

www.acim.com.br

ISSN 1981-1926



Outubro/2012
Nº 525 - Ano 49
R\$ 5,00

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



MUDANÇA DE HÁBITO

Atualmente, entender as transformações no perfil do consumidor é o segredo para a inovação do mercado.

PRÊMIO SINDUSCON NOR-PR



REALIZAÇÃO:



CO-REALIZAÇÃO



PARTICIPANTES



PATROCINADORES



Sanches Tripoloni



9 DE NOVEMBRO

MOINHO VERMELHO BUFFET
AV. COLOMBO, 8700 - MARINGÁ - PR

INFORMAÇÕES
44 3025.7999



“Mostrar exemplos de empresários maringauenses que apostaram em nichos de mercados pouco explorados e em negócios menos convencionais pode inspirar os empreendedores a investir em inovação. Afinal, internet, tecnologia, consumidores mais informados e mudanças de hábitos têm trazido novas oportunidades de negócios e maiores exigências às empresas

Inspiração, inovação e novas oportunidades de negócios

Em época de start-up (que é um modelo de negócio sem chances concretas de dar certo, que pode ser repetido e com crescimento em escala), mostrar exemplos de empresários maringauenses que apostaram em nichos de mercados pouco explorados e em negócios menos convencionais, como os exemplos da reportagem de capa, pode inspirar os empreendedores a investir em inovação. Afinal, internet, tecnologia, consumidores mais informados e mudanças de hábitos têm trazido novas oportunidades de negócios e maiores exigências às empresas.

Às vezes um olhar ou uma estratégia diferente faz muita diferença no rumo de uma empresa. Que o diga Ângela Hirata, que é consultora e ex-diretora do departamento de comércio internacional da Alpargatas. O que esta executiva fez de diferente? Ângela conduziu o projeto de internacionalização das Havaianas e num período de quatro anos, o par de chinelos de borracha popular tornou-se uma sandália fashionista usada por celebridades e presente em pontos de venda dos cinco continentes.

Ângela Hirata virá a Maringá neste mês para ministrar uma palestra na comemoração do aniversário de 12 anos do programa Empreender contando justamente como foi este

processo de internacionalização e mudança de status da marca. O objetivo é que os empresários possam se inspirar nesta história de sucesso e quem sabe encontrar um novo olhar para suas empresas.

A palestra, aliás, é uma parceria com a Noroeste Garantias, uma sociedade garantidora de crédito, cuja sede fica na ACIM. A Noroeste é um projeto inovador na região e foi inspirada em modelos bem-sucedidos de entidades instaladas na Europa. Trata-se de uma sociedade voltada para o fomento de empresas que têm bons projetos, mas encontram dificuldade de acessar o crédito. É aí que entra a Noroeste: oferecendo garantia junto aos bancos para que os empresários consigam crédito mais barato para investir no próprio negócio.

Que a palestra do aniversário do Empreender e os exemplos da reportagem de capa possam ser exemplos inspiradores para os empresários de todos os portes. E a ACIM, bem como a Noroeste Garantias, está à disposição para ajudar os empresários a trilhar caminhos de sucesso.

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



ÍCONE DOS RESIDENCIAIS
DE ALTÍSSIMO PADRÃO



ÚLTIMAS
UNIDADES

- * 340 M² PRIVATIVOS
- * 4 VAGAS DE GARAGEM
- * EXCEPCIONAL LOCALIZAÇÃO (ARTHUR THOMAS COM AV. HERVAL)
- * PLANTA DINÂMICA
- * 01 POR ANDAR

Financiamento
Bradesco

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

CERTIFICAÇÃO



MEMBRO

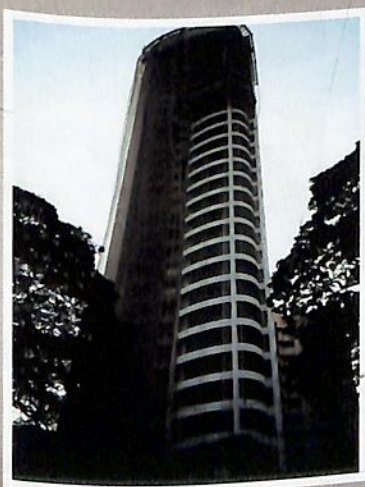


SUSTENTABILIDADE



NÓS APOIAMOS
O PACTO GLOBAL

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



FASE DA OBRA



MARAVILHOSA VISTA
PANORÂMICA



PISCINA COBERTA
E AQUECIDA

FOTO: MARCELO SUMMO YALBERO

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


design
INOVAÇÃO E QUALIDADE



16

REPORTAGEM DE CAPA

Uma boutique de luxo dentro de um contêiner, uma ferramenta online de descontos (foto), um espaço para atividade física voltado à terceira idade e uma escola bilíngue. O que estes negócios têm em comum? São pioneiros em seus segmentos e se tornaram realidade por meio da ousadia e criatividade de empreendedores que deixaram de lado os padrões convencionais e apostam na inovação



8 **ENTREVISTA**

O futuro de Jussier Ramalho não parecia muito promissor: sem pai, sem estudo e sem dinheiro, mas o potiguar uniu perseverança e ousadia e tornou sua banca de jornal um ponto cativo de clientes, com a implantação de estratégias de marketing; a história de sucesso agora é narrada nas palestras que ele ministra país a fora e que é contada na entrevista principal desta edição

www.acim.com.br



26 **MARCAS E PATENTES**

Preservar a propriedade de uma marca ou produto é tão importante como a própria gestão de uma empresa; por acreditar que registro no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI) reforçaria a credibilidade do produto, o empresário Frank Silva registrou sua marca assim que começou a comercializar em escala as conservas de pimenta



30 **NEGÓCIOS**

O comércio eletrônico deverá movimentar R\$ 24 bilhões neste ano, contra R\$ 18 bilhões em 2011; os números são inspiradores para quem quer investir em uma loja virtual, mas entre a implantação e as vendas há um caminho com pontos críticos, como falta de mão de obra capacitada e logística desafiadora, mas nada que impediu a concretização do e-commerce da Dispropil

34 SAÚDE

Em visita a Maringá, para lançar programa do Sesi de prevenção e abuso de droga, o ex-jogador Casagrande conta sua história de vida, permeada pela dependência química; "o que posso fazer é passar a minha experiência, falar dos problemas que o uso de drogas acarreta e esclarecer mais ou menos qual é a situação real do dependente"

40 EDUCAÇÃO E TRABALHO

A inclusão de estagiários e trainees no quadro funcional das empresas abre espaço para o tão desejado primeiro emprego e oxigena o ambiente corporativo com novas ideias; e se a opção for por adquirir experiência profissional internacional, o profissional pode recorrer a Aiesec, que está presente em 112 países



48 ELEIÇÕES

Durante o período eleitoral, a ACIM trabalhou em duas frentes: foi uma das entidades a realizar a campanha pelo voto consciente, que culminou na veiculação de peças publicitárias, passeata e adesivagem de carros; e na outra frente, ouviu as propostas dos oito candidatos a prefeito, entregando a eles uma pauta com sugestões, em várias áreas, para o desenvolvimento de Maringá

Da infância pobre, que duelou com a fome, a palestrante requisitado

Walter Fernandes



Ele perdeu o pai aos três anos. A mãe, que era vendedora de porta em porta, mal conseguia dinheiro para sustentar a família. Diante deste cenário, o futuro não parecia muito promissor, mas Jussier Ramalho uniu perseverança e ousadia para abrir possibilidades. Em 1995, ele investiu em uma banca de jornal em Natal/RN e para cativar a clientela, intuitivamente utilizou estratégias de marketing, o que pavimentou o caminho do sucesso. Anos depois, Jussier, como é conhecido, resolveu mudar o rumo da vida profissional e hoje está entre os 20 palestrantes mais requisitados do Brasil, segundo o site palestrantes.org. Sempre requisitado para ministrar palestras para Banco do Brasil, Itaú, TIM, Petrobras e Correios, Jussier esteve em Maringá a convite da ACIM, Sicoob e Sebrae, em 6 de setembro. Autor do livro "Você é sua melhor marca", que também dá título a suas palestras, ele é o entrevistado principal desta edição da Revista ACIM:

O senhor veio falar sobre "você é sua melhor marca". Qual é sua melhor marca?

A melhor marca de todos, jornalistas, médicos, dentistas, é que somos vendedores e o mundo é uma grande loja de departamentos. Você só constrói uma marca quando consegue fazer algo diferenciado na profissão. Eu comecei ser jornalista em 1995 e não quis vender apenas revistas. Queria criar uma experiência de compra. Isso era intuitivo, porque eu nem sabia, na época, como o marketing discutia experiência de compra.

Conte um pouco da sua história...

Nasci em Natal. Aos três anos perdi meu pai. Lembro-me que aos seis ou sete anos passávamos muita fome, minha mãe tinha três filhos, não tinha profissão, nem salário. Fomos despejados de casa, porque não podíamos pagar aluguel. Aos oito anos comecei a desenvolver meus dotes de marketing. Queria ganhar uma bicicleta, mas se não tinha condições de comprar comida, imagina uma bicicleta. Foi quando cortei vários papéis como um cartão de visitas, desenhei uma bicicleta com um boneco em cima e escrevi: "este é

Jussier e precisa ganhar uma bicicleta". E saí entregando nas mercearias, açougues, padarias, igrejas. Todos meus colegas criticavam, dizendo que eu nunca ia conseguir uma bicicleta, mas tinha um pensamento muito forte que iria conseguir. Em 24 de dezembro chegou um pastor na minha casa perguntando se era lá que morava Jussier e ele trouxe uma bicicleta de presente. Foi minha primeira experiência de que não existe o impossível. E em vez de aproveitar minha bicicleta, tinha que resolver a fome avassaladora que estava acontecendo na minha casa. E por

empreendedorismo puro comecei a alugar a bicicleta por cinco centavos a hora para meus colegas. Só que naquela época tudo o que ganhava entregava para minha mãe comprar suco e broques, que é um subproduto do pão. Depois de dois anos a bicicleta foi depreciando e não tinha dinheiro para repor as peças. Minha empresa tinha quebrado. E é isso que quero mostrar para as pessoas que começam as empresas e não buscam informações nas Associações Comerciais e no Sebrae sobre como gerir. Sempre digo que quem não sabe administrar a própria vida financeira jamais administrará uma empresa de sucesso.

A abertura da banca está ligada ao fato do senhor gostar de ler?

Muito. Mesmo não podendo comprar livros, pedia revistas emprestadas aos colegas e vizinhos. E antes de devolver, eu encapava. Era um serviço que prestava em troca da leitura. Antes de ser dono da banca, a lambada fazia maior sucesso no Brasil. Estava sem dinheiro e ganhei um convite para um show de lambada. E lá vi uma menina dançando muito bem. Era uma quarta-feira à noite e pensei: posso ganhar dinheiro com isso. Quando terminou o show, chamei esta moça para trabalhar na minha escola de dança. Disse que na sexta-feira à noite traria o contrato para ela assinar e na segunda-feira iríamos começar as aulas. Mas a escola de dança só existia na minha cabeça, então na quinta-feira de manhã comecei a procurar um local para alugar para abrir a escola de dança. O clube dos oficiais de polícia alugou um salão por seis meses. Comprei um aparelho de som em dez vezes e fiz um anúncio no jornal de maior circulação da cidade, convidando

“ **A minha banca não era a maior, nem a mais bonita ou moderna, mas oferecia mimos aos clientes. Construir uma marca é criar a oportunidade das pessoas serem mimadas. Eu não tinha dinheiro para fazer pesquisas quantitativas e qualitativas, mas tinha a intuição, então perguntava para os clientes o que eu poderia fazer para melhor servi-los e implantava mudanças imediatamente**

as pessoas a dançar lambada com professores especializados. Um dia depois havia cem casais inscritos. No dia seguinte paguei o salário adiantado da menina e pedi para ela me ensinar a dançar, porque não sabia. A escola cresceu tanto que abri três filiais. Ganhei muito dinheiro com lambada. E quando a febre passou 6 ou 7 meses depois, eu abri a banca de revista, em 1995, onde conheci minha esposa. Natal tinha naquela época 350 bancas para uma população de cerca de 650 mil habitantes. A minha banca não era a maior, nem a mais bonita ou moderna, mas oferecia mimos aos clientes. Construir uma marca é criar a oportunidade das pessoas serem mimadas. Eu não tinha dinheiro para fazer pesquisas quantitativas e qualitativas, mas tinha a intuição, então perguntava para os clientes o que eu poderia fazer para melhor servi-los e implantava mudanças imediatamente.

O que os clientes queriam?

Não é a grande empresa que vai ganhar da pequena, é a mais rápida que vai ganhar. Às vezes a empresa pequena é mais flexível e se adequa mais fácil aos clientes. Vou dar um exemplo: as mulheres não vinham à banca em dia de chuva, porque tinham feito escova e não queriam molhar o cabelo. Aí toda vez que chovia havia muitas mulheres na minha banca, porque comprei um grande guarda-chuva e levava estas mulheres do carro à banca. Era um atendimento VIP e os clientes se achavam especiais. Depois comprei um guarda-sol escuro para proteger as mulheres que tinham feito *pieling* e não podiam tomar sol. Bastava ela buzinar duas vezes para eu buscá-la. Uma outra ação que fiz é que todo último final de semana do mês chamava as vovozinhas para um desfile de moda em parceria com uma loja. Se sua avó um dia for desfilar em algum lugar, você vai assistir. E assim iam nora, genro, netos. E se cada uma das 50 levasse 10 pessoas, dariam 500 pessoas entorno da banca, entrando para comprar água, refrigerante, revista, cigarro. O empresário não deve apenas ficar esperando o cliente entrar na loja, é preciso ir buscá-lo. A minha banca recebia em média 300 pessoas por dia.

Quantas pessoas trabalhavam na banca?

A banca era pequena, de 6 por 3 metros. Eram seis funcionários, mais eu e minha esposa. Ela funcionava das 6 às 23 horas, todos os dias do ano, inclusive feriados. E o atendimento era o mesmo para quem gastava R\$ 1 ou R\$ 20. Eu e minha esposa tínhamos um projeto para mudar de vida em dez anos. Tenho como lema que nascer feio e pobre é consequência do destino,

mas morrer pobre e feio é incompetência e preguiça.

E qual era seu projeto para dez anos?

Tinha uma meta escrita em papel de ter dez casas em dez anos, para viver de aluguel. E em sete anos atingimos a meta. É preciso ter foco, fazer sacrifícios. Nós não tínhamos luxo, não almoçávamos em restaurantes, nem comprávamos roupas de marca, mas eu trabalhava de camisa manga longa e gravata e minha mulher de avental para que os clientes diferenciassem os vendedores dos clientes. Em 1996, por exemplo, eu tinha um carro com dois anos de uso, vendi e comprei areia, tijolo e cimento. Na banca havia uma revista ensinando como construir casas de até 40 m². Fui construir duas casinhas em dois terrenos que havia comprado. Ficamos sem carro e ia buscar as revistas na distribuidora de ônibus. Aí quando terminei de construir as duas casas dois meses e meio depois, comprei um carro financiado, que era pago com o dinheiro do aluguel. E ao final de três anos, eu tinha duas casas e um carro quitado. E fui seguindo esta estratégia.

E como o senhor tornou-se palestrante?

Um dia um jornalista me convidou para ministrar uma palestra para os alunos de jornalismo. Ele queria que eu contasse minhas histórias e as ações de marketing que tinha implantado na banca. Na outra semana tinham outras turmas me convidando. Logo estava fazendo duas, três palestras por mês e hoje são 21, 22, até 25 por mês. Hoje moro no aeroporto e durmo no avião, passo apenas três dias em casa por mês, mas não reclamo. Antes de seguir este caminho, fiz uma reunião



Walter Fernandes

em casa, com a minha mulher, minha filha, minha mãe de 89 anos e minha irmã, porque tudo que faço, combino com a família. Disse que tínhamos um novo horizonte na minha profissão, mas teria que me ausentar um pouco de casa. Disse a elas que se fosse palestrante, daqui um tempo não precisaríamos mais da banca para viver, tanto que eu já a vendi quatro meses atrás, mas faríamos um sacrifício de eu ter que me ausentar, assim como tínhamos feito durante os dez anos em que eu e minha esposa não tiramos um dia de férias.

O senhor concluiu o terceiro ano do ensino fundamental. Os estudos fizeram falta?

Não sei se ter estudado mais poderia ter me ajudado. Mas tenho um projeto: vou ministrar palestras por dez anos e ainda faltam seis. Quando ver que cheguei no topo, vou fazer palestras gratuitas nas universidades e nas empresas em troca de cesta básica para alguma entidade social. Depois, vou fazer uma faculdade, não para ganhar dinheiro, mas para realização pessoal. Quero cursar medicina para salvar pessoas, porque perdi uma irmã, depois de três

anos de sofrimento e vi como era difícil o atendimento público no país, não por causa dos profissionais, mas pela estrutura. Quando tiver uma vida estabilizada, vou fazer supletivo do ensino fundamental e médio e tentar vestibular para fazer medicina. Deverei estar com 70 anos e ser um dos médicos mais velhos a se formar no Brasil. O tempo que me restar de vida será para atender gratuitamente as pessoas num consultório.

Qual o segredo do sucesso?

Sempre digo que o empresário precisa ter foco, ter um projeto de vida escrito num papel e com datas definidas. É preciso colocar datas para começar a se cobrar e estabelecer metas para acelerar o processo.

Quais erros já cometeu como empresário?

Depois de abrir a banca, montei uma loja de presentes e duas lanchonetes, mas não tinha *know-how*, nem capacidade para diversificação de comércios. Por causa disso quase perdi tudo. Outra vez montei um salão de beleza, comprei os equipamentos e contratei manicures e cabeleireiras. Não funcionou, porque era preciso alguém que conhecesse administração e processos de salão. Já perdi e ganhei dinheiro em Bolsa de Valores. O segredo do sucesso é dividir para multiplicar. Você até pode diversificar os negócios, mas é preciso dividir o lucro com alguém que saiba administrar seu dinheiro. Em alguns momentos quis ganhar sozinho e apliquei dinheiro onde não devia, o que não deu certo. Sempre digo para as pessoas: trabalhe com projetos e planejamento; agradeça sempre as pessoas que estão ao seu lado; e ame o que faz. ■

neocup

ACRÍLICOS

Sempre com você.

PERSONALIZE SEU EVENTO.
INOVE SUA EMPRESA



www.neocup.com.br

Fone: 44. 3025-2771 / 44. 9874-3232

Av. Arq. Nildo Ribeiro da Rocha, 3554
Jd. Higienópolis - CEP: 87060-390 - Maringá - Pr

MELHOR FRANQUIA DE TREINAMENTOS E CURSOS

O Centro Brasileiro de Cursos (Cebrac) conquistou o primeiro lugar em treinamento e cursos do Guia de Franquias, da revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios. O guia baseou-se em informações que começaram a ser apuradas em janeiro deste ano e as redes foram avaliadas de acordo com critérios de desempenho operacional, qualidade da marca e satisfação do franqueado.

O Cebrac é uma escola de treinamento que trabalha com cursos profissionalizantes em seis áreas: administrativa, tecnológica, comercial, industrial, saúde e pessoal. O aluno recebe conhecimentos variados, incluindo comportamento e postura profissional, até técnicos da área administrativa e informática. A metodologia, focada na postura empreendedora, possibilita que os alunos vivenciem situações do dia-a-dia com as quais irão se deparar no mercado de trabalho.

A empresa abriu 33 unidades em 2011 e tem como meta até 2014 dobrar as atuais 105 unidades espalhadas por todo o Brasil. A expansão está ancorada na demanda da nova classe média, que dispõe de recursos para investir em educação e pela necessidade de qualificação de mão de obra exigida pelo mercado. A sede da Cebrac fica em Londrina e a unidade de Maringá, que tem 15 anos e conta com cerca de mil alunos, fica na Rua Neo Alves Martins, 2.398, na sala 3. O telefone é o (44) 3226-7196.



Walter Fernandes

MANDACARU LAR CENTER VIRA SHOPPING TEMÁTICO

Com inauguração marcada para 18 de abril de 2013, o Mandacaru Lar Center vai abrigar um vasto leque de lojas voltadas à arquitetura e decoração no segundo andar do shopping. Uma delas é a Casa Show, representante da marca gaúcha de móveis planejados NEW, e que já está atendendo no local desde setembro. De acordo com João Marcos Alves Costa, administrador do Shopping Mandacaru Boulevard, a proposta do Lar Center é ser um shopping temático distribuído em 15 mil metros quadrados, o que corresponde a 40 lojas, para quem está construindo ou reformando. Também haverá um cyber café com jeito de escritório disponível aos profissionais recém-formados, que poderão utilizar o espaço para atender clientes. E no final deste mês, em cerimônia exclusiva, o Mandacaru Lar Center será apresentado ao Núcleo Maringaense de Decoração; na foto o proprietário da Casa Show, Cleiton de Souza Barro, e o administrador do Mandacaru, João Marcos Alves Costa.

COLÉGIO AXIA, NOVO CONCEITO EM ENSINO MÉDIO E PRÉ-VESTIBULAR

Resultado da parceria entre a Escola Criarte e a Faculdade Cidade Verde (FCV), o Colégio Axia iniciou em setembro a apresentação do plano pedagógico e da estrutura da escola a pais e alunos. Voltado a alunos do ensino médio e cursos pré-vestibulares, com início das atividades previsto para fevereiro de 2013, o Colégio Axia vai adotar o material pedagógico do Sistema Pueri Domus de Ensino, utilizado em 115 escolas brasileiras por cerca de 57 mil alunos.

O colégio aposta numa proposta de ensino diferente e contemporânea, tendo a tecnologia como aliada, o que garantirá que os conteúdos sejam ensinados por meio de games, tarefas, simulados online, biblioteca interativa e lousa eletrônica. "O ensino é voltado para quem procura um diferencial na formação. Vamos oferecer conhecimentos científicos e tecnológicos e proporcionar uma formação humana e empreendedora", diz o diretor geral do Axia, José Carlos Barbieri. Ele acrescenta que os alunos têm aulas de inglês e espanhol. Os estudantes terão certificação internacional da Universidade de Cambridge, por meio de um programa orientado para o desenvolvimento de habilidades e competências, como liderança, solução de problemas, comunicação, planejamento e finanças pessoais, atitudes indispensáveis para a formação de um indivíduo proativo. Serão quatro aulas semanais de inglês ministradas pela equipe da Cultura Inglesa. A escola está instalada no prédio da FCV, no Novo Centro, com aulas de segunda à sexta no período da manhã e às terças e quintas à tarde. As salas de aula são climatizadas e a biblioteca tem estrutura para estudo individual e em grupo.



NOVIDADE GASTRONÔMICA

No início de setembro, o chef Eduardo Pinheiro inaugurou o restaurante "Edu - a boa gastronomia". O ambiente tem dois pisos, com decoração simples e moderna, além de um sistema de climatização. No restaurante, o cliente encontra o prato do dia no horário do almoço, mais cinco opções de pratos executivos. O preço varia entre R\$ 10 e R\$ 15. "É um prato mais elaborado por um preço acessível", reforça Pinheiro. Já no período da noite a cozinha é italiana.

Segundo ele, no ponto antes funcionava um restaurante, por isso foram necessárias modificações apenas na cozinha. "Cada chef tem uma maneira de trabalhar, por isso trocamos fogão e sistema de exaustão", diz.

A equipe do restaurante é constituída por 12 colaboradores, que se revezam entre o funcionamento no horário do almoço e jantar, mas nos próximos meses este número deverá aumentar para 15, já que o objetivo é abrir a casa também aos domingos. Hoje o "Edu" funciona de segunda a sexta-feira e aos sábados. Baseado no movimento do primeiro mês, que se manteve acima das expectativas, Pinheiro espera obter o retorno do investimento em 12 meses. O restaurante está localizado na avenida Cerro Azul, 1.398.

INADIMPLENTES SÃO EXCLUÍDOS DO SIMPLES NACIONAL

A Receita Federal do Brasil (RFB) iniciou a exclusão de empresas inadimplentes com tributos do regime Simples Nacional. A medida é voltada para empresas que possuem débitos com o Simples, com contribuições previdenciárias e outros tributos referentes aos exercícios de 2007 a 2012.

A ação está prevista em lei complementar de 2006. A Receita emitirá mais de 440 mil Atos Declaratórios Executivos aos contribuintes inadimplentes informando a existência de débitos. A discriminação de todos os débitos poderá ser consultada em www.receita.fazenda.gov.br, mediante utilização de código de acesso ou certificação digital, ou presencialmente, nas unidades de atendimento do órgão. Na página eletrônica, o contribuinte poderá também imprimir as guias para pagamento.

Os contribuintes têm até 30 dias a partir da data de recebimento do Ato Declaratório para regularizar os débitos. E a não regularização, no prazo, implicará no cancelamento automático da empresa do Simples Nacional, a partir de 2013.

DELEGACIA DE HOMICÍDIOS EM MARINGÁ

Maringá é a quarta cidade do Paraná a contar com uma delegacia de homicídios. A unidade foi inaugurada em 5 de setembro e funciona junto a 9ª Subdivisão Policial. O objetivo é melhorar a qualidade das investigações de assassinatos.

A nova unidade está sendo comandada pelo delegado Nagib Nassif Palma e conta com policiais que receberam capacitação específica sobre homicídios. Além de Maringá, delegacias deste gênero foram instaladas em Curitiba, Foz do Iguaçu e Cascavel. A próxima unidade deve ser instalada em Londrina.

BÚSSOLA DA INOVAÇÃO

As indústrias paranaenses contam com um recurso para auxiliar no processo de inovação e trazer informações específicas para direcionar iniciativas de apoio às indústrias. Trata-se da Bússola da Inovação, uma ferramenta elaborada pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep).

Uma pesquisa é disponibilizada online numa plataforma tecnológica, com apresentação de conteúdos. Após responder a pesquisa, a empresa recebe um relatório com um diagnóstico do processo de inovação, com dicas e sugestões de como melhorar ainda mais itens do processo de inovação. A pesquisa também servirá para traçar um retrato da inovação no Paraná, que terá os dados gerais divulgados após o encerramento da coleta de dados, em dezembro deste ano. Para participar, basta acessar o www.bussoladainovacao.org.br/ e clicar no link "Participe".

GRÁFICAS ESTABELECEM CRITÉRIOS E PADRÕES DE EXCELÊNCIA

Oito micro e pequenas empresas de Maringá e Sarandi, integrantes da Central de Negócios Gráficos e de Comunicação Visual, lançaram em setembro um selo de qualidade que vai atestar a excelência de produtos e serviços do setor.

O consultor do Sebrae, Gustavo Ishikawa, explica que a certificação será concedida por meio de auditorias periódicas, que verificarão se as empresas se enquadram nos critérios e padrões de qualidade. "A expectativa, com o selo de qualidade, é fortalecer ainda mais o setor para que o grupo empresarial seja reconhecido como uma organização comprometida e composta por empresas consolidadas", enfatiza.

O auxílio prestado pelo Sebrae/PR inclui consultorias e ações de capacitação com temas como relações interpessoais, liderança, cooperativismo, excelência de produtos e serviços, entre outros. A partir desses treinamentos empresários e entidade desenvolveram os requisitos a ser seguidos pelo grupo para a conquista da certificação.

Atualmente oito micro e pequenas empresas participam da Central: Cópias e Cia, Gráfica Boa Ventura, Gráfica Freedom, Gráfica Caiuás, Gráfica Orfeu, Portal R2, Pama Print, e Nova Sthampa. Quinzenalmente, os empresários se reúnem no escritório do Sebrae/PR para discutir ações e estratégias para o setor.

DESTINAÇÃO DE MEDICAMENTOS VENCIDOS

Em vigor desde julho, a estadual 17.211 estabelece que os fabricantes, importadores, distribuidores e revendedores de medicamentos, incluindo farmácias e drogarias, devem dar a destinação adequada aos produtos. Isso significa que os medicamentos não podem ser descartados em lixo comum, aterro sanitário ou na rede de esgoto, até porque cada quilo de medicamento contamina 450 litros de água. No Paraná há apenas uma empresa especializada na incineração deste tipo de produto, que está instalada em Curitiba.

A lei estadual 17.211, de 2012, não é a única a tratar



Divulgação

EMPRESAS MARINGAENSES ENTRE AS 500 MAIORES DO SUL

Das 500 maiores empresas do sul do Brasil, 179 são paranaenses, sendo que 12 são maringaenses. O ranking Grandes & Líderes de 2012, publicado pela Revista Amanhã, mostra que o Paraná ocupa o primeiro lugar entre os três estados da região Sul e Maringá é a segunda cidade que mais têm empresas listadas no ranking no estado, levando em consideração o Valor Ponderado de Grandeza (VPG), que é a média ponderada entre patrimônio líquido, receita bruta e lucro ou prejuízo. No Paraná, a melhor colocada no ranking é a Vivo S/A. Em Maringá foram incluídas no ranking as seguintes empresas: Usina de Açúcar Santa Terezinha (Usaçúcar, foto), que está na 34ª posição geral. As outras onze empresas maringaenses que fazem parte da lista são: Cocamar; Cia Sulamericana de Distribuição; Gonçalves & Tortola S/A; Viapar; Noma do Brasil; Rivesa - Ribeiro Veículos; CPA Trading S/A; Pneumar Ribeiro; Unimed; Plant Bem Fertilizantes e Auto Ricci S/A.

do assunto. Uma resolução do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama) estabelece que os geradores de resíduos de serviços da saúde, incluídos distribuidores de medicamentos e farmácias, devem elaborar plano de gerenciamento e garantir que os resíduos sejam acondicionados, coletados e transportados atendendo às exigências legais.

As dez farmácias integrantes do núcleo de farmácias de manipulação do programa Empreender, da ACIM, o Ello Magistral, estão recebendo medicamentos vencidos, manipulados ou não.



MARINGÁ CONQUISTA ESCOLA DE FORMAÇÃO DE POLICIAIS

A 2ª Esfaep, que é a Escola de Formação, Aperfeiçoamento e Especialização de Praças da Polícia Militar do Paraná, sendo a primeira do interior, foi inaugurada em 28 de setembro em Maringá, numa cerimônia que recebeu o governador Beto Richa, que, aliás, foi homenageado pela ACIM e Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) por sua contribuição à obra.

A escola é uma importante conquista para Maringá e região na área de segurança pública. As aulas da primeira turma tiveram início em maio, com 200 alunos policiais militares e 30 alunos bombeiros. E como o prédio onde funciona a Esfaep não estava pronto, os alunos iniciaram a formação nas instalações do Centro Universitário de Maringá (Cesumar)

A 2ª Esfaep, além do atendimento aos policiais e bombeiros militares, deve possibilitar, em suas instalações, a capacitação e aprimoramento dos diversos profissionais de segurança pública, como policiais civis e federais, configurando-se como um centro integrado de treinamento, ensino e pesquisa, garantindo a melhoria da qualidade dos serviços prestados à comunidade. A escola é comandada pelo capitão Ademir da Fonseca Júnior e era uma das reivindicações do Conseg e da ACIM. Durante o processo de formação, os policiais militares serão aproveitados em rondas na cidade como aula prática



de formação.

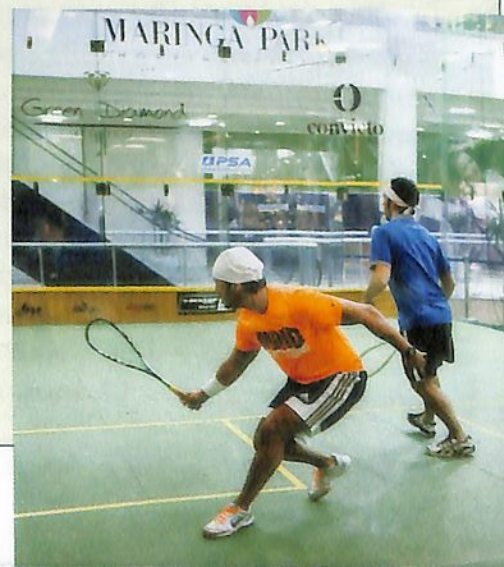
Como a obra é uma conquista de toda a cidade e foi fruto do envolvimento de diversas pessoas, a Associação Comercial e o Conseg realizaram um evento de homenagem a todos que deram sua contribuição ao projeto, a exemplo do ex-comandante da Polícia Militar Rodrigo Larson Carstens, (foto), do ex-governador Orlando Pessuti e do comandante Geral da Polícia Militar do Paraná, Roberson Luiz Bondaruk. O evento foi realizado na véspera de inauguração da Esfaep, em 27 de setembro (foto).

Também durante a inauguração da Esfaep, o governador assinou a ordem de serviço para duplicação de 3.820 metros da rodovia entre Maringá e Paiçandu.

MARINGÁ SEDIU ETAPA DO CAMPEONATO MUNDIAL DE SQUASH

Uma quadra de vidro instalada no terceiro piso do Maringá Park Shopping Center foi usada para as disputas de uma etapa do campeonato mundial de squash entre 13 e 16 de setembro. Para a competição, a cidade recebeu atletas profissionais de 12 países, incluindo Inglaterra, Escócia, Canadá, Espanha, Egito, Nigéria e Uganda, que disputaram troféu e uma premiação de US\$ 5.000. Um maringaense, Fábio Milani, também disputou a etapa. Os ganhadores da competição foram: Eddie Charlton (Inglaterra), Rafael Alarcon (Brasil) e Dane Sharp (Canadá).

Paralelamente ao Maringá Park Open de Squash foi realizado um campeonato amador, com a participação de 70 atletas, de cinco estados brasileiros. As eliminatórias aconteceram na Estação Academia e as finais na quadra instalada no Maringá Park. O evento teve organização da Pedro Dias Sports e de Fábio Milani.



Um mar de possibilidades de novos negócios

Um nicho pouco explorado ou um novo modelo de negócio pode inspirar a abertura de uma empresa; conheça empreendedores que, por enquanto, não enfrentam a concorrência ao investirem em um novo mercado, mas especialistas recomendam: qualidade no atendimento e ter foco são imprescindíveis

Rosângela Gris

Em 2007, o empresário gaúcho André Krai perdeu o avião que o traria de volta ao Brasil depois de uma viagem à China. Ele precisou pegar outro voo com uma escala de 12 horas em Cingapura. E foi essa mudança de roteiro que abriu caminho para uma guinada em sua vida profissional. No país asiático, uma loja instalada dentro de um boxe de metal chamou a atenção do empresário que, naquele momento, vislumbrou a possibilidade de montar uma rede varejista em um formato prático, rentável e barato. O negócio se transformou na franquia Container Ecology Store, hoje com cerca de cem unidades espalhadas pelo Brasil.

É no espírito inovador de Krai, de quem acaba de se tornar um franqueado, que o jovem Lucas Sanches, de apenas 19 anos, se

inspira para trilhar um caminho de empresário bem-sucedido cujos primeiros passos estão sendo dados com a inauguração da Coca-Cola Clothing by Container, uma loja dentro de contêineres nada convencional no centro de Maringá.

Mas ele não é o único em Maringá com esse perfil destemido pelo novo. Um grupo de amigos aposta na plataforma online de descontos Avisaeu desenvolvida para ser um elo diferencial entre empresas e clientes. Não menos ousadas são as sócias Juliana Miyaki da Silveira e Vanessa Kuwano, que esperam fazer a diferença na vida de idosos, gestantes e pacientes em reabilitação com o Espaço Maturité, um projeto voltado à qualidade de vida. Eles têm em comum o espírito empreendedor e coragem para inovar.

Loja ecológica

Os três contêineres, que até



A primeira empresa de Lucas Sanches foge do convencional: uma franquia instalada em um contêiner; ele teve que conseguir liberação da prefeitura sem ter legislação para este tipo de investimento



pouco tempo transportavam mercadorias entre Estados e até mesmo continentes, agora abrigam uma moderna loja de grife no centro de Maringá. “Erguido” em um terreno na rua Neo Alves Martins, o imóvel de estrutura metálica chama a atenção tanto pela cor – um vermelho vivo – como pelo projeto arquitetônico. O negócio é uma franquia, lançada há dois anos pelo empresário André Krai, e trazido para a cidade pelo jovem Lucas

Sanches, que faz sua estreia no mercado empreendedor e recebeu total apoio, inclusive financeiro, dos pais para a nova empreitada.

Aliás, a franquia de contêineres reutilizados foi uma descoberta do pai do jovem, ao assistir um programa de televisão mostrando uma loja em um contêiner. A certeza veio dias depois durante uma visita a sede da franquia Container Ecology Store, no Rio Grande do Sul. O empreendedor ficou encan-

tado com o conceito inédito de loja ecológica que, em vez de edificações, aluga terrenos, monta a loja contêiner e, de cara, elimina custos e reabilita áreas degradadas. “É um projeto inovador e totalmente voltado à sustentabilidade. A arara é um corrimão velho de ônibus, parte do piso também é de ônibus e o tambor de óleo cortado virou puff. Os contêineres são revestidos de isopor. É um trabalho de transformação de sucata em uma boutique de luxo. Quando você entra na loja esquece que está dentro de um contêiner”, afirma.

Além da modernidade e sustentabilidade, Sanches cita o baixo custo operacional e a promessa de retorno rápido como fatores determinantes na decisão de se tornar um franqueado da Coca-Cola Clothing by Container. Ele investiu R\$ 400 mil no empreendimento e estima um período de cerca de um ano – ou até menos – para começar a contabilizar o retorno.

A confiança no sucesso do empreendimento se deve também ao trabalho de assessoramento prestado aos franqueados. Dois consultores da marca ajudaram até a escolher o local para a instalação da loja.

O único entrave com o qual o empresário precisou se preocupar foi a liberação da licença na prefeitura. Por se tratar de um projeto inovador, a falta de uma legislação específica para uma construção metálica quase tirou o empreendimento de Maringá. “Foram meses de negociação até conseguir o alvará. O projeto conta com toda uma estrutura de acessibilidade e banheiros em anexo”, detalha o franqueado. Sobre a escolha pela Coca-Cola Clothing – a Container Ecology Store reúne produtos de

500 marcas -, Sanches afirma ter sido uma questão de logística e identidade com a marca, voltada para os consumidores das classes A, B e C.

O conceito e a qualidade da marca, aliás, são as apostas do empreendedor para conquistar mercado e expandir o negócio – ele planeja abrir outras três lojas em até um ano. Outro chamariz ao público é o horário diferenciado de atendimento – das 10h às 20h de segunda a sexta-feira e aos sábados das 10h às 17h.

E, como não poderia deixar de ser, o franqueado da Coca-Cola Clothing by Container promete excelência no atendimento, fator que, na opinião do professor Francisco Giovanni, membro do Grupo Interdisciplinar de Pesquisas e Estudos em Marketing (Gipem), da Universidade Estadual de Maringá (UEM), se sobressai aos demais, até mesmo a inovação. Ele vê méritos em iniciativas como a da Container

Ecology Store, mas faz um alerta: “Trata-se de uma estratégia válida, mas por apenas um período de tempo, enquanto ainda houver curiosidade sobre a nova estrutura e espaço físico. Se não houver bons produtos e bom atendimento, entre outras coisas, incluindo um excelente sistema de refrigeração e acomodação para os clientes, de nada adiantará a novidade do contêiner”, analisa. Sanches garante que fará a lição de casa e que os consumidores terão uma experiência de compra para ser repetida várias vezes.

Giovanni ressalta que a definição de negócios inovadores depende do espaço de tempo cronológico. “O que hoje consideramos convencional, não foi nada convencional no passado, como lojas de departamentos, shopping, comércio eletrônico, restaurantes vegetarianos, TVs por assinatura, lavagem a seco de automóveis”, destaca.

Para o especialista, mais do que inovar, o empresário precisa en-

tender que o consumidor procura solução para um problema quando vai às compras. O segundo ponto é o relacionamento, e o atendimento de qualidade praticamente não existe. “Não existe porque não há o consultor de vendas, mas sim o vendedor. Cerca de 22% dos consumidores maringenses reclamam do atendimento. Tal fato é grave porque há um crescimento forte do comércio eletrônico e por volta de 32% dos consumidores maringenses têm o hábito de comprar regularmente pela internet. Isso apenas torna mais complexa a questão do atendimento nas lojas, por exemplo, pois o consumidor pode substituir tranquilamente, sem sair de casa, a experiência da compra na loja pela experiência da compra por meio da internet”, declara.

Prender-se a imagem de sustentabilidade, embora seja um tema em evidência, também não é garantia exclusiva de sucesso. Segundo Giovanni, há muito discurso e

Walter Fernandes



O professor Francisco Giovanni, da UEM, reforça que apostar em negócios inovadores é importante, mas para a empresa não ter prazo de validade, é preciso investir muito em atendimento

TENDÊNCIAS DE CONSUMO



EFICIÊNCIA NO ATENDIMENTO

A crescente participação feminina no mercado de trabalho afeta o comportamento da mulher de diferentes formas. O tempo menor para fazer compras reflete em maior exigência na rapidez do atendimento e intolerância às filas



TERCEIRA IDADE

O aumento da expectativa de vida elevou a participação dos consumidores com mais de 60 anos, público que demanda um atendimento mais personalizado e atencioso. Nessa mesma direção, os lojistas deveriam considerar a contratação de funcionários mais velhos, na faixa dos 40 a 50 anos



CLASSES EM ASCENSÃO

O aumento da renda e do potencial de consumo dos segmentos de baixa renda trouxe ao mercado um consumidor com aspirações crescentes, que quer ser muito bem atendido e tratado com respeito. Esse consumidor valoriza o atendimento e o aconselhamento durante o processo da compra

FONTE | Professor Juracy Parente, membro do Departamento de Marketing da Fundação Getúlio Vargas (FGV)

@wvainer

representação midiática em torno do conceito, porém as empresas não são sustentáveis porque elas querem ser ou preferem ser sustentáveis. “A sustentabilidade decorre simplesmente de uma noção de escassez de recursos. Mais cedo ou mais tarde essa será uma condição objetiva e imperativa, portanto, sem alternativas”.

No momento atual, de acordo com Giovanni, os produtos sustentáveis são mais caros e demandam um processo produtivo menos usual, assim como a reciclagem também implica em custo e não necessariamente produz uma matéria-prima de melhor qualidade. “Ainda estamos em meio a uma curva de aprendizagem sobre isso tudo. O que posso lhe dizer, sem

medo de errar, é que o consumidor ainda não recompensa adequadamente o investimento e a produção de produtos sustentáveis. Sob condições de preços equivalentes, o consumidor prefere pagar pelo produto que causa dano ao ambiente, mas é mais barato. É uma lógica perversa, mas é a que temos por enquanto”, alega.

Mercado garantido

Quando a St. James Internacional School se instalou em Maringá, em 2010, a direção da instituição estava certa do potencial e da aspiração da cidade por uma proposta pedagógica de ensino bilíngue. A decisão de abrir as portas em Maringá, segundo a diretora mantenedora, Márcia Kobayashi, foi pautada na

força econômica e organizacional da classe empresarial e entidades representativas, na disposição de abertura para o mercado externo e no status de cidade universitária.

Mesmo ciente deste cenário favorável, Márcia confessa que a procura por matrículas no primeiro ano de funcionamento da escola surpreendeu, bem como os índices de fidelização nos anos seguintes. “Em 2010 oferecemos apenas turmas vespertinas, sendo que 98% dos alunos permaneceram na escola no ano seguinte, quando também passamos a oferecer a opção do turno matutino para atender a demanda. Em 2011, o índice de fidelidade aumentou para 99%. Estamos crescendo a passos seguros”, comemora a diretora da unidade maringense

www.acim.com.br



Walter Fernandes

que, atualmente, atende 130 alunos da educação infantil até o 2º ano do ensino fundamental.

Para Márcia, esses números refletem o desejo dos pais de agregar à educação dos filhos o domínio de uma língua estrangeira. “A proposta pedagógica da St. James com dois currículos, o brasileiro e o internacional, oportuniza a criança uma vivência e uma formação linguística e cultural diferenciada que irá prepará-la para o mundo globalizado”, diz a educadora.

A St. James, que em Londrina tem 15 anos de mercado, oferece às crianças uma imersão ao inglês – com certificação internacional –, porém sem prejuízo ao aprendizado do português, garante a diretora. Ela explica que no ensino infantil as aulas são 50% em inglês e 50% em português. A proporção do uso das línguas aumenta a partir do ensino fundamental, até que elas passem a usar o inglês durante 65%

do período escolar, contra 35% de português.

Conseguir fluência em dois idiomas desde a infância exige um considerável tempo de prática e estudo, e essa carga horária diferenciada – entre 20 e 28 horas semanais – é um dos fatores que mais encarecem as mensalidades das escolas bilíngues em cerca de 40% em relação às tradicionais. Na St. James de Maringá os pais pagam de R\$ 847 a R\$ 958.

Descontos via mobile

Depois de um ano de planejamento, pesquisa de mercado e formatação de negócio, entrou em operação o Avisaeu.com, uma ferramenta de descontos voltada para celulares e smartphones que aproxima as empresas dos consumidores em potencial. Em apenas quatro meses no mercado, a empresa com sede em Maringá saltou de três para oito funcionários e passou a ofertar descontos de empresas espalhadas

Primeira escola de ensino bilíngue de Maringá, a St. James teve a proposta bem aceita pela população; quase 100% dos alunos fizeram a matrícula, diz Márcia Kobayashi

por mais de 45 cidades.

A fórmula bem sucedida é resultado do cadastramento de milhares de usuários de celular e smartphones que, através do site ou aplicativo *mobile*, marcam interesses e empresas que gostariam de receber cupons de descontos e benefícios. Entre as empresas que utilizam os serviços do Avisaeu para chegar até os “avisados” – como são chamados os usuários – estão bares, restaurantes, casas noturnas, academias, cinema, clínicas de estética, entre outros no total de 11 segmentos.

Do outro lado, estão as empresas que por meio da ferramenta conseguem medir o interesse de

consumidores em seus produtos e serviços e, desta forma, criar ações e campanhas promocionais voltadas aos anseios do público alvo, além de ganhar visibilidade na rede. “É possível acompanhar em tempo real quantos cupons foram baixados, a relação de gênero, idade e geolocalização, entre outros fatores”, explica Aurélio Pazinato, sócio da empresa ao lado de Antonio Carlos Medin Júnior, Gustavo Preto e Tiago Alves Moreno.

Os cupons são enviados para os celulares dos usuários de acordo com os interesses cadastrados: automaticamente via SMS ou aplicativo, ou então sob demanda assim que o usuário clicar na opção ‘baixar cupom’ no site. Para usufruir da oferta, basta apresentar o código enviado ao celular no estabelecimento.

“O ‘avisado’ só vai receber mensagens de campanhas dos segmentos selecionados, e em horário determinados. Temos como política na empresa oferecer uma ferramenta não invasiva”, faz questão de destacar Preto. Pazinato acrescenta que os números de celulares cadastrados são sigilosos e, em hipótese alguma, são informados às empresas.

Apesar da desconfiança e até descrédito de parte da classe empresarial local, os sócios se dizem satisfeitos com as projeções alcançadas até o momento, e traçam planos ousados de crescimento em território nacional e internacional. “O Brasil tem o quinto maior mercado de celulares do mundo. Há possibilidade de alcançarmos mais de 20 milhões de pessoas”, calcula Medin. Atu-

almente, a empresa já conta com equipes de vendas e representação comercial em São Paulo, Curitiba e outras cidades estratégicas, e aguarda apenas a conclusão de alguns ajustes de funcionalidades da ferramenta para pôr em prática o plano de expansão.

Espaço para a vida

“Não é uma academia, e muito menos uma clínica”, adianta a proprietária do Espaço Maturité, Juliana Miyaki da Silveira ao iniciar a descrição do ambiente idealizado junto com a sócia Vanessa Kuwano

Antonio Carlos Medin Júnior, Gustavo Preto e Aurélio Pazinato criaram o Avisaeu.com, com Tiago Moreno (que não está na foto), uma ferramenta de descontos para celular e smartphone





Vanessa Kuwano e Juliana da Silveira apostaram num espaço voltado para pessoas com mais de 50 anos, gestantes e portadores de doenças cardíacas e degenerativas: atividades físicas são feitas em ambiente tranquilo

e inaugurado há cerca de quatro meses. “É um espaço com foco em exercícios físicos, reabilitação motora e qualidade de vida para pessoas com mais de 50 anos de idade, gestantes e pacientes de patologia cardíacas, degenerativas, entre outras doenças. A nossa proposta é quebrar paradigmas e mudar a ideia de que a terceira idade está obrigatoriamente associada ao sedentarismo. O idoso tem sim que praticar atividade física que estimule e preserve a autonomia”, defende Juliana, que é sócia de uma academia e viu no nicho ainda não explorado em Maringá uma oportunidade de negócio.

O diferencial do projeto começa na arquitetura do imóvel que foi detalhadamente adaptada as necessidades do público-alvo. O espaço amplo e arejado oferece acessibilidade total a qualquer um dos ambientes. A música ambiente

– muito diferente da trilha sonora de academias tradicionais – alegria o recinto, sem tirar a sensação de paz e tranquilidade.

Todo o atendimento é feito por fisioterapeutas e educadores físicos e de maneira personalizada. Antes da primeira aula, o aluno passa por uma consulta diagnóstica que inclui testes práticos, exames e o preenchimento de um questionário. Só depois ele será direcionado a um dos três programas, que mesclam exercícios funcionais e pilates.

As aulas têm duração de uma hora, com turmas de até duas pessoas. Todos os alunos têm os batimentos cardíacos monitorados. Em casos especiais, há aparelhos de oximetria, para medir os níveis de oxigênio no corpo, e o sonar, para controlar os batimentos cardíacos fetais.

“Essas informações sobre as con-

dições físicas e os limites de cada um nos permite uma prescrição individualizada e, conseqüentemente, um resultado mais eficaz”, diz Juliana, lembrando que os atendimentos são feitos com hora marcada.

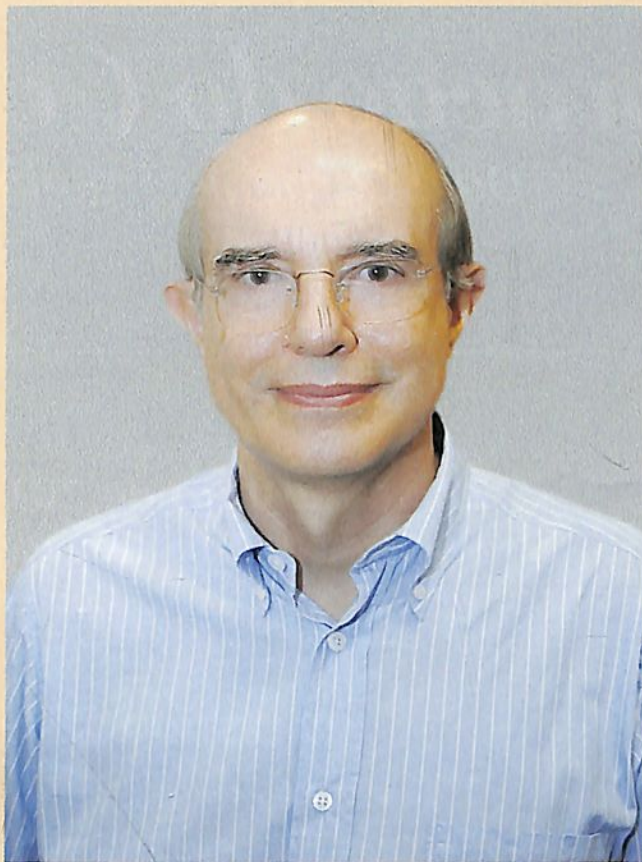
Depois da aula, ainda há tempo para um chazinho. No espaço de convivência há um ervanário onde o aluno escolhe a erva para o chá que vai consumir e se quiser, ainda pode colher algumas para levar para casa. Futuramente, as duas também pretendem implantar uma horta e construir uma piscina para atividades aquáticas. De imediato, já foi disponibilizado o serviço de transporte aos alunos. “Por conta das limitações do nosso público, muitos não dirigem e nem sempre contam com a disponibilidade de um parente para trazê-los até o Espaço Maturité. Esse serviço de transporte vai facilitar o acesso”, acredita Juliana.

“Uma loja não pode ser tudo para todos”

O sucesso de uma empresa, seja ela de moldes tradicionais ou propagadora de conceitos inovadores, está intimamente relacionado ao grau de conhecimento do empreendedor sobre as necessidades do público consumidor. Necessidades estas que estão em constante transformação segundo o professor Juracy Parente, do Departamento de Marketing da Fundação Getúlio Vargas (FGV), e precisam ser acompanhadas e supridas pelo mercado.

O que o consumidor procura quando vai às compras?

O consumidor procura sempre uma experiência de compra gratificante, onde possa sentir emoções positivas no processo da compra. Porém, a motivação dos consumidores varia de acordo com os objetivos da compra. Existem situações nas quais o consumidor sabe exatamente o que deseja e quer ter sua necessidade atendida da forma mais rápida e eficiente. Em outros momentos, o consumidor vai às compras com objetivos menos específicos, com uma motivação de busca de prazer no processo das compras, sem pressa, querendo conhecer as novidades do mercado. O



lojista precisa entender em quais desses momentos o consumidor se encontra, para ajustar o atendimento às necessidades do consumidor. Em qualquer dessas situações a preferência será por lojas que apresentem variedade de produtos, bom atendimento, ambiente agradável e acolhedor com um bom “merchandising visual” que facilite o processo de escolha e de seleção de produtos, e também preços atraentes.

E qual a melhor estratégia para identificar as necessidades do consumidor?

O varejista deve entender que uma loja não pode ser tudo para todos. Ela deve ter uma estratégia e uma proposta de valor que seja clara para certo segmento de consumidor. É um processo, portanto, de escolhas, de dizer sim

para certos aspectos do composto mercadológico, como linha de produtos, qualidade e níveis de preços, serviços, promoção, comunicação visual, que reforcem o seu posicionamento de mercado. Mas também ter a coragem de dizer não para outras alternativas que, apesar de satisfazerem alguns consumidores, acabam por confundir a identidade e imagem da loja junto aos consumidores.

Sustentabilidade é uma tendência que veio para ficar?

Os aspectos de sustentabilidade ambiental recebem cada vez mais atenção dos lojistas conscientes do papel social que desempenham no planeta, e também dos consumidores comprometidos com o meio ambiente.

Que importância a tecnologia e os aplicativos têm no mercado atual?

Na medida que o varejo se torna uma atividade cada vez mais desafiadora e complexa, a tecnologia e os aplicativos ganham maior importância para assegurar não só uma gestão mais eficiente, mas uma maior sintonia com as demandas do mercado. ■

Celebração do Centenário

Dale Carnegie Training

22 de outubro de 2012

Das 8h30 às 17h45 na sede da ACIM

Adquira seu convite na Associação Comercial de Maringá.

PALESTRA

- Dr. Carlos Bacila

Escritor da biografia de Dale Carnegie

WORKSHOPS

(Vagas limitadas, inscreva-se com antecedência)

- Personalidade: Desenvolvendo a fonte de poder
 - O segredo de uma equipe de sucesso
 - Arte da negociação
- O papel do diretor na motivação da equipe

ENCERRAMENTO

- Madson Trindade
-



Juliana Fontanella

Para não correr o risco de ser surpreendido por uma determinação da Justiça obrigando a mudança do nome da empresa que funciona há anos ou impedindo a fabricação de um produto, o empresário deve garantir o direito de propriedade de marcas e patentes. O certificado é expedido depois do registro no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI). Sem esta medida, os danos para os negócios podem ser irreparáveis. Muitos empresários ainda desconhecem a importância e a segurança que uma marca registrada ou uma patente requerida trazem à empresa ou inventor. Alguns acreditam que o custo é elevado, o que é falso. “O investimento no registro é baixo se comparado ao benefício do uso exclusivo do nome e/ou da invenção”, esclarece o advogado Paulo Badan, da Badan Marcas e Patentes.

Segundo ele, tanto a marca quanto a patente são bens que compõem a atividade empresarial e possuem valor patrimonial. Em alguns casos valem mais que todo o negócio em si, incluindo instalações, pontos de venda, maquinário, recursos humanos e material empregado. O custo para o registro de uma marca pode variar, pois as taxas federais têm valores diferentes conforme o tamanho de empresa e para as de razão social limitada. Os honorários da consultoria jurídica que acompanha o processo também entram nesta conta.

O melhor modo de gastar menos é registrar a marca ainda no plano de negócios ou, pelo menos, na fase de abertura da empresa. “Caso o interessado inicie pela

Registro de marcas evita prejuízos futuros

O registro do nome da empresa e do produto no INPI é garantia de propriedade; consultoria especializada orienta sobre procedimentos que protegem contra plágio e similaridades



Walter Fernandes

“Em alguns casos, a marca e a patente valem mais do que todo o negócio”, afirma o advogado Paulo Badan; na foto ele está ao lado de Gustavo Badan

junta comercial e depois busque o INPI para fazer o registro pode ser surpreendido com um registro anterior. Se isso acontecer, ele perde o direito de usar a marca e terá que começar uma nova, do zero”, explica Geraldo Herculano Ra-

mos, da Ynbras Marcas e Patentes. Para quem está do lado inverso e precisa mudar o plano de negócios pela coincidência de marca ou patente, a consultoria é essencial. Os especialistas vão pesquisar e indicar os nomes possíveis de uti-

lização e registro sem causar danos a terceiros ou sofrer reprimendas administrativas ou jurídicas.

A orientação é a mesma quando o assunto é garantir a autoria de um produto, experimento ou criação de qualquer natureza. Quando devidamente registrada no INPI, a patente garante o direito de propriedade sobre o produto e os processos que ele executa. José Roberto Favarin, do departamento jurídico da Singular Marcas e Patentes, destaca que a patente é uma proteção para usufruir da invenção ou modelo de utilidade, sem receio de que terceiros (de boa ou má-fé) os utilizem sem autorização. O registro de patente também concede ao (s) autor(es)

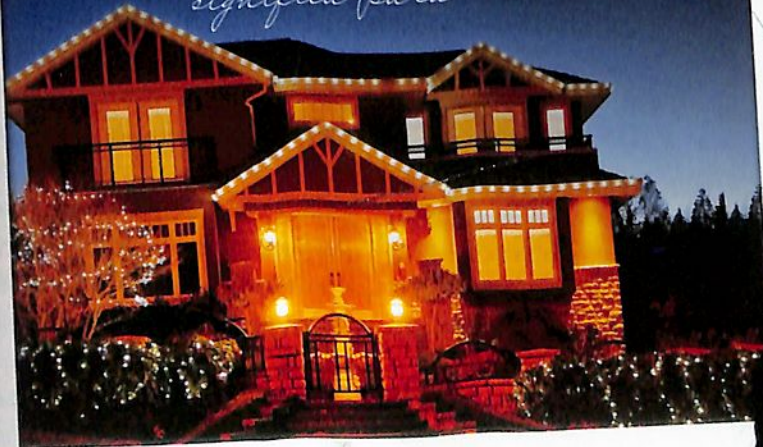


YNBRAS
PATENTES & MARCAS
ASSORIA E CONSULTORIA EMPRESARIAL
BRASIL & EXTERIOR
O BRASIL PATENTES E MARCAS LTDA.
CONSULTE-NOS
(44) 3226-6590

Geraldo Ramos, da Ynbras, orienta que o registro da marca seja previsto na fase de abertura da empresa; caso haja um registro anterior, o empresário perde o direito de usar a marca

Concurso de Decoração Natalina

*Compartilhe o que essa data
significa para você.*



São 5 categorias.
Os primeiros lugares ganham um iPad

Organização

ACIM
mulher

Apoio

SIVAMAR

Faça sua inscrição: www.acim.com.br/natal2012 ou 3025-9595



Patente é uma proteção para usufruir da invenção ou modelo de utilidade sem receio de que terceiros os utilizem sem autorização, apontam José Roberto Favarin e Frank Santana, da Singular Marcas e Patentes



Walter Fernandes

o direito de “emprestar” o direito de uso a terceiros, desde que haja a pactuada contraprestação, conhecida como royalty.

Um requerimento de patente tem proteção em todo o território nacional. Se houver interesse de proteção em outros países, esta terá de ser solicitada nos destinos desejados. Em relação às garantias contra plágio ou uso indevido de patente, a lei da propriedade industrial é clara. “Patente é um título de propriedade temporária sobre uma invenção ou modelo de utilidade, outorgado pelo Estado aos inventores ou autores ou outras pessoas físicas ou jurídicas detentoras de direitos sobre a criação”, reforça Geraldo Ramos, da Ynbras. Em contrapartida, o inventor se obriga a revelar detalhadamente todo o conteúdo técnico da matéria protegida pela patente.

Vale lembrar que não é necessário que o produto esteja em produção para ter a proteção da patente. Para garantir esse direito, o primeiro passo é a verificação, junto ao banco de dados do INPI, de existência de algo similar para

ter certeza de que não há patente adquirida. Vencida esta etapa é preciso providenciar um memorial descritivo que especifica o estado da técnica do produto e o que ele apresenta de novidades técnicas em relação aos já existentes no mercado.

“O ideal é que, primeiramente seja feita a proteção perante o INPI para depois iniciar a produção em escala industrial. O instituto não reconhece, em uma patente, medidas, cores ou matéria-prima empregada”, esclarece Ramos.

Preservar a propriedade

O registro de marcas e patentes atualizado pode ser considerado uma medida de segurança. Um terceiro que comercializar um produto idêntico ou usar uma marca parecida com alguma em uso poderá prestar esclarecimentos e deverá provar que desconhecia o registro anterior. “Cada caso detém suas peculiaridades. Existe, por exemplo, a possibilidade de alguém que não detenha o registro de sua marca junto ao INPI obter a exclusividade através do princípio

da anterioridade. Isso acontece se o interessado conseguir demonstrar que utilizava a mesma marca de boa-fé”, explica Frank Santana, que também integra o departamento jurídico da Singular. Por outro lado, como explica o advogado Badan, quem reclama a propriedade deve estar com o registro validamente expedido, sua única garantia.

O tempo também pode ser aliado de quem usa uma marca que já existe, mas não está em uso. Segundo Badan, a marca, depois de registrada, é válida por dez anos, renováveis indefinidamente. A perda do direito sobre uma marca pode se dar pela expiração do prazo de vigência, renúncia da mesma ou ainda, pela caducidade. “Ainda que uma empresa esteja em atividade pode não estar fazendo uso da marca. Neste caso, o interessado deverá pedir o registro e requerer a caducidade. Se o titular não comprovar o uso ou deixar de justificar o desuso, ele perde o registro”, ensina. O registro do produto ou invenção patenteada vale por 20 anos.



Rafael Silva

Franklin Silva, da Frank's Pepper, acredita que o registro da marca reforça a credibilidade e contribui para fidelizar o cliente

Consultoria especializada é fundamental

O empresário Franklin Vieira da Silva tem ampla experiência no ramo da comunicação, mas buscou consultoria em marcas e patentes quando passou a ampliar os negócios. Essa medida foi tomada logo que decidiu transformar o *hobby* de fabricar conservas de pimenta para a família e amigos em uma atividade comercial. "Desde o primeiro momento recebi toda assessoria para registrar a marca *Frank's Pepper* e garantir-lhe a segurança legal. Adotei esse processo junto com os primeiros investimentos para a produção em escala", conta o empresário.

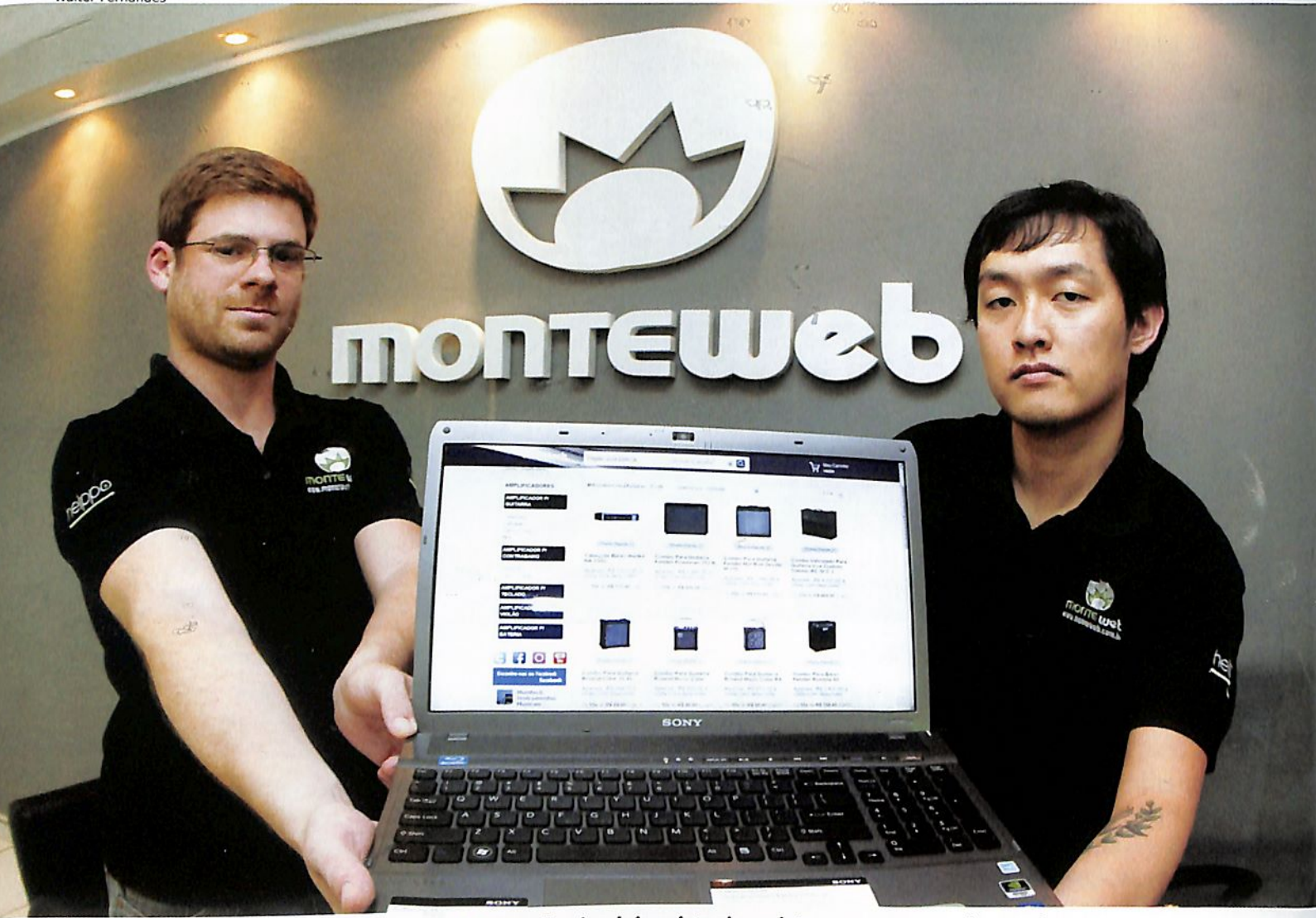
Segundo ele, mais do que garantir a legalidade da marca e preservá-la da concorrência, o registro reforça a credibilidade e se torna um aliado na fidelização do cliente. Silva acredita que

a salvaguarda da marca é um diferencial de competitividade indispensável sob todos os aspectos. "Não há dúvida de que o fortalecimento de uma ou várias marcas depende de diversos fatores, a começar por um trabalho continuado de exposição, produtos de qualidade e interação com o mercado e o cliente", acrescenta. Antes mesmo de entrar no mercado, a segurança de uso da marca *Frank's Pepper* foi garantida juridicamente.

Uma boa referência para quem pretende registrar marcas e patentes é aproveitar a fase de desenvolvimento do plano de negócios da empresa para fazer o requerimento. O diretor executivo do Grupo Patrimonium Alltech, Michel André Felipe Soares, levou dois anos para pedir o registro da primeira empresa. Conforme

vieram os investimentos e a diversificação nos negócios, ele passou a tomar esta providência com antecipação. "Desde a fase inicial fazemos a consulta do nome no INPI para evitar dificuldades futuras no registro da marca", diz.

Soares reconhece que desconhecia os riscos inerentes à falta de domínio da marca. A partir do momento em que se tornou clara a relevância desse procedimento, ele ganhou contornos estratégicos. O empresário registrou as marcas *Patrimonium*, *Alltech* e *United* para proteger a credibilidade das mesmas junto aos clientes, pagando cerca de R\$ 1 mil em cada registro. "Ser obrigado a trocar o nome de uma empresa que já existe e é atuante seria muito custoso para a nossa imagem. Eu registrei". ■



Todos os clientes para quem a Monteweb criou lojas virtuais registraram aumento das vendas; na foto os sócios, Roberto Kovaturno e Rafael Basso

Venda virtual, faturamento real

Investir em uma loja virtual é uma forma de aumentar o faturamento e atingir novos clientes; mas exige planejamento, novas estratégias de divulgação e encontrar mão de obra especializada, que é um dos obstáculos apontados pelos empresários

www.acim.com.br

Eduardo Xavier

As perspectivas e o crescimento do comércio eletrônico acompanham o aumento do número de pessoas com acesso à internet no Brasil. O mercado de *e-commerce* é inspirador porque gerou R\$ 18 bilhões em 2011 e deve chegar a R\$ 24 bilhões neste ano no país, segundo dados do *e-bit*. Quem já entrou no negócio conseguiu expandir as vendas da empresa. O concorrente já tem uma loja virtual e não é preciso um “ponto comercial”. A lista com projeções positivas

sobre o segmento é extensa, mas o caminho entre a implantação de uma loja virtual e o funcionamento é recheado de pontos críticos para os empreendedores que decidiram apostar nesse tipo de negócio. A criação da logística de entrega, a captação de profissionais especializados, segurança, visibilidade e o entendimento da legislação são exemplos da complexidade do varejo eletrônico.

O Brasil atravessa uma terceira onda de inovação tecnológica, fato que apoia o setor varejista. De acordo com informações da consultoria IDC Brasil, no ano passado, a área de software e serviços registrou crescimento de 12%. E muitas dessas empresas estão migrando para o atendimento de demandas do varejo.

A agência digital Monteweb, de Maringá, criou dez lojas virtuais e todos os empreendedores conseguiram aumentar o faturamento com o negócio paralelo ao estabelecimento físico. O designer e sócio da empresa, Roberto Kovaturo, diz que o futuro é promissor se o investimento for acertado em contratação de profissionais para gerenciar a plataforma, central de atendimento, estoque, serviço de entrega dos produtos aos clientes, credibilidade e segurança. “Uma loja de instrumentos musicais começou a loja virtual com uma pessoa para fazer tudo, desde o pedido até o despacho do produto, e dois anos depois colocou três funcionários para se dedicar ao site. Então, é uma ferramenta que dá retorno financeiro”, diz.

O tempo médio para a implantação de uma loja virtual, afirma o designer, é de dois meses. Mas o trabalho precisa da participação frequente do varejista online para

progredir. “Uma das operações que mais demandam tempo é o cadastramento de produtos e, neste caso, a dedicação do dono do negócio é imprescindível no processo de montagem”.

No segundo trimestre do ano, o acesso a internet no Brasil chegou a 83,4 milhões de pessoas, de acordo com dados do Ibope Nielsen Online. Os usuários ativos de conexões a internet de mais de 2 MB somaram 16,8 milhões em junho de 2012, contra 8 milhões no mesmo período do ano passado. Até 2014, o Brasil deverá registrar 124 milhões de acessos por meio de banda larga móvel - celular, smartphone ou terminal de dados (modem) -, conforme projeção da fabricante de equipamentos de telecomunicações Huawei.

DICA CRIAÇÃO DE LOJA VIRTUAL SEM CUSTO



O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e o Grupo Mercado Livre lançaram uma ferramenta grátis para criação de lojas virtuais direcionada a micro e pequenos empreendedores.

Com o nome **Primeiro E-commerce**, o site auxilia o empresário a concretizar um projeto virtual. A expectativa do Sebrae é que nos primeiros 12 meses **pelo menos 3 mil negócios** tradicionais lancem versões online por meio do site.

Acesse e confira:

www.primeiroecommerce.com.br

Walter Fernandes



Há um ano e meio no ar, loja virtual da Dispropil responde por 40% do faturamento; ponto mais crítico foi encontrar mão de obra especializada, segundo Arthur Tescaro

im.com.br

Michael Michelan, da Loft, está investindo em uma loja virtual e tem acompanhado de perto o processo; instruções normativas e logística passaram a fazer parte das preocupações do empresário



Walter Fernandes

Vendas online no Brasil

EM R\$

102
bilhões

21%
de
aumento

85
bilhões



PRIMEIRO SEMESTRE



Homens e
mulheres
50%
cada

COMPRAS POR
SMARTPHONES
OU TABLETS

1,3%

0,3%

2011 2012

55%

usam
smartphones
e tablets para
comprar pela
internet

18
bilhões

foi o total
das vendas
em 2011

22,5 bilhões
(+20%)

é a projeção de
faturamento
em 2012

Nesse ritmo, as vendas do comércio virtual estão abocanhando as físicas no país. Elas crescem 24% ao ano desde 2005, enquanto o varejo tradicional avança 11,8%, aponta levantamento da Bain & Company. A estimativa é que o segmento de vendas online por meio de aparelhos móveis movimentará R\$ 2 bilhões em 2013. No primeiro semestre deste ano, foram R\$ 132 milhões. E os varejistas começam a se adaptar a essa migração de plataforma.

Nessa onda, uma empresa de artigos de pesca, lazer e camping, estabelecida há mais de 40 anos em Maringá, decidiu investir na criação de uma plataforma de comércio eletrônico. A loja virtual da Dispropil está há um ano e meio no ar e já responde por 40% do faturamento da empresa, que conta com dois estabelecimentos, um na avenida Brasil e outro no shopping Catuaí. “Reconhecemos que a marca tem

potencial e decidimos abrir o leque de mercado. Muita gente vinha de outras cidades para comprar nas lojas e por isso resolvemos apostar na loja virtual”, afirma o gerente de e-commerce da Dispropil, Arthur Tescaro.

A ideia inicial de expandir os negócios começou com um funcionário. Hoje, cinco se dedicam à plataforma. Tescaro diz que o ponto mais crítico foi encontrar gente pronta para trabalhar na loja eletrônica. Graduado em Publicidade, ele se especializou em Marketing Empresarial e E-commerce Gerencial e passou a capacitar profissionais para operar o site de vendas.

Para Tescaro, as maiores dificuldades de operação do e-commerce são o sistema de segurança - análise de risco para a empresa e consumidores - para evitar fraudes e tornar o site conhecido na internet com credibilidade. “A loja tem hoje mais de dez mil produtos cadastrados e

com selos de site 100% seguro.”

O empresário Edson Benvenho, proprietário da gráfica e editora Midiograf, acredita que os grandes desafios do segmento são mão de obra, ganhar visibilidade na rede e credibilidade para a plataforma porque a concorrência é grande. Há dois anos, a empresa criou a Midystore, uma loja online que comercializa cartões de visita, agenda, calendários e outros produtos gráficos. “Preparar uma equipe especializada não foi nada fácil, mas conseguimos com sucesso implantar as mudanças para o novo negócio”, conta.

A Midystore assegura hoje 10% do faturamento da empresa, com base em Londrina e representação em Maringá. “No próximo ano, esperamos que essa fatia chegue a 30% ou 40%. O retorno com a loja virtual está dentro das nossas expectativas”.

Começo

Vendas para pessoas de diferentes estados, logística de entrega, Código de Defesa do Consumidor e instruções normativas. Essas e outras preocupações passaram a fazer

parte do dia a dia do empresário Michael Michelin com a implantação de uma plataforma eletrônica. A loja de roupas e acessórios Loft, da qual ele é sócio, é conhecida em Maringá, mas na internet conta hoje com espaço só em uma página da rede social Facebook, local onde são apresentados lançamentos de produtos.

Michelin diz que tem acompanhado de perto a criação do varejo eletrônico, que está em fase de finalização. A exemplo de outros empresários, ele diz que uma barreira é encontrar pessoal especializado para fazer a gestão da loja virtual. “A mão de obra para tocar o negócio está muito complicada. Não queremos só lançar na rede uma loja virtual. Sem continuidade sei que não teremos retorno”.

Segundo especialistas, o custo do investimento para a criação de uma plataforma de e-commerce é de aproximadamente 20% do valor total do negócio. A plataforma é como se fosse a loja física. A não existência de um ponto comercial torna fundamental o uso de ferramentas de divulgação.



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 Calil Haddad)
Maringá-PR
Tel. (44) 3262-5571

Mudanças no Código de Defesa do Consumidor

Três projetos de lei que estão em tramitação no Senado trazem propostas de atualização do Código de Defesa do Consumidor (CDC). Eles são referentes ao comércio eletrônico, o superendividamento e as ações coletivas. O cronograma final de

trabalho da Comissão Especial de Reforma do CDC já foi definido. A comissão terá até 29 de outubro para apresentar emendas e dar o último parecer. Só depois desse trâmite os projetos poderão ser votados no Congresso. Desde 2010, a comissão de juristas debate as propostas. ■

Melhor defesa é encarar a dependência de cabeça erguida

No lançamento do Cuide-se+, programa desenvolvido pelo Sesi Paraná, o ex-jogador Casagrande narra a luta contra as drogas: “viver em recuperação é matar um leão por dia”

Juliana Daibert

Cuide-se+ é o nome do programa de prevenção ao uso e abuso de drogas que o Sesi Paraná está desenvolvendo em todas as unidades do Estado. Walter Casagrande, 49, hoje vivo graças aos cuidados que o filho mais velho o obrigou a ter com seu corpo e mente seriamente comprometidos pela heroína, álcool e outras substâncias químicas, é o personagem principal do programa e esteve em Maringá em 31 de agosto contando sua história.

“Eu não faço campanha ‘diga não às drogas’. Seria ridículo e até meio irônico eu dizer isso, que usei drogas o tempo todo. O que posso fazer é passar a minha experiência, falar dos problemas que o uso acarreta e esclarecer mais ou menos qual é a situação real do dependente”, afirma.

“Casão”, como é conhecido, fez fama nos gramados vestindo a camisa do Corinthians, foi presença marcante nas baladas roqueiras, ambiente povoado por muitos de seus maiores ídolos, e destacou-se como ativista político da Democracia Corintiana, surgida na década de 1980. Em plena ditadura militar, o clube de futebol decidia as ações mais importantes pelo voto.

Ao lado das boas escolhas e boas companhias que sempre teve por perto, Casão decidiu trilhar caminhos que quase lhe custaram a vida.

Ainda jovem, foi de encontro às drogas, numa época em que a dependência química era envolta em uma aura de glamour. Segundo ele, usar drogas na década de 1970 era sinônimo de espiritualidade elevada ou imitação dos ídolos roqueiros, que experimentavam e abusavam de tudo. “Juntei a isso certa curiosidade e, infelizmente, fui nessa. Eu tinha pré-disposição a virar dependente químico e virei. Sou dependente químico em tratamento”, afirma o comentarista esportivo.

Apoio da empresa

Depois de sofrer um acidente e capotar em cima de seis carros em 2007, sem ter sofrido nem causado nenhum arranhão, e de ouvir alguém dizer, enquanto era retirado no carro, “morrer é fácil. Agora você tem de encarar tudo isso”, o ex-jogador ficou internado durante um ano. Neste período recebeu total apoio da TV Globo, empresa da qual é contratado, que manteve contrato e salário em dia. O apoio dos familiares também foi fundamental para que ele se sentisse motivado a agarrar a oportunidade e contribuir com o tratamento, inicialmente rejeitado.

Casagrande prioriza esta mensagem de solidariedade e reconhecimento do problema que acomete os dependentes químicos nas palestras que têm proferido pelo programa Cuide-se+. “O que eu poderia dizer para as empresas é que antes de




Walter Casagrande: “o que eu poderia dizer para as empresas é que antes de qualquer atitude de retaliação, o cara (dependente) merece apoio”

qualquer atitude de retaliação, o cara merece apoio. O uso de droga é uma doença e um problema social. Ele não está fazendo aquilo de sacanagem, mas porque é algo com o que não pode lidar”, afirma.

“Viver em recuperação é matar um leão por dia. Você acorda e tem muitos cuidados para tomar. Não entro em situações de risco e tento evitar amigos que também usavam”, garante. O vazio que as drogas fingiram suprir continua onde sempre esteve, com a diferença de estar identificado. “Hoje sei lidar com ele”, assegura Casão, que toma remédios para controlar a ansiedade, faz acompanhamento terapêutico e psiquiátrico e continua fã de rock and roll. Só não quer mais ser igual aos seus ídolos.

Invista no melhor para sua família e sua empresa!

Conheça alguns dos diferenciais do PAM SAÚDE:

- ✓ **CLÍNICA PRÓPRIA**  **INSTITUTO DE MEDICINA INTEGRADA** **CONSULTA AGENDADA ATÉ ÀS 22H***
*CONSULTAR ESPECIALIDADES E HORÁRIOS
- ✓ **A MELHOR MEDICINA PREVENTIVA COM FOCO EM RESULTADOS**
- ✓ **+ DE 30 HOSPITAIS CREDENCIADOS**
- ✓ **PEDIATRIA COM AGENDAMENTO DIURNO E PLANTÃO NOTURNO**
- ✓ **ODONTOLOGIA 24H PARA URGÊNCIA E EMERGÊNCIA**
- ✓ **FARMÁCIA PRÓPRIA COM PREÇOS POPULARES**
- ✓ **E MUITO MAIS**

ANS - Nº 31526-5

Amatsui

➤ Está na **HORA** de você **TOMAR**
a grande **DECISÃO!**

DECISÃO



MAIS QUE PLANO DE SAÚDE!

Vendas: 44 3218-1515

www.dr pam.com.br



INSTITUTO DE MEDICINA INTEGRADA

Conflito acirrado: Frente Agrária Paranaense x Congresso dos Trabalhadores Rurais

Em 13 de agosto de 1961, Maringá foi palco de um dos maiores confrontos da região. Em pauta: a reforma agrária. Os envolvidos: Governo, Igreja, partidos políticos, estudantes e camponeses.

Os bispos de Jacarezinho, Londrina, Maringá e Campo Mourão, liderando a Frente Agrária Paranaense (FAP), estavam decididos a estabelecer no sul do país um sistema organizado para acabar com as Ligas Camponesas que ameaçavam a liderança da Igreja Católica. Um dos objetivos da FAP foi a formação de sindicatos sob orientação cristã, assistência educacional, médica, religiosa e moral.

Por outro lado, os representantes dos camponeses estavam organizando o II Congresso dos Trabalhadores Rurais em Maringá, entre 12 e 15 de agosto. Meses antes houve o comentário de que além do presidente da República, João Goulart, o deputado Francisco Julião e Fidel Castro estariam presentes naquele evento. Ante os rumores, os bispos de cidades do norte paranaense trataram de organizar outra concentração de trabalhadores rurais no mesmo período: surgia a Festa da Lavoura.

O fato é que o presidente da República não veio, mas enviou Nestor Duarte, líder do governo na Câmara dos Deputados. Duarte, no entanto, não sabia de qual dos eventos deveria participar. A comitiva do Estado, representando o então governador Ney Braga participou da Festa da Lavoura. O deputado Francisco Julião, então presidente das Ligas Camponesas de Pernambuco e um dos principais líderes da esquerda do país, veio prestigiar o II Congresso dos Trabalhadores



Participantes da Festa da Lavoura, em frente à Catedral de Maringá

José Rodrigues dos Santos, presidente da comissão organizadora do II Congresso de Trabalhadores Rurais



Um dos momentos do desfile da Festa da Lavoura



res Rurais.

Após missa campal, ocorrida em frente à Catedral, para as milhares de pessoas que participaram da Festa da Lavoura foi servido um grande churrasco. Depois, uma gigantesca carreta puxada pela fanfarrinha do Ginásio Marista tomou a avenida Tiradentes. E cerca de dez mil pessoas se aproximaram do palanque para ouvir as palavras do prefeito de Maringá, João Paulino Vieira Filho, de Dom Jaime Luiz Coelho e outras autoridades. Dom Jaime aproveitou o discurso para informar que o representante do presidente da República não iria usar a palavra, pois faria o mesmo no II Congresso dos Trabalhadores Rurais. Portanto, Nestor Duarte nem sequer subiu ao palanque do evento organizado pela FAP.

O embate entre os participantes

daqueles dois eventos foi inevitável. O primeiro aconteceu na noite de 13 de agosto, quando um grupo entrou no local onde estavam arquivados documentos dos representantes das Ligas Camponesas, destruindo faixas e cartazes que iam de encontro aos princípios da FAP. Não se sabe se este grupo foi, efetivamente, "contratado" para a ação.

O segundo e mais truculento embate ocorreu no dia seguinte. Os participantes da Festa da Lavoura e a polícia entraram em confronto: muitos feridos, prédios e estruturas danificadas, tiros e bombas. O cel. Haroldo Cordeiro, responsável pela Polícia de Maringá, teve trabalho para conter as exaltações de jovens representantes da FAP naquele conflito.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

Nosso forte!

3 milhões de pessoas...

› A melhor
programação

› A maior
cobertura



jovempan.net

44 2101 0001



REDE CATEDRAL DE COMUNICAÇÃO

CULTURA EMPRESARIAL



VALE A PENA OUVIR

Regina Daefiol - jornalista



Chico (Chico Buarque)

Apesar da má vontade com que alguns críticos o receberam, o CD Chico (2011) é macio e gostoso de ouvir. Muitos ouvem o Chico de hoje com saudade daquele período que fez dele um dos maiores expoentes da música brasileira. Confesso que também já caí nesta tentação. Mas concluí que não há como comparar: hoje há um novo Chico, num contexto político totalmente diverso daquele em que sua obra tornou-se referência. Os aficionados e saudosos podem curtir a obra também em vinil.

Maria Bethânia "MEL"



Mel (Maria Bethânia)

A voz marcante de Maria Bethânia se mostra com toda sua potência em beleza no CD Mel. O repertório é de primeira categoria e a interpretação da cantora, uma das mais talentosas da MPB, é inesquecível. Para conferir, basta ouvir "Grito de Alerta", "Amando sobre os jornais", "Infinito desejo", "Cheiro de amor" e "Ela e eu". A grande pérola é "Queda D'água. Um disco com gosto de nostalgia e com uma qualidade que raramente se encontra nos "novos talentos" da MPB.



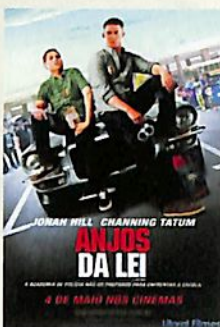
VALE A PENA ASSISTIR

Luiz Henrique de Oliveira - gerente de mídias sociais



Jeff e as armações do destino – Jay Duplass e Mark Duplass (2011)

O filme conta a história de Jeff (Jason Segel), um jovem que está chegando aos 30 anos, mas ainda mora com a mãe e se veste como um adolescente. Jeff está à procura do sentido da sua vida e durante o processo ele precisa ajudar o irmão a salvar o casamento. O filme é uma mistura de comédia e drama, com uma bela trilha sonora e algumas metáforas que deixam o espectador pensando no sentido da própria vida.



Anjos da Lei – Phil Lord e Chris Miller (2012)

Quem viveu os anos 1990 provavelmente vai se lembrar de Anjos da Lei, série que tinha no elenco Johnny Depp. O enredo segue a história de dois jovens policiais (Jonah Hill e Channing Tatum) que devem se infiltrar em um colégio para evitar a propagação de uma nova droga. O filme é uma comédia de ação, que presta algumas homenagens ao original, mas com um estilo novo e politicamente incorreto.



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.

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
ou pelos telefones:
(21) 2585-2002 ou (21) 2585-2002



Venda-se

Harry Beckwith e Christine Clifford Beckwith, com tradução de Maria Clara De Biase W. Fernandes Editora Bestseller 288 páginas

Venda-se é a reunião de três livros sobre técnicas de vendas, desenvolvimento profissional - com dicas para recém-formados - e lições de etiqueta e comportamento. Partindo do pressuposto de que as pessoas são julgadas pela aparência, os Beckwith elaboraram um guia que ensina como construir e cultivar sua imagem de maneira eficaz e convincente. Eles apresentam uma coleção com mais de 160 dicas em textos curtos, para que o leitor aprenda como utilizar competências pessoais e causar uma impressão positiva e confiante.



Alta performance em vendas

Dale Carnegie and Associates, Inc., J. Oliver Crom e Michael Crom - tradução de Orlando Bandeira Editora Best Seller 280 páginas

Esqueça o dinheiro. O que realmente faz o mundo girar são as vendas. Exagero? Talvez. Mas quando lembramos que o entregador de uma grande loja não teria emprego se o vendedor não efetuasse a transação, tudo ganha uma perspectiva diferente. Neste livro, a organização Dale Carnegie explica como vencer a concorrência, chamar a atenção, conquistar a confiança e garantir a venda. O livro traz conselhos que vão do prático ao psicológico, e é perfeito para ajudar vendedores a criar uma relação longa e proveitosa com os clientes.



VALE A PENA NAVEGAR

www.odiario.com/blogs/brunagusmao: a professora de inglês e jornalista traz dicas e curiosidades sobre a língua inglesa; dicas de leituras, erros de traduções, expressões usadas no dia-a-dia são alguns dos temas comentados por Bruna Gusmão, que morou nos Estados Unidos e frequentemente volta ao país

<http://www.airu.com.br>: loja virtual de produtos desenvolvidos por designers e artesanato de todo o país; há produtos para casa, bijuterias, artesanato e até convite e lembrancinhas para casamento

<http://www.endeavor.org.br/>: no site desta entidade com foco no empreendedorismo, que está presente em vários países, o empresário encontra artigos sobre estratégia, marketing, vendas, gestão, entre outros assuntos; também há vídeos, agenda de cursos e eventos

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

QUEM ANUNCIA VENDE,

SHOP TOUR

QUEM ASSISTE COMPRA!

44 2101 0001

shoptourmaringa.com.br

Oportunidade para jovens e benefícios para as empresas

Contratar estudantes ou trainees graduados oferece oportunidades para quem quer entrar no mercado e renova o ambiente empresarial com ideias e trocas de informações ; conheça as diferenças entre estas duas modalidades de contratação

Fernanda Bertola

Cada vez mais disputada, a maioria das vagas no mercado de trabalho tem por alvo quem possui qualificação e experiência. Por esta razão, os programas de estágio e

trainee se apresentam como interessante alternativa para quem está em busca do primeiro emprego. Sob a ótica das empresas, além de oferecer oportunidades, abrir espaço para jovens inexperientes significa a renovação do ambiente

profissional.

Esta é a opção da Romagnole Produtos Elétricos S.A., empresa localizada em Mandaguari. A coordenadora de gestão de pessoas da empresa, Gisele Galatti, diz que o objetivo é oxigenar o clima da

Walter Fernandes



Trainees da Cocamar; empresa também conta com 38 estagiários, que ocupam vagas na indústria e departamento técnico

empresa com novas ideias, pois a troca de informações é vantajosa para empresa e colaborador.

A formação dos profissionais de acordo com a cultura da empresa é um dos destaques do programa de estágios e trainees da Romagnole. “Os trainees possuem os conhecimentos técnicos adquiridos na graduação que podem ser desenvolvidos na prática, de acordo com os direcionamentos da empresa”, explica Gisele.

Os programas da Romagnole também estimulam o desenvolvimento dos profissionais que entram e aqueles que já estão na organização. Por meio destes programas é possível desenvolver perfis flexíveis nos jovens, preparando funcionários para assumir postos em diversas áreas.

Antes da contratação, os estudantes passam pelos processos de seleção, dinâmica de grupo, entrevistas com o departamento de recursos humanos, testes específicos e psicológicos e entrevistas com gestores na fase final. O tem-

Walter Fernandes



Com seis trainees e dez estagiários, a Romagnole acredita na renovação de ideias trazida pelos programas: “é vantajoso para a empresa e para o colaborador”, diz Gisele Galatti

po de recrutamento dura de 20 a 30 dias, incluindo a divulgação de vagas abertas em faculdades, instituições de pós-graduação, jornais e recebimento de currículos.

Os programas são desenvolvi-

dos em sistema de *job rotation*. O profissional entra no setor para aprender sobre a área e fica por determinado período em cada subsistema com acompanhamento de outro profissional da

ESTÁGIO



Voltado a estudantes, em funções compatíveis com a área de estudo



Não tem vínculo empregatício e nem benefícios trabalhistas, mas oferece férias e salário



Carga horária diária de seis horas



Possibilita ao estudante colocar em prática o aprendizado recebido no curso em andamento



Grande oferta de vagas por empresas de qualquer porte



TRAINEE



Direcionado a jovens formados ou cursando o último ano da graduação



Duração do trabalho a cargo da empresa, normalmente de dois a quatro anos



Registrado pela CLT



Carga horária diária de oito horas



Os jovens passam por diversas áreas da empresa com a finalidade de ocupar cargos de gestão



Menor oferta de vagas, buscadas preferencialmente por empresas de grande porte

FONTE | Sônia Ignatowicz Vidotti, consultora em gestão empresarial do Sebrae-PR

@wvainer

www.acim.com.br

empresa. Também são oferecidos treinamentos específicos para cada público, visitas técnicas em outras áreas, atividades como resenhas, leituras, análises e dinâmicas de grupos, todas para o desenvolvimento das competências do *trainee* e do estagiário. “O *trainee* e o estagiário recebem *feedback* constante, e ele mesmo se avalia, identificando sua evolução. O RH auxilia nas dificuldades que surgem, no intuito de acelerar o desenvolvimento”, completa Gisele.

Seis *trainees* e dez estagiários fazem parte da atual equipe da empresa, atuando nas áreas administrativas (financeiro, controladoria, jurídico, marketing, tecnologia de informação, segurança do trabalho) e de apoio à produção (manutenção, almoxarifado, administrativo de fábrica). De acordo com Gisele, o percentual de aproveitamento do programa de *trainee* chega a 71% e de estagiário, 61%.

A Cocamar também aderiu aos programas de estágio e *trainee*, pelos quais pretende formar profissionais capacitados e, posteriormente, adequá-los às funções necessárias.

O processo de recrutamento da Cocamar tem duração de três semanas. Inicialmente as vagas são divulgadas no site para posterior triagem dos currículos recebidos e agendamento do processo seletivo, que ocorre em duas fases. A primeira é coletiva. A segunda, individual, somente com os aprovados na primeira etapa. “Analisamos as competências comportamentais do candidato e os aspectos psicológicos”, explica Débora Cristina de Souza, uma das responsáveis pelo setor de gestão de pessoas da cooperativa.

O estágio na lei



O estagiário **poderá receber bolsa** ou outra forma de contraprestação, sendo compulsória a sua concessão. E na hipótese de estágio não obrigatório, auxílio-transporte;



O **contrato de estágio** numa mesma empresa pode durar até dois anos;



O estudante tem direito a **um mês de férias** – remuneradas, caso receba bolsa ou outra forma de remuneração – ao completar 12 meses de estágio;



A **carga horária** dos estagiários que cursam o ensino superior, educação profissional de nível médio e o ensino médio regular não pode superar 30 horas semanais.

Lei Nº 11.788/2008

Trabalham na Cocamar, em Maringá, 38 estagiários e cinco *trainees*, ocupando vagas nos setores da indústria e departamento técnico. A empresa também possui funcionários efetivados por meio dos programas nos setores financeiro, de psicologia e coordenação.

Internacional

Ter oportunidade de adquirir experiência profissional no exterior é o desejo de muitos estudantes. Em Maringá, uma das instituições que oferecem programas profissionais e sociais fora do Brasil é a Aiesec, maior organização de estudantes do mundo, presente em 112 países.

De acordo com a diretora de intercâmbio universitário profissional da Aiesec, Natália Millaré, cerca de 12 processos são efetuados anualmente em Maringá.

Para quem está atrás de profissionalização fora do Brasil e já possui experiência profissional, a indicação é o programa *Talents Globais*, cujo interessado deve se enquadrar nas áreas que correspondem às vagas disponíveis. “O estudante que desenvolve atividade profissional recebe uma bolsa-auxílio para os mantimentos necessários, como moradia e alimentação”, informa Natália.

Já nos programas sociais, so-



Walter Fernandes

“O intercâmbio é uma grande oportunidade de agregar diferencial ao currículo para trabalhar no Brasil”, afirma Natália Millaré, da Aiesec

mente o trabalho voluntário dos estudantes é aceito, paralelamente a cursos correspondentes à área em que desempenham a função.

Os programas – profissionais e sociais – têm duração de seis meses a dois anos e são oferecidos para interessados que cursam graduação, pós-graduação ou mestrado, ou que estejam até dois anos desvinculados da instituição de ensino. Os pré-requisitos envolvem inglês avançado, idade entre 18 e 30 anos, e no caso profissional, experiência. A Aiesec faz a ponte entre empresa e candidato, sendo este o responsável pelos custos de passagem, controle da saúde e visto.

“O intercâmbio é uma grande oportunidade de agregar diferencial ao currículo para trabalhar no Brasil, mas também temos exemplos de estudantes efetivados em outros países, além de empresas que estendem o prazo inicial estabelecido para estágio ou trainee”, afirma Natália.

Na falta de experiência, aprendizagem e treinamento

Presente em 300 associações comerciais, com 20 mil empresas cadastradas e cerca de 300 mil estudantes, o Programa de Complementação Educacional (Proe) oferece estágio a universitários e estudantes do ensino médio. Só em Maringá são 40 mil interessados nas vagas ofertadas por, aproximadamente, três mil empresas.

Segundo o supervisor do Proe, Cleber Semensate, quando a empresa abre mão da experiência, os estágios compreendem períodos de aprendizagem para treinar o funcionário e proporcionar experiência. Em contrapartida, além do valor da bolsa-auxílio ser acessível, a empresa fica livre de encargos sociais. “Os resultados são positivos. Em 80% dos casos o estudante é efetivado como

funcionário ao vencer o contrato de estágio”, explica ele.

A empresa interessada nos estagiários intermediados pelo Proe deve entrar em contato com o programa para disponibilizar a vaga. Semensate explica que vagas em linha de produção, setor de vendas e telemarketing desestimulam o estudante porque são atividades que exigem demais para o primeiro emprego.

“As vagas adequadas para estudantes do ensino médio normalmente estão no setor administrativo. Para alunos do ensino superior, as melhores são da área específica correspondente ao curso”, completa.

Os cadastros dos candidatos estão disponíveis em www.proe.org.br ou nas unidades do programa. ■

Potencial para um centro de convenções. Quem se habilita?

Não há dúvidas que Maringá carece de um centro de convenções, o que impulsionaria o turismo de eventos; para esclarecer dúvidas sobre o assunto, dois especialistas estiveram na cidade conversando com empresários

Walter Fernandes



Sérgio Camargo e Margareth Sobrinho Pizatto, da Abraccef: apesar de empreendimento poder ser construído e administrado pela iniciativa privada, é preciso apoio político para a viabilização

Rosângela Gris

Um estabelecimento empresarial, fixo e permanente, com oferta de espaços e serviços para a realização de eventos por meio de locação ou cessão em caráter temporário. É desta forma que a Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras (Abraccef) define um centro de convenções, equipamento turístico

cobiçado há algum tempo por Maringá para entrar na rentável rota de destinos de turismo de eventos no Brasil. Hoje, a associação representa 73 centros de convenções – entre públicos e privados – espalhados pelos quatro cantos do país que, juntos, recebem aproximadamente 19,8 mil eventos por ano por onde circulam 28 milhões de pessoas. A movimentação financeira anual

chega a R\$ 5 bilhões.

Em visita a Maringá, em 5 de setembro, o consultor da Abraccef, Sérgio Camilo de Camargo, detalhou os impactos econômicos que a instalação de um centro de convenções pode trazer à cidade e afirmou ver potencial local para tal empreendimento, porém destacou a necessidade da realização de estudos aprofundados para a execução do

projeto. “É preciso fazer um levantamento da capacidade hoteleira, do número de bares e restaurantes, da oferta de voos e do acesso rodoviário. São estes dados que vão apontar o tamanho e a capacidade do centro de convenções condizente com a realidade maringaense”.

Falando para uma plateia de empresários do segmento de turismo e organizadores de eventos, o consultor listou algumas exigências na elaboração do projeto de um centro de convenção como acessibilidade, capacidade elétrica compatível, sistema de comunicação eficaz, projeto acústico, auditórios para no mínimo 300 pessoas, salas de apoio, área de circulação aos participantes e projetos de iluminação.

Também presente na palestra organizada pela ACIM em parceria com o Maringá e Região Convention & Visitors Bureau e o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), a presidente da Abraccef, Margareth Sobrinho Pizzato, atentou para a importância da profissionalização dos serviços. “O turismo de negócios e eventos não admite amadorismo. É preciso uma gestão profissional, seja ela pública ou privada, para assegurar o desenvolvimento e a rentabilidade que um centro de eventos é capaz de proporcionar a uma cidade”, afirmou.

Camargo citou três modelos de gestão: com dinheiro e gestão pública; empreendimentos públicos administrados pela iniciativa pri-

vada; e construídos e geridos pela iniciativa, sendo que o último é o que apresenta maior sucesso.

O consultor ressalta, no entanto, que o apoio político é primordial a instalação de um empreendimento de tamanhas proporções. “Não basta a vontade do empresariado local para o negócio acontecer. O poder público precisa contribuir uma vez que estamos falando de um equipamento turístico que exige um alto investimento, porém que tem um efeito multiplicador na economia. Um centro de convenções aumenta o fluxo de turistas, gera emprego e renda, contribui para a disseminação do conhecimento e da informação e fomenta as atividades produtivas”, conclui. ■

GRUPO **RIC 25** Apresenta

Local: **out MARINGÁ**
CENTRO DE EVENTOS

Apartir
23:00 horas

CAPITAL INICIAL 26 OUT

RIC TV RECORD HIRON Produções

INFORMAÇÕES 44 9916-5621 - 3029-0555

www.acim.com.br

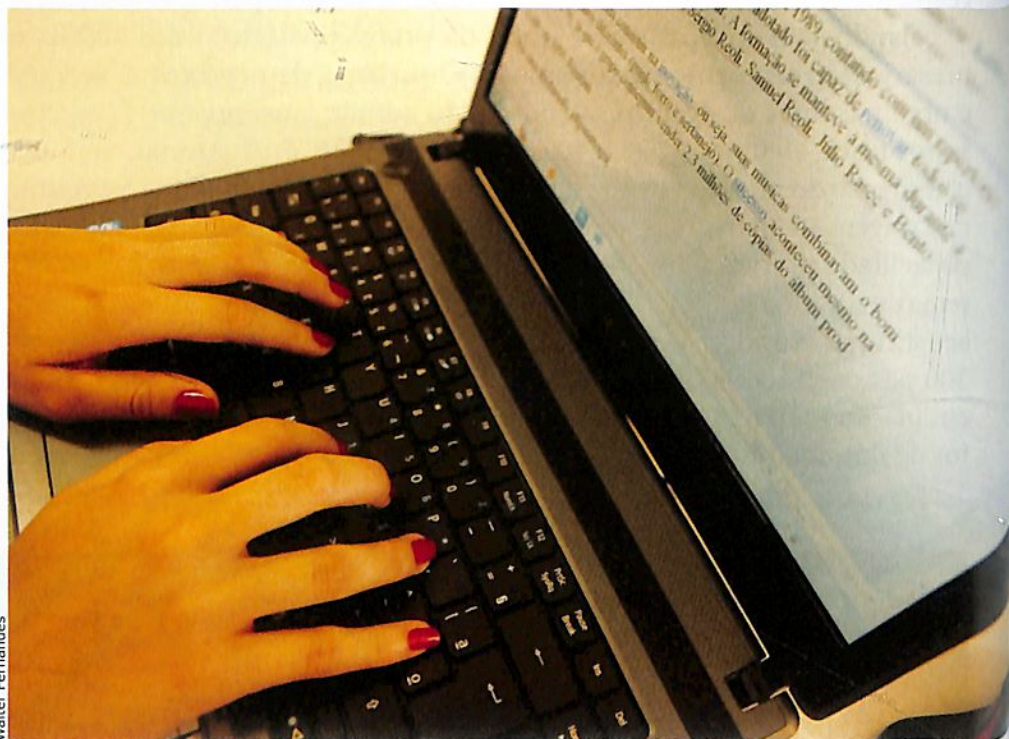
Entre o escrito e o dito

Revisar um texto é muito mais do que delegar o encontro de erros ortográficos ou de concordância a revisores de texto do computador; é transmitir mensagens de forma clara e precisa

“**D**eve-se escrever da mesma maneira como as lavadeiras lá de Alagoas fazem seu ofício. Elas começam com uma primeira lavada, molham a roupa suja na beira da lagoa ou do riacho, torcem o pano, molham-no novamente, voltam a torcer”. O texto é de Graciliano Ramos e define a maneira singular como deve ser o processo de escritura de um texto. Escrever é muito mais do que jogar palavras no papel. É uma prática diligente, cuidadosa, que requer zelo, empenho. É preciso que se encontrem os melhores meios para se dizer o que se quer dizer, que se selecionem os caminhos para a condução do texto, de maneira a propiciar reparos, ajustes e adequações. Nesse sentido, é durante a revisão do material escrito que se dá o trânsito entre a figura do escritor e dos possíveis leitores e proceder às adequações que se fizerem necessárias.

A revisão de um texto vai muito além da mera adequação ortográfica e gramatical. Envolve, dentre outras, questões de natureza comunicacional e discursiva. Ao rever e ao reescrever o texto, o autor pode selecionar, entre as inúmeras possibilidades oferecidas pela língua para transmitir uma informação, aquela que, dentro do contexto, é mais adequada, precisa e clara.

Em tempos de modernos processadores de textos, há quem opte por dispensar interferências no material escrito e incumba aos corretores ortográficos a “revisão”



Walter Fernandes

do material. O grande perigo reside aí. Uma boa revisão não se limita aos formalismos linguísticos (um hífen que cai ou um acento que é suprimido). É o momento em que se verificam intenções, sugerem-se cortes, realizam-se inclusões, fazem-se inversões, promovem-se deslocamentos. Em outras palavras, a revisão não é uma “caça aos erros”. É, antes de tudo, uma aliada do autor no processo de produção de sentidos, de reforço da mensagem.

Em suma, por mais habilidade que se tenha com a caneta ou com o teclado do computador, é humanamente impossível escrever sem se cometer nenhum deslize. Haverá sempre uma vírgula impertinente, um dedo que esbarra numa letra

indesejada ou um acento que se perde no caminho. Por essa razão, é indispensável debruçar-se sobre o texto, travar “diálogos” com ele, verificar a precisão da mensagem que se deseja transmitir. Entre a organização mental das ideias e a transmissão para o papel haverá sempre algo a ser retificado, ora suprimido ora acrescentado. A dica ainda é o treino: quanto mais se treina a escrita, mais nos tornamos aptos a praticá-la de forma concisa e correta.

André Ricardo Lima é Mestre em Linguística e ministra aulas de Gramática e Redação em escolas da rede privada de Maringá e região

PEGASUS BUREAU



soluções em imagem corporativa



44 3266 3316

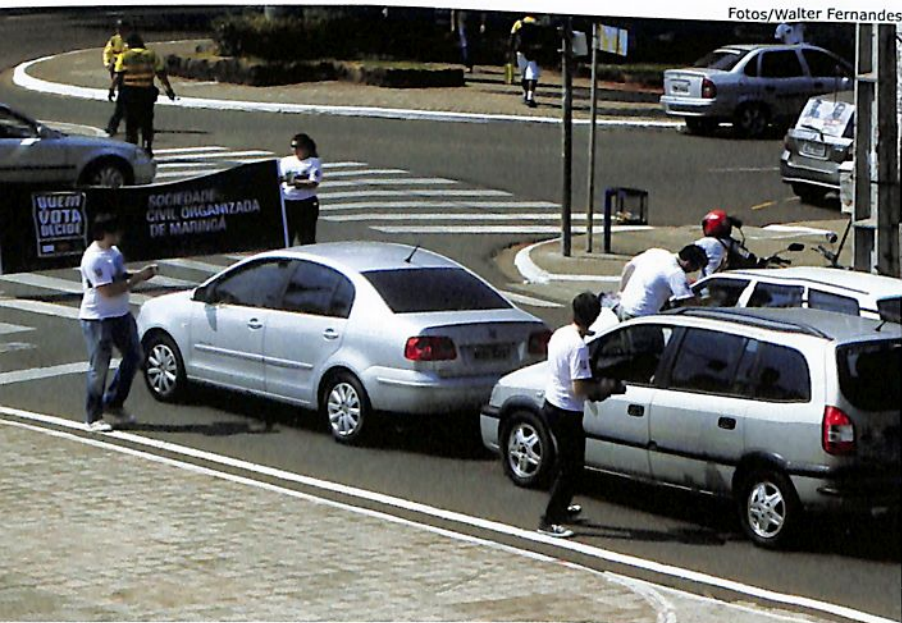
www.pegasusbureau.com.br

TOTENS | FACHADAS | DISPLAYS/PDV | FROTAS | PAINÉIS | SINALIZAÇÃO | PROJETOS ESPECIAIS

Voto consciente e propostas para Maringá

No período eleitoral a ACIM recebeu os oito candidatos a prefeito e foi uma das entidades a assinar campanha em prol da responsabilidade na hora de votar; Associação Comercial também entregou aos candidatos propostas para o desenvolvimento da cidade

Fotos/Walter Fernandes



ACIM foi uma das 80 entidades realizadoras da campanha do Voto Consciente, que teve ações de adesivagens de automóveis e passeata

Giovana Campanha

Apartidária, mas politicamente ativa. Esta filosofia guiou o trabalho da ACIM durante o período eleitoral. A entidade agiu em duas frentes: proporcionou um espaço democrático para que os candidatos a prefeito apresentassem as propostas de governo e foi uma das realizadoras da campanha pelo voto consciente, que diante da adesão de mais de 80 entidades e com a finalidade de não privilegiar nenhum dos signatários, foi assinada pela Sociedade Civil Organizada.

Três ações marcaram a cons-

cientização da população sobre a importância do voto consciente. Nos dias 15 e 22 de setembro foram realizadas adesivagens de veículos e entrega de folders explicando as funções dos vereadores e do prefeito em pontos estratégicos da cidade (no cruzamento das avenidas Getúlio Vargas e Brasil; e no cruzamento das avenidas Tiradentes e Duque de Caxias). E na véspera do primeiro turno, em 6 de outubro, está programada uma grande passeata, com a participação de dezenas de pessoas percorrendo os principais trechos comerciais da região central de Maringá. “Os diretores e

colaboradores da ACIM aderiram à campanha e voluntariamente foram às ruas conscientizar os eleitores sobre a importância de votar de maneira consciente. É uma atitude de respeito com a cidadania”, diz o presidente da Associação Comercial, Marco Tadeu Barbosa.

Uma campanha publicitária exclusiva está sendo veiculada em emissoras de rádio, televisão, jornais e outdoors, graças a parcerias com empresas de comunicação.

Propostas para Maringá

Os oito candidatos que disputam o cargo de prefeito de Maringá pu-

deram apresentar suas propostas de governo nas reuniões do Conselho de Administração da ACIM, que são abertas à comunidade, realizadas às segundas-feiras, entre 6 de agosto e 24 de setembro. As datas foram escolhidas por sorteio, em junho, diante dos assessores dos candidatos, e os postulantes ao cargo assinaram um termo de compromisso: todos teriam tempo igual para exposição de propostas e para responder questionamentos dos participantes das

reuniões e se comprometiam a não participar da exposição de propostas de outros candidatos. A visita dos candidatos só foi divulgada pela assessoria de imprensa da ACIM para garantir isonomia.

Ao final das apresentações, os candidatos receberam um documento com propostas para o desenvolvimento de Maringá nas áreas de ciência e tecnologia; meio ambiente; infraestrutura e transportes; construção civil; educação

e qualificação dos trabalhadores; segurança; comércio e serviços; turismo. O documento foi elaborado em conjunto pela ACIM, Conseg Maringá, OAB, Sociedade Médica, Sivamar, Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, Secovi, Aeam, APL de Software e Codem.

Veja as principais propostas apresentadas pelos candidatos a prefeito de Maringá, de acordo com a ordem de datas de apresentação na ACIM:

Roberto Pupin

O candidato pelo Partido Progressista se comprometeu a fazer um cinturão verde em Maringá e ampliar o número de academias da terceira idade (ATI). Pupin apresentou o projeto da Cidade Industrial de Maringá, que fica próximo ao aeroporto regional Silvio Name Júnior. Serão 150 alqueires, sendo que cerca de 80 já pertencem à prefeitura. Parte desta área será destinada a indústrias, com lotes de vários tamanhos, e diversas entidades, como o Lactec deverão migrar para lá. "É um projeto arrojado e que com a continuidade da gestão será implementado e bem-sucedido".

Outras propostas do candidato são a construção de escolas e creches, além da implantação de uma unidade básica do trabalhador. Pupin se comprometeu a não doar terreno para que a Secretaria de Justiça construa novas unidades prisionais.



Enio Verri

Segundo candidato a apresentar propostas, Enio Verri (PT) assumiu o compromisso de dar continuidade aos projetos públicos bem sucedidos e corrigir deficiências. Ele prometeu consolidar a Cidade Industrial e o Parque Tecnológico e utilizar ferramentas da legislação para baratear o preço do metro quadrado do solo urbano, como o IPTU progressivo.

Verri falou que o transporte e a mobilidade urbana receberão atenção especial. As prioridades serão as formas coletivas de transporte, como o Veículo Leve sobre Trilhos (VLTs).

Na área da saúde, ele pretende resgatar e ampliar o Programa Saúde da Família, retomar as policlínicas, ampliar o número de unidade de pronto-atendimento em quatro unidades, além de reestruturar e colocar em atividade todas as alas do Hospital Municipal.



Débora Paiva

Candidata pela coligação PSOL/PSTU, Débora Paiva quer alterar a lei orgânica para expropriar imóveis que estão ociosos há mais de cinco anos sem cumprir função social. Outra proposta é a destinação de 6% do orçamento para a construção de casas populares.

Se eleita, Débora adotará medidas para a execução de um transporte coletivo estatal, barato e de qualidade. "Entendemos que a relação entre a prefeitura e a TCCC não é um exemplo bom. Por que este monopólio?", questionou.

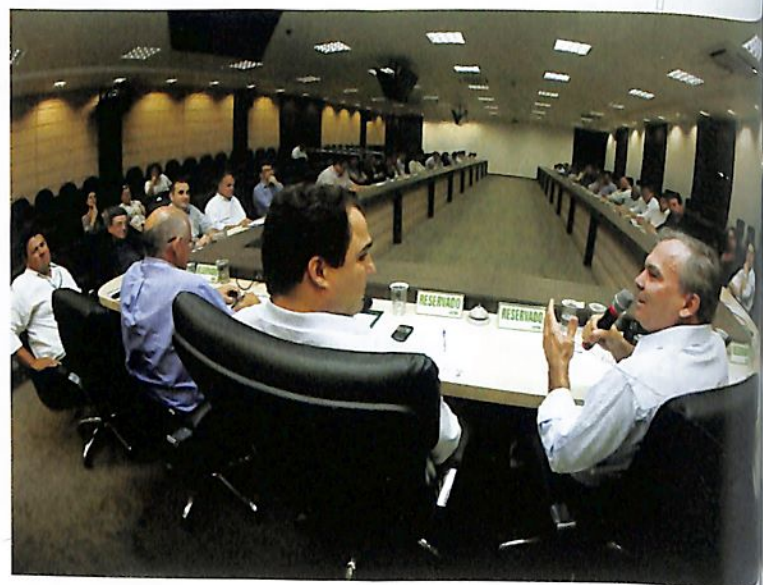
Ela se compromete a ampliar e estruturar as unidades de atendimento de saúde 24 horas nos bairros mais populares, bem como ampliar o número de vagas em creches. A recuperação de córregos e rios e o fortalecimento das cooperativas de lixo deverão ser prioridades na área ambiental.



Alberto Abraão

Alberto Abraão destacou que o projeto de governo foi elaborado em sintonia com as bases do PV, que tem como um dos pilares a sustentabilidade. "Precisamos de uma nova concepção urbanística. Um trânsito com maior fluidez e menos congestionamento. Os carros devem ser usados para grandes percursos na cidade. Pequenos percursos devem ser feitos por meio de transporte público, ciclovias e a pé", defendeu.

Outras propostas são a implantação de um plano de cargos e salários para os servidores municipais, incentivar a reciclagem e compostagem do lixo e contratar a iniciativa privada para agilizar o atendimento público de saúde. E em relação à segurança, ele se comprometeu a criar mais espaços culturais e de lazer, o que garantiria a difusão do direito do ócio e de usufruir da vida.



Hercules Ananias

Hercules Ananias (PSDC) destacou que é o primeiro candidato negro disputando o cargo de prefeito da cidade. Na área de saúde pública, ele quer viabilizar um projeto para descentralizar as consultas. Na educação vai incentivar a educação integral e instituirá eleições diretas para a escolha dos diretores das escolas. "Chega do tempo de ditadura e do jogo de apadrinhamento".

O incentivo a maior prática esportiva, a valorização do esporte amador e a "formação de um time de futebol profissional vitorioso" são ações na área de esporte. Outros projetos do candidato são a construção de casas populares e a melhoria do salário dos servidores, principalmente de funcionários de creches e de guardas municipais. Nas propostas dele também consta a criação de uma faculdade pública "exclusiva para pessoas carentes".



Maria Iraclézia

Maria Iraclézia (DEM) destacou a opção por uma coligação independente político-partidária "que permitirá que os cargos públicos sejam preenchidos por pessoas competentes e não por indicação".

Ela afirmou que a boa gestão terá como tripé a informação, tecnologia e educação. Um dos projetos é que toda família maringaense tenha um computador com acesso a internet em casa. A candidata assumiu ainda o compromisso de continuar implantando a educação integral e de aumentar os investimentos em cultura e esporte.

Ela quer rever a planilha de custos do transporte público e estender o benefício do transporte gratuito para mulheres grávidas. A construção e a ampliação de ciclovias também constam no plano de governo e, para isso, ela pretende buscar linhas especiais do governo federal para este tipo de obra.



Dr. Batista

Candidato pelo PMN, Dr. Batista defendeu a medicina preventiva e não apenas a curativa e para acelerar a fila de atendimento público de saúde, se propõe a contratar clínicas particulares.

Ele defendeu também a formação de atletas investindo no esporte de base. E vai disponibilizar o Ginásio Chico Neto para a realização de cerimônias de formatura de graduação.

Diante da necessidade da construção de um centro de convenções para que Maringá possa receber eventos de maior porte na área de turismo de eventos, o candidato se comprometeu a executar a obra. Prometeu também reativar as fanfarras e incentivar a criação de talentos.

A revitalização da avenida Brasil só será feita se houver um consenso com a comunidade. E será a população que ajudará a indicar os secretários municipais.



Wilson Quinteiro

"Não tive a oportunidade de ter mais partidos coligados, o que foi ruim no primeiro momento, mas é uma vantagem no segundo momento. Vou buscar secretários entre as melhores 'cabeças', sem olhar partido e focado na capacidade técnica ou em indicações de entidades". O compromisso foi assumido pelo candidato do PSB, Wilson Quinteiro. Na área da saúde ele quer entregar em domicílio medicamentos de uso contínuo e implantar o projeto ISS Saúde, onde o imposto municipal pago pelos oito hospitais da cidade seria revertido para a saúde pública.

A criação de uma secretaria municipal antidrogas e uma clínica para dependentes químicos mantida pela prefeitura também estão nos planos. Se eleito, Quinteiro vai criar uma agência de fomento municipal, para capacitar pequenos empreendedores e oferecer empréstimos de até R\$ 15 mil, com pagamento em 36 parcelas.



PROGRAMA DE FOMENTO ÀS EXPORTAÇÕES DE MARINGÁ
24 E 25 DE OUTUBRO - 19H ÀS 22H45

COMO PREPARAR A SUA EMPRESA PARA EXPORTAÇÃO

Treinamento para capacitar profissionais e empresários a iniciarem ou expandirem o processo de exportação em suas empresas.

Curso destinado aos exportadores, contadores, consultores e integrantes de departamentos de empresas que tenham contato, em algum momento, com o processo de exportação, além de outros interessados em aprofundar-se na prospecção de exportações.

PROGRAMAÇÃO

1. Estrutura e Sistemas do Comércio Exterior Brasileiro
2. Habilitação no Siscomex
3. Registro de Exportadores e Importadores (REI)
4. Nomenclatura e Classificação de Mercadorias
5. INCOTERMS – Termos Internacionais de Comércio
6. Modalidades de Pagamento
7. Aspectos Cambiais
8. Pontos Importantes – Resultados
9. Tratamento Administrativo
10. Documentos
11. Formas de Comercialização
12. Aspectos Fiscais
13. Despacho Aduaneiro
14. Formação de Preço

Carga horária: 8 horas

■ Treinamento ministrado por consultores e especialistas em comércio exterior parceiros ao Instituto Mercosul

CURSO GRATUITO PARA ASSOCIADOS ACIM!

Não associados: Investimento R\$ 100,00



Visite nosso site e conheça outros cursos:
www.institutomercosul.org.br



Curta nossa fanpage e acompanhe nossas ações:
facebook.com/inst.mercosul

■ INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES

eventos@institutomercosul.org.br
+55 44 3025.9616 com Johny

REALIZAÇÃO



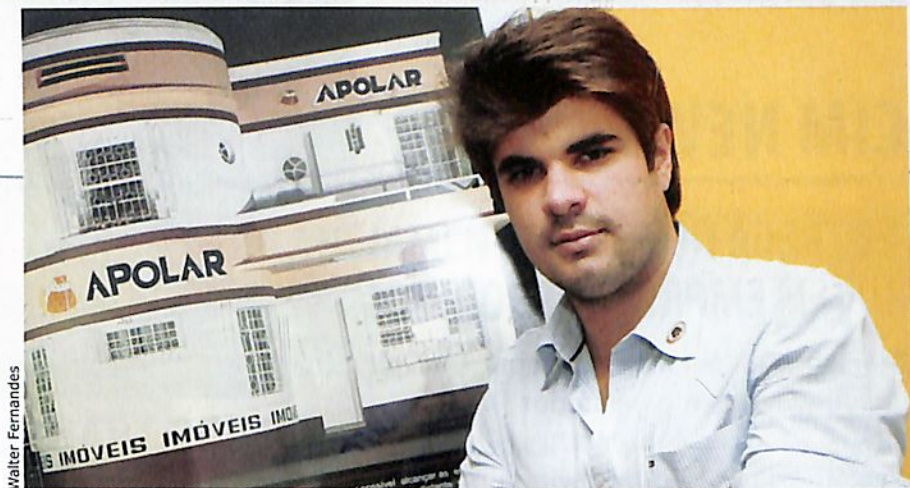
APOIO



CURSO

Para quem busca ampliação de conhecimentos, o Centro de Treinamento da ACIM traz o curso "Marketing, atendimento e vendas", que será realizado entre os dias 22 e 24 de outubro. Os objetivos serão desenvolver as habilidades e competências para que os participantes tenham uma visão mais ampla da atividade comercial, utilizando criatividade e ferramentas de marketing. O curso também abordará como melhorar a qualidade do atendimento para conquistar e manter clientes, e o desenvolvimento de técnicas de vendas.

Quem ministrará será Nerildo Bezerra, que é consultor e instrutor com vasta experiência contábil e administrativa em empresas como Coca-Cola e Gelita do Brasil. Para mais informações sobre este e outros que serão realizados pelo Centro de Treinamento, os fones são (44) 3025-9631 e 3025-9626.



ASSOCIADO DO MÊS

O desejo de ter o próprio negócio foi o que motivou o empresário Leandro Fiorati e seu sócio, a abrir, em Maringá, uma franquia da Apolar, inaugurada em agosto. A imobiliária está no mercado há mais de 40 anos, com aproximadamente 80 lojas franqueadas.

A Apolar mantém um site com sistema interligado que integra todas as ofertas e informações de todas as unidades. "A carteira de produtos de uma imobiliária de outro estado também cai em nosso sistema. Assim podemos trabalhar como parceiros e não como concorrentes", explica.

Outro diferencial destacado por Fiorati, que é conselheiro da ACIM, é a parceria mantida com imobiliárias em cidades da América do Norte e Europa para a locação de imóveis no exterior. Também há parceria para negócios em São Paulo e no litoral do Paraná e Santa Catarina.

Confiante, Fiorati acredita obter o retorno total do investimento em até dez meses. Inicialmente a unidade de Maringá está voltada para vendas, mas a partir do ano que vem a locação será integrada aos negócios. Para o final do ano, está prevista uma ação de divulgação junto a outras três lojas da marca que deverão ser inauguradas em Maringá.

A Apolar está localizada na avenida Teixeira Mendes, 1.050, loja 6. O fone é 3305-3302.

ACIM FAZ PLANTIO DE ÁRVORES PARA NEUTRALIZAR CARBONO

Para neutralizar as emissões de dióxido de carbono (CO₂) de três grandes eventos realizados pela entidade, a ACIM realizou o plantio de 200 mudas de árvores nativas, em 25 de agosto. O plantio foi no entroncamento do Córrego Moscados e Cleópatra, para compensar as emissões de gases das cerimônias dos prêmios Empresário do Ano 2011, Jovem Empreendedor 2011 e ACIM Mulher 2012.

Para chegar ao total de CO₂ emitido foi calculada a quantidade de dióxido de carbono produzido por cada pessoa envolvida na realização do evento, incluindo viagens e percursos de avião, gastos com energia elétrica, esgoto, lixo produzido e até cigarros consumidos. "Com base no estudo, as toneladas foram convertidas em número de árvores que ao longo de seu ciclo de vida neutralizarão o total de dióxido de carbono produzido durante o evento", explica o vice-presidente da ACIM para assuntos de meio ambiente, Wagner Severiano.



ENTREGA DO PRÊMIO JOVEM EMPREENDEDOR

Será em 26 de outubro a entrega do prêmio Jovem Empreendedor a Antônio Carlos Braga Júnior, proprietário da BS2. Com convites por adesão, a cerimônia de homenagem será, às 19h45, no Moinho Vermelho, com expectativa de receber 450 pessoas.

Hoje com 32 anos, Braga iniciou sua trajetória empresarial em 1998, quando montou a primeira empresa na área de tecnologia, a Flash Network, e em 2001 começou o projeto da BS2 na Incubadora Tecnológica de Maringá. Três anos depois a empresa saiu da incubadora e se destacava com um dos maiores provedores de internet da região. Em 2003 Braga Júnior iniciou o Crmall, um sistema de informação e marketing que hoje está instalado em vários shoppings do país. Depois de assistir um show do U2 em São Paulo, ele viu uma nova oportunidade de negócio e lançou, em 2006, a Automaticket, que confecciona ingressos seguros e está entre as maiores empresas do segmento no Brasil.

O prêmio é concedido pelo conselho de jovens empresários da ACIM, o Copejem, e no ano passado homenageou Michel Felipe Soares, proprietário da Patrimonium e da Alltech Rastreamento Veicular.

A cerimônia de homenagem terá o patrocínio de: Adegas Brasil, Agência de Fomento - Banco do Empreendedor, Antenas Aquário, Automação Maringá, Cesumar, Consórcio Triângulo, Ecoingá, Estúdio Croma, FCV, Imobiliária Silvío Iwata, Martimaq, O Diário do Norte do Paraná, PAM Saúde, Sebrae, Senior Consultoria, Sérgio Yamada Computação, Shopping Avenida Center e Shopping Cidade.



Walter Fernandes

JUIZ DO TRABALHO

O diretor do Fórum do Trabalho em Maringá, o juiz Marcos Aurélio Lopes, esteve na ACIM em 18 de setembro. Em uma visita cortesia, Lopes foi recepcionado por Marco Tadeu Barbosa e conheceu um pouco mais sobre o trabalho da Associação Comercial; na foto Afonso Shiozaki, Marco Tadeu Barbosa, Marcos Aurélio Lopes e Adilson Emir Santos.



Hugo Lemos

CONSELHO SUPERIOR VISITA CESUMAR

Os membros do Conselho Superior da ACIM visitaram o Cesumar, em 24 de setembro. Na ocasião, o reitor da instituição, Wilson de Matos Silva, falou sobre o panorama do ensino no Brasil, estabelecendo paralelos com outros países e comentou os gargalos da educação no Brasil.

Depois os conselheiros visitaram o Museu Cesumar, composto pela Casa do Pioneiro, Museu Multidimensional e Tulha de Café. Eles também assistiram um vídeo, em tecnologia 4D, que possibilita sobrevoar, por meio de imagens, os principais pontos turísticos da cidade. A Casa do Pioneiro é uma reconstrução de uma casa de 1953, que era de propriedade de Shozo Arai.

Durante a visita, o presidente do Conselho Superior da ACIM, Adilson Emir Santos, entregou ao reitor do Cesumar uma estatueta do Colono do Café, de autoria do artista plástico Zanzal Mattar. A homenagem foi devido aos relevantes serviços prestados por Matos na área educacional da cidade.



Walter Fernandes

MINISTRO PAULO BERNARDO NA ACIM

Durante a visita que fez a ACIM em 21 de setembro, o ministro Paulo Bernardo falou, para os conselheiros da entidade, sobre seu trabalho à frente do Ministério das Comunicações. Ele disse que 97% dos lares brasileiros têm televisão e 90% têm rádio. E como há 300 milhões de aparelhos de rádio no país, tem sido discutido pelo ministério um modelo de rádio digital compatível à realidade brasileira em preço e demanda.

O ministro também falou sobre o aumento de assinantes de tv paga, que neste ano deverá ser ampliado em mais de 4 milhões e até 2014 o serviço deverá estar presente na metade dos lares brasileiros. Em situação oposta, já que vem registrando decréscimo, a telefonia fixa poderá contar com novas regras nas concessões para reverter o quadro. Já em relação a internet, Paulo Bernardo disse que no ano passado 38% dos domicílios contavam com o serviço, número que deverá saltar para 70% em 2014. Falou ainda sobre a internet 4G, que foi licitada pelo governo semanas atrás. E que em novembro a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) vai emitir um relatório apontando a qualidade dos serviços oferecidos pelas empresas de telefonia móvel, já que o serviço tem sido motivo de reclamação dos consumidores pela má qualidade, o que gerou a suspensão de vendas de novos chips em julho. Mas o ministro reconheceu que a tributação é alta na telefonia, e que o governo precisa reduzi-la, o que ajudará a ampliar os investimentos privados no setor.

Ao final do encontro, Paulo Bernardo respondeu a questionamentos sobre telefonia rural, entre outras dúvidas da diretoria da ACIM.

PLANEJAMENTO PATRIMONIAL E SUCESSÓRIO

Walter Fernandes



“Pulverização de capital” foi o tema da palestra ministrada em parceria com a Fundação Dom Cabral e J Valério para associados da ACIM, no dia 4 do mês passado. Sem custo, a palestra abordou aspectos jurídicos relacionados ao planejamento patrimonial, sucessório e societário das famílias empresariais. Quem ministrou foi Luciano Anghinoni, que atua na área de direito societário de família e de sucessões e com empresas familiares do sul do Brasil.

Questiona o palestrante: “é uma característica dos empresários o dinamismo, mas como será o dia em que ele estiver ausente?”. A resposta envolve a importância das famílias discutirem a sucessão do patrimônio e decidam o futuro do negócio enquanto há harmonia.

PASSO A PASSO DAS IMPORTAÇÕES

Dúvidas sobre o processo de importação e tributos incidentes sobre produtos importados poderão ser esclarecidas no treinamento que o Instituto Mercosul promoverá em outubro em parceria com a ACIM. “Importação passo a passo” será realizado no dia 25, na sede da ACIM, das 8h30 às 17h30 com intervalo para o almoço.

Aos participantes do treinamento serão proporcionados os conhecimentos para o desenvolvimento, implementação e condução de um processo eficaz de importação. A instrutora será Cibele Burdmann, que possui mais de 35 anos de experiência em importação e exportação, tendo trabalhado como gerente de negócios internacionais atuando no fechamento de câmbio, em importações e exportações. Cibele é ainda palestrante para entidades voltadas ao comércio exterior e professora da Fundação Armando Álvares Penteado, de São Paulo.

Serão oferecidos descontos no valor do investimento para inscrições em grupos. O valor da inscrição para o treinamento será de R\$ 150 para associados da ACIM e estudantes e R\$ 200 para não associados. Mais informações podem ser obtidas pelo telefone (44) 3025-9613 ou pelo email eventos@institutomercosul.org.br

ACIM NEWS

AÇÃO SOCIAL DAS FARMÁCIAS DE MANIPULAÇÃO

Os dez empresários que integram o núcleo de farmácias de manipulação do programa Empreender, da ACIM, realizarão uma ação social: a partir deste mês as farmácias do núcleo Ello Magistral vão comercializar sabonete líquido, com 240 ml, a R\$ 10, com renda totalmente destinada a entidades sociais. A fórmula foi desenvolvida exclusivamente para a campanha e é a base de flor de laranjeira.

A ação terá continuidade por um ano e será dividida em três fases. Na primeira etapa, que acontecerá até dezembro, a estimativa é comercializar 330 unidades. Com a renda serão adquiridos brinquedos, que serão doados para três entidades que assistem crianças. Participam da ação as seguintes farmácias de manipulação: Alfazema, Botica Chateau D'or, Dermatológica, Ervanário, Gallen, Medicinal, Biofórmula, Pharmacon, Pharmavital e Farmácia São Paulo de Manipulação.

ACIM RECEBE VISITA DO EMBAIXADOR DA RÚSSIA

O embaixador da Rússia no Brasil, Sergey Akopov, esteve em Maringá em 11 de setembro. Na ACIM, ele se reuniu com empresários e lideranças para conhecer os potenciais da cidade e da região que possam atrair indústrias russas, em especial na produção de rastreadores por satélites.

Akopov ficou bastante otimista com os potenciais de negócios e elogiou a organização da sociedade em Maringá, a exemplo da ACIM e Conselho de Desenvolvimento Econômico (Codem). Também achou interessante o elo entre poder público e iniciativa privada na atração de negócios.



Walter Fernandes

DOAÇÃO PARA O IAP

A ACIM doou duas mesas de escritório e dois computadores para o Instituto Ambiental do Paraná (IAP). O termo de doação foi assinado pelo presidente da Associação Comercial, Marco Tadeu Barbosa, e pelo chefe regional do IAP, Mauro Cezar Braga, em 27 de agosto.



Ademilson Cardoso

NOVA DIRETORIA DO SINACAD

Criado em 2004 como uma das ações previstas pelo Núcleo Setorial de Academias e Escolas de Natação (NUSA), do Programa Empreender da ACIM, o Sindicato das Academias e Atividades Afins do Noroeste do Paraná (Sinacad) tem nova diretoria. Emerson Batistella, proprietário da Academia Trainers, substituiu Claudemir Moreno, dono da academia Físico & Forma. A posse da diretoria para gestão 2012/2014 aconteceu em 27 de setembro, na sede do Sinepe, que é o sindicato que representa os estabelecimentos privados de ensino no norte do Paraná. O Sinacad é o único sindicato patronal do gênero no interior do Paraná. Além de Maringá, há sindicato semelhante apenas em Curitiba.

Nos dois anos que terá à frente do sindicato, Batistella pretende fortalecer o trabalho desenvolvido pelas diretorias anteriores, no intuito de agregar mais filiados e investir em cursos na área de gestão para filiados e não filiados.



Walter Fernandes



Walter Fernandes

COMPROMISSO COM A TRANSPARÊNCIA

Os oito candidatos a prefeito de Maringá assinaram, em 21 de setembro, um termo de compromisso eleitoral elaborado pela Sociedade Eticamente Responsável (SER) e Observatório Social de Maringá. O documento teve o parecer favorável do Tribunal de Contas e trata do compromisso em fazer uma gestão transparente do dinheiro público. Entre os mais de 30 tópicos listados estão a implantação de sistemas de controle de estoque em todas as unidades consumidoras do município e o uso obrigatório do cartão ponto biométrico para todos os servidores.

Assinaram o documento os candidatos Alberto Abraão, Dr. Batista (representado por Lira Belotti), Débora Fernandes (representada por Ronaldo Cardoso), Enio Verri, Hercules Ananias, Maria Iraclézia, Roberto Pupin (representado por Cláudio Ferdinandi) e Wilson Quintero.

NOVA LEI DO MOTORISTA FOI TEMA DE PALESTRA

Os motoristas profissionais têm uma nova lei que trata da jornada de trabalho, tempo de espera e de descanso entre outros aspectos da profissão. Como a lei 12.619/2012 ainda gera muitas dúvidas, este foi o tema de um seminário em 18 de setembro, no Bristol Metr pole Hotel, e que teve realização conjunta da ACIM e Sindicato das Empresas de Transporte de Cargas e Logística de Maringá (Setcamar).

O tema "Gerenciando o tempo de direção" foi discutido por dois especialistas da Sascar, empresa especializada em soluções para gestão de frota e telemetria. Entre os t picos discutidos estiveram tempo de jornada, descanso do dia anterior, descanso na semana, tempo de direção, tempo parado em descanso e tempo de refeição. A lei assegura ao motorista profissional intervalo mínimo de uma hora para refeição, além de intervalo de repouso diário de 11 horas a cada 24 horas e descanso semanal de 35 horas.



Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 20 de agosto e 22 de setembro:

- A Casa da Sobremesa
- A. Silva Materiais para Construções
- Abner Pastéis
- Academia Impacto Vital
- Agape Epis
- Agiliza Rua Limpa
- Alka Administradora
- Animais Pet Shop
- Anita Dias Pires Fac  o
- Antonio Viera Produto Rural
- Aparecido Sabino Feitosa
- Apolar Imóveis Grevilea
- Associação Comercial de Santa F 
- Atitude Modas
- Atlas Marcas e Patentes
- Avisaeu.com
- Batentes Rondonia
- Borracharia Tróia
- Brazil Lanches
- BSD Maringá
- CA Volpato Casa de Massas
- Café Cremoso
- Cazanti Telecom
- CIA Est tica Cosméticos
- Cirúrgica Maringá
- Cleuza Aparecida Segantini Pisani
- Clínica das Roupas
- Colchões OrtoBom
- Color Cup
- Comercial São Francisco
- Cravo e Canela Panificadora
- D2 Soluções para Informática
- Definitiva
- Depósito Mauá
- Distribuidora Maringá
- Doce Liberdade
- Dondoca Lembrancinhas
- Dual Studio Pilates
- EGK Motos
- Engeplus
- Estofados Globo
- Eurocred Serviços Financeiros
- Fac  o Ana Maria da Silva
- Fenix Móveis
- Ferrari Veículos
- Flyjet Suprimentos
- Global Auto Peças
- GPR Digital
- Gráfica Reali
- Grupo Souza
- Hotel Lincoln
- Iarcas.com
- Ideal Cartuchos e Suprimentos
- Imperial Colchões
- In Market Comunicação
- Integral Colégio
- JR Engenharia Mecânica
- KS Telecom
- Loja Casual
- Loja Miuzza
- Mana Panificadora
- Maria Felpuda
- Marta Andrea da Silva
- Mercado JS
- Merlos Imobiliária II
- Merlos Imóveis
- Movelaria Universal
- Nortevisual
- Objetivo Vendas
- OM Jeans Wear
- Orion Marine
-  tica  ris
- P.W. Decorações
- Padaria Pão de Queijo Crocante
- Panificadora Pão Café
- Paraíso Segurança Eletr nica
- Personalize
- PF Transportes
- Pingo de Gente
- Pontos dos Uniformes
- Pontual Collor
- R3 Compressores
- Ramo Selvagem
- Restaurante Solene
- Rosseto Móveis
- Salgateria Damais
- Sanches e Figueiredo Assessoria
- Imobiliária
- Silicon Brasil
- Sino Real Caminhões
- Suspensul
- Studio Masson
- Uva e Verde
- Vilalva Franzoni da Silva
- Viller Insulators
- Visa Log Representações Comerciais
- Voip Equipamentos Eletr nicos
- Wizard  gua Verde
- Wizard Barra Bonita
- Wizard Bigorrilho
- Wizard Cabral
- Wizard Jardim das Américas
- Wizard Jaú
- Wizard Port o
- Wizard Santa Felicidade
- Yasmin  gua e Gás

www.acim.com.br



Walter Fernandes

O cooperativismo constrói um mundo melhor

No Paraná, o cooperativismo é um dos grandes responsáveis pela pujança da nossa gente. Em 2011, nossas cooperativas, de todos os segmentos, faturaram mais de R\$ 32 bilhões, o que representa 13% da riqueza anual produzida no Estado. Esses dados revelam o incrível potencial que o cooperativismo tem para mudar a realidade de muitas comunidades pelo Paraná e o Brasil afora

A ONU declarou 2012 como o Ano Internacional das Cooperativas. Afinal, um em cada sete habitantes do planeta faz parte de alguma cooperativa. O princípio de que juntos sempre podemos mais, embora seja simples em sua elaboração, é a essência de um movimento que tem transformado a vida de milhões de pessoas.

Todos sabemos que o cooperativismo é a face humana do capitalismo. Ele está baseado nos princípios da democracia, igualdade e compromisso com a sociedade. Assim, o cooperativismo é fundamental para o desenvolvimento econômico e social das comunidades onde está inserido.

No Paraná, o cooperativismo é um dos grandes responsáveis pela pujança da nossa gente. Em 2011, nossas cooperativas, de todos os segmentos, faturaram mais de R\$ 32 bilhões, o que representa 13% da riqueza anual produzida no Estado. Esses dados revelam o incrível potencial que o cooperativismo tem para mudar a realidade de muitas comunidades pelo Paraná e o Brasil afora.

No Sicoob Paraná temos estabelecido como nosso diferencial competitivo exatamente esse compromisso com o desenvolvimento das comunidades locais. Acreditamos que nossas cooperativas de crédito são instrumentos para alavancarmos riquezas e distribuímos a justiça social. Além do capital econômico, cujo dreno para outras praças é contido e reinvestido em seus locais de origem, o Sicoob Paraná tem um compromisso em desenvolver o capital social, a formação de lideranças empresariais e de cooperados que efetivamente sintam-se responsáveis por desenvolver suas comunidades.

Não podemos aceitar o fato de que vivemos em um Estado tão rico e próspero que, ao mesmo tempo, convive com a pobreza e índices de desenvolvimento humano medíocres. O desafio que temos no Sicoob Paraná é trabalharmos efetivamente para melhorar esses índices. Nossa preocupação vai além de uma simples atuação mediadora no sistema financeiro. Assim, somos parceiros do Sebrae no projeto Territórios da Cidadania, que trabalha com uma metodologia de vanguarda para mudar a realidade social dos municípios com baixo IDH. Estamos também aderindo ao programa Cooperjovem, desenvolvido pela Ocepar/Sescoop, para que possamos criar em nossas crianças e jovens uma cultura cooperativista que irá influenciar futuramente em suas escolhas e decisões profissionais. O Instituto Sicoob PR é a nossa "menina dos olhos" para colocar em prática esses projetos.

Assinamos, recentemente, um convênio de operações com a Fomento Paraná que possibilita aos empresários cooperados acessar linhas de crédito com um custo que varia de 0,55% a 1,07% tanto para investimento fixo, como para investimento misto com capital de giro junto ou apenas para capital de giro. O aval dessas operações pode ser concedido pelas Sociedades de Garantia de Crédito que têm o Sicoob como um dos principais investidores. Acesso ao crédito barato e de qualidade é uma ferramenta eficiente para o desenvolvimento econômico de nossas comunidades.

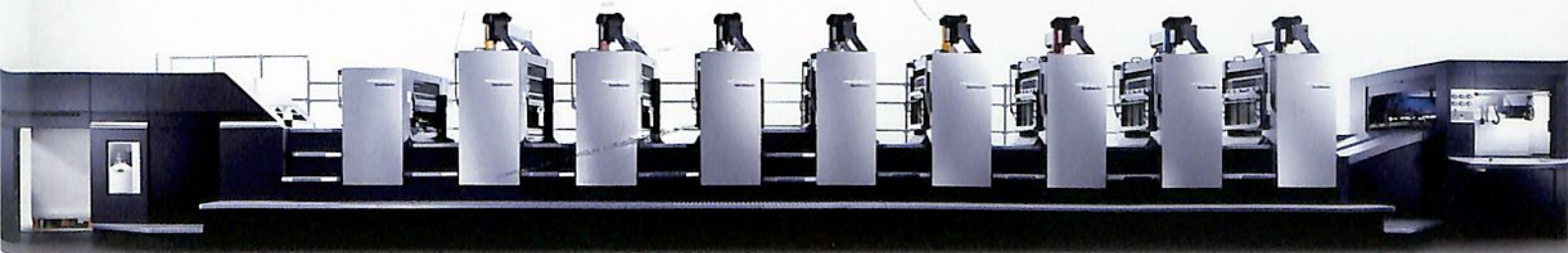
O DNA do Sicoob no Paraná é o associativismo de resultados. Essa marca nos identifica como um sistema cooperativo de crédito voltado para fazermos de nossas comunidades parte de um mundo melhor. Nós acreditamos nisso.

Jefferson Nogaroli é presidente do Conselho de Administração do Sicoob Paraná e presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae/PR

É assim que seu antigo impresso vai parecer depois da nova aquisição da Gráfica Regente.



HEIDELBERG *Speedmaster*:



8 Cores + Verniz

Formato
72 X 102 cm

12.000 impressões
por hora

Impressão frente e verso
simultaneamente



GRÁFICA REGENTE
www.graficaregente.com.br

Av. Paranaíba, 1.146 - Maringá - Paraná
44 3366 7000
orcamento@graficaregente.com.br



A marca da
gestão florestal
responsável

Uma parceria que vai dar
 muito resultado,
para **VOCÊ.**

www.sicoobpr.com.br

Resultado da parceria da ACIM com o SICOOB Metropolitano, o SICOOB Giro ACIM é uma linha de crédito com a finalidade de atender as empresas associadas às duas instituições.

Ideal para as despesas do dia a dia da sua empresa, que vai desde a aquisição de matéria prima até a reforma de imóveis, o empréstimo pode chegar a R\$ 20.000,00 com prazo alongado de 36 meses e taxa de juros diferenciada.

Além dos atrativos dessa linha de crédito, o associado da ACIM ainda tem à sua disposição toda a gama de produtos e serviços da Cooperativa e participa dos resultados (sobras), de acordo com sua movimentação.

SICOOB
Giro ACIM

O crédito alinhado as suas necessidades.

Ouvidoria | 0800 725 0996

 **SICOOB**
ASSOCIADO A VOCÊ.

