Zigarmi

Todo gestor ou empresário que passou pela experiência de implantar inovações em suas empresas vai encontrar neste livro respostas e histórias familiares. Com quatro autores, entre eles Ken Blanchard, que entrou na lista de best-sellers do New York Times com *Empreendedor Minuto*, o livro, em formato de romance policial, literalmente investiga as razões para tantas tentativas fracassadas de mudanças. Blanchard apresenta a história do detetive Mike McNally que busca o assassino de Mudança. A resolução do crime traz respostas e dicas para evitar frustrações.



## VALE A PENA NAVEGAR

**[www.umpedeque.com.br/site\\_umpedeque](http://www.umpedeque.com.br/site_umpedeque)**: o programa de TV "Um pé deque?", apresentado por Regina Casé e exibido no Canal Futura, traz as árvores encontradas no Brasil relacionando-as à música, culinária, história, tecnologia; no site, há vídeos, glossários, entre outros materiais

**[www.wikiaves.com.br](http://www.wikiaves.com.br)**: interativo, este site é voltado para quem gosta de aves; há fotos, sons, glossário e os próprios usuários ajudam a abastecer de informações

**[www.rachacuca.com.br](http://www.rachacuca.com.br)**: jogos como sete erros, quebra-cabeça, sudoku e caça-palavras estão disponíveis para aguçar o raciocínio e a lógica

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

20 SETEMBRO QUINTA-FEIRA

8ª Edição

# CURSO COMO IMPORTAR DA CHINA



## Rodrigo Giraldelli PALESTRANTE

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

### TÓPICOS

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

### INVESTIMENTO

Inscrições até o dia 06/09

Inscrições após o dia 06/09

Associado ACIM R\$ 200,00

Associado ACIM R\$ 250,00

Não-associado ACIM R\$ 250,00

Não-associado ACIM R\$ 300,00

### LOCAL

Data: 20 de Setembro | Quinta-Feira  
Horário: 8h30 às 12h30 e 13h30 às 17h30  
Local: Auditório da ACIM  
Rua Basílio Sautchuk 388 - Centro

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

REALIZAÇÃO



APOIO



INSCRIÇÕES E INFORMAÇÕES:

44 3025-9613 Daiane

ou pelo e-mail:

[eventos@institutomercosul.org.br](mailto:eventos@institutomercosul.org.br)

# Aqui tem funcionário feliz

Não se trata de um slogan publicitário; empresas que investem em remuneração justa, possibilitam ascensão na carreira e prezam a transparência nas relações tornando o ambiente de trabalho positivo e aumentando o comprometimento da equipe

**Fernanda Bertola**

Existe uma fórmula para que os colaboradores trabalhem motivados e para que o ambiente interno da empresa seja positivo? Na falta de apenas uma fórmula, há várias respostas, que passam não apenas pela remuneração, mas pela valorização do colaborador, *feedback*, plano de carreira, entre tantos outros “compostos”, que variam de uma empresa para outra.

Listada entre as 20 melhores empresas para se trabalhar no Paraná em 2011, de acordo com o ranking

do Instituto Grace Place to Work e divulgado pela Gazeta do Povo, a Rivesa aposta na valorização dos funcionários.

Revendedora da Volvo do Brasil, a empresa conta com 238 colaboradores em concessionários no norte do Paraná e duas no Mato Grosso do Sul. Para o gerente administrativo e financeiro da Rivesa, Luiz Cláudio da Silva, as pesquisas de clima organizacional contribuem para os bons resultados, porque geram oportunidades para a melhoria no processo de *feedback* entre lideranças e liderados. “Aplicamos

Walter Fernandes



Rivesa tem 25% da equipe com mais de 15 anos de casa; estímulo à participação e à contribuição no processo criativo e de inovação é uma das estratégias, diz o gerente Luiz Cláudio da Silva



Salário compatível ao mercado e acompanhamento diário da equipe trazem reflexos diretos no atendimento dos clientes no Posto Oásis; na foto o proprietário, José Christinelli

técnicas eficazes de comunicação, necessárias para a transparência de objetivos e resultados, além de ferramentas para ações de liderança de acordo cada situação”, declara. Ele acrescenta que outra estratégia importante é estimular a participação e a contribuição dos colaboradores no processo criativo e de inovação da empresa.

Partindo dos resultados apurados em pesquisas de clima, a empresa busca desenvolver planos de ação voltados aos *gaps* – lacunas na gestão – identificando e comunicando suas ações em todos os níveis. Segundo Silva, todo o processo acontece paralelo a treinamentos e ofertas de bolsas de estudos na área de gestão. “O objetivo é que os colaboradores visualizem a importância de sua função perante os resultados organizacionais e a empresa proporciona a oportunidade de aplicação dos

conhecimentos para a evolução na carreira”, ressalta.

Por outro lado, a Rivesa também investe em lideranças, para o contínuo desenvolvimento e aptidão para administrar as necessidades das pessoas e da empresa. Também são realizadas pesquisas salariais e de benefícios para que a remuneração e os benefícios sejam atrativos e atualizados.

O resultado do trabalho é o engajamento dos colaboradores no cumprimento dos objetivos estratégicos, produtividade, participação, comprometimento com os resultados e diminuição de *turnover*. Um quarto dos colaboradores tem mais de 15 anos de casa. A Rivesa também conta com funcionários que estão na empresa desde a fundação, há 31 anos.

#### Presença constante

Os clientes do Posto Oásis, na

região central de Maringá, frequentemente percebem o clima amistoso entre a equipe e elogiam os funcionários solícitos no atendimento. São 35 colaboradores que se revezam nos serviços 24 horas por dia, inclusive na loja de conveniência. Segundo o proprietário da empresa há 26 anos, José Christinelli, para manter o ritmo de trabalho e, mais do que isso, sempre em clima positivo, a aposta é no acompanhamento da equipe.

Christinelli está sempre presente e pronto para ajudar, fornecendo apoio e segurança em relação às atividades desenvolvidas pelos funcionários. “Também atuo de forma a manter a equipe unida e confiante para enfrentar os momentos de pressão. É uma parceria entre o empregador e o empregado, muitas vezes fora dos padrões encontrados no mercado”, revela.

O empresário explica que ações

## Clima motivador ao alcance das pequenas empresas

Medidas simples e que não necessitam de muitos recursos podem ser adotadas por empresas de pequeno porte



**1** Os líderes devem deixar claro aos colaboradores que a qualidade do clima é importante para a política da empresa



**5** Líderes devem ser imparciais nos processos de tomadas de decisão e torná-la pública



**2** Treinamentos são recursos auxiliares; há vídeos instrutivos na internet que podem ser transmitidos aos funcionários



**6** Oportunizar celebrações de bons resultados envolvendo as famílias, que são grandes incentivadoras do trabalho do funcionário



**3** Incentivar as relações de camaradagem; é essencial trabalhar em equipe, manter expressões faciais agradáveis e um bom relacionamento entre as pessoas



**7** Incentivar o orgulho pessoal em relação ao trabalho que os funcionários desenvolvem



**4** Independentemente da hierarquia, é importante cultivar o respeito mútuo e manter a humildade



**8** Credibilidade dos líderes perante as pessoas é a chave para o clima positivo; o líder deve cumprir o que fala, porque a contradição desmotiva os colaboradores

FONTE | Sônia Rossi, psicóloga corporativa e especialista em gestão de pessoas

@wvainer

simples, como encontros de confraternização, auxiliam no processo de entrosamento e contribuem para a união da equipe, refletindo positivamente nos resultados. Outra maneira de conquistar o colaborador é oferecer uma remuneração justa. Além do salário compatível ao mercado, o funcionário tem direito a uma comissão sobre vendas.

As dificuldades e desafios enfrentados no dia a dia da empresa envolvem identificar os problemas internos e os colaboradores menos focados. E, para isso, a convivência diária do dono com os funcionários equipe torna possível detectar e resolver os *gaps* antes que haja reflexos em toda a equipe. “A identificação de problemas é um processo auto-

mático para quem convive diariamente com os funcionários, já que o contato permite a sensibilidade e percepção do perfil de cada um”.

Uma das características do Posto Oásis para manter o clima interno positivo e o bom atendimento é a linearidade de comportamento de liderança e colaboradores. Para Christinelli, o resultado da satisfação dos funcionários pode ser percebido também por meio da satisfação dos clientes, o que incentiva a empresa a manter o padrão do serviço oferecido e aumentar a responsabilidade.

### Sucesso nacional

Há 28 anos no mercado, o Laboratório Sabin de Brasília, com sede

no Distrito Federal, é referência nacional quando o assunto é clima organizacional. O laboratório está entre as cem melhores empresas para se trabalhar no Brasil e na América Latina, segundo o ranking da Great Place to Work Institute (GPTW) e Revista Exame - Você S/A.

Para a gerente de Recursos Humanos do Sabin, Juliana Alcântara, vários fatores são importantes, até mais que a remuneração. Para ela, as pessoas precisam ser respeitadas, ser reconhecidas pelo trabalho que desenvolvem, além de encontrar realização pessoal e profissional. No Sabin, é importante que as pessoas sintam orgulho do serviço que oferecem à sociedade, mas que

também realizem seus sonhos pessoais através do emprego.

A média de idade dos funcionários do laboratório é de 29 anos e por este motivo, nos últimos três anos houve o redesenho do plano de carreira e investimentos em desenvolvimento de liderança e novos líderes. “Os jovens profissionais esperam oportunidade de ascensão na carreira, querem opinar sobre a empresa e contribuir com seu trabalho, não apenas executar. Um ambiente que permita a troca, o crescimento e o aprendizado deve estar em constante transformação, pois a tecnologia e o conhecimento avançam rapidamente e precisamos acompanhar”, explica Juliana.

Os investimentos do Sabin em pessoal chegam a 15% do orçamento da empresa e somam R\$ 3 milhões por ano. O tempo “de casa” é valorizado: com um ano, o colaborador recebe kit beleza e um dia no spa; com cinco anos ganha salário bônus. Aos dez anos de empresa, o funcionário leva um computador, aos 15, uma viagem com acompanhante e aos 20 anos, um carro zero quilômetro. Neste ano três funcionários completaram 20 anos de empresa e ganharam o maior prêmio-fidelidade.

Entre outros investimentos, o Sabin oferece aos colaboradores Bolsa Educação que custeia até 80% dos cursos de ensino médio, graduação, pós-graduação/MBA, mestrado e doutorado. Segundo a diretora e uma das fundadoras do Sabin, Janete Vaz, tanto investimento tem gerado resultado certo: a empresa cresce em média 30% ao ano. “Os resultados aparecem não só no crescimento financeiro da empresa, mas na eficiência de nossos processos, poupando perdas desnecessárias”, afirma.



Divulgação

**Funcionários com idade média de 29 anos no Laboratório Sabin motivaram o redesenho do plano de carreira; na foto a gerente Juliana Alcântara**

Outros benefícios que os colaboradores recebem são planos de saúde e odontológico, auxílio casamento, auxílio enxoval de bebê, auxílio babá, auxílio funeral, seguro de vida e financiamentos de carro e casa própria. O Programa Bem Viver Sabin também tem como objetivo o bem-estar dos colaboradores, com ações voltadas para a melhoria da qualidade de vida no trabalho, como sala de estudos e descanso, parcerias com academias e ginástica laboral.

Para Janete, o grande desafio é manter a cultura organizacional e

levar a política de gestão de pessoas para diferentes locais, já que a marca está presente em vários estados.

Sobre o recrutamento, a solução encontrada para suprir a falta de profissionais capacitados no mercado foi desenvolver competências por meio de programas de treinamentos internos.

Em 2011, a taxa de *turnover* do laboratório atingiu menos de 7% na média anual. Hoje, o laboratório conta com 1,5 mil colaboradores, sendo 1,3 mil só em Brasília. São 82 unidades de atendimento e 120 mil clientes atendidos mensalmente. ■

www.acim.com.br

# Conte com a ACIM para conhecer o

## SPC MIX MAIS

Possibilita a confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques incluídos por usuários, cheque sustado, contumácia da alínea 21, contra-ordem ao pagamento e informações de títulos protestados com abrangência nacional.

## SPC MIX MAIS + AÇÃO + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Possibilita a confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques incluídos por usuários, cheque sustado, contumácia da alínea 21, contra-ordem ao pagamento e informações de títulos protestados com abrangência nacional, ações de execução municipal, estadual e federal e participação em outras empresas.

## SPC MIX MAIS + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Possibilita a confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques incluídos por usuários, cheque sustado, contumácia da alínea 21, contra-ordem ao pagamento e informações de títulos protestados com abrangência nacional e participação em outras empresas.

## SPC MIX MAIS + SCORE 3 MESES

Possibilita a confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques incluídos por usuários, cheque sustado, contumácia da alínea 21, contra-ordem ao pagamento e informações de títulos protestados com abrangência nacional, ações de execução municipal, estadual e federal, participação em outras empresas e score dos últimos 3 meses.

## SPC MIX MAIS + AÇÃO

Possibilita a confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques incluídos por usuários, cheque sustado, contumácia da alínea 21, contra-ordem ao pagamento e informações de títulos protestados com abrangência nacional, participação em outras empresas, ações de execução municipal, estadual e federal e participação em outras empresas.

## SPC MIX MAIS + SCORE 12 MESES

Possibilita a confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques incluídos por usuários, cheque sustado, contumácia da alínea 21, contra-ordem ao pagamento e informações de títulos protestados com abrangência nacional, participação em outras empresas, ações de execução municipal, estadual e federal e score dos últimos 12 meses.

**AS CONSULTAS VALEM PARA PESSOA FÍSICA E JURÍDICA;  
CONTRATAÇÃO DISPONÍVEL APENAS PARA ASSOCIADOS ACIM.**

# caminhos mais seguros do mercado.

## SPC MAXI

Confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, confirmação dos dados cadastrais, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques registrados por usuários, cheque sustado, contumácia da Alínea 21, contra-ordem ao pagamento, informações de protesto com abrangência nacional, Pendências Financeiras (Pefin) e refinanciamentos junto aos bancos (Refin).

## SPC MAXI + AÇÃO + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, confirmação dos dados cadastrais, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques registrados por usuários, cheque sustado, contumácia da Alínea 21, contra-ordem ao pagamento, informações de protesto com abrangência nacional, Pendências Financeiras (Pefin), refinanciamentos junto aos bancos (Refin), ações de execução municipal, estadual e federal e participação em outras empresas.

## SPC MAXI + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, confirmação dos dados cadastrais, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques registrados por usuários, cheque sustado, contumácia da Alínea 21, contra-ordem ao pagamento, informações de protesto com abrangência nacional, Pendências Financeiras (Pefin), refinanciamentos junto aos bancos (Refin) e participação em outras empresas.

## SPC MAXI + SCORE 3 MESES

Confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, confirmação dos dados cadastrais, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques registrados por usuários, cheque sustado, contumácia da Alínea 21, contra-ordem ao pagamento, informações de protesto com abrangência nacional, Pendências Financeiras (Pefin), refinanciamentos junto aos bancos (Refin), participação em outras empresas, ações de execução municipal, estadual e federal e score dos últimos 3 meses.

## SPC MAXI + AÇÃO

Confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, confirmação dos dados cadastrais, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques registrados por usuários, cheque sustado, contumácia da Alínea 21, contra-ordem ao pagamento, informações de protesto com abrangência nacional, Pendências Financeiras (Pefin), refinanciamentos junto aos bancos (Refin) e ações de execução municipal, estadual e federal.

## SPC MAXI + SCORE 12 MESES

Confirmação dos dados cadastrais, informações de registros de inadimplência do SPC, cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, histórico de consultas realizadas, crédito, confirmação dos dados cadastrais, Cadastro de Cheques sem Fundos - CCF, cheques registrados por usuários, cheque sustado, contumácia da Alínea 21, contra-ordem ao pagamento, informações de protesto com abrangência nacional, Pendências Financeiras (Pefin), refinanciamentos junto aos bancos (Refin), participação em outras empresas, ações de execução municipal, estadual e federal e score dos últimos 12 meses.

Mais informações acesse:  
[www.acim.com.br](http://www.acim.com.br) ou ligue 0800 - 600 9595





Walter Fernandes

Abertura da Feira Ponta de Estoque reuniu milhares e nos quatro dias de evento 210 mil consumidores foram às compras

# 210 mil pessoas em busca de descontos na Ponta de Estoque

Volume de vendas da 22ª edição da feira foi comemorado pelos expositores e muitos já fazem planos para a próxima edição; cortes de cabelos gratuitos, doação de mercadorias e da renda do estacionamento para entidades sociais foram ações sociais

## Giovana Campanha

Antes da contagem regressiva para a abertura da 22ª edição da Feira Ponta de Estoque, em 11 de julho, três mil pessoas se aglomeravam e aguardavam a oportunidade de fazer bons negócios, comprando mercadorias com até 70%. A concentração de pessoas no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro era um indicativo de que os próximos dias seriam de bons negócios. O

que, para a alegria dos mais de 200 expositores, se concretizou.

A feira foi realizada entre 11 e 14 de julho e reuniu 210 mil consumidores. Segundo um levantamento do Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM (Depea), com mais de mil consumidores, 40% eram de fora de Maringá, a maioria de municípios vizinhos. O mesmo levantamento apontou que mais da metade dos consumidores gastou mais de R\$ 150 e 75% afirmaram que os preços dos

produtos vendidos na feira estavam mais baratos que no comércio.

A costureira Rosana Miranda não se importou de ir à feira várias vezes para garimpar bons negócios. Nas quatro vezes que foi a Ponta de Estoque comprou roupas para ela, o marido e a filha para o ano inteiro. Nem as sobrinhas e as irmãs foram esquecidas nos presentes. Rosana gastou mais de R\$ 500. "Economizei mais de dois meses de salário para fazer compras na feira. Vale muito

a pena. Comprei shorts para minha filha por R\$ 3, valor mais baixo do que um cone de linha que compro como costureira". Ela citou outra pechincha: uma bota de R\$ 50, que fora da promoção custaria, pelo menos, R\$ 150.

E não foram apenas as mulheres que foram às compras. O produtor rural Wanderlei Cajueiro da Silva foi acompanhar o cunhado na compra de uma televisão, mas quem acabou sendo presenteado foi o cunhado: Silva comprou uma geladeira por metade do preço de mercado. "Espero que agora ele mantenha a geladeira cheia de cerveja", brincou Silva, acrescentando que o produto foi comprado à vista.

#### Além das expectativas

À vista foram todas as vendas do Armazém do Jeans, que vendeu calças jeans por R\$ 15 e R\$ 20. O preço convidativo resultou em mais de sete mil peças comercializadas, o dobro da expectativa inicial da empresa. "Com certeza vamos participar no ano que vem" garantiu o gerente, Reginaldo Alves.

Os bons negócios também surpreenderam positivamente a equipe da Alternativa Distribuidora. No estande da empresa, que participou pela primeira vez, estavam sendo comercializados livros, revistas, jogos para computador, DVDs, gibis e áudio-livros, com preços entre R\$ 1 e R\$ 39. Foram comercializados 5,8 mil títulos, o que, segundo o gerente de vendas, Rafael Alves, vai garantir a participação da empresa em 2013. "A intenção é termos um estande maior no ano que vem".

Se para a Alternativa Distribuidora a participação na Feira Ponta de Estoque era em clima de estreia, no caso da Pé Quente Malhas a experiência aliada aos bons preços foram



Ana Cláudia Taveira, da Pé Quente Malhas, apostou em preços atrativos e até levou para a feira lançamento da coleção de verão; "público está mais exigente"

decisivos para atrair os consumidores. Com a experiência de oito anos de Ponta de Estoque, nesta edição a empresária Ana Cláudia Taveira comercializou peças de inverno, de ponta de estoque e até lançamentos do verão 2013 para aguçar a vontade dos clientes. "O público está mais exigente e além de bom preço, quer produtos de qualidade, daí o motivo de termos trazido peças da coleção que ainda nem lançamos", explica.

#### Ações sociais

Mas a feira não foi apenas oportunidade de vendas. Diversas ações sociais foram realizadas, assim como nas edições anteriores. Há dois meses integrando um dos cursos profissionalizantes de cabeleireiro do Senac, Marina Rodrigues Meneguette trabalhou muito durante a Ponta de Estoque, mas não foi vendendo produtos de liquidação. Durante quatro dias ela fez mais de 90 cortes de cabelos gratuitos entre os visitantes da feira. Foi uma oportunidade importante para a aprendizagem e em muitos casos foi ela mesmo que sugeriu o corte mais adequado ao cliente. "Só recebi elogios", conta Marina. Ao todo, 406 cortes de cabelos gratuitos foram realizados pelos alunos do Senac. Oportunidade de aprendizagem

também tiveram os alunos do curso de Nutrição do Cesumar, que ficaram responsáveis por verificar se os alimentos estavam sendo manuseados corretamente e se as normas de higiene estavam sendo adotadas nos estandes da praça de alimentação.

O estacionamento foi administrado pela Secretaria de Assistência Social e Cidadania (Sasc) e a renda líquida, no valor de R\$ 62.785, correspondente a 7.970 veículos, terá um destino nobre. Oitos entidades assistenciais dividirão os recursos: Asilo São Vicente de Paulo, Fundação Evangélica Oásis, Lar Escola da Criança, Associação dos Otimizados, Casa de Nazaré, Associação Maringaense dos Autistas, Casa de Emaús e São Rafael.

E serão as pessoas atendidas por entidades sociais de Maringá as beneficiadas com a doação de meia tonelada de roupas e calçados não comercializados e que foram doados pelos expositores.

Já os integrantes da Cooper Ecológica dividiram o resultado da venda do material reciclado gerado na feira. Segundo o presidente da cooperativa, Agnaldo Germano da Silva, foram coletados 1,8 mil quilos de papel e papelão, 550 quilos de plástico e 175 quilos de latas de alumínio.

# Salchicha e beicon

*Infringir as normas da língua portuguesa pode até não desestimular o consumidor às compras, mas afeta a imagem de uma empresa; usar frases ambíguas também não ajuda na comunicação*

Sábado à noite e um casal procura um carrinho de cachorro-quente. O rapaz e a moça se lembram de um que fica próximo à casa deles e vão até lá; antes de fazer o pedido, leem um cartaz, escrito com letra simples em uma cartolina: “Cachorrão com salchicha e beicon”. Pergunta: os jovens desistirão do lanche? É bem possível que não, afinal, quando se está com fome, não será um erro de grafia que fará alguém desistir de um succulento cachorro-quente. Exemplos assim são comuns e, de fato, não interferem no resultado das vendas. De qualquer forma, essa situação é bem específica: homens e mulheres que muitas vezes mal frequentaram os bancos escolares nem sempre saberão que o correto é escrever “salsicha” e “bacon”.

Entretanto, excetuando-se esses casos, infrações à norma culta podem afetar a imagem de uma empresa. E não são apenas os problemas de grafia, acentuação, pontuação e concordância, por exemplo, que podem macular o material gráfico de uma instituição. Frases ambíguas, às vezes até chulas, ao invés de atraírem o cliente, acabam por afastá-lo. Recentemente, no Facebook, uma frase que ilustra bem isso foi compartilhada centenas de vezes. Um dentista, intitulado-se mestre em aparelhos ortodônticos invisíveis, colocou no panfleto de divulgação dos seus serviços a frase “Eu coloco por trás o que os outros colocam pela frente”. Melhor nem imaginar o que aconteceria se ele não fosse mestre.



Walter Fernandes

É claro que muito do que vemos na internet não passa de montagem, produzida apenas para fazer rir. Mas, infelizmente, a vida real também reserva exemplos. Em uma propaganda de TV a cabo, o slogan “A TV envidiu a realidade”. Melhor seria se tivesse ficado só na ficção. No pequeno cartaz afixado na porta de entrada, a lanchonete avisa que “no momento não está aberta porque está fechada”. Isso dá vontade de rir ou de chorar? Em lojas de roupas, muito comum a frase “confeções masculinas, femininas e infantil”. Parece que alguém faltou às aulas de concordância nominal. Pior é a que divulga “saías evangélicas”; saia por acaso tem religião? E quem sentiria vontade de ir a um restaurante cujo nome é “Herança maldita”? Parece mais título de

filme do Zé do Caixão.

Independentemente se a comunicação com o cliente acontece pelo mundo virtual (redes sociais, e-mails, sites, blogs, entre outros) ou pelo mundo real (banners, placas, faixas, cartazes, outdoors, folders, cartões de visita e afins), o responsável por escrever a mensagem que se pretende passar precisa ter os conhecimentos básicos para essa tarefa. A linguagem deve ser simples, mas isso não significa desleixo com a língua portuguesa. O respeito ao consumidor também se mostra por esse cuidado, afinal, errar é humano e desistir da compra e/ou do serviço também.

**Lu Oliveira** é professora, escritora, palestrante, blogueira e colunista do jornal O Diário



## PROTESTO FÁCIL ACIM

**Você com mais tempo, seu  
negócio mais rentável e seguro.**

O associado ACIM pode contratar o Protesto Fácil para facilitar seu dia a dia e reduzir significativamente os custos cartoriais ao protestar clientes inadimplentes. Com uma pequena mensalidade e o pagamento da notificação no SPC a cada inclusão, o serviço viabiliza um número ilimitado de protestos com agilidade e grande economia. Informe-se e aproveite mais este importante serviço oferecido pela ACIM.

Mais informações pelo site  
[www.acim.com.br](http://www.acim.com.br)  
ou ligue 0800 - 600 9595

**ACIM**

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ

## CURSO

“Didática aplicada em treinamento e desenvolvimento” passa a fazer parte da grade de cursos da ACIM. Quem ministrará será a consultora empresarial e pedagoga Jane Eyre Colombo da Cruz, que tem no currículo cursos ministrados para grandes empresas, como a GVT. O objetivo será disponibilizar recursos didáticos para estimular o desenvolvimento de habilidades comportamentais em profissionais que trabalham com treinamento e desenvolvimento corporativo. Serão discutidos, entre outros, os quatro “saberes”, comunicação construtiva e como utilizar recursos didáticos. O curso será realizado entre 27 e 30 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.

Walter Fernandes



## ASSOCIADO DO MÊS

Persianas, papéis de parede e peças de cama, mesa e banho são os produtos comercializados pela empresa Decorações Pluma há 35 anos. O portfólio da empresa maringaense, que possui fabricação própria, é formado por diversas marcas. Genivaldo Bono, administrador e sócio, guardou para 2012 o lançamento das persianas Estilo, marca da Pluma. “Como dizemos aqui na empresa, fazemos a venda e a pós-venda, que é para deixar o cliente tranquilo e satisfeito em tudo o que precisar nessa área”, diz.

Na opinião do empresário, a franca ascensão do ramo de construção civil em Maringá tem favorecido empresas como a Pluma, sempre pronta para atender as necessidades dos clientes que estão em busca de qualidade e novidades. De acordo com Bono, o cenário favorável ao crescimento do mercado imobiliário em Maringá influencia diretamente seus negócios, que também chega a cidades da região e até de outros estados. “Nossas expectativas são as melhores. Nos dedicamos ao que é melhor para nossos clientes”, afirma. A Decorações Pluma está localizada na avenida Paranavaí, 276, na Zona Seis. O telefone é 3262-6106.

## PESQUISA PARA LEVANTAR PERFIL DAS EMPRESAS DE MARINGÁ

A ACIM iniciou, em julho, a coleta de dados do censo que irá traçar o perfil dos empresários e das empresas maringaenses, bem como avaliar a imagem da entidade junto aos mais de quatro mil associados. A proposta de realização do censo surgiu diante da necessidade de atualizar e ampliar o banco de dados para facilitar a comunicação entre a entidade e os associados. O trabalho de aplicação do questionário, que está sendo feito por meio de contato telefônico, deve ser concluído em aproximadamente quatro meses. A ACIM solicita a colaboração dos associados em atender a equipe de contato e ressalta que todas as informações repassadas pelos entrevistados serão mantidas em sigilo.

## ADESÃO A MARINGÁ LIQUIDA CUSTA A PARTIR DE R\$ 70

A venda de kits para a segunda edição do ano da Maringá Líquida já começou. E para garantir a participação de empresas de todos os portes, os kits de adesão custam a partir de R\$ 70, com direito a bandeirolas e cartazes.

Esta será a 20ª edição da campanha, que é uma realização da ACIM e Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), com apoio da prefeitura, Câmara Municipal, Central de Negócios Imobiliários e do Simatec/Acomac, o que garantirá mais uma vez a participação de empresas de materiais de construção.

Mais informações: (44) 3025-9595.

## PLATAFORMA DE NEGÓCIOS COM O MERCADO ASIÁTICO

O Instituto Mercosul e a Gerência de Comércio Exterior do Banco do Brasil realizarão um café da manhã para empresários e profissionais de comércio exterior em 12 de setembro, na ACIM, às 7h45. O objetivo do encontro será apresentar o novo projeto do banco destinado a atender as necessidades dos empresários brasileiros que importam ou exportam para os países asiáticos.

O evento, que tem participação gratuita, contará com a presença da gerente de negócios internacionais do Banco do Brasil na região de Maringá, Silvia Heberle, que apresentará a plataforma Asian Business Desk. Mais informações e inscrições pelo telefone (44) 3025-9616 ou pelo e-mail eventos@institutomercosul.org.br

Walter Fernandes



## SEMINÁRIO DE LIDERANÇA PARA A DIRETORIA

O médico Jougi Takahashi, que é vice-presidente para assuntos de capacitação profissional da Associação Comercial, ministrou um seminário de liderança para membros do Conselho de Administração da ACIM. Takahashi, que é psicoterapeuta especialista em medicina legal, falou sobre autoconsciência, autodisciplina, motivação, comunicação empática e relacionamentos intrapessoal e interpessoal.

O curso, realizado em junho, foi uma oportunidade de promover a maior integração entre as lideranças da ACIM. E foi muito bem avaliado pelos participantes. O vice-presidente da ACIM Jair Ferrari destacou que os conhecimentos foram muito proveitosos para o dia-a-dia nos negócios e para seu trabalho como diretor da ACIM. A mesma opinião tem o presidente da entidade, Marco Tadeu Barbosa, que elogiou a forma como o treinamento foi conduzido e a oportunidade de integração entre a diretoria.

## VISITA A MORENA ROSA, EM CIANORTE

A Morena Rosa é uma das marcas mais cobiçadas do varejo brasileiro, o principal anunciante de moda do país e as campanhas publicitárias trazem algumas das modelos mais prestigiadas do mundo da moda, como Carol Trentini e Isabeli Fontana. Para conhecer a indústria da empresa, onde são produzidas as coleções das marcas Morena Rosa, Maria Valentina e Zinco, as conselheiras do ACIM Mulher foram a Cianorte em 16 de julho, onde passaram o dia.

Na visita elas conheceram projetos e o ônibus para atendimento itinerante do Instituto Morena Rosa, visitaram a fábrica e o refeitório, conversaram com profissionais de marketing para saber detalhes das campanhas publicitárias, bem como conversaram com estilistas de todas as marcas do grupo e conheceram o showroom com peças da coleção primavera-verão 2013. O Grupo Morena Rosa conta com 1,7 mil funcionários e produz mais de 200 mil peças por mês.

Edna Amorim



Fotos/Walter Fernandes



## UNIÃO CONTRA A GRIPE A

Uma mobilização da ACIM e da Secretaria Municipal da Saúde foi realizada em 28 de julho. A ação conjunta teve como objetivo conscientizar a população contra a Gripe A. O evento teve a saudação inicial do presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, que agradeceu a participação dos voluntários. "Esta mobilização mostra a participação e engajamento da sociedade civil", destacou. Na sequência, o secretário de Saúde, Antonio Carlos Nardi, destacou que "este é um momento de grande preocupação no combate à gripe A. Precisamos de medidas preventivas para superarmos de uma vez os problemas trazidos por esta gripe". Ele destacou a importância das ações de prevenção, ainda mais porque a campanha de vacinação do governo federal teve início em 5 de maio, uma data considerada tardia, já que a vacina

leva de 15 a 20 dias para gerar a imunidade inicial, segundo Nardi. "Em Maringá, não temos hospitais abarrotados de pessoas doentes com gripe A", destacou o secretário.

Depois diretores e funcionários da ACIM, lideranças e a equipe da Secretaria da Saúde percorreram a região central uniformizados com a camiseta da campanha para distribuir folders informativos aos funcionários e clientes do comércio. O material traz oito passos importantes de como evitar a nova gripe. Entre as recomendações estão lavar as mãos com água e sabão várias vezes ao dia, manter os ambientes arejados, cobrir o nariz e a boca com um lenço ou com o braço ao tossir ou espirrar, evitar lugares aglomerados e não compartilhar objetos pessoais com outras pessoas.

## CANDIDATOS APRESENTARÃO PROPOSTAS NA ACIM

Os candidatos a prefeito de Maringá foram convidados pela ACIM para apresentar suas propostas. As datas foram escolhidas por sorteio, com a participação dos assessores dos candidatos.

As apresentações serão às segundas-feiras entre 6 de agosto e 24 de setembro, às 19h30, durante as reuniões de diretoria da ACIM e todos os associados podem participar. Cada candidato deverá assinar um termo de compromisso, onde concorda que o tempo de

exposição das propostas é de 25 minutos, com outros 25 minutos para responder questionamentos dos conselheiros da ACIM. E se compromete a não participar da exposição de outros candidatos. O cronograma será o seguinte: Carlos Roberto Pupin (6 de agosto), Enio Verri (13 de agosto), Débora Paiva (20 de agosto), Maria Iraclézia (27 de agosto), Hércules de Souza (3 de setembro), Alberto Abraão (10 de setembro), Dr. Batista (17 de setembro) e Wilson Quintero (24 de setembro).



## DIRETORIA DA ACIM RECEBE VICE-PRESIDENTE DA RIC

O vice-presidente do Grupo RIC Paraná, Leonardo Petrelli, ministrou uma palestra na ACIM, onde falou sobre o momento atual do Grupo RIC, que completa 25 anos em 2012. Ele também falou sobre a consolidação da vice-liderança em Maringá e os Jogos Olímpicos de Londres 2012, que serão transmitidos com exclusividade pela Record. "A Record investiu milhões para que essas transmissões, totalmente em HD, cheguem com perfeição na casa de todos os brasileiros", disse.

Para Petrelli, o fato de a RIC TV ter consolidado a vice-liderança em Maringá é uma prova de que o telespectador maringaense tem buscado o contraponto da informação. "Somos não só uma opção de informação, mas também uma opção de investimento para o mercado. Entendemos que oferecer o contraponto é fundamental para que a sociedade possa refletir e opinar sobre diversas questões do cotidiano, como política, economia e cultura", explicou Petrelli.

## EXECUTIVOS DA IBM EM MARINGÁ

O executivo de desenvolvimento de negócios da IBM, Antonio Carlos Canova, e o gerente de relacionamento, Rafael Peretti, estiveram em Maringá em 20 de julho reunidos com empresários e autoridades na sede da ACIM. O encontro teve também as participações do prefeito Silvio Barros, do Secretário estadual de Indústria, Comércio e Assuntos do Mercosul, Ricardo Barros, e do parceiro local da IBM, André Góes, da empresa AMM Paraná.

Canova falou sobre os projetos da IBM, que tem direcionado sua atuação em "usar a tecnologia para levar inteligência a áreas chave", como saneamento básico, iluminação pública, frotas, energia e saúde. Ele comentou sobre o Centro de Operações do Rio



## Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 20 de junho e 22 de julho:

Agropacking  
 Ahazze Acessórios Finos  
 Andaimos Canção  
 Araújo Móveis  
 Bela Linha Móveis  
 Belitta Locações para Festas  
 Bica D'água  
 Braga Veículos  
 Brinkpel Pelúcias  
 Casa di Maria  
 Centro de Educação Novo Millenium  
 Centro Educacional CNE  
 Clínica Fernanda Ramos  
 Conect. Comércio Informática  
 Confecções Munakata  
 Decorações Pluma  
 Digi-Doc  
 Dona Fina  
 EDM Consultorias  
 Épura Eventos  
 Erly Figueredo  
 Excellence Metais  
 Farmácia Econômica  
 Francomil Imóveis  
 Gallon  
 Grupo Lyncorp Empreendimentos  
 Hospital e Maternidade São Marcos  
 José Pedro Produtos Alimentícios  
 Killbeer Cervejaria  
 Kinho Cosméticos, Bijuterias e Confecções  
 La Art Estúdio e Escola  
 Marmoraria Brasil  
 Mega Bike  
 Mídia Pão  
 Moda Mix 10  
 Novo Horizonte Paletes  
 Núcleo Cirúrgico e Odontológico  
 O Boticário  
 Óptica Focal  
 OST Licitações

Ousadia Moda Íntima  
 Papelaria e Livraria Alfa  
 Planeta Fashion  
 Posto Novo Rumo  
 Praquemarido  
 Print Press  
 Redfeet  
 RK Sartorio  
 Salão Tchully Hair  
 Sicoob Pac 01 - Colombo/Mandacaru  
 Sicoob Pac 02 - Av. Center  
 Sicoob Pac 04 - Sarandi  
 Sicoob Pac 05 - Centro  
 Sicoob Pac 07 - Liberdade  
 Sicoob Pac 10 - Marialva  
 Sicoob Pac 11 - Santa Rita  
 Sicoob Pac 12 - Aeroporto  
 Sicoob Pac 14 - Cerro Azul  
 Sicoob Pac 15 - Ubiratã  
 Sicoob Pac 19 - Teixeira Mendes  
 Sicoob Pac 17 - Astorga  
 Sicoob Pac 19 - Vila Operária  
 Sicoob Pac 20 - Maringá Velho  
 Sicoob Pac 21 - Alvorada  
 Sicoob Pac 22 - Av. Paraná  
 Sicoob Pac 23 - Pedro Taques  
 Sicoob Pac 24 - Palmeiras  
 Star Sat Telecom - Claro TV  
 Suestetica  
 Supermercado Líder  
 TJF Marmoraria  
 Top Games  
 Transremar  
 Ultragáz Garcias  
 Vivendas Imóveis  
 VQV Publicidades e Eventos  
 WSW Distribuidora  
 Xadrez  
 Zigma  
 Zzenn Produtos Automotivos

de Janeiro, um projeto desenvolvido pela IBM em parceria com a prefeitura. As soluções de tecnologia instaladas no centro ajudam a cidade a prever os locais onde a chuva cairá com mais intensidade, fazem monitoramento do trânsito, entre outros benefícios.

O executivo colocou a empresa à disposição da prefeitura de Maringá para contribuir com a execução de plataformas que possam contribuir com a gestão e serviços prestados à população. Ele também anunciou que a IBM está montando um escritório na cidade e destacou que o Banco IBM financia empresas da área de tecnologia, com taxas bastante atraentes. "Vamos precisar da parceria das empresas de tecnologia da informação de Maringá", finalizou.

**Às vezes, é difícil entender porque um candidato faz muitos votos e não é eleito. Pode acontecer da legenda não atingir o quociente ou ele não chegar ao limite das vagas alcançadas. Nesse último caso, a gente pensa: "votei em fulano, mas elegi beltrano!"**



## A dinâmica do voto proporcional

Em outubro teremos duas eleições, cada uma com lógica distinta de definição de quem foi eleito. A primeira, para prefeito, é regida pelo princípio do voto majoritário. Em cidades que têm dois turnos, vence o candidato que obtiver a maioria absoluta dos votos válidos, 50% + 1, na primeira ou na segunda fase. Quando só há um turno, basta a maioria simples.

A segunda eleição, para vereadores, é regida pelo critério da proporcionalidade. O número de votos válidos é dividido pelo número de cadeiras em disputa e atinge-se o quociente eleitoral, que é o mínimo que cada legenda deve obter para conseguir uma vaga. Para exemplificar, façamos uma especulação. Maringá tem 257 mil eleitores. Em eleições passadas, com descarte de nulos, brancos e da abstenção, tivemos uma média de 80% de votos válidos. Se a média se repetir neste ano, dividiremos 205 mil votos por 15 cadeiras e teremos um quociente de 13.706 votos. Ultrapassada essa barreira, as cadeiras serão distribuídas com base na proporção de votos que cada legenda obtiver. Dentro do limite de vagas conquistadas, são eleitos os que alcançam as primeiras posições em cada legenda.

Cada time tenta otimizar seus objetivos dentro das regras do jogo. Isso passa pela combinação da quantidade com a qualidade. Por quantidade, entenda-se o lançamento de uma ampla chapa de vereadores; por qualidade, as virtudes pessoais e a representatividade social do postulante à vaga. Normalmente, considera-se a inserção na vida comunitária. Em cada elenco, há candidatos com potencial diferente. Não raro, por acúmulo de representatividade obtida em atividades profissionais, sociais ou políticas, há os chamados "puxadores de voto". Eles contribuem para aumentar o total de votos da legenda e ajudam, observado o limite de cadeiras alcançadas, a eleger outros que tenham um desempenho inferior.

Às vezes, é difícil entender porque um candidato faz muitos votos e não é eleito. Pode acontecer da legenda não atingir o quociente ou ele não chegar ao limite das vagas alcançadas. Nesse último caso, a gente pensa: "votei em fulano, mas elegi beltrano!" A lógica do sistema do voto proporcional é a de que o eleitor escolhe um candidato e, ao mesmo tempo, o seu time e um programa político. Se o nome escolhido não se elege, o voto ajuda a eleger alguém do mesmo time que, em tese, deveria representar o mesmo campo de ideias.

Se as coisas acontecem assim ou não, isso dá um bom debate, tal é a fragilidade do nosso sistema partidário. Enquanto a reforma política não sair do papel, podemos trabalhar para que prevaleça o espírito que moveu o legislador. Em outras palavras, devemos conhecer bem o candidato, a legenda a que pertence e a plataforma política defendida. Mais do que isso, devemos fiscalizar o trabalho deles depois da posse. Façamos a nossa parte!

**Reginaldo Dias** é historiador, professor do Departamento de História da UEM, doutor em História Política pela Unesp

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 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)



PARTICIPE DA MAIOR FEIRA DE FRANQUIAS DO SUL DO BRASIL

# MARINGÁ FRANCHISING BUSINESS 2012

PARANÁ

30 de Agosto a 01 de Setembro

PRINCIPAIS FRANQUIAS DO BRASIL

FEIRA DE NEGÓCIOS

CICLO DE PALESTRAS

Local: Parque Internacional de Exposições Francisco Feio Ribeiro | Maringá PR



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

REALIZAÇÃO



APOIO



MEDIA PARTNER



PROMOÇÃO E ORGANIZAÇÃO

