

9 719846 549895 0 053

ACIM

o/2013
32 - Ano 50
00

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Bem-vindos a
Maringá



NO CENTRO DAS ATENÇÕES

**Maringá atrai grandes empresas
e entra na rota dos negócios
nacionais e internacionais**

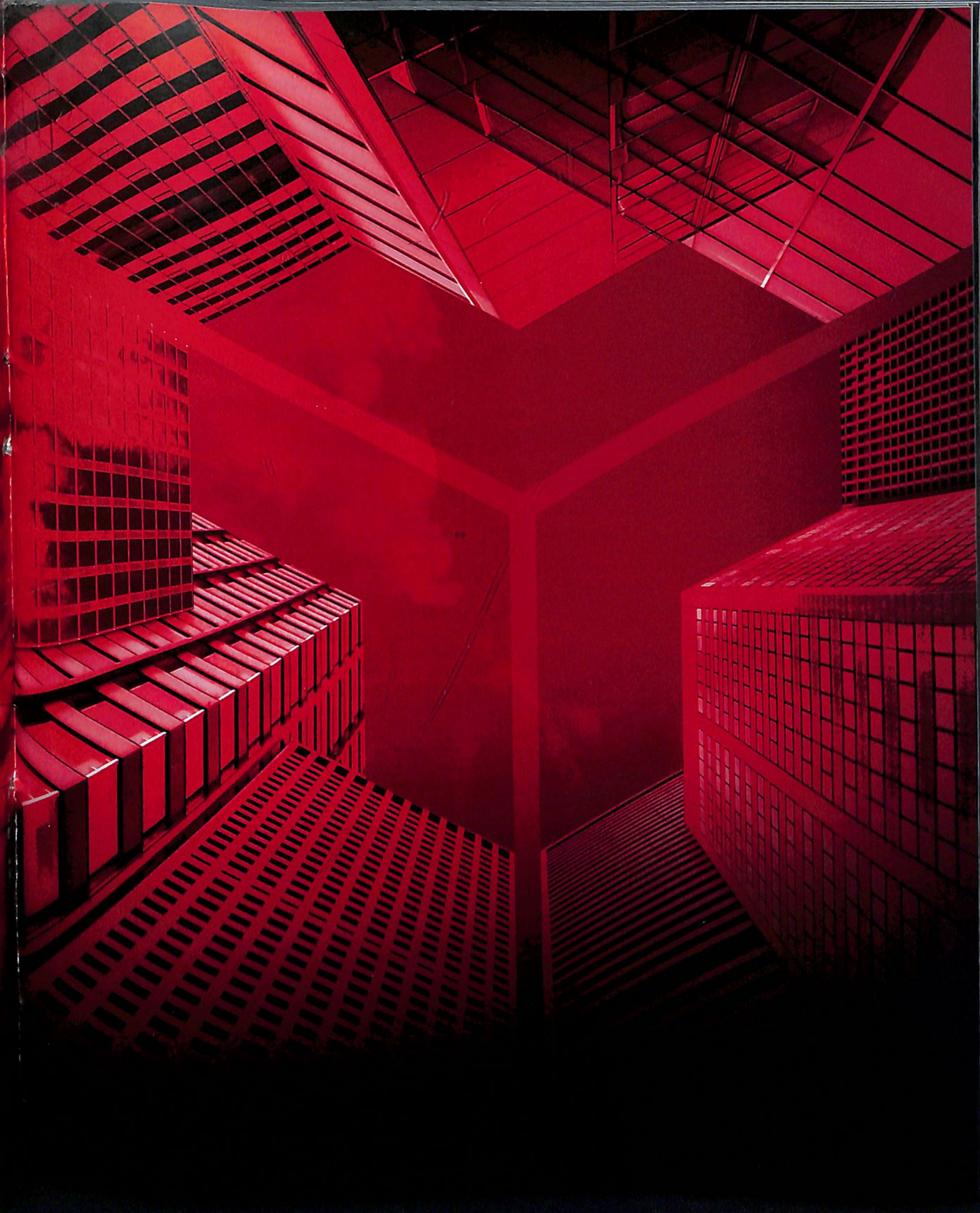
Sancor Seguros, C&A, Sicoob Central PR e GVT
são algumas das grandes corporações
que escolheram a cidade para instalar suas sedes

A TAKY TEM O GENE DA INOVAÇÃO EM SEU DNA

São mais de 30 anos de história e
tradição no mercado imobiliário e da
construção civil no Paraná e em São Paulo



www.taky.com.br
Avenida João Paulino Vieira Filho, 672 | sala 101 | Centro
CEP: 87015-020 | Maringá/PR
44 3033 4498



Lançamento



3 Dormitórios *1* Suíte
2 ou *3* Vagas de garagem
103,71m² Área privativa



Registro da Incorporação R- 01, nº. 188911 de 01/10/2012,
na Matrícula nº. 54.421 no 2º. Serviço de Registro de Imóveis.

CERTIFICAÇÃO



MEMBRO



SUSTENTABILIDADE



NÓS APOIAMOS O PACTO GLOBAL

TERRAÇOS DE Antorini

Conquiste seu lugar nesta ilha de conforto.



Entre o Parque do Ingá e o Cesumar.

Plantão de vendas no local:
Av. São Paulo, 2925
44 | 3226-8144



Em breve, inauguração do novo centro administrativo.

design
Expo
decor

construtoradesign.com.br


design
INOVAÇÃO E QUALIDADE
Desde 1973



18

REPORTAGEM DE CAPA

A Sancor Seguros, que é a maior seguradora da Argentina, instalou em Maringá sua sede no Brasil e outros grandes grupos, como a C&A, estão investindo na cidade, seja ampliando as operações ou apostando na primeira unidade; a boa notícia é que nos quatro primeiros meses do ano Maringá foi o município que registrou maior saldo de novas empresas, segundo a Jucepar



10 ENTREVISTA

O fundador de O Boticário, Miguel Kringsner, começou o negócio com uma farmácia de manipulação em 1977 e hoje tem a maior empresa em número de franquias do país, com 3,5 mil unidades; na entrevista principal, Kringsner conta sobre o processo de expansão dos negócios, estratégias de vendas, o mercado em que atua e as qualidades de um empreendedor

26 MARKETING

O som ambiente é uma ferramenta de marketing para motivar às compras, mas se mal usado, pode afugentar os clientes; a *playlist* deve levar em consideração o perfil do consumidor e horário, como faz o Maringá Park, que toca vários estilos musicais no *mall*, mas sempre focados no gosto dos consumidores de alta renda, que somam boa parte do público do shopping

38 ESPECIAL

A indústria brasileira registrou queda nos primeiros meses do ano, enquanto a participação de produtos importados no consumo cresceu; empresários locais contam as estratégias que têm adotado para se manter no mercado, como Christiensen Roberts, da HygieCorp, que está lançando uma marca própria de máquinas de limpeza, importadas da China e Taiwan

DIRETOR RESPONSÁVELJosé Carlos Barbieri
Vice-presidente de Marketing**CONSELHO EDITORIAL**Giovana Campanha, Helmer Romero,
José Carlos Barbieri, Jociani Pizzi, Guilherme Morais,
Márcia Llamas, Mohamad Ali Awada Sobrinho,
Valdeir Larrosa, Ana Rita Canassa, Eraldo Pasquini,
Josane Perina, Paula Aline Mozer Farias, Tiago Boeira**JORNALISTA RESPONSÁVEL**

Giovana Campanha - MTB 05255

COLABORADORESAlan Maschio, Fernanda Bertola, Giovana Campanha,
Rosângela Gris e Rubia Pimenta**EDITORIAÇÃO**

Andréa Traqueta

REVISÃO

Giovana Campanha, Helmer Romero

CAPA

Factory Total

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

Ivan Amorin, Paulo Matias, Walter Fernandes

CTP E IMPRESSÃO

Gráfica Regente

**CONTATO COMERCIAL**Paulo Alexandre de Oliveira
9998-0001
Sueli de Andrade
8822-0928**ESCREVA-NOS**Rua Basílio Sautchuk, 388
Caixa Postal 1033 Maringá - Paraná
CEP 87013-190
e-mail: revista@acim.com.br**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

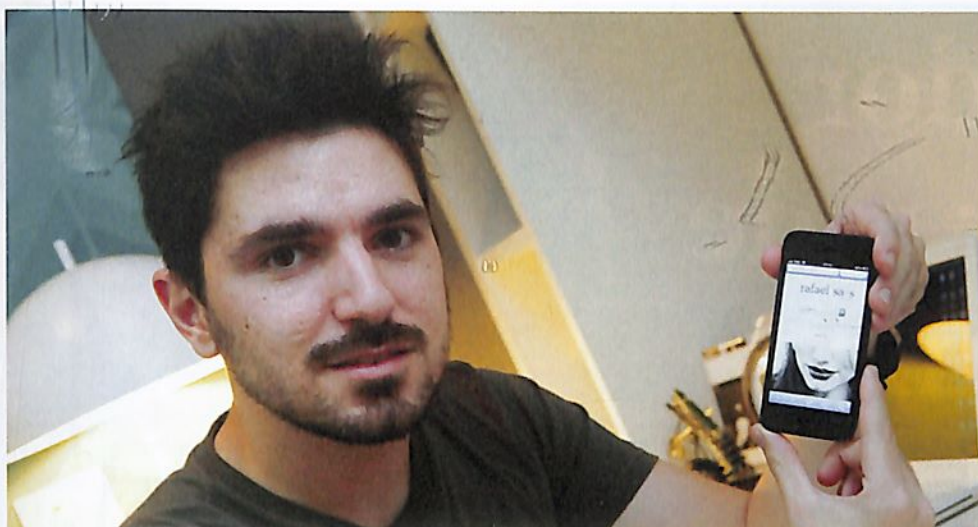
Presidente: Marco Tadeu Barbosa

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

Presidente: Mohamad Ali Awada Sobrinho

Os anúncios veiculados na Revista Acim são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM

A redação da Revista ACIM obedece o acordo ortográfico da Língua Portuguesa.

**48 TECNOLOGIA**

A venda de smartphones superou a de celulares convencionais nos três primeiros meses deste ano no Brasil; isso significa que mais compras virtuais serão feitas por aparelhos móveis, mas as empresas precisam investir em plataformas exclusivas para este tipo de acesso, como fez o fotógrafo Rafael Saes

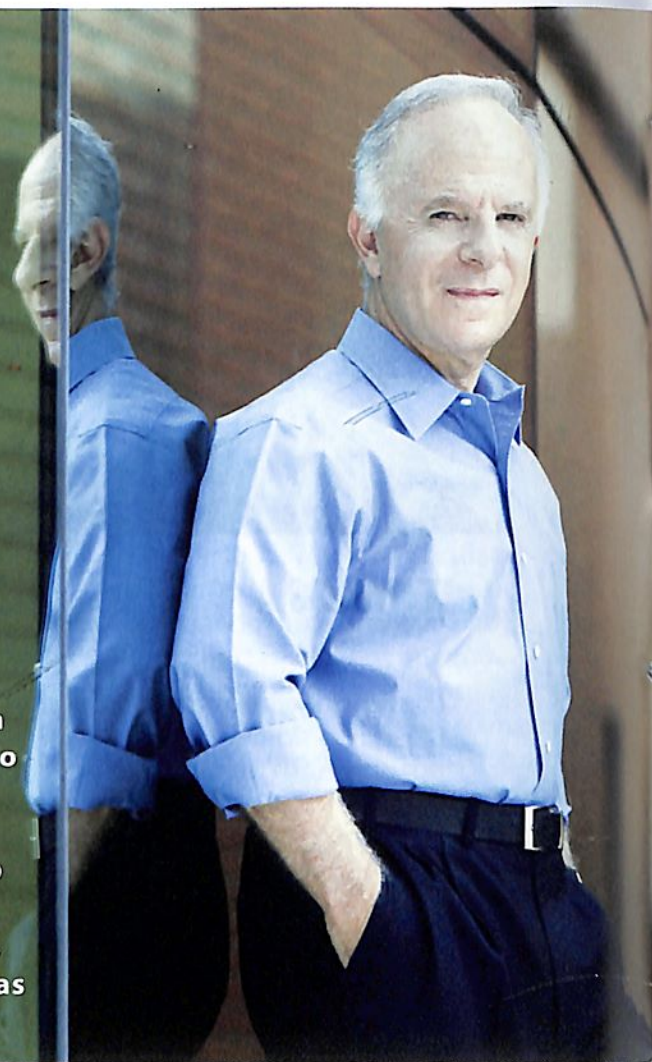
**56 SEGURANÇA**

O Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg), o primeiro do gênero no Brasil, está completando 30 anos, contribuindo para manter os índices de segurança da cidade menores que no resto no país; conheça a história e os projetos da entidade

O fundador da maior rede de franquias do Brasil

O Boticário é a maior franquia brasileira, com mais de 3,5 mil unidades. Tudo começou quando o boliviano Miguel Krigsner abriu uma farmácia de manipulação em Curitiba. Era 1977. O fundador da empresa hoje ocupa a presidência do Conselho de Administração do Grupo Boticário, formado pelas empresas O Boticário, Eudora, *quem disse, berenice?*, The Beauty Box e Skingen Inteligência Genética. Também é fundador e presidente do Conselho Curador da Fundação Grupo Boticário de Proteção à Natureza. Nesta entrevista, Krigsner fala sobre o mercado de cosméticos e perfumaria, qualidades de um empreendedor, sustentabilidade e vendas diretas, que é uma das novas apostas do grupo. Confira:

Divulgação



Apesar de ser considerado um dos principais empresários do Brasil, o senhor é boliviano. Como foi a mudança para o Brasil?

Eu sou filho de dois sobreviventes da Segunda Guerra Mundial. A Bolívia era um dos poucos países que aceitava e dava vistos naquela época. Meu pai trabalhava como mascate: pegava roupas em La Paz e ia até as minas de estanho em Oruro, na Bolívia, para vender mercadoria para os mineiros. Hoje falamos de empreendedorismo, e fico imaginando o que era ser empreendedor naquela época. Sem dinheiro, sem conhecer a língua... Foi na Bolívia, quando eu tinha 9 ou 10 anos, que tive um encantamento que hoje vejo que há conexão com toda a

minha vida profissional. Fiz amizade com a dona de uma papelaria perto da minha casa, onde se vendia grafite de lapiseira de forma unitária, porque era tudo importado e relativamente caro. Essa mulher guardava estas caixinhas para mim. Eu enchia de água, pegava uma aquarela e só dava uma pingadinha nas cores. Eu gostava de colocar contra a luz no meu quarto e ficar vendo aqueles vidrinhos com várias cores. Acho que esta paixão pela estética e pelas cores veio dessa época, de forma natural. Quando a minha família veio para o Brasil, eu tinha apenas 11 anos. Minha mãe adoeceu na Bolívia e viemos para cá, porque já tinha uma tia em Curitiba. Logo que chegamos ao país, meu pai abriu uma

loja de roupas na Rua XV de Novembro. Ele era um grande empreendedor e, com ele, aprendi lições de gestão e de gerenciamento de finanças que me acompanharam e vão me acompanhar por toda a vida.

Qual foi o primeiro perfume do Boticário a ter repercussão no mercado e como foi a elaboração do produto?

Em 1977, inauguramos O Boticário, uma pequena farmácia de manipulação no Centro de Curitiba. Eu sabia que, para criar algo maior, precisava desenvolver produtos com muita qualidade, pois esse seria o único motivo para o consumidor voltar a comprar. Contatei empresas que de-

envolvem fragrâncias pela primeira vez no Peru, quando fui participar de um congresso de Química e Cosmética, na década de 1970. Lá fiz amigos e conheci o Crispim, gerente de vendas da Dragoco. Ele me perguntou por que eu não fazia uns perfuminhos na minha botica e resolveu me dar algumas amostras de essências que estavam sendo desenvolvidas por eles. De volta ao Brasil, por outros fornecedores, fiquei sabendo de uma grande oferta de frascos. Eles pertenciam a Silvio Santos, que na época tinha um projeto de lançar venda domiciliar de cosméticos, mas acabou desistindo e ficou com os frascos sobrando, empilhados num galpão. Quando cheguei para ver o estoque, eram 70 mil frascos. Eu queria apenas uns vidrinhos para acondicionar algumas deo-colônias, mas como era tudo ou nada, resolvi fechar a compra na hora. Quando a carreta cheia de frascos vazios chegou, eu disse: precisamos inventar alguma coisa para colocar aí dentro. Foi assim que surgiu entre 1977 e 1978 o Acqua Fresca, que se tornou um ícone da empresa e continua presente no portfólio até hoje.

A primeira franquia da empresa foi criada em 1980 e hoje são mais de 3,5 mil unidades em todo o Brasil. No plano de negócios da empresa não há exigência de escolaridade ou experiência para ser um franqueado do Boticário. Na sua visão, quais características um empresário deve nutrir para ser bem sucedido na área de cosméticos?

O empresário deve ter práticas arrojadas e criativas, que transcendam limites e ampliem horizontes, possibilitando a exploração de novas ideias, num compromisso com seu consumidor, colaboradores e fornecedores. Eu diria também que, para crescer, mesmo em momentos de crise, é ne-

“Várias características empreendedoras precisam ser inerentes à pessoa – humildade para ouvir, aprender e corrigir, determinação para enfrentar os desafios, ousadia nas tomadas de decisão e doses de cautela para a segurança do negócio são imprescindíveis

cessário ter perseverança, acreditar em seu trabalho e arriscar. Acordar com vontade de trabalhar e gostar muito do que faz. E não pensar em encurtar o caminho da prosperidade. Ela vem com a experiência e a maturidade, que não são construídas de uma hora para outra. E é preciso ter paciência e capacidade de transpor as diversidades, sacudir a poeira e dar a volta por cima, quando necessário.

Qualquer pessoa pode se tornar um franqueado?

Acredito que sim, desde que cultive características relacionadas ao empreendedorismo. Quando empreendemos, precisamos de coragem para assumir riscos e enfrentar as dificuldades iniciais. Porém, com determinação, ousadia, vontade e pessoas que compartilhem o mesmo sonho, é sempre possível chegar ao sucesso. Somente o dia a dia, a dedicação e o amor ao trabalho nos permitem enfrentar as adversidades que o mundo do empreendedorismo nos impõe e encará-las sempre como lições que devem ser sempre lembradas e revertidas em acertos. Tudo isso vem com o tempo. Porém, várias características empreendedoras precisam ser inerentes à pessoa – humildade para ouvir, aprender e corrigir, determinação para enfrentar os desafios, ousadia nas tomadas de decisão e doses de cautela para a segurança do negócio são imprescindíveis para os que buscam a prosperidade.

O senhor costuma dizer que o bom empreendedor tem que ter uma

“inquietude existencial”, o que significa isso?

A inquietude é essencial. Precisamos estar sempre, de certa forma, inconformados, buscando fazer melhor, fazer diferente, mantendo o foco, na qualidade, na excelência do atendimento, na antecipação das demandas dos consumidores e nos resultados. Eu sempre digo que empreender é correr riscos. O ideal seria sempre termos em mãos todas as informações possíveis, mas isso é um sonho e, como nunca teremos todas as respostas, é preciso ter coragem de enfrentar. Eu não tinha ideia que O Boticário se tornaria o que é hoje – a maior rede de franquias de perfumaria e cosméticos do mundo –, mas fomos atrás, adquirimos *expertise*, desenvolvemos conhecimento profundo sobre cosméticos, varejo e consumidor, investimos fortemente na construção dessa marca, conquistamos maturidade e, em março de 2010, criamos o Grupo Boticário, que hoje é formado por cinco unidades de negócios: O Boticário, Eudora, *quem disse, berenice?*, The Beauty Box e Skingen Inteligência Genética.

O setor de cosmético é imune às turbulências econômicas, em função da grande vaidade feminina?

O segmento de perfumaria e cosméticos é bastante influenciado pela autoestima das pessoas, pelo aquecimento do comércio e pela evolução do poder aquisitivo. O setor não foi afetado pela última crise mundial em 2008/2009, registrando crescimento de 14,4%. A unidade de negócio O Boticário teve um desempenho ainda superior, com

crescimento de 20,2% na época (comparação 2009 x 2008). Nesse período, para levantar a autoestima e realçar a beleza, as pessoas buscaram produtos cosméticos de qualidade reconhecida, o que foi fundamental para garantir bons resultados. Outra mudança importante é o aumento da expectativa de vida do brasileiro. Isso faz com que as pessoas tenham um desejo cada vez maior de prolongar o espírito jovem, reforçar os cuidados com o corpo e a pele. Também vale mencionar o incremento da participação feminina no mercado de trabalho e o acesso cada vez maior à informação, fazendo com que o consumidor amplie seus conhecimentos e torne-se mais exigente – e isso vai pedir um alto nível de dedicação, criatividade, inovação e qualidade das empresas. Nossa estratégia no período de turbulência econômica foi manter os planos de investimentos, com uma visão de longo prazo.

Ter o nome da empresa atrelado a projetos sociais exemplares e práticas ecologicamente corretas é incentivado no meio empresarial por ser uma interessante estratégia de marketing. O senhor acredita que esta é uma corrente irreversível dentro do mercado?

É responsabilidade das empresas zelar pelo meio onde atuam e pelo impacto que causam. Acredito que o mercado de cosméticos e perfumaria está acompanhando esse movimento global de iniciativas que garantam o crescimento econômico sustentável. Só acho que nada disso pode ser só uma estratégia de marketing. No Grupo Boticário, procuramos separar bem essas coisas.

Após expandir as franquias para o exterior, o Grupo Boticário investe nas chamadas vendas de porta em porta (venda direta). Por que a empresa se abriu para este nicho? E



Divulgação

qual é o balanço dessa estratégia?

Queremos atender todos os desejos e necessidades dos consumidores quando se trata de beleza. E o consumidor é múltiplo, multifacetado. Precisamos estar na vida das pessoas com marcas, produtos e canais diferentes. Por isso, o lançamento das novas unidades de negócio, com propostas de valor distintas, com novos produtos, e canais de venda diversificados, entre eles a venda direta, com Eudora e o projeto-piloto de O Boticário. Esta estratégia tem se mostrado muito acertada e condizente com o que esperávamos.

O Boticário possui produtos que utilizam tecnologia de ponta, como cremes que aplicam nanotecnologia. Qual o percentual da empresa revertido para investimentos em pesquisa?

O Grupo Boticário investe cerca de 2,5% do faturamento em pesquisa e desenvolvimento. Há cerca de um mês inauguramos o nosso Centro de Pesquisa e Desenvolvimento. Com investimentos de R\$ 37 milhões, o novo espaço, com mais de 8 mil metros

“ O consumidor é múltiplo, multifacetado. Precisamos estar na vida das pessoas com marcas, produtos e canais diferentes. Por isso, o lançamento das novas unidades de negócio, com propostas de valor distintas, com novos produtos, e canais de venda diversificados, entre eles a venda direta

quadrados de área construída, dedicado à avaliação e ao desenvolvimento de novos produtos, vai nos ajudar a permanecer na vanguarda nesta área. Um exemplo de que o nosso pioneirismo vem de longa data é que fomos os primeiros a adotar a nanotecnologia em um produto antissinais no Brasil. O trabalho iniciou em 2002, quando começamos a acompanhar a evolução do que ocorria no meio acadêmico sobre o assunto, até que, em 2004, foi identificada uma possibilidade clara de aplicação em nosso negócio. A partir de então, passamos a investir em testes próprios, já aplicando e desenvolvendo nossa própria tecnologia, que gerou requerimento de patente. Em 2006, lançamos nosso primeiro produto com nanotecnologia (Nanoserum Elixir, de O Boticário) e, de lá para cá, desenvolvemos vários outros produtos. Com a evolução das pesquisas, chegamos ao pioneirismo da triplananotecnologia, em que minúsculas partículas de ingredientes ativos permeiam as camadas da pele de forma direcionada, de acordo com as necessidades de cada uma delas. ■

▶ PLANOS DE SAÚDE ◀



▶ Familiares

e

▶ Empresariais



Mais que Plano de Saúde!

ANS - Nº 31526-5

Amatari

VENDAS:

44 3218-1515

■ MARINGÁ - PR

Av. Brasil, 4493 - Centro - CEP 87013-000

Fone: 44 3218 1530 - Atendimento / 44 3218 1515 - Vendas
pam@pam.med.br

■ CASCAVEL - PR

Rua Engenheiro Rebouças, 2940 - Centro - CEP 85812-130

Fone: 45 3218 1300 - Atendimento / 45 3218 1314 - Vendas
cascavel@pam.med.br

■ CAMPO MOURÃO - PR

Av. Comendador Norberto Marcondes, 1334, esquina com
a Rua Brasil - Centro - CEP 87303-100

Fone: 44 3017 0051 - Atendimento e Vendas
campomourao@pam.med.br

■ UBIRATÁ - PR

Av. Nilza de Oliveira Pepino, 1385B - Centro - CEP 85440-000

Fone: 44 3543 4186 - Atendimento e Vendas
ubirata@pam.med.br

www.drppam.com.br

CÂMARA PRESTA HOMENAGEM A EMPRESÁRIO

O empresário maringaense e presidente da Redetelesul, associação de provedores de internet do Paraná, Santa Catarina e Mato Grosso do Sul, Marcelo Siena, foi homenageado pela Câmara Municipal de Maringá em 28 de maio. O principal motivo para a homenagem foram os dois anos em que Siena presidiu o Conselho Consultivo da Anatel, em Brasília. Ele lutou para democratizar e dar mais transparência ao conselho, inclusive transmitindo ao vivo as reuniões do órgão. "Fico feliz por ter contribuído para a reformulação desta agência reguladora, tornando-a mais independente e atualizada", frisa Siena. A homenagem foi proposta pelo vereador Mário Verri.



Najia Furlan/APPA

FACIAP ELOGIA APROVAÇÃO DA MP DOS PORTOS

Faltando poucas horas para o vencimento do prazo de votação, o Senado aprovou por 53 votos favoráveis, 7 contrários e 5 abstenções, a Medida Provisória dos Portos (MP 595/12), horas depois da aprovação na Câmara Federal. O texto ainda precisa da sanção presidencial.

Trata-se de um novo marco regulatório para modernizar e reduzir custos dos portos, por onde são escoados mais de 90% dos produtos brasileiros ao exterior. A aprovação da MP é vista como positiva pela Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap). "Para o sistema associativista paranaense, que representa 50 mil empresas, a aprovação desta MP trata de um novo passo na melhoria da infraestrutura, que hoje é o maior gargalo na produtividade econômica. O texto traz uma solução, em curto prazo, para o modal portuário em nosso país, talvez o mais afetado pelo atraso infraestrutural brasileiro, que há muito tem debilitado e retirado da indústria brasileira sua capacidade de competir no mercado internacional. Fica intencionada, através das parcerias público-privadas, a ampliação dos investimentos e modernização dos terminais portuários, a fim de baixar os custos de logística", afirma o presidente da Faciap, Rainer Zielasko (na foto, o Porto de Paranaguá).

DOCES E LEMBRANCINHAS COM A CARA DE MARINGÁ

Especializada em doces e *souvenirs*, a Casa da Arte, localizada há três anos no Mercado Municipal de Maringá, oferece uma série de opções para presentear convidados em eventos empresariais e casamentos, além de lembrancinhas para datas especiais.

São chocolates, bolachas, trufas e também *souvenirs*, como bloquinhos de anotação, sacolas ecológicas e canecas, tudo com uma cara bastante regional. Um exemplo é a caixa de madeira no formato da Catedral, sucesso de venda na loja.

A loja, aliás, é um atrativo do mercadão. Construída como uma mercearia da década de 1940, ela é feita em madeira no estilo rústico. "Contratamos até um carpinteiro que fez as primeiras construções de Maringá, para deixar a loja bem original", conta a sócia Ester Whately. "Nos acostumamos a valorizar o que é de fora,



Walter Fernandes

mas o regional também é interessante quando bem apresentado", fala a outra sócia, Abigail Whately.

Todos os produtos encontrados na loja são feitos manualmente, por Ester e alguns amigos artesãos. A loja funciona de terça à sexta-feira das 9 às 20 h, no sábado das 9h às 18h e no domingo das 9h às 12h.

CONVENÇÃO COLETIVA DO COMÉRCIO FOI PRORROGADA

O novo acordo coletivo de trabalho 2013/2014 entre os sindicatos que representam os comerciantes (Sivamar) e comerciários (Sincomar) já começou a ser negociado, mas ainda não foi finalizado. Por isso, a Convenção Coletiva de Trabalho do comércio foi prorrogada para junho e julho.

Com a prorrogação, as lojas podem manter o horário de funcionamento aos sábados. De acordo com a Convenção, o lojista pode optar por abrir a loja até as 18 horas nos dois primeiros sábados do mês ou nos quatro, sendo que neste caso é necessário realizar o revezamento da equipe de colaboradores.

Os supermercados também poderão funcionar no primeiro domingo de junho, dia 2, e no primeiro domingo de julho, dia 7, das 8 às 13 horas, conforme previsto na Convenção Coletiva que foi prorrogada.



Ivan Amorim

57 ANOS DA EMATER E PROJETO PARA O FUTURO

Uma videoconferência transmitida para as 21 regionais marcou o aniversário de 57 anos do Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater), em 20 de maio. Em Maringá, o evento foi transmitido da sede da ACIM para cerca de 80 pessoas, dos 29 municípios que integram a regional. De Curitiba, o diretor-presidente da Emater, Rubens Ernesto Niederheitmann, agradeceu os parceiros, falou sobre o histórico da entidade e forneceu números da agricultura paranaense, que emprega um milhão de pessoas.

Na ocasião, ele lançou o projeto "Emater do Futuro", construído com base em estudo externo, no planejamento estratégico feito pela entidade em 2009 e em diretrizes do governador do Estado (melhoria da gestão pública), da Secretaria de Cultura (estar junto com os produtores com competência) e de gestão interna (preparar a Emater para o futuro). "Nossa instituição fez um excelente trabalho, mas temos novos desafios para continuar apoiando os agricultores", disse Niederheitmann. Pela Emater do Futuro, uma nova missão e visão foram elaborados e todo o trabalho vai ser pautado em um mapa estratégico, com definição de resultados, beneficiários, processos internos, aprendizado e conhecimento. Numa fase posterior, serão elaborados os planos regionais, os processos internos serão aliados ao mapa estratégico e serão estabelecidas formas de monitoramento e avaliação das metas. Durante o evento de comemoração da Emater foi lançado o novo portal (www.emater.pr.gov.br)

ALUGUEL DE COPIADORAS, IMPRESSORAS E VENDA DE SUPRIMENTOS

A NCE SOLUÇÕES tem uma solução customizada para cada segmento empresarial. Conheça os produtos e serviços que irão levar inovação tecnológica, produtividade e economia para seu negócio.

ADESIVOS

ROTULOS

SUBLIMAÇÃO

LOCAÇÃO
PODE CHEGAR

r\$ 0,03

IMPRESSÃO
COLORIDA

LASER
TINTA

Gráfica Rápida

- * Apostilas
- * Cardápios
- * Cartões
- * Catalogos
- * Encadernações
- * Folders
- * Impressões fotográficas
- * Panfletos
- * Lembrancinhas
- * Envelopes
- * Mala Direta
- * Etiquetas
- * Manuais



Fone: (44) 3023-7595

WWW.NCESOLUCOES.COM.BR

PRÊMIO SINDUSCON-NOR/PR

A inclusão do tema "Sustentabilidade" entre os critérios de avaliação é a principal mudança na edição 2013 do Prêmio Sinduscon, lançado em maio em Maringá. "Usamos os recursos naturais que temos à disposição hoje, mas precisamos preservá-los ao máximo para as gerações futuras. Por isso, o prêmio passa a reconhecer também os empresários que se preocupam com a sustentabilidade", comentou o presidente do sindicato que realiza a premiação, Mauro Carvalho Duarte Junior. Qualidade em Gestão, Segurança no Trabalho, Manejo Correto de Resíduos Sólidos e Responsabilidade Social são os outros critérios para avaliar os vencedores que serão conhecidos durante o Encontro Empresarial da Construção Civil no dia 8 de novembro.

EMPRESA DE MARINGÁ COMEMORA DIA DO ORGULHO NERD

O dia 25 de maio é conhecido como Dia Internacional do Orgulho Nerd. Para celebrar a data, a empresa de tecnologia da informação BS2 fez uma comemoração. Os 55 funcionários trabalharam com toalhas, e bandeiras com o lema *Don't Panic* (não entre em pânico) foram estendidas nas janelas da empresa. Os colaboradores também foram para a frente da sede, entre as avenidas Tamandaré e São Paulo, demonstrar o seu orgulho.

Segundo o administrador de redes da empresa, e nerd convicto, Danilo Gonçalves Baio, os nerds "são estudiosos, geralmente gostam de computador, videogame, literatura de ficção científica, jogos de RPG e alguns filmes clássicos, como Star Wars, Senhor dos Anéis e a série Jornada nas Estrelas".

As toalhas têm um significado especial. Elas remetem a um dos ícones da literatura de ficção científica, Douglas Adams, autor britânico que escreveu a série "O Guia do Mochileiro das Galáxias". "O personagem é um viajante que anda pelo universo, e diz que a toalha é um item essencial para a jornada. Se conseguir cruzar a galáxia com ela, deve ser visto com respeito", explica Baio. A frase *Don't Panic* remete a um dos lemas principais da história.

Baio conta que, como o ramo de tecnologia atrai muitos nerds, algumas rotinas na firma são diferenciadas. "Aqui temos campeonato de videogame no horário do almoço, e o vencedor ganha o 14º salário no fim do ano. Temos salas de jogos e ambientes só com quadro dos personagens que gostamos. Tudo para que um nerd se sintam em casa", brinca.



Divulgação

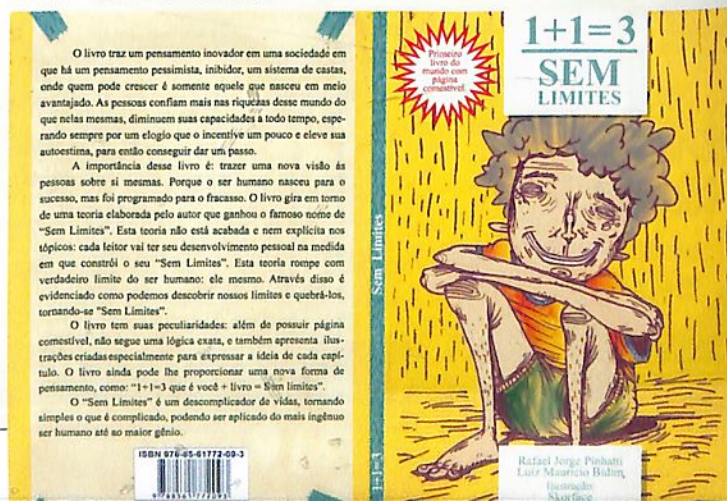
MADERO ABRE PRIMEIRA UNIDADE EM MARINGÁ

Com investimentos de R\$ 2 milhões, o restaurante Madero Burger & Grill foi inaugurado em Maringá em maio. A unidade fica no Catuaí Shopping e é a 23ª do grupo. O restaurante ocupa uma área de 230m² e tem capacidade para mais de 80 pessoas. O cardápio, assinado pelo chef Junior Durski (foto), traz opções de carnes, sandwiches gourmets, massas, entradas, saladas e sobremesas especiais. O Madero Maringá é o primeiro restaurante da marca a servir o Schnitzel: uma fatia de lombo é batida com martelo, esticando-a até ficar bem fina e macia, para então ser envolvida em uma mistura de farinha de pão, salsinha e queijo parmesão.

Os clientes também podem apreciar o cardápio completo, com destaque para o premiado cheeseburger, escolhido pela revista Veja o Melhor de 2012, além do recém-lançado cheeseburger Angus Premium, feito da carne do boi Aberdeen Angus.

MARINGAENSES LANÇAM LIVRO COMESTÍVEL

"1+1=3" é o nome do livro que os maringaenses Rafael Jorge Pinhatti e Luiz Maurício Bidim lançam em 12 de junho em Maringá. Trata-se do primeiro livro do mundo com página comestível e traz várias ideias de como romper e superar limites. A obra será lançada na Livrarias Curitiba do Shopping Catuaí, das 19 às 22 horas, onde ficará à venda.



NOVA MARCA.

MESMA MISSÃO.

DA NOSSA RAZÃO DE EXISTIR, FAZEMOS UMA BUSCA INCESSANTE PELA EXCELÊNCIA DO ENSINO. E, COM ESTE PROPÓSITO, REPRESENTADOS POR MILHARES DE PESSOAS EM TODO O BRASIL, LEVAMOS A CADA UMA DAS COMUNIDADES EM QUE ESTAMOS PRESENTES A MAIOR RIQUEZA QUE ALGUÉM PODE CONQUISTAR: A CAPACIDADE DE SE REINVENTAR E, TODOS OS DIAS, EVOLUIR.

SOMOS MAIS DE 50 MIL ALUNOS, EM VÁRIOS ESTADOS DO PAÍS

ATENDEMOS MAIS DE 100 MIL PESSOAS, POR ANO

ESTAMOS ENTRE OS 6% DAS MELHORES INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR DO BRASIL

O MELHOR CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DO PAÍS (segundo o MEC)

MAIS DE 1.800 COLABORADORES

UNIDADES DE ENSINO A DISTÂNCIA EM 58 MUNICÍPIOS

MAIS DE 100 MIL METROS QUADRADOS DE ÁREA CONSTRUÍDA NO CAMPUS DE MARINGÁ

JUNTOS, PODEMOS MUITO MAIS!

 **UniCesumar**

Maringá no radar de grandes grupos

A argentina Sancor Seguros, que opera em três países, escolheu Maringá para instalar sua sede brasileira; outros grandes grupos, como C&A e Condor, anunciaram expansão ou instalação no segundo município paranaense onde mais são abertas empresas

Rubia Pimenta

Quando uma empresa sólida resolve instalar uma filial em outro país, a escolha do município estrangeiro que centralizará essas operações passa pelo crivo rigoroso de estudos que abrangem desde a possibilidade de crescimento no mercado, envolvendo questões econômicas e sociais locais, até o apoio de instituições para o seu estabelecimento.

Há alguns anos a Sancor Seguros, principal seguradora da Argentina, vinha estudando o mercado brasileiro. Com forte atuação também no Uruguai e Paraguai, o grupo considerava entrar no Brasil o caminho mais certo para acelerar o crescimento.

Em 2011 a diretoria da empresa decidiu que a sede no Brasil seria Maringá. Diversos fatores pesaram na escolha, mas o principal pode ser definido em uma única palavra: cooperativismo. “Na Argentina, a Sancor Seguros é uma cooperativa, fundada em 1945. Este modo de organização, onde a união dos cooperados faz o crescimento da organização, é o pilar central de nossa visão de negócios.

A grande oportunidade surgiu em 2011 quando o Sicoob, que também é organizado em forma de cooperativa, nos convidou para uma parceria”, conta o gerente geral da empresa no Brasil, Hugo Anacabe.

A parceria entre a Sancor e o Sicoob era o ponto que faltava para a cooperativa argentina decidir fincar a operação em terras vermelhas. O presidente do Sicoob Paraná, Jefferson Nogaroli, conta que a instituição vinha trabalhando há vários anos com a ideia de oferecer seguros aos clientes. “A Sancor Seguros foi escolhida por sua história e pela qualidade dos serviços”, destaca, enfatizando também que “pelo fato de ser uma cooperativa, a Sancor atuará tendo compromisso com nossa comunidade e nossa região, aplicando aqui aos recursos gerados, evitando a evasão de riquezas”.

A instalação do escritório da maior seguradora argentina em Maringá não é um fator isolado. Nos últimos meses grandes grupos anunciaram a vinda para a cidade ou a expansão dos negócios por aqui. A C&A, por exemplo, inaugura sua loja local no segundo semestre, gerando

50 novos postos de trabalho. A rede Condor de supermercados também anunciou uma segunda loja na cidade. O grupo ainda faz segredo sobre o número de novos empregos e valores que serão investidos, mas confirma que o empreendimento terá as mesmas proporções dos concorrentes.

Aliás, vêm do segmento supermercadista alguns dos maiores investimentos empresariais dos últimos meses: a catarinense Angeloni inaugurou sua maior unidade em Maringá, o Grupo Muffato investiu na terceira loja e o Grupo Pão de Açúcar ingressou na cidade por meio da sua rede atacadista, a Assaí. Somados, os investimentos das três empresas em Maringá ultrapassaram R\$ 100 milhões.

Potencial de consumo

Atrair grandes empresas é um dos grandes desafios das administrações municipais. Além de gerar empregos e impostos, elas impulsionam a economia e trazem desenvolvimento. Diversos são os critérios que pesam na escolha do local da futura instalação: mercado consumidor, infraes-



FATORES DE ATRAÇÃO DE MARINGÁ



Ocupa a **44ª posição** no índice nacional de potencial de consumo



PIB superior a **R\$ 8,2 bilhões**



Renda per capita de **R\$ 23.140** a segunda maior do Paraná



65ª posição brasileira no IDH (Índice de Desenvolvimento Humano)



Nos 4 primeiros meses do ano foram abertas **1.391 empresas** na cidade



Mais de 6 mil postos de trabalhos foram criados no primeiro quadrimestre, um número 7,7% maior que em igual período de 2012

REPORTAGEM DE CAPA

estrutura, escolaridade da população, logística, entre outros. Maringá tem demonstrado força nesses quesitos.

No ano passado, a cidade foi o município paranaense onde mais empresas foram abertas. Os dados da Junta Comercial do Paraná (Jucepar) revelam que foram 4.127 empresas, um número 6% maior do que o registrado em 2011. Neste ano, considerando os dados dos primeiros quatro meses, Maringá passou a ocupar a liderança com o saldo (abertura menos fechamento) de 1.051 empresas, enquanto que na capital paranaense o saldo foi negativo em 559 empresas e Londrina registrou aumento de 720 empresas.

Conforme o economista Joilson Dias, desde 2000 a cidade vem registrando índices de crescimento sustentáveis. “Nossa região abrange mais de um milhão de pessoas. Aqui temos boa infraestrutura, mão de obra qualificada em função do polo

educacional e um mercado com potencial de consumo”, resume.

E se muitas cidades têm dificuldades quando o assunto são os novos postos de trabalho, Maringá não tem do que reclamar. Apenas nos quatro primeiros meses deste ano foram criados seis mil postos de trabalho na cidade, um número 7,7% maior do que em 2012, enquanto no Paraná o saldo foi negativo em 16,5%.

Além disso, o estudo ICP Maps 2013, que faz o ranking anual das melhores cidades para realizar investimentos, colocou Maringá em 44ª posição no levantamento nacional, e em 3º no Paraná. A cidade subiu no índice de potencial de consumo, passando de 0,28 em 2012 para 0,29 este ano. Isso significa que de cada R\$ 100 que serão consumidos no país em 2013, R\$ 0,29 virão da população de Maringá.

Os números positivos da cidade não param por aí e chamam a aten-

ção dos investidores. Com Produto Interno Bruto (PIB) superior a R\$ 8,2 bilhões, segundo o IBGE, a cidade possui a segunda maior renda per capita do Paraná: R\$ 23.140 por ano.

Em termos de qualidade de vida e distribuição de renda, o levantamento que avalia esses pontos, o IDH (Índice de Desenvolvimento Humano), medido pela Organização das Nações Unidas (ONU), aponta a cidade em 65ª posição no Brasil, com 0,83, um número considerado alto.

Tratamento diferenciado

Além dos aspectos econômicos, no caso da Sancor o que chamou a atenção foi o apoio de instituições como Sicoob, ACIM e Faciap. “Ficamos muito surpresos com a força que o associativismo possui em Maringá”, diz Hugo Anacabe.

A atuação da Sancor no Brasil foi aprovada em dezembro de 2012 pela Superintendência de Seguros



Sede da Sancor Seguros fica em Maringá: investimentos de R\$ 30 milhões e planos para repetir trajetória bem sucedida na Argentina



“Ficamos muito surpresos com a força que o associativismo possui em Maringá”, afirma o gerente geral da Sancor no Brasil, Hugo Anacabe

Privados (Susep), mas as operações foram iniciadas no mês passado. Ainda em 2012 o grupo abriu seu escritório em Maringá, em uma sala na avenida XV de novembro 871. É lá que desenvolve todas as atividades comerciais e de serviços.

Ao mesmo tempo em que aconteciam os trâmites na Susep, o grupo avançava montando a equipe de trabalho. “Trouxemos cinco colaboradores da Argentina e os demais foram contratados aqui. Hoje temos 25 funcionários”, explica o gerente.

O investimento inicial do grupo na unidade brasileira foi de aproximadamente R\$ 30 milhões. “Uma parte foi destinada à adequação de nossas instalações, contratação e treinamento de funcionários e infraestrutura necessária, mas o grosso desse montante é mantido como reserva, à qual recorreremos para socorrer nossos segurados em caso de acidentes ou outros prejuízos”, explica.

A empresa planeja abrir o segundo escritório em Curitiba, ainda neste ano. “Também temos planos para Londrina e Cascavel, e seguir

expandindo estrategicamente de acordo com as necessidades e em função do número de segurados”.

Mesmo com a parceria com o Sicoob, os serviços da Sancor Seguros serão estendidos a toda a população. A empresa oferecerá seguros pessoais, patrimoniais, agrícolas e institucionais. “Sabemos que o setor agrícola é importante para a economia local, e planejamos mostrar nossos serviços, que são bem recebidos na Argentina. Nossa cobertura na área vai além da semente, incluindo também os bens do agricultor”, ressalta Anacabe.

Entre os diferenciais está o tratamento oferecido pelo corretor. “Ele é importante na hora da venda, pelo bom assessoramento ao cliente. E também no momento do sinistro, pois faz todo o acompanhamento necessário em uma circunstância tão difícil. Queremos repetir o que fazemos na Argentina, onde cerca de 75% de nossas carteiras são atendidas pelos corretores”, explica Anacabe.

A Sancor Seguros espera repetir no Brasil a trajetória de sucesso que



Clínica Dr.ª Márcia Hoyos

TRANSPLANTE DE CABELOS
CIRURGIA DA CALVÍCIE

• 12 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

www.acim.com.br

REPORTAGEM DE CAPA

percorreu na Argentina. A seguradora originou-se de uma cooperativa de laticínios também chamada Sancor, que foi fundada por pequenos agropecuaristas em 1939, na fronteira entre as províncias de Córdoba e Santa Fé. A cooperativa deu certo e em pouco tempo tornou-se uma importante fabricante de produtos derivados do leite.

“Como a produção de leite oferece muitos riscos, os criadores sentiram a necessidade de ter uma seguradora. Assim, em 1945, no pequeno município de Sunchales (Santa Fé), que possui pouco mais de 23 mil habitantes, surgiu a Sancor Seguros”, conta o gerente Anacabe. O grupo expandiu para toda a Argentina ao longo de 68 anos e hoje é o principal do ramo de seguros no país, com quase 10% do mercado. São mais de 1.850 funcionários e três milhões de clientes.

Os 50 escritórios estão espalhados pela Argentina, Uruguai, Paraguai e agora no Brasil. Com um patrimônio de mais de R\$ 414 milhões, e possibilidade de investimento de aproximadamente R\$ 1,4 bilhão, o



Divulgação

O presidente da Rede Assaí, Belmiro Gomes, morou por 20 anos em Maringá: “população com poder de renda muito maior que na maioria dos municípios brasileiros”

faturamento do grupo só cresceu e em 2012 chegou a R\$ 3,1 bilhões.

No Brasil, a operação foi instalada no formato de empresa. “Infelizmente a legislação do país não permite que seguradoras sejam cooperativas. Mas trouxemos nossos valores e, principalmente, nossa forma de tratar o cliente, que é o que nos destacou no mercado argentino”, ressalta Anacabe.

Potencial atrativo

O mesmo potencial econômico

que atraiu a Sancor também motivou o Grupo Pão de Açúcar a instalar a primeira loja paranaense da Rede Assaí em Maringá. O presidente da rede, Belmiro Gomes, que morou na cidade por 20 anos, conta que o município foi escolhido por conta da economia próspera e da alta qualidade de vida. “Há um crescimento econômico grande na região, com uma população com poder de renda muito maior que na maioria dos municípios brasileiros”, observa Gomes. A unidade foi construída na avenida Colombo para facilitar o acesso dos moradores das cidades da região metropolitana.

Outras empresas confirmam esta visão sobre o potencial da cidade. Segundo a assessoria de imprensa da C&A, a administração da rede “mapeia as regiões que mais crescem no país e que estão em constante desenvolvimento. E Maringá é uma delas”. Já o diretor do Grupo Muffato, Ederson Muffato, ressalta o potencial de consumo de toda a região. “Escolhemos Maringá por se tratar de um relevante polo regional do Estado, agregando considerável número de cidades importantes ao seu redor, o que justifica investimentos dessa magnitude”, completa.

O Muffato e a Rede Assaí escolhe-



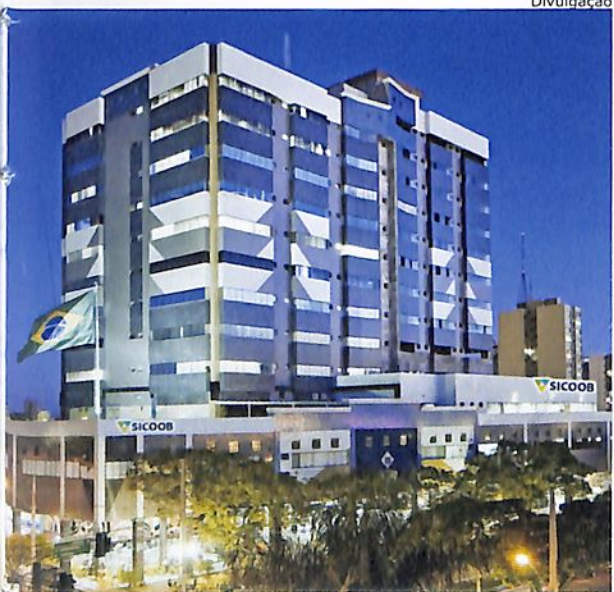
Divulgação

Na terceira loja em Maringá, Muffato aposta no formato atacarejo; na foto, o diretor Ederson Muffato

ram construir unidades no formato “atacarejo”, uma mistura de atacado e varejo. Uma das vantagens que atraem os clientes a esse tipo de loja é a de comprar mais produtos pagando menos.

Joílson Dias diz que isso mostra que a cidade tem retomado sua posição de polo atacadista. “Além dos shoppings de confecção, agora também temos os supermercados. Isso em função da grande demanda que existe na região. O Assaí e o Muffato escolheram formatos voltados para a classe C, já o Angeloni visa os consumidores de alto padrão. Há espaço para todos, pois houve uma ascensão do poder de compra da população em geral”, explica.

O Angeloni percebeu o potencial da cidade e inaugurou em abril a maior filial entre as 27 da rede e há planos para expandir os mercados na região. “Existe a possibilidade, no futuro, de abriremos novas unidades menores, ampliando nossa cobertura na cidade”, informa a assessoria de imprensa.



Sede do Sicoob Central Paraná, que congrega 117 agências, fica em Maringá; contra a lógica que deveria ficar na capital

Do interior para o Brasil

Até poucos anos, as grandes empresas costumavam instalar-se em metrópoles e suas imediações. Essa tendência tem mudado recentemente. Segundo o economista Joílson Dias, os municípios de médio porte, especialmente os que possuem bons centros de ensino superior, como Maringá, estão sendo visados pelas companhias.

“Algumas empresas que não precisam de transporte para seus produtos têm procurado se instalar em cidades com este perfil. Um exemplo é o setor de tecnologia, que cresceu fortemente em Maringá, uma vez que existe na cidade mão de obra especializada, boa infraestrutura urbana e qualidade de vida”, ressalta.

A empresa de telecomunicações GVT, presente em 20 estados brasileiros, é um exemplo. Em 2000, a companhia instalou em Maringá a primeira central de relacionamento com clientes. No primeiro ano de atuação eram 170 colaboradores, e hoje são 1.650.

Diversos fatores influenciaram na escolha da cidade, como infraestrutura, condição econômica, transporte público e a escolaridade da população. “A condição da cidade como polo universitário foi um diferencial, pois facilita a contratação de profissionais qualificados para o Call Center”, explica o diretor administrativo e de operações de Maringá, Sidnei Bergamo.

Desde a instalação, a GVT já investiu mais de R\$ 40 milhões em Maringá. Os recursos foram aplicados na rede própria de

fibra óptica e na sede do call center, responsável pelo atendimento dos clientes de todo o Brasil.

A cooperativa de crédito Sicoob Paraná também escolheu Maringá para sua sede. Com 117 agências espalhadas por todo o Estado, a instituição nasceu da união de quatro grandes cooperativas do interior: Foz do Iguaçu, Dois Vizinhos, Francisco Beltrão e Maringá. A Cidade Canção abrigava o Sicoob Metropolitano, criado dentro da ACIM em 2002.

Após a união das cooperativas, a lógica levava a crer que a sede deveria ficar em Curitiba, mas houve um entendimento de que Maringá deveria ser a sede. “Essa decisão foi acertada, pois a cidade reúne todas as condições que um grande centro como Curitiba oferece”, fala o presidente, Jefferson Nogaroli.

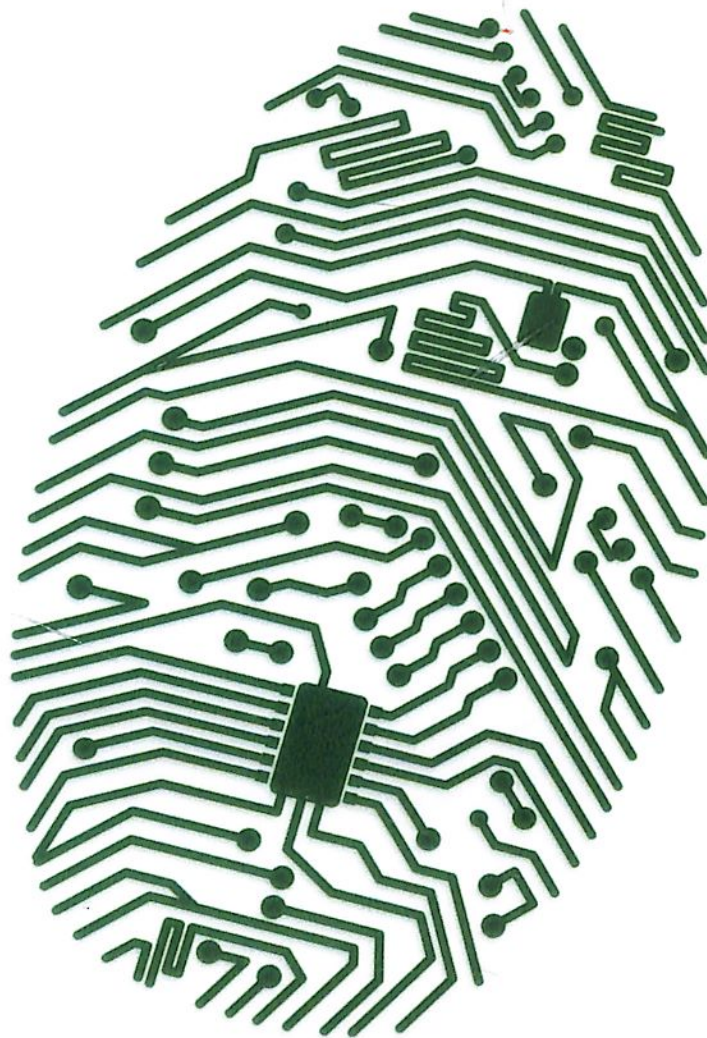
O Sicoob Paraná fechou 2012 com ativos totais de R\$ 1,463 bilhão. São 117 mil clientes em todo o estado e os recursos administrados já ultrapassam R\$ 1,5 bilhão. “Cooperativa não tem lucro. Nosso resultado positivo é chamado de ‘sobra’, que é retornada diretamente, em partes, para os próprios associados. Nossas sobras em 2012 totalizaram R\$ 42 milhões”, explica. Segundo Nogaroli, Maringá acreditou no cooperativismo. “Temos aqui a sede de outras grandes cooperativas do Paraná, como a Cocamar, o Sicredi União e a Uniodonto, além das cooperativas de trabalhadores que também são significativas. Por ser uma cidade que tem a gênese do empreendedorismo, a impulsão aos negócios vem de forma natural desde que as empresas sejam sérias e geridas por gente competente”, afirma. ■



CERTIFICAÇÃO
DIGITAL

Certificação Digital da ACIM

Sua empresa sem riscos on-line,
você com mais tempo off-line.



O certificado digital é um documento eletrônico que garante proteção às transações on-line. Com este dispositivo, sua empresa pode validar e reforçar os mecanismos virtuais de segurança, utilizando a tecnologia para garantir a privacidade e confirmar a autenticidade das informações dos usuários, empresas e instituições na rede. Além de dar mais segurança ao seu negócio, você ganha mais tempo e tranquilidade para fazer o que realmente importa: concentrar os esforços na busca por novos clientes, parceiros e projetos de crescimento.

60 anos ao lado
de quem inova





AQUI SEUS IMPRESSOS GANHAM VIDA.



GRÁFICA REGENTE
www.graficaregente.com.br



Avenida Paranavaí, 1146 - Maringá - PR, 87070-130

comercial@graficaregente.com.br

Tel.: (44) 3366-7000



Bandfashion contratou empresa especializada em trilhas para o mercado da moda; as canções tocadas são internacionais e pop

Inspiração para os ouvidos e para as compras

A sonorização do ambiente estimula os consumidores na hora das compras; veja como as empresas utilizam esta estratégia de marketing e o que evitar para que o efeito não seja o contrário

Fernanda Bertola

Ao atingir o sistema nervoso central e mexer com as emoções, a música influencia o estado de espírito e pode transformar o estado de humor das pessoas. Não é a toa que as trilhas sonoras se tornaram uma estratégia de marketing ao motivar os consumidores na hora das compras. Por outro lado, quem não entrou numa loja em que a música tem o efeito inverso, ao afugentar a clientela?

Para que esta estratégia dê certo, é preciso escolher uma *playlist* adequada, que combine com o perfil do

negócio. Foi apostando “num clima mais familiar e agradável, tornando as compras mais prazerosas aos clientes”, nas palavras da gerente de marketing, Daiany Garcia, que o Camilo Supermercados passou a disponibilizar uma rádio interna nas cinco lojas. Daiany enumera outras vantagens: “ouvir uma boa música ao final de um dia cansativo acalma e relaxa. E funcionário alegre e satisfeito com o ambiente de trabalho é sinônimo de cliente contente e fiel. Além disso, as músicas auxiliam a marca a mostrar atributos, atingindo aspectos como prestatividade, atenção, simpatia e sinceridade, fatores

preponderantes para um cliente permanecer mais tempo em uma loja ou voltar outras vezes”.

Em 2006, o supermercado contratou o serviço de uma empresa que disponibiliza sinal de rádio para as lojas. É esta empresa que produz os anúncios e disponibiliza um software que organiza a programação, com vários estilos musicais. “Temos liberdade de escolha das músicas, anúncios e dicas”, conta. A programação é reformulada a cada três meses. O funcionamento da rádio e o controle do volume ficam sob os cuidados de um funcionário do departamento de marketing.

Os resultados da estratégia são positivos: “desde que disponibilizamos as músicas temos percebido os clientes mais satisfeitos ao realizar as compras, além da satisfação dos colaboradores em trabalhar em um ambiente agradável”.

Dinamismo

No setor de vestuário, a atacadista Bandfashion também aderiu ao som ambiente para evitar a monotonia e influenciar de forma positiva as compras.

Para oferecer uma trilha sonora que combine com o estilo dos clientes - lojistas que vêm de várias partes do país -, a Bandfashion contratou o serviço de uma empresa especializada em trilhas para o mercado da moda. Após consultoria, as canções escolhidas para a reprodução seguem o estilo pop e



Ivan Amorim

As cinco lojas do Camilo Supermercados contam com uma rádio interna: clientes e colaboradores mais satisfeitos

são internacionais. “Por meio de um sistema, a empresa disponibiliza uma *playlist* com várias opções. O sistema sugere automaticamente as músicas, evitando que se repita constantemente”, explica a gerente de marketing, Vanessa Ferraz.

O volume é controlado através de uma mesa de som. E se os clientes reclamarem do estilo, a lista de can-

ções é rapidamente trocada.

Neutralidade

A estratégia do Maringá Park Shopping Center para agradar os clientes foi optar pela reprodução de músicas de vários estilos musicais, a exemplo do pop rock e MPB. “Não podemos aderir a um estilo porque no shopping transitam pessoas que

▶▶ Acerte na *playlist*



TRILHA

Deve-se levar em consideração o perfil da loja, criando uma identidade musical, o *target*, os funcionários, a localização. Em um supermercado, por exemplo, as músicas podem ser mais populares e que abracem diversas faixas etárias e classes sociais. Em lojas para jovens, caem bem sons mais agitados como pop, house e dance. Já em um ambiente refinado, jazz, lounge, deep house e bossa nova são boas pedidas. Nas lojas de surf pode-se optar por reggae, surf music, hip hop e pop rock. Em um restaurante japonês, lounge e deep house. Já no italiano, músicas italianas, jazz e lounge. As músicas podem, ainda, variar ao longo do dia.

FONTE | Guilherme Milani, da 4Shop Music



FERRAMENTA

Empresas utilizavam pendrives, iPods ou CDs para esse tipo de trabalho. Hoje há o recurso da internet, por meio de conta de rádio online personalizada para o cliente, facilitando a atualização da *playlist* e a empresa pode ser atendida em tempo real para solucionar problema técnico ou adequar uma música.



EVITE ERROS

Não confie em um de seus funcionários ou no gosto próprio, porque há profissionais capacitados para a seleção da trilha. Uma música inadequada pode espantar o cliente em vez de atraí-lo. O volume da música também deve ser controlado, para não incomodar. Também é importante pagar os devidos direitos autorais.

@wvainer

www.acim.com.br

têm gostos diferentes. No entanto, prezamos pelo perfil de músicas que têm mais relação com o público-alvo do Maringá Park, que são as classes A e B”, explica a gerente geral, Cláudia Michiura.

Ela destaca que as músicas são importantes para que o cliente se sinta em um ambiente agradável e fique à vontade para comprar. Por essa razão, os lojistas também trabalham um mix interno de músicas, nesse caso, focado no perfil do cliente. E aí é preciso dosar o volume para que as trilhas sonoras do shopping e das lojas não se sobreponham.

Hoje, a trilha veiculada no Maringá Park fica sob a responsabilidade de uma rádio da cidade, que disponibiliza uma lista online. Cláudia lembra que quando o som interno ficava sob responsabilidade de um funcionário interno, havia reclamações. “O cliente do shopping é um cliente que reclama. Hoje não há mais problemas, o que é um sinal de que nossa estratégia tem dado certo. É um trabalho muito dinâmico e que leva tempo. Numa rádio existe uma estrutura bem preparada e atualização de músicas diariamente”, diz.

Direito autoral é lei

O direito autoral está previsto na Constituição Federal e disciplinado pela atual Lei 9.610/98, que protege e defende o compositor e o artista contra o uso desautorizado de sua obra. Quem utiliza músicas publicamente deve procurar o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad) para solicitar uma licença/autorização para uso das músicas. “O uso fica autorizado após a quitação de cobrança emitido pelo Ecad”, explica o gerente do escritório local, Maurício Brotto.

Ele esclarece que a retribuição autoral deve ser paga quando ocorre a utilização de música em locais de frequência coletiva, como lojas, bares, restaurantes, academias, supermercados e hotéis (áreas comuns e quartos). Esperas telefônicas também exigem pagamento de direitos. “O uso de qualquer obra autoral depende de autorização expressa de seu autor. No caso da música, os autores e titulares das obras autorizam o Ecad a fornecer a devida licença para a utilização pública mediante

o pagamento da retribuição autoral”, diz.

O gerente ressalta que quem não paga Direito Autoral desrespeita os direitos dos artistas e comete violação à Constituição Federal, à Lei 9.610/98 e aos tratados e acordos internacionais firmados pelo Brasil. O infrator poderá responder judicialmente, ficando sujeito às sanções criminais e civis cabíveis, conforme a legislação.

O cálculo da retribuição autoral é feito de acordo com os critérios estabelecidos pelos titulares do direito autoral. Essas informações se encontram no Regulamento de Arrecadação e na Tabela de Preços, disponíveis em www.ecad.org.br. O regulamento classifica o nível de importância da música para a atividade ou estabelecimento, como indispensável, necessária ou secundária. Considera ainda a periodicidade da utilização e se a apresentação é feita de forma mecânica ou ao vivo. O Ecad disponibiliza um simulador de cálculo do direito autoral em seu site. ■

Walter Fernandes



“No Maringá Park transitam pessoas que têm gostos diferentes, mas prezamos por músicas que têm mais relação com o público-alvo”, diz Cláudia Michiura

2ª Etapa
de vendas

Obras em
andamento.

Acompanhe o
estágio da obra em:
wegg.com.br

Área
privativa:
110,34m²
ou
55,17m²



RougeT
— V I L L A G E —

Muito espaço,
conforto, segurança e
ótima localização.

Entrega Garantida • Preço Fechado

CAIXA

WEGG-CCII
LOTEAMENTOS • CONSTRUÇÃO • INCORPORAÇÃO
desde 1976

junho de 2015

3 QUARTOS
Suíte master

2 vagas de garagem • 2 sacadas • Academia
Lounge • Sala de estudos • 2 Salões de festas
Área de lazer completa e equipada.

Venha conhecer o apartamento decorado em nosso Show Room. Confira também as opções do apto. 1 ou 2 quartos, e Studio.

PLANTÃO DE VENDAS TAMBÉM NO LOCAL

R. Jangada, 403 - Zona 07

Atendimento de segunda a sexta das 9:00h às 17:00h

SHOW ROOM

Av. Horácio Racanello, 5200

Atendimento todos os dias. Inclusive domingos e feriados.

wegg.com.br/rouget 44 3028-3589

WEGG-CCII
LOTEAMENTOS • CONSTRUÇÃO • INCORPORAÇÃO
desde 1976

Giovana Campanha

A duplicação de 120 quilômetros e a pavimentação de outros 30 quilômetros entre o Porto São José (que fica no município de São Pedro do Paraná) e Mandaguaçu deverá gerar um fluxo de caminhões pelo menos duas vezes maior do que o atual, encurtará o caminho em 60 quilômetros e ainda reduzirá os custos de transporte em R\$ 300 por caminhão. Diante deste cenário, entidades representativas, prefeitos e vereadores de Maringá, Paranavaí e municípios do Mato Grosso do Sul reivindicam a duplicação deste trecho da BR-376, mas para isso precisam de união.

Como há 23 quilômetros de estradas entre Porto São José e Nova Londrina que são administrados pelo governo do Paraná e outros 30 quilômetros entre Taquarassu/MS e Porto São José que são administrados pelo governo do Mato Grosso do Sul é preciso que os dois governos estaduais transformem os trechos em rodovias federais. Fora isso, governo do Paraná e do Mato Grosso do Sul precisam investir um percentual do valor de duplicação como contrapartida para que o Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes (DNIT) possa executar a obra, ainda sem valor definido. Outra opção é que a obra seja realizada numa parceria público-privada.

Uma reunião realizada em 25 de abril, na ACIM, ajudou a pavimentar o caminho que é preciso percorrer para que a obra se transforme em realidade. Do encontro participaram prefeitos da região, o deputado Teruo Kato, vereadores e representantes de entidades de classe.

O presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, ressaltou a importância da obra para o escoamento de grãos,

União em prol da duplicação de trecho da BR-376

Obra reivindicada pela comunidade reduzirá custos com transporte e encurtará percurso para escoamento da produção de grãos; o pleito é de entidades do Paraná e Mato Grosso do Sul



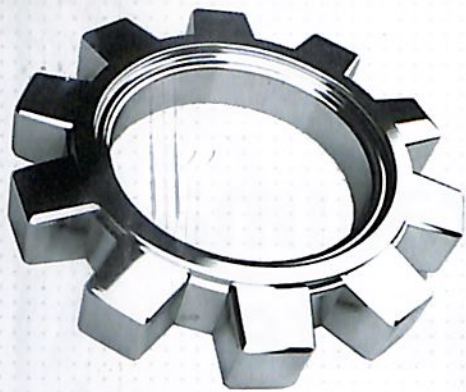
Ivan Amorim

Reunião na ACIM, com participação de prefeitos e deputado, discutiu duplicação de trecho da BR-376 para facilitar escoamento do agronegócio

principalmente de soja, do Mato Grosso do Sul para o Porto de Paranaguá. O coordenador do movimento de 22 entidades da região de Paranavaí, Demerval Silvestre, explicou que os trabalhos tiveram início no ano passado e que o governador já se mostrou favorável ao projeto. Disse ainda que lideranças do Mato Grosso do Sul também estão engajadas, bem como deputados paranaenses a exemplo do

Teruo Kato e Zeca Dirceu.

Agora os integrantes do movimento, que tem a adesão da ACIM, esperam o agendamento de uma audiência com o governador Beto Richa para discutir o projeto. Inclusive, existe a possibilidade de lideranças políticas e empresariais do Mato Grosso do Sul participarem do encontro, ainda sem data definida.



CIDADE

INDUSTRIAL DE MARINGÁ

Inovação gerando desenvolvimento.

O maior parque industrial do Paraná tem espaço para a sua empresa e muito mais!

Mão-de-obra qualificada e suporte tecnológico

SENAI, LACTEC e TECPAR já têm lugar reservado no complexo industrial. Maringá tem também mais de 40 mil alunos no ensino superior.

Excelência em logística

Posição estratégica no Mercosul, excelente malha viária, aeroporto homologado para cargas internacionais, porto seco, terminais de integração dos modais aéreo, rodoviário e ferroviário.

Facilidades para adquirir terrenos

Maringá tem lei que prevê incentivos e benefícios para a aquisição de terrenos, dependendo da contrapartida social, chegando ao valor de apenas R\$ 60,00 o m².

Qualidade de vida

Uma cidade moderna e que preserva o verde, com mais de 160 mil árvores. Além disso, tem de tudo: saúde, educação, esporte, cultura e lazer.



***Lotes a partir de R\$ 60,00 o m²**

1 TERMINAL INTERMODAL RODOAEREOFERROVIÁRIO

2 AEROPORTO INTERNACIONAL DE CARGAS

*Os descontos são concedidos a cada empresa em função de sua contrapartida social, geração de emprego, valor do investimento e impostos a serem gerados, de acordo com o Programa de Desenvolvimento Econômico de Maringá - PRODEM.

Venha conhecer a nova Cidade Industrial de Maringá.

Informe-se pelo telefone (44) 3221-1312

ou pelo site: www.maringa.pr.gov.br



Prefeitura de
MARINGÁ

Fernanda Bertola

Imagine se os maringaenses pudessem saber, com precisão, os horários em que os ônibus coletivos passarão em cada ponto, tudo por meio de um aplicativo no smartphone. Caso a proposta feita pela Clever Divices, empresa com sede em Nova Iorque, seja adotada pela prefeitura, essa hipótese se tornará realidade em Maringá.

A proposta tem como base o conceito de Cidade Inteligente, que nasceu a partir de cidades do mundo que estão adotando recursos tecnológicos e arquitetônicos para resolver problemas gerados pelo adensamento populacional. E como Maringá passou a oferecer desafios a serem resolvidos por causa do crescimento, no ano passado o então prefeito Silvio Barros cadastrou a cidade no evento Living Labs Global Award (LLGA): Cities Summit San Francisco, em São Francisco (EUA). Trata-se de um congresso, que teve os resultados apresentados em maio - e que contou com a participação de uma comitiva maringaense - onde foram divulgadas soluções propostas por empresas do mundo todo a desafios registrados por cidades 22 cidades. Do Brasil, participaram apenas Maringá, cujo desafio lançado foi sobre Mobilidade Urbana - Transporte Metropolitano, e o Rio de Janeiro. Representaram a cidade na comitiva, o prefeito Carlos Roberto Pupin, os presidentes do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), José Carlos Valencio e da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, além do vereador Chico Caiana, do ex-prefeito Silvio Barros e de Gilton Bonneau.

Para Maringá foram apresentadas 35 soluções, sendo eleita a da Clever Devices. Para o problema de excesso

Propostas para uma cidade inteligente

Comitiva maringaense participou de congresso nos Estados Unidos para conhecer soluções tecnológicas que podem ajudar a resolver problemas de transporte coletivo



Comitiva maringaense nos Estados Unidos: Silvio Barros, José Carlos Valêncio, Marco Tadeu Barbosa, Roberto Pupin, Gilton Bonneau e Chico Caiana

de veículos e melhoria da mobilidade urbana, a empresa apresentou um software de gerenciamento do sistema de transporte coletivo que monitora desde a manutenção preventiva dos ônibus até a viabilidade econômica no carregamento das linhas, além de auxiliar o usuário informando pelo celular o horário dos próximos ônibus. “Os problemas urbanos estão se tornando mais complexos, porém os avanços tecnológicos têm apresentado soluções viáveis e acessíveis que não apenas resolvem os entraves, mas geram um banco de informações e dados que poderão ser usados na antecipação de novos obstáculos e na tomada de decisões com muito maior seguran-

ça”, explica Silvio Barros.

Segundo ele, para que o projeto seja implantado, “a TCCC (Transporte Coletivo Cidade Canção) precisa definir quais partes do programa vai contratar e a prefeitura verificar se deseja também ter acesso a determinadas informações e, se for o caso, adquirir o software”, adianta. A reunião preliminar para discutir a implantação do sistema está marcada para junho. Barros esclarece que a simples implantação do software não faz de Maringá uma Cidade Inteligente. No entanto, a prefeitura está implantando outras soluções, a exemplo do georreferenciamento e o software da saúde.



MAISON
VICTORIA

ELLEN JABOUR APRESENTA
LANÇAMENTO ALTO PADRÃO

ABSOLUTAMENTE
COMO VOCÊ
SONHOU!

AV. GUEDNER, 963

3 SUÍTES  **296m²**
ÁREA TOTAL  **3 VAGAS**
GARAGEM

 LAZER COMPLETO



VISITE DECORADO NO SHOW ROOM A.YOSHII:
Av. São Paulo (Antiga Gurucuia), 2828, Fone: 3344 1011
Diariamente das 9h às 18h | Inclusive Domingos e Feriados

O empreendimento será comercializado após registro no cartório de imóveis.

Informações:



Construção e Incorporação:



BR/AVO

A cultura local tem um importante parceiro: o Instituto Cultural Ingá (ICI). Trata-se de uma entidade sem fins lucrativos e sem bandeira partidária que tem trabalhado para potencializar a captação de recursos financeiros, humanos e intelectuais para fomentar a cultura local.

O ICI, cuja sede fica no prédio da ACIM, tem trabalhado em algumas frentes: no Natal Ingá, na capacitação de produtores culturais e na busca de recursos financeiros e, para isso, utiliza um mecanismo previsto por lei: a renúncia fiscal.

Na programação do período natalino da cidade há a chegada do Papai Noel, apresentação de corais, Vila do Papai Noel e tantas outras atividades que serão organizadas pelo ICI e que encantam os maringáenses e moradores de municípios vizinhos. Inclusive, em breve, o ICI deve fazer uma chamada pública de projetos enquadrados na Lei Rouanet com o tema de Natal. Será o ProCultura Maringá, que é baseado em experiências de governos estaduais. Trata-se da constituição de um fundo garantidor para os produtores e artistas estabelecidos na cidade.

Projetos culturais

Com objetivo de orientar produtores culturais a conseguir recursos para a realização de seus projetos, no mês passado o instituto realizou a capacitação técnica "Como elaborar projetos culturais e captar recursos por meio da Lei Rouanet", ministrado por Edson Luiz Pereira e Marcelo Seixas.

O curso ajudou o contador de histórias Danilo Furlan a entender como funcionam os mecanismos de renúncia fiscal. Com os conhecimentos, ele pretende elaborar um projeto, aprovar junto à Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), que é quem autoriza a captação de

Fomento à cultura local

Sem fins lucrativos, Instituto Cultural Ingá tem trabalhado para orientar produtores a conseguir recursos para a realização de projetos culturais e buscado parceria das empresas locais



Walter Fernandes

ICI realizou no mês passado a capacitação "Como elaborar projetos culturais e captar recursos por meio da Lei Rouanet"

recursos por meio da Lei Rouanet, e captar recursos junto ao empresário local. "A Lei Rouanet é um aliado importante, mas os produtores fazem pouco uso ou desconhecem como funciona", diz ele, que depois de participar da capacitação percebeu que elaborar e enquadrar um projeto cultural não é tão difícil como imaginava.

Com bons projetos culturais, será preciso angariar recursos para que eles saiam do papel. E aí novamente que o ICI tem ação fundamental difundindo a importância e como os empresários podem contribuir com a cultura. O presidente do ICI, Orlando Chiqueto, explica que o empresário não precisa investir parte

do faturamento nos projetos e sim destinar parte do imposto de renda devido. "O empresário vai difundir sua marca junto à comunidade, vincular seu nome a projetos culturais e acompanhar o uso deste dinheiro destinado ao imposto de renda, em vez de pagar para o governo", diz. As empresas de lucro real podem destinar 4% do Imposto de Renda a projetos culturais que estejam enquadrados na Lei Rouanet.

Serviço: O Instituto Cultural Ingá funciona na rua Basílio Sautchuck, 388 - 1º andar. Para mais informações, os telefones são (44) 3025-9625 e 3025-9595 e o email é diretoria@institutoculturalinga.com.br

Vem aí o evento que vai transformar sua empresa e sua carreira!

I Seminário Empresarial

Atitudes em Ação!

Toda grande mudança necessita de grandes atitudes!

06
JULHO
2013
08:00h
TEATRO
MARISTA

in market



Palestras 5 Estrelas!



Não perca esta grande oportunidade!

Adquira já seu ingresso! (ingressos limitados)

Informações:

[facebook.com/AtitudesEmAcao](https://www.facebook.com/AtitudesEmAcao)

(44) 3227-0697 / (44) 9713 5533 / (44) 9903-4458

contato@produzsim.com.br / ceag@ceag.com.br / contato@ceag.com.br

Realização



Ponto de Venda



Apoio



Patrocinio



60 anos ao lado de quem inova





VESTIBULAR DE INVER



- Novo Tempo



ANO AGENDADO 2013



Rodovia PR 317, nº 6114 - Maringá -PR (Saída para Astorga)

Indústria brasileira na berlinda

Afugentados pelos encargos trabalhistas, empreendedores estão apostando nos importados e cruzando fronteiras em busca de mão de obra mais barata e especializada; mas há quem preferiu fortalecer a indústria local, mesmo diante de percalços

Rosângela Gris

Não é nada fácil ser empreendedor no Brasil. O mais recente levantamento do Banco Mundial sobre a facilidade de se fazer negócios coloca o país na modesta 130ª posição entre 185 economias. Em apenas três anos, o Brasil caiu dez posições no ranking – era o 120º colocado no relatório de 2010. Elaborado anualmente desde 2003, o documento avalia a facilidade de uma empresa funcionar, considerando apenas questões tributárias e regulatórias – como processos necessários para abertura, instalação e operação de um negócio.

O sistema tributário lidera a lista de reclamações do setor produtivo. “Em todas as pesquisas realizadas com a classe empresarial, a carga tributária ocupa o primeiro lugar entre as dificuldades para se produzir no Brasil. E o problema não é apenas o peso dos impostos, que hoje res-

pondem por mais de um terço do Produto Interno Bruto (PIB) do país. Tão grave quanto o tamanho da carga é a complexidade do sistema”, afirma o presidente da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), Edson Campagnolo. Em seus cálculos, desde a promulgação da Constituição de 1988, os governos federal, estaduais e municipais editaram mais de 290 mil normas tributárias – média de 30 por dia. “Isso faz com que existam 11,2 milhões de combinações de impostos diferentes que vão para a conta de empresas ou cidadãos”, critica.

Segundo o presidente da Fiep, além de barrar novos investimentos, o sistema tributário tira a competitividade da indústria brasileira que perde mercado tanto externo quanto doméstico. Enquanto a produção industrial registrou queda de 0,5% nos três primeiros meses de 2013, a participação de produtos industriais importados no consumo do

país avançou de 21,6% para 22% entre 2012 e o primeiro trimestre de 2013, segundo a última pesquisa Coeficientes de Abertura Comercial, divulgada em maio pela Confederação Nacional da Indústria (CNI). A comparação considera o acumulado dos 12 meses anteriores de cada período. “É um percentual muito alto”, avalia Campagnolo. O índice de penetração de importações atingiu o maior valor já registrado desde o início da série histórica, em 1996.

Brasileiros “made in China”

O crescimento das importações em muito se deve a debandada de indústrias brasileiras. Afugentadas por onerosas cargas tributária, previdenciárias e trabalhistas, não são poucas as que cruzaram fronteiras atrás de mão de obra mais barata e menos impostos. Os principais destinos são os chamados Tigres Asiáticos, e mais recentemente o vizinho Paraguai.



Walter Fernandes



O empresário Christensen Roberts viajou quilômetros para colocar em prática o plano de expansão da HygieCorp - Soluções para higiene corporativa, franqueada da Companhia Melhoramentos Papéis, com sede em Maringá e unidades

Christensen Roberts, da HygieCorp, vai lançar uma marca própria de máquinas de limpeza importando os equipamentos da China

em Cascavel, Foz do Iguaçu, Presidente Prudente (SP) e Bauru (SP). Depois de idas e vindas - e muitos cálculos -, ele encontrou na China e em Taiwan as condições que procurava para tirar do papel o projeto de lançar uma marca própria de máquinas de limpeza. A linha da marca Hygiotec - com-

posta, num primeiro momento, por lavadoras de piso automáticas, máquinas de alta pressão, aspirador profissional de pó e água, polidoras e acessórios - desembarca no Brasil no próximo semestre.

Nem mesmo os trâmites burocráticos, as restrições tarifárias e

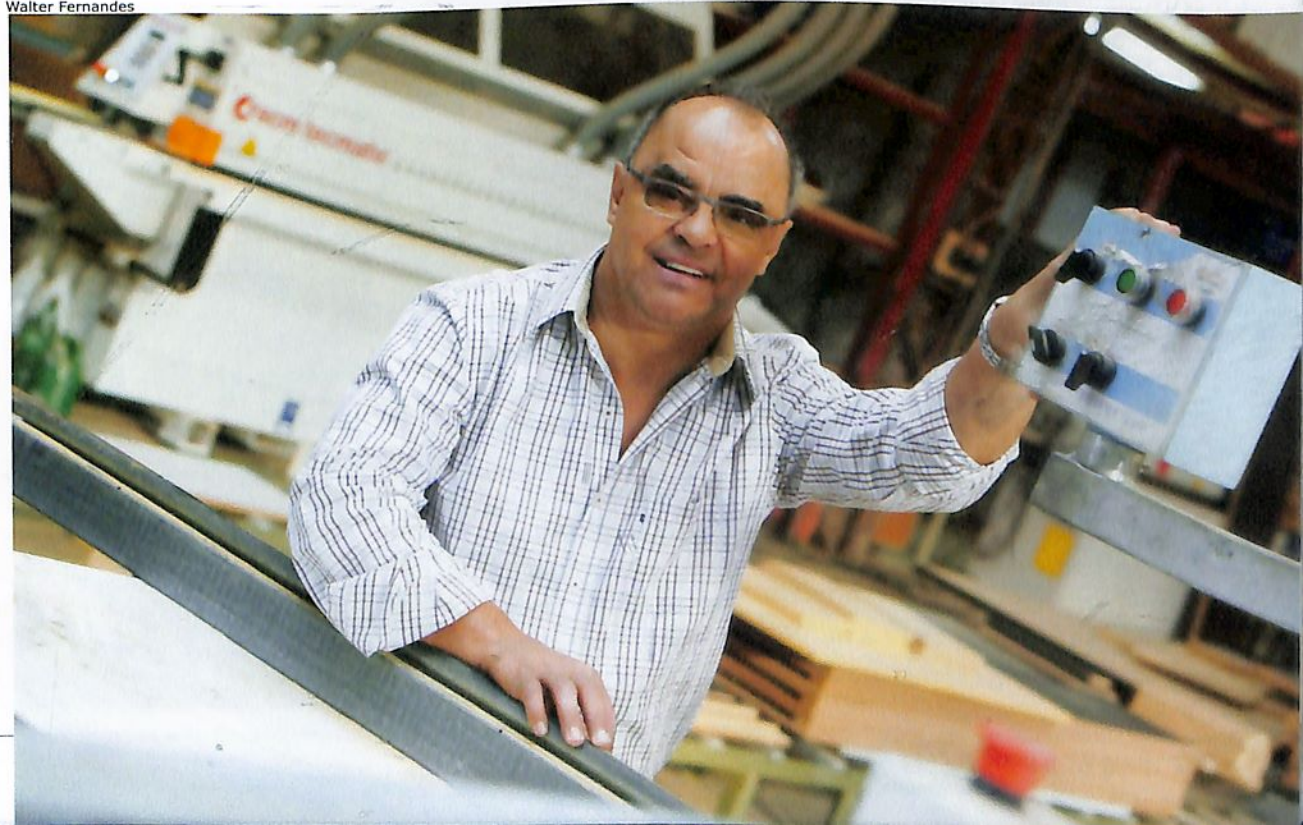
a logística de importação fizeram o diretor comercial nacionalizar a marca Hygiotec. "Além do custo de produção infinitamente menor, a China ganha do Brasil em tecnologia e mão de obra especializada", justifica Roberts, afastando o mito que o popular "made in China" está muito vinculado a produto barato e de pouca durabilidade.

No contrato fechado com apenas uma das fábricas asiáticas estão previstos investimentos de US\$ 1 milhão no período de um ano. No Brasil, o capital aplicado no projeto de expansão da empresa foi na construção de um barracão que servirá de depósito para as máquinas.

Falta de mão de obra

Quem também desembarcou no continente asiático atrás da tão perseguida competitividade foi o empresário Aparecido de Queiroz. Ele está finalizando as negociações com os chineses para terceirizar parte da produção da Martimaq. Hoje todos os móveis escolares e corporativos comercializados nas duas lojas em Maringá - e em cidades da região e

Walter Fernandes



A falta de mão de obra motivou Aparecido de Queiroz a transferir para China parte da produção de móveis da Martimaq: "a indústria é a última opção do trabalhador"

dos estados de Santa Catarina, Mato Grosso do Sul e São Paulo - são produzidos em três fábricas locais. A intenção é transferir para a China os processos de corte, dobra e solda de quatro itens da linha escolar, o carro-chefe da indústria. “Só o acabamento continuará sendo feito aqui”, adianta o empresário.

A decisão de ampliar a parceria comercial com a China - há pelo menos três anos Queiroz importa peças e objetos de decoração do país asiático - é uma resposta à escassez de mão de obra qualificada no Brasil. “Não há marceneiros, nem soldadores para trabalhar. Com o crescimento da nossa economia, a força de trabalho braçal foi absorvida pelos setores de serviço e varejo. Hoje a indústria é a última opção do trabalhador”.

Para resgatar essa mão de obra, Queiroz diz que o setor industrial teria que oferecer salários mais atrativos, algo que está fora de questão por conta dos altos encargos trabalhistas. “O ganho de um operário chinês e de um brasileiro é praticamente o mesmo, a diferença está no custo para o empregador. No Brasil, com os tributos previstos em lei o custo de um trabalhador que recebe um salário de R\$ 1,7 mil sobe para R\$ 2,7 mil. É muito oneroso para quem emprega”, desabafa.

Outro fator que pesa a favor dos chineses é a produtividade. Segundo o proprietário da Martimaq, um trabalhador brasileiro produz um quinto do que produz um chinês com a mesma jornada de trabalho. É verdade que essa eficiência também está atrelada à tecnologia empregada nas indústrias locais. “Essa é outra falha do Brasil. Faltam investimentos em tecnologia, mas isso ocorre por falta de subsídios dos governos e políticas públicas para a automação das indústrias nacionais.



Walter Fernandes

Célia Pugiesi, da KNT Jeans, já teve 300 funcionários, mas hoje conta com 100, porque a produção foi terceirizada para fábricas locais; com a estratégia, em seis anos faturamento triplicou

Os financiamentos disponíveis são inacessíveis para os pequenos empreendedores. Diante deste cenário, a importação surge como a solução mais viável para a sobrevivência no mercado”, opina Queiroz.

Terceirização doméstica

Encontrar mãos habilidosas e ágeis para desenhar, cortar, costurar, tingir e bordar também não tem sido uma tarefa fácil para Célia Pugiesi.

“É difícil encontrar profissional para qualquer área, até para a de limpeza”, desabafa a diretora da KNT Jeans. A dificuldade para preencher as vagas de trabalho somada a necessidade de cortar custos levou a empresária a terceirizar parte da produção há cerca de seis anos.

No cargo de diretora da KNT, Célia promoveu mudanças significativas em 2007, que dobraram a produção e triplicaram o faturamen-

Walter Fernandes



A Terra Mãe aposta em etiqueta 100% nacional e abriu loja em shopping atacadista para aumentar as vendas; na foto, Beatriz e Fátima Assumpção

Empreendedorismo contra a invasão chinesa

Embora dona de um poderoso arsenal nuclear, a grande arma da China é uma característica mais mundana: mão de obra barata. Inúmeras empresas brasileiras já sofreram o efeito devastador dessa concorrência, principalmente as de setores têxtil e metalúrgico. Mas há também aquelas que encontraram um jeitinho para driblar o gigante asiático.

Investir em uma nova frente de divulgação da marca foi a estratégia adotada pela microempresa maringaense Terra Mãe para ganhar mercado no setor de vestuário. Até pouco tempo, as peças das coleções de moda feminina chegavam aos revendedores através de transações intermediadas por representantes comerciais. Hoje as criações também podem ser conferidas na loja exclusiva da marca, inaugurada em meados do ano passado, em um shopping atacadista de Maringá.

Com as vendas no novo espaço, o faturamento da empresa teve um salto de 70% e a produção dobrou. Atualmente são produzidas cinco mil peças por mês. Os detalhes e as estampas diferenciadas são os trunfos da marca para fazer frente às concorrentes nacionais e as importadas, ainda que a sócia Beatriz Assumpção não considere os produtos chineses uma ameaça a Terra Mãe. "Não há concorrência direta. As peças que vêm da China são muito mais



Walter Fernandes

José Docê, da Naifla, está investindo R\$ 1,5 milhão em novas máquinas e na construção de um barracão para ampliar linha de produção

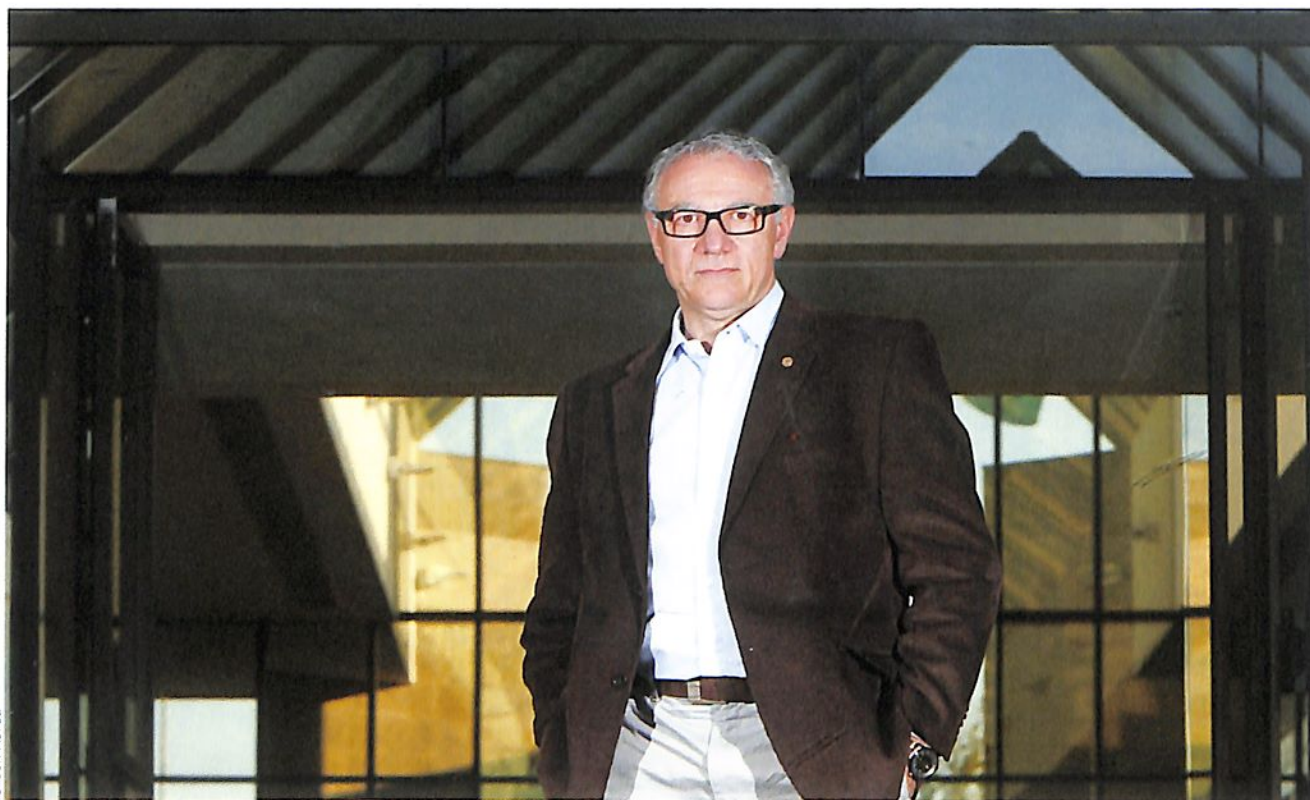
baratas, mas porque são de tecidos e qualidade inferiores as nossas", explica.

Fátima Assumpção, mãe e sócia de Beatriz, faz questão de enaltecer o selo de produção 100% brasileiro que, segundo ela, assegura qualidade das roupas. Parte do processo é feito no barracão próprio onde os colaboradores desenvolvem e cortam as peças. A costura, por questões de custos, é terceirizada em fábricas de Maringá, Paiçandu e Sarandi.

Já a alternativa encontrada pelo empresário José Docê para a concorrência com os chineses foi a diversificação da produção. Além das linhas de compressores e transformadores, a Naifla Indústria e Comércio de Produtos Pneumáticos Ltda agora também produz peças para equipamentos do setor de transporte.

Por enquanto a produção ainda é tímida por falta de espaço físico e mão de obra. Isso deve ser solucionado nos próximos meses com a conclusão do barracão que está sendo erguido anexo ao atual e a instalação das novas máquinas avaliadas em cerca de R\$ 1,5 milhão. "Investir em automatização é caro e, infelizmente, o acesso às linhas de financiamento no Brasil é muito difícil. O processo de aprovação e liberação é tão moroso e burocrático que o empresário corre o risco de perder a oportunidade de mercado", critica.

Quando as novas máquinas estiverem operando, a estimativa do empresário é triplicar o faturamento da indústria. O otimismo de Docê está ancorado na durabilidade e credibilidade da marca, seus diferenciais frente aos importados de preços imbatíveis.



Gilson Abreu

Edson Campagnolo, da Fiep, "precisamos lutar para criar no Brasil as condições necessárias para que possamos ser competitivos"

to da empresa nos anos seguintes. "Traçamos um plano de marketing e ação visando à profissionalização da empresa. E foi nessa transição que entendemos que a descentralização da produção era o mais viável".

Atualmente, no barracão da indústria onde trabalham cerca de cem funcionários – no passado o número de colaboradores chegou a 300 – é feito o desenvolvimento das coleções feminina e masculina, o corte dos tecidos e o minucioso controle de qualidade das cerca de 500 mil peças produzidas e distribuídas anualmente para revendedores do Brasil, Estados Unidos e países do Mercosul. Os demais processos de costura, bordado, textura e lavanderia foram absorvidos por facções de Maringá e região.

Célia diz que a terceirização da mão de obra reflete positivamente na planilha de custos da indústria, mas ainda deixa a desejar no padrão de qualidade. "Existe uma grande diferença

entre trabalho e emprego. Enquanto o primeiro gera recursos e benefícios, o segundo se resume a realização de uma função sem a obrigatoriedade de resultados. Por uma questão cultural, a maioria dos brasileiros está atrás de um emprego que o exime de responsabilidades. Essa falta de compromisso reflete na produção. O índice de defeitos no setor de vestuário é muito grande".

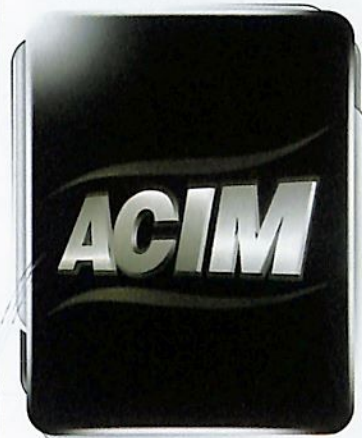
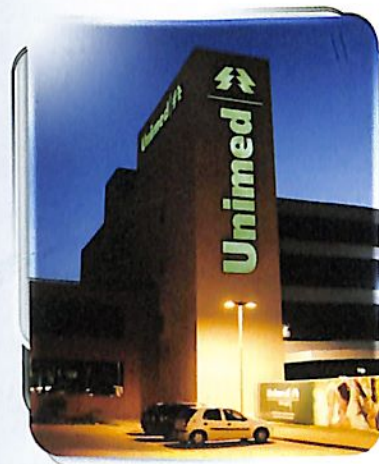
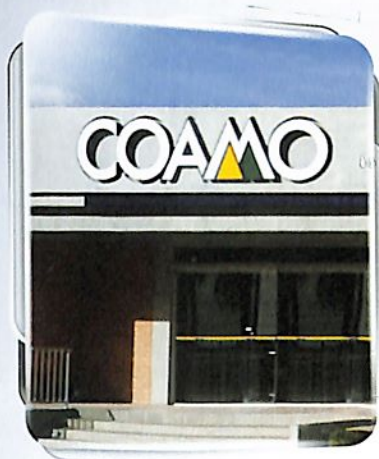
A empresária lembra que muitas grifes fashionistas se instalaram nos países asiáticos e confessa não ter seguido o mesmo caminho por particularidades do segmento em que atua. "A moda é perecível. O período entre o desenvolvimento e chegada de cada coleção nas vitrines dificulta acordos contratuais de produção com os países asiáticos devido a trâmites burocráticos, prazos e logística", explica. Por conta desses entraves, as importações feitas pela KNT se resumem a algumas peças básicas da coleção -

como jaquetas – e 30% da matéria-prima utilizada na indústria.

Importação não é solução

Mas mesmo diante do cenário interno adverso ao crescimento da produção industrial, Campagnolo descarta a importação e a terceirização de mão de obra como soluções à ameaça real de desindustrialização. "É claro que empresários de alguns setores, devido ao alto custo de produção no Brasil e às dificuldades de concorrer com os importados, acabam vendo nesse caminho uma maneira de manter seus negócios. Isso não é condenável. Mas não podemos adotar essa estratégia como um caminho natural para os investidores e empreendedores brasileiros. O que precisamos é lutar para criar no Brasil as condições necessárias para que possamos ser competitivos. Capacidade e criatividade a indústria brasileira já mostrou que tem de sobra", conclui. ■

invista no visual
da sua empresa...



...ela merece!

PEGASUS ✦
BUREAU



soluções em imagem corporativa

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

44 3266 3316

www.pegasusbureau.com.br



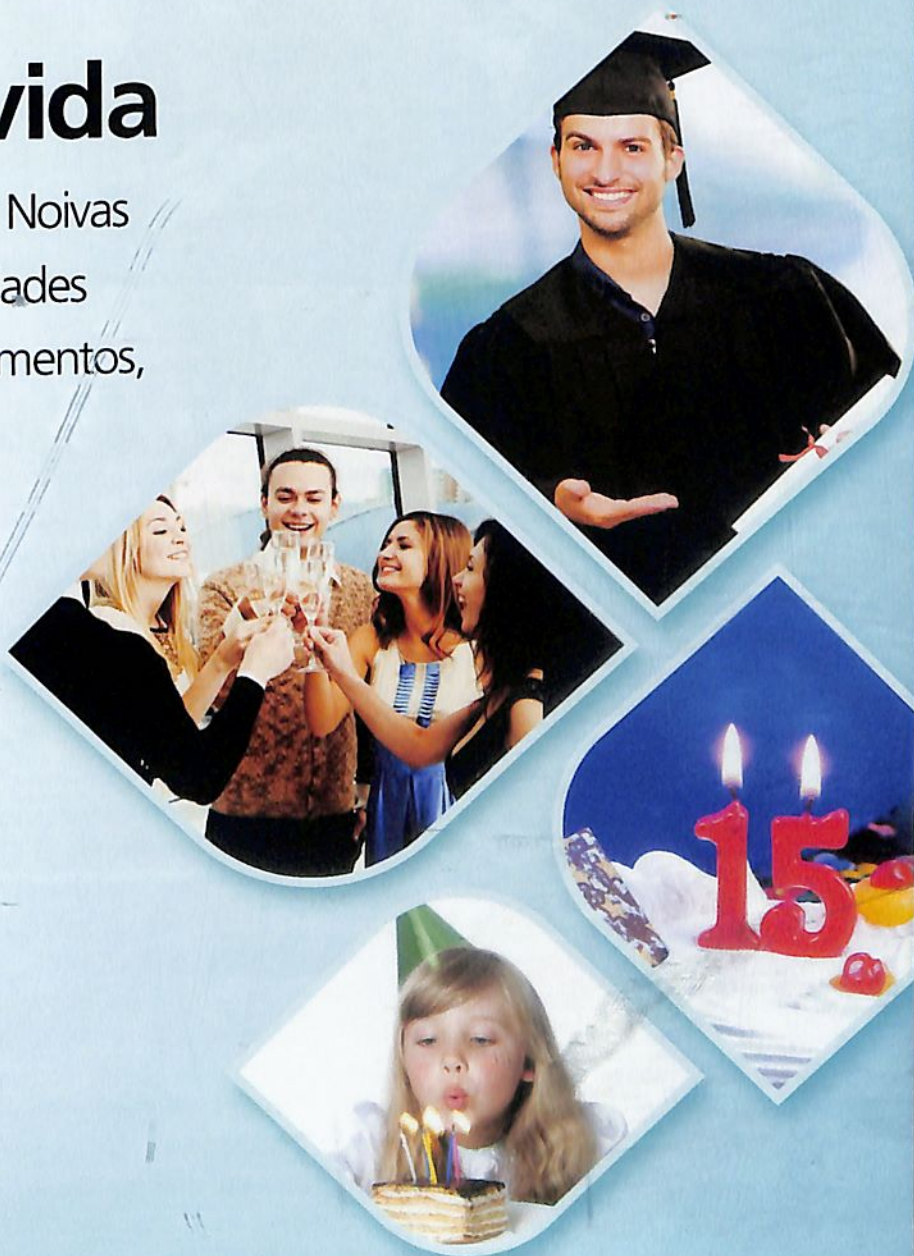
FEIRA FESTAS & NOIVAS



7ª Edição

Para todas as festas da sua vida

Em sua 7ª edição, a Feira Festas e Noivas oferecerá diversas opções e novidades para todos os tipos de festa: casamentos, aniversários, formaturas, eventos corporativos e muito mais. Do planejamento aos últimos detalhes, a feira reunirá os melhores fornecedores de produtos e serviços do segmento em um mesmo local.



19 e 20 de junho | Moinho Vermelho
16h às 22h | Entrada gratuita
www.feirafestasnoivas.com.br

Realização:

60 anos ao lado
de quem inova

ACIM

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ

Teatro Maringaense de Comédia, o início da cultura local



Apresentação de "Irene", em 1959



Público em uma das apresentações do TMC

Foi a partir de apresentações circenses que o teatro em Maringá começou a tomar forma. Victor Andreatta, conhecido por palhaço Serrote, um alemão radicado no Brasil que além de ator tornou-se diretor artístico, foi o maior incentivador desta arte na vida de Calil Haddad.

Proveniente de uma das famílias mais tradicionais da cidade, ninguém suspeitaria que Calil Haddad fosse ser reconhecido como o precursor do teatro local. Induzido por Andreatta, Calil se transformou em exímio frequentador de circos, salões paroquiais, programas de auditório, além de acompanhar peças nacionais no Rio de Janeiro e São Paulo.

Como não havia peças exclusivamente teatrais em Maringá, Haddad formatou um grupo. Andreatta o ensinou desde a percepção do potencial de uma pessoa para atuar até a forma de como lidar com atores, com o objetivo de extrair o máximo de rendimento na hora do ensaio e na encenação.

Contudo, havia um problema: como reunir atores e atrizes para atuar? Era uma dúvida frequente, pois os moradores da cidade preocupavam-se com o rendimento familiar e os momentos lúdicos não eram prioridade.

Foi enfrentando este obstáculo que Haddad demonstrou habilidade ao perceber um talento que poderia estar caminhando anônimo pelas ruas. Assim, com um pequeno quadro de atores e atrizes, em meados de 1956 foi instituído o Teatro Maringaense de Comédia (TMC). Depois houve busca de patrocínios, seleção de textos e ensaios.

Mesmo com imprevistos, em 29 de agosto de 1959 a primeira peça teatral do TMC tomou os palcos: "Irene", de Pedro Bloch. A arrecadação foi revertida para a construção da sede da União Maringaense de Estudantes Secundários (Umes), prédio que hoje está abandonado na avenida Cerro Azul.

O TMC ainda teve outras peças

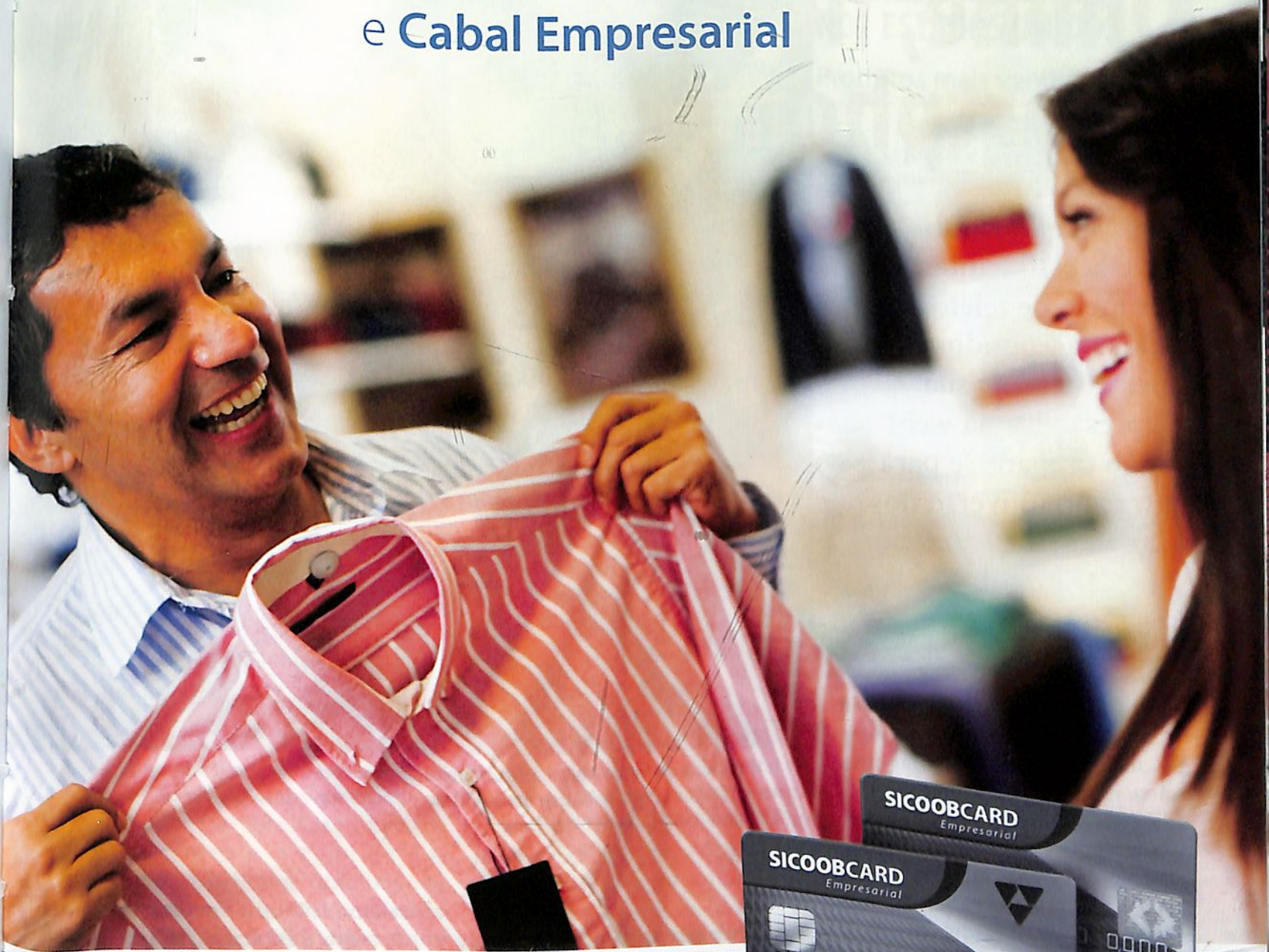
que contaram com a direção de Calil Haddad: As árvores morrem de pé (1960); Dona Xepa (1965); Society em Baby Doll (1966); Roleta paulista (1967); Barco sem pescador e Prima Donna (1968);

O Teatro Maringaense de Comédia teve seu auge durante a década de 1960, provavelmente por conta do empenho dos envolvidos no projeto iniciado anos antes por Victor Andreatta. Calil Haddad, por sua vez, seguiu outros projetos nas artes cênicas, que inclusive resultaram em perseguições políticas. As décadas seguintes, guardada as devidas proporções, colheram os frutos plantados por este primeiro grupo teatral.

O investimento financeiro por parte de terceiros deveria expandir a atuação do TMC, contudo isso não aconteceu e o primeiro grupo teatral de Maringá encerrou o incentivo para que pessoas comuns se dedicassem mais a cultura.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

Sicoobcard Mastercard Empresarial e Cabal Empresarial



Perfil Empreendedor

Recomendado para quem tem uma empresa associada ao Sicoob e deseja ter uma ferramenta de capital de giro nos negócios, que permite organizar e separar as despesas pessoais das empresariais e receber incentivos na utilização do cartão.



Online, no smartphone

O Brasil ganha um novo acesso à internet por meio de telefones a cada 2 segundos; quer se manter sua empresa viva na web? Então prepare-se para entrar no universo dos celulares inteligentes e ofereça site com versão *mobile*

Alan Maschio

O anúncio recente da gigante da tecnologia Google de que os óculos conectados à web já estão prontos para comercialização não é só mais uma novidade para o setor. A ferramenta está sendo vista por estudiosos como um ponto histórico de revolução comportamental - algo que deve mudar a forma das pessoas agirem, principalmente em público.

Grande parte desta euforia explica-se pelo fato de que os óculos vão tornar instantânea uma tarefa que, há 20 anos, exigia minutos de paciência: o acesso à internet.

No começo dos anos 90, o barulho do discador - um programa usado para a entrada na rede - tornou-se símbolo da expansão



Walter Fernandes

As três rádios do Grupo Maringá de Comunicação têm sites com conceito de design responsive: "o hábito de ouvir músicas e programas está migrando do 'dial' para a web", aponta Jany Lima

da web.

A banda larga tornou aquele barulhinho obsoleto. Hoje, se há um símbolo que caracterizaria o acesso fácil à internet, é o smartphone. Importante destacar que tal símbolo representa tanto quem acessa a rede quanto quem oferece conteúdo, ou produtos e serviços.

Na internet a representatividade do smartphone tem números sólidos como base. Enquanto a quantidade de conexões por banda larga cresceu 37% no Brasil em 2012, chegando a 96 milhões de

acessos, o total de meios móveis conectados à internet subiu 45% no mesmo período. Já são 75 milhões de acessos móveis à rede no Brasil, e desta parcela, 61 milhões são smartphones. O crescimento deste setor entre março de 2012 e março de 2013 foi tão rápido que é possível dizer que, neste ano, o Brasil ganhou uma nova conexão à internet via celular a cada 2 segundos.

E este avanço é muito mais voraz do que o próprio crescimento populacional. Relatório divulgado



em fevereiro pela Cisco Systems – basicamente, a empresa que mantém a internet funcionando – projeta que, em 2017, o planeta terá mais conexões móveis do que pessoas. Serão ao menos 7,6 bilhões de acessos de banda larga disponíveis em todo o mundo.

Claro que tablets e notebooks estão incluídos neste contexto, mas é impossível ignorar que os smartphones são o dispositivo com o maior campo para avanço. Prova disso são números revelados pela Associação Brasileira de Telecomunicações (TeleBrasil): a venda de celulares “inteligentes” superou pela primeira vez a de

aparelhos convencionais no primeiro trimestre de 2013. Dos 418 milhões de telefones vendidos no mundo neste período, 216 milhões são smartphones.

As informações reforçam uma tendência mais visível no dia a dia social: para uma empresa manter destaque na internet, vai ser preciso se fazer presente nos celulares. A integração das plataformas fixas e móveis é uma realidade sólida. Empresas que constroem sites para acesso por meio de computadores são capazes de executar projetos paralelos, criando endereços para plataformas móveis, como smartphones e tablets. O acesso se dá automaticamente: o site identifica qual plataforma está sendo usada pelo visitante e disponibiliza o endereço mais apropriado.

Em outros casos, um design especial se encarrega de adaptar a página e seu conteúdo ao tamanho do navegador que está sendo utilizado. É o “design responsive”, que encaixa a página na tela do computador ou do celular.

“Estar inserido neste meio é importantíssimo para o marketing de uma empresa, pois mostra atualização, ligação com modernidade”, acredita o diretor de criação da agência de marketing digital BangBoo, Fernando Pace. “Ter sites específicos para smartphones é uma realidade para qualquer setor, inclusive o de varejo”, reforça.

Empresas de oferta de conteúdo saíram na frente, oferecendo páginas criadas especificamente para o acesso por celular, e não

MOBILE COMMERCE NOS ESTADOS UNIDOS

Produtos mais vendidos



FONTE: Pesquisa feita pela Adobe Scene7 com 1,2 mil consumidores americanos; o percentual soma mais de 100% porque os entrevistados puderam escolher mais de uma opção na hora de responder

simples versões reduzidas dos sites convencionais. A rádio Mix Maringá, por exemplo, tem um site criado dentro do conceito de *design responsive*, no ar desde o começo do ano passado. Para a diretora artística da empresa, Jany Lima, a adaptação ao novo recurso é praticamente obrigatória para o segmento. “Temos como foco o público jovem, que vive ligado à internet, principalmente por meio do celular. E identificamos que as pessoas já não têm mais aparelhos de rádio em casa. O hábito de se ouvir músicas e programas está migrando do ‘dial’ para a web, e precisávamos estar dentro desta tendência”, explica. Para isso, a rádio não só tem um endereço de internet *responsive* como também

TECNOLOGIA

oferece um aplicativo que permite ao usuário do celular ouvir a programação com um simples toque na tela. As outras duas rádios do Grupo Maringá de Comunicação (dono da Mix Maringá), a CBN Maringá e Maringá FM, também já têm plataformas para dispositivos móveis.

A eficiência deste recurso, no entanto, não se resume ao segmento de oferta de conteúdo. Números da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico comprovam que a venda de produtos e serviços encontrou nos smartphones um aliado valiosíssimo. Enquanto o comércio eletrônico faturou R\$ 49 bilhões no Brasil em 2012 e deve crescer 19% este ano, as vendas por meio de celulares somaram pouco mais de R\$ 300 milhões no ano passado, mas devem chegar a R\$ 2 bilhões em 2013 – o que implica alta de 560%.

Mais contatos

Fotógrafo especializado em moda e publicidade, o maringáense Rafael Saes viu a quantidade de contatos para serviços aumentar significativamente desde que o site (www.rafaelsaes.com) ganhou uma versão *responsive* – que permite o acesso via smartphone sem perda



Walter Fernandes

O site do fotógrafo Rafael Saes recebe mais acessos via mobile: “com a criação da página na versão responsive, tive um aumento sensível no número de visitas e de contatos”

de conteúdo. “Graças ao Google Analytics (ferramenta que extrai e analisa as visitas de um endereço de internet), sabíamos que a maior parte dos acessos ao meu endereço era via *mobile*. Com a criação da página na versão *responsive*, tive um aumento sensível no número de visitas e de contatos”, conta.

Outro diferencial para o fotógrafo foi o fato de que, no segmento em que ele trabalha – que exige grande quantidade de fotos, em alta resolução – os sites antigos, geralmente construídos com uma programação conhecida como “Flash”, eram mais

“pesados”, exigindo mais tempo para carregar. “O *design responsive* elimina este problema. Todas as imagens são carregadas no mesmo momento do acesso”, explica.

Obstáculos

Raciocínios simples e rápidos permitem a qualquer pessoa elaborar uma lista de vantagens oferecidas pelo acesso a internet via smartphone. Em primeiro lugar está a comodidade: para comprar um sapato ou contratar um fotógrafo, você prefere ir até a garagem, pegar o carro e enfrentar trânsito ou simplesmente tocar a tela do seu celular, sentado na frente da TV?

O acesso rápido à informação também serve como ferramenta de auxílio à venda. Em vez de circular entre lojas para ver qual delas oferece a máquina de lavar roupas com preço mais baixo, o comprador em potencial pode simplesmente fazer



Walter Fernandes

Na opinião de Ademir Faria, da Câmara Técnica de TI e Comunicação do Codem, além de se adaptar à tecnologia, empresas devem investir em novo modelo de gestão e logística

SABEMOS O VALOR QUE TEM UMA INFORMAÇÃO DE QUALIDADE.

Por isso nossa equipe está preparada para enfrentar o novo, tanto no modo de contar os fatos, quanto na forma de entregar o jornal na sua casa ou empresa, dia após dia. Nessa busca diária, nos empenhamos em produzir um conteúdo cuidadosamente apurado pelos melhores jornalistas da região, dentro de um projeto gráfico moderno e inteligente, com acabamento comparado às melhores publicações do país. Tudo isso para continuar a fazer da sua leitura um prazer diário.



O **DIÁRIO** DO NORTE DO PARANÁ odiario.com





Walter Fernandes

Fernando Pace e Henry Max, da BangBoo: ter sites específicos para smartphones é uma realidade para qualquer setor, mas ainda há desconfiança por parte dos empresários locais

uma consulta rápida pelo celular.

A despeito do crescimento inevitável do segmento de sites específicos para celulares, o empresariado maringense dá mostras de que ainda não se interessou como devia pelo tema. Na BangBoo, por exemplo, o serviço de criação de páginas com *design responsive* dificilmente tem procura direta. “Oferecemos esta opção aos clientes geralmente quando fazemos contato para outro tipo de serviço. Ainda há uma certa desconfiança, inclusive a de que empresas de Maringá ainda não estariam capacitadas a executar uma tarefa como esta”, afirma o gerente de projetos da agência, Henry Max, que atende clientes de todo o Paraná e de São Paulo.

A resistência é confirmada pelo presidente da Câmara Técnica

de Tecnologia de Informação e Comunicação do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) e coordenador do Arranjo Produtivo Local (APL) de Software de Maringá e Região, Ademir Faria. “Há poucas iniciativas para a entrada neste tipo de mercado, em especial por parte das pequenas empresas”, diz.

Para Faria, o ingresso das empresas no universo online via smartphone é um caminho sem volta. “Estamos seguindo para uma direção em que os acessos pessoais à internet se darão somente por celulares. Empresas que quiserem se manter em evidência neste segmento terão que se adaptar, inevitavelmente”, diz. Ele completa que é importante, ao mesmo tempo, que as empresas estejam preparadas

para assumir investimentos em um novo modelo de gestão e logística.

“A entrada no universo web abre, potencialmente, o mercado para o mundo todo. Se você é varejista e quer fazer vendas online, tem que estar preparado, com estoque, logística e capacidade de entrega. O comerciante pode até definir o campo de venda, limitando a atuação em seu estado, por exemplo. Mas tem que saber que os concorrentes podem estar no Japão, na Índia ou aqui do lado”, explica.

Faria reforça que, em Maringá, apoio não falta. “O setor de tecnologia da informação em Maringá trabalha desde 2007 para preparar as empresas do segmento para a internacionalização proporcionada pela internet. Temos pessoal preparado para dar este suporte”. ■

**Tudo bem.
Tudo seguro.**



Uma nova bandeira para sua tranquilidade.

A **Sancor Seguros** sabe a importância do manter, do proteger, do cuidar. Cuidar daquilo que produzimos, dos momentos que vivemos, dos sorrisos que compartilhamos. Cuidar de nós mesmos, da nossa vida, nosso futuro, nossa família e nosso patrimônio.

Para viver **seguro** de verdade, procure uma ótima companhia, procure a **Sancor Seguros**, que conta com opções completas de **coberturas** para **proteger** tudo o que você tem.

A **Sancor Seguros** é solução para os imprevistos, é o apoio que você precisa para viver sem preocupações.



**SANCOR
SEGUROS**

www.sancorseguros.com.br

CONSULTAS E DEMAIS INFORMAÇÕES

Capitais e regiões metropolitanas: **4003 0392**

Outras localidades: **0800 888 0392**

Av. XV de Novembro, 871 - Sala 1 - Centro - CEP 87013-230 - Maringá - PR



Sua festa começa aqui.

Atualizar os ambientes, incrementando o cardápio, o que já estava no hábito (e no gosto) dos clientes, pode parecer simples ou comum. Entretanto, manter os amigos e conquistar outros mais, demanda equilíbrio, e no caso, um tino aguçado para os prazeres da modernização.





Moinho Vermelho

Buffet

NOVO DE NOVO



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



30 anos em defesa da segurança

Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) comemora 30 anos neste mês; entidade tem ajudado a cidade a manter baixos índices de violência, no aparelhamento das polícias e investido em projetos sociais

Fernanda Bertola

A criação do primeiro Conselho Comunitário de Segurança do Brasil, o Conseg de Maringá, em 1983, foi uma reação organizada a uma ação violenta de bandidos, por iniciativa de entidades representativas da cidade. Nascia ali uma entidade que neste mês completa 30 anos e cuja história foi permeada pela contribuição valiosa às polícias, cobrança de soluções das autoridades, entre outras ações que contribuem para que Maringá tenha uma condição privilegiada de segurança pública em relação a outros municípios de igual tamanho. Tanto que em 2008 a revista *Veja* trouxe uma reportagem em que apontava Maringá como a cidade mais segura do Brasil, afirmando que os índices de criminalidade eram comparáveis aos de Amsterdã, capital da Holanda.

Desde o primeiro presidente, Hudson Bonomo, a entidade pauta seu trabalho no apoio às estruturas de segurança e defesa social da cidade, com recursos da comunidade. O atual presidente do Conseg, coronel Antonio Tadeu Rodrigues,

conta que uma das primeiras ações foi a doação de viaturas para as polícias Civil e Militar.

O Conseg realizou vários trabalhos desde então. Ficou inativo por um período e retornou às atividades em 2002, com apoio e usando um espaço no prédio da ACIM. Hoje, o conselho é mantido por entidades, empresas e pessoas físicas, e vem financiando projetos e promovendo ações em várias áreas da segurança pública.

Conquistas

Na opinião de Rodrigues uma das principais conquistas da cidade na área de segurança foi a instalação da Escola de Formação, Aperfeiçoamento e Especialização de Praças da Polícia Militar do Paraná (Esfaep), no ano passado – a primeira do interior do estado. O Conseg foi um dos principais incentivadores da instalação da escola, que realiza cursos de formação de novos policiais, de formação de profissionais veteranos para promoções na carreira, de atualização e especialização.

Integrante da estrutura organizacional e administrativa da Aca-



Walter Fernandes

demia Policial Militar do Guatupê (em Curitiba) e da Diretoria de Ensino e Pesquisa da Polícia Militar do Estado do Paraná, a Esfaep é mantida com recursos estaduais, mas a adaptação do prédio, que era uma escola municipal, e os equipamentos foram custeados com recursos da população e apoio fundamental da prefeitura. No momento, por exemplo, o Conseg está realizando um bazar de mercadorias doadas pela Receita Federal para angariar recursos para comprar equipamentos de informática para a Esfaep, que já ministrou cursos para mais de 300 policiais e bombeiros militares. “É garantia de mais segurança e bem-estar para a população, já que os policiais realizam atividades práticas de ronda em Maringá e região durante o curso”, diz Rodrigues.

Para o presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), José Rubens Abrão, que é um dos mantenedores



Policiais trabalhando em Maringá: Conseg, há três décadas, contribui para o aparelhamento das polícias



Para o presidente do Conseg, Antonio Tadeu Rodrigues, uma das principais conquistas da cidade na área de segurança foi a instalação da Esfaep

ACIM foi fundamental para reestruturação

Foi em 2002 que o Conseg Maringá foi reestruturado. Por cerca de cinco anos a entidade passou um período de pouca atividade. O trabalho só voltou a ter continuidade graças ao apoio de entidades, como a ACIM.

Para o presidente do Conseg, coronel Antonio Tadeu Rodrigues, a ACIM teve papel fundamental na reestruturação da entidade, cedendo espaço físico e aplicando recursos financeiros. “Na época, a ACIM discutia o planejamento da cidade para os próximos 20 anos e uma das preocupações era justamente a segurança pública. O Conseg foi levado para dentro da ACIM, ganhando estrutura e ajuda com recursos”, completa.

Entre as ações desde 2002 está o fornecimento de equipamentos para a Central de Operações do 4º Batalhão, graças à receita obtida com a ajuda da comunidade e com bazar de importados da Receita Federal. Também foram realizadas campanhas publicitárias com dicas de segurança para a população e o Conseg foi um dos integrantes da Campanha de Desarmamento Infantil, em parceria com a Editora Abril e Ler Distribuidora.

do Conseg, Maringá tem uma condição privilegiada na área de segurança em relação ao resto do Brasil, porque foi pioneira ao lançar um conselho de segurança, mesmo não tendo elevados índices de violência na época. “A cidade se preparou, se preveniu e se fortaleceu”, diz. Ele destaca que o Sivamar contribui com a ação de “pessoas apartidárias, que trabalham pela qualidade de vida não só das pessoas, mas do comércio e da cidade”.

O chefe da 9ª Subdivisão de Polícia Civil, delegado Osnildo Carneiro Lemes, salienta a colaboração do Conseg com a doação de computadores e impressoras, “suprindo a obrigação do Estado”. Ele ressalta que o fornecimento de equipamentos de última geração para monitoramento telefônico, por parte do Conseg, ajudou a Polícia Civil a capturar mais de 250 traficantes neste ano. Lemes, que já atuou em várias cidades no Paraná, destaca o trabalho do conselho e a união da comunidade para o benefício de Maringá. “Aqui a entidade é ativa e luta ao lado da sociedade junto aos governos para garantir segurança”.

O presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, avalia que uma cidade segura é fundamental para garantir qualidade de vida e desenvolvimento social e econômico aos moradores. Para ele, ter indústria forte e comércio pujante, enquanto a violência ameaça os cidadãos, de nada adianta. “Quem compra no comércio correndo risco de ser assaltado? Quem deixa o filho estudar em uma cidade violenta?”, questiona. Ele acrescenta que o Conseg tem realizado um trabalho efetivo para manter e melhorar as questões de segurança em Maringá.



Walter Fernandes

“Aqui o Conseg é ativo e luta ao lado da sociedade junto aos governos para garantir segurança”, diz o delegado-chefe da 9ª SDP, Osnildo Lemes, que trabalhou em diversos municípios paranaenses

Drogas

Um das estratégias utilizadas pelo conselho é o desenvolvimento de projetos, a exemplo da Oficina de Prevenção do Uso de Drogas (Opud), realizado em parceria com o Poder Judiciário e que vem contribuindo, há cinco anos, como uma medida socioeducativa para jovens maiores de 18 anos, que tenham respondido ou estejam respondendo a procedimento ou processos criminais perante o Juizado Especial Criminal ou às Varas Criminais da Comarca de Maringá. Já passaram pelo projeto cerca de 600 jovens.

Segundo a psicóloga do projeto, Gisele Mara Ramos, que é especialista em saúde mental e dependência química, as ações têm caráter educativo, informativo e de conscientização a usuários e ou dependentes de substâncias psicoativas. “A Nova Lei de Tóxicos não descriminaliza o uso de drogas e sim ‘despenaliza’ o uso, substituindo

do a pena de privação de liberdade por comparecimento a programa socioeducativo”. Ela ressalta que outro objetivo da Opud é contribuir para a diminuição da reincidência criminal. Durante cinco anos de trabalho foi constatada uma taxa de reincidência de 3,9%, resultado considerado positivo.

A Opud é dividida em dois momentos e tem duração de cinco meses. No primeiro, o beneficiário é atendido individualmente pelo serviço de psicologia e assistência social. No segundo, são realizados encontros em grupo, onde são apresentados os tipos de droga, consequências nos âmbitos físico, psíquico, social e a legislação sobre o tema. Gisele salienta que por meio da participação no curso é possível construir uma “revisão de conduta, de escolha, de comportamento e de redirecionamento na vida, trazendo mudanças significativas para os participantes”, diz.

Acessibilidade

No projeto Visão de Liberdade presos produzem livros em braile, material pedagógico em relevo e livros falados. Escolas da rede pública de cerca de 130 municípios são atendidas pelo Centro de Apoio Pedagógico às Pessoas com Deficiência Visual, que recebe os materiais feitos pelos presos.

O projeto beneficia dois lados: ao preso é uma oportunidade de inclusão social, proporcionando o regate da autoestima e a restituição da cidadania. Já o deficiente visual tem acesso a diversas literaturas e o aprimoramento de habilidades táteis para facilitar a aprendizagem.

Os materiais também estão sendo encaminhados a 104 entidades em 25 estados do Brasil e para Biblioteca Nacional de Lisboa, em Portugal. O projeto foi escolhido,

Alunos com deficiência visual têm acesso a livros falados e em braile produzidos por presos; projeto Visão de Liberdade ganhou prêmio nacional

em 2011, como uma das nove tecnologias sociais no prêmio Tecnologia Social da Fundação Banco do Brasil, o que garantiu R\$ 80 mil em prêmios para investimento em mais equipamentos.

Capacitação

Com o objetivo de proporcionar a valorização profissional e o reconhecimento do efetivo dos órgãos públicos ligados ao Sistema de Defesa Social e Segurança Pública de Maringá, o projeto Reconhecer oferece a esses profissionais e familiares cursos de qualificação ou de desenvolvimento pessoal, desde 2011. São mais de 500 beneficiários.

Os cursos são resultados de parcerias do Conseg com instituições públicas e/ou privadas para o oferecimento de vagas gratuitas a profissionais da Guarda Municipal, Polícias Civil e Militar, Corpo de Bombeiros, Penitenciária Estadual de Maringá, Casa de Custódia, Co-

lônia Penal Industrial e Secretaria de Trânsito e Segurança (Setrans).

O Reconhecer tem parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), colégios Anglo e Nobel, Faculdade Cidade Verde e Unicesumar.

De acordo com o reitor da Unicesumar, Wilson de Matos Silva, a principal contribuição do Conseg é a capacidade de articulação junto aos órgãos públicos e à sociedade civil organizada. “A entidade ajuda a pensar políticas de melhoria da segurança, como também a desenvolver ações efetivas que levam a sociedade a refletir e ser coparticipante do processo de prevenção à violência, tanto por meio de programas educativos, como valorização dos efetivos policiais, apoiando a qualificação e o aparelhamento das corporações civil e militar”, destaca. ■

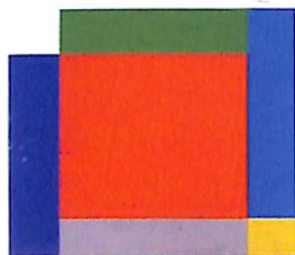


CULTURA EMPRESARIAL



VALE A PENA OUVIR

Alan Brumate - analista de Tecnologia de Informação



Titãs Titanomaquia (1993)

Pesado, elétrico e sombrio é Titanomaquia, o primeiro álbum de estúdio dos Titãs após a saída de Arnaldo Antunes. Com riff's que ora lembram Black Sabbath, ora são punk/hardcore com letras agressivas, a banda paulistana mostrou que estava em plena forma e mais rock n' roll do que nunca. O disco é ótimo do começo ao fim, com destaque para "Nem sempre se pode ser Deus", "Hereditário" e "Taxidermia".



Ramones ¡Adios Amigos! (1995)

Foi com este álbum que o grupo Ramones se despediu dos fãs, mostrando todo carinho e gratidão para com o público da América Latina. Com a mesma pegada de sempre e C.J. Ramone muito bem no baixo e no vocal, o disco é excelente e marcou época. "I dont Wanna to grown up" virou hit, "Cretin family" juntou-se aos clássicos da banda e o Ramones pôde dar seu adeus em grande estilo.



VALE A PENA ASSISTIR

Thiago Pauli Tavares - diretor de arte



Inverno da alma – Debra Granik (2011)

Aos 17 anos, Ree Dolly embarca em uma missão para encontrar seu pai. Confrontada com a possibilidade de perder a casa onde mora com os irmãos pequenos e precisar voltar para a floresta de Ozark, Ree desafia os códigos e a lei do silêncio arriscando a vida para salvar a família. Ela desafia as mentiras, fugas e ameaças oferecidas por seus parentes e começa a juntar a verdade sobre o pai.



O último tiro – Christopher McQuarrie (2013)

Um atirador de elite, que é veterano de guerra, é acusado de um crime brutal. No interrogatório, ele cita apenas o nome de Jack Reacher, um ex-combatente com inúmeras condecorações, que para o governo e autoridades está desaparecido. Só que Jack aparece e resolve investigar por conta própria o tal mistério.



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



O fator sorte
Max Gunther, com tradução de
Adriana Ceschin Rieche
228 páginas
Grupo Editorial Record/
BestBusiness

Sucesso de vendas, *Os axiomas de Zurique* foi o primeiro livro do jornalista suíço Max Gunther (1927-1998) publicado no Brasil. Na obra "O fator sorte", ele apresenta uma coletânea jornalística de casos onde a sorte foi determinante - para o bem ou para o mal - e submetida às mais variadas teses - das mais céticas às mais ocultas. Escrito originalmente em 1977, o livro é atemporal. E mostra que a sorte não é tão aleatória quanto parece.



Pense duas vezes
Michael J. Mauboussin, com
tradução de Adriana Ceschin Rieche
266 páginas
Editora BestBusiness

Michael Mauboussin, professor adjunto de Finanças da Columbia Business School e diretor da Legg Mason Capital Management, apresenta uma abordagem inovadora para a tomada de decisões. Quando enfrentamos situações complexas, nossos cérebros buscam padrões simples que obscurecem outros enfoques para resolver o problema. "Pense duas vezes" traz exemplos dos negócios, esportes, ciências e do cotidiano que evidenciam as armadilhas mentais mais comuns e oferece dicas de como evitá-las.



VALE A PENA NAVEGAR

www.escoladeconsumoresponsavel.org.br: oferece aulas de sustentabilidade e de consumo responsável, como o uso de sacolas plásticas; o download é grátis

www.pinterest.com: o site permite que o usuário organize e compartilhe imagens em um mural, podendo seguir atualizações de amigos

www.unesp.br/unespaberta: a Universidade Estadual Paulista (Unesp) disponibiliza o conteúdo de seus cursos livres pela internet, com acesso a imagens, textos, livros digitais, videoaulas e softwares educacionais

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

Nosso forte!

3 milhões de pessoas...

› A melhor
programação

› A maior
cobertura



jovempan.net

44 2101 0001



REDE CENTRAL DE COMUNICAÇÃO

Walter Fernandes



RESULTADOS POSITIVOS DA ACIM

As receitas operacionais da ACIM no primeiro trimestre do ano ficaram 13,1% acima do que estava previsto. O resultado é fruto de ações conjuntas de todos os departamentos, que têm trabalhado para melhorar o desempenho e fortalecer o caixa da entidade. O departamento comercial, por exemplo, tem trabalhado para aumentar o número de associados e estreitar

o relacionamento com as empresas filiadas. Já o Centro de Treinamento tem oferecido novos cursos na grade. Os resultados foram apresentados na reunião do Conselho de Administração em 6 de maio, ocasião em que gerentes, superintendente e supervisores dos departamentos receberam os cumprimentos da diretoria.

ATO PELA SIMPLIFICAÇÃO DO SISTEMA TRIBUTÁRIO

Entidades parceiras do movimento A sombra do imposto, articulado pela Federação das Indústrias do Paraná (Fiep), organizaram um ato público pela simplificação do sistema tributário brasileiro, o "Simplifica já – por um sistema de impostos mais simples e justo". A mobilização aconteceu simultaneamente em Maringá, Curitiba e outras cidades paranaenses no dia 25. Em Maringá, o evento teve o apoio da ACIM e foi realizado no Auditório Hélio Moreira. O objetivo do ato foi mobilizar a população para se posicionar e fazer pressão para a reestruturação urgente da simplificação tributária, além de sensibilizar o Governo Federal e Congresso Nacional para apreciarem e votarem com urgência medidas que simplifiquem o Sistema Tributário.





ASSOCIADO DO MÊS

A Tecnogourmet, empresa especializada em tecnologia e soluções para gastronomia, oferece produtos e consultoria em equipamentos para cozinhas profissionais. O proprietário, Daniel Gomes, conta que a empresa traz tecnologia de ponta para a cidade.

Com um ano e meio de mercado, a Tecnogourmet tem sido bem aceita: o valor investido para a abertura da empresa já foi recuperado. "Recebemos solicitações para expandir para outros estados, mas, por enquanto, estamos focados no mercado paranaense", diz Gomes.

Antes de se firmar nacionalmente, a empresa pretende fixar a marca em Maringá. Por essa razão, inaugurou um showroom no Mercado Municipal, com cozinha prática. No local, os interessados podem conferir os produtos, além de testá-los. Outra estratégia para conquistar o mercado local é levar apresentações de chefs de cozinha a alunos de Gastronomia.

A Tecnogourmet fica na rua Saulo Porto Virmond, 768. O telefone é o (44) 9919-6587.

FARMÁCIAS DE MANIPULAÇÃO PEDEM APOIO AO CRF

O Núcleo Setorial de Farmácias de Manipulação (Ello Magistral), que faz parte do Programa Empreender, recebeu a visita da presidente do Conselho Regional de Farmácias (CRF-PR), Marissol Domingues Muro, e do vice-presidente da entidade, Denis Armando Bertolini, em 7 de maio.

Na oportunidade, foram apresentados os projetos realizados pelo Ello, que congrega dez empresas do setor em Maringá. De acordo com a coordenadora do Ello, Karen Gallina, na reunião também foi solicitado apoio do órgão para que os medicamentos de venda livre (para dor de cabeça e outras doenças leves) sejam de responsabilidade do farmacêutico. Os empresários solicitaram ainda apoio do CRF-PR para expansão dos projetos: campanha de coleta de medicamentos vencidos, elaboração de bula para medicamentos manipulados, projeto social que comercializa sabonetes manipulados e cursos de aprimoramento profissional na área de manipulação.

Paulo Matias



Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 20 de abril e 20 de maio

Energyluz	Kenza Borges Sengik
Prime Decor	Roveri Supermercados
AC Ernega	Madeira Cambará
Cat Consultoria e Assessoria	Becchi Imóveis
Treinamento	Magno Gesso
Adoro Pedras	Banda Biss de Maringá
Albergue Santa Luzia	CAT Consultoria e Assessoria
Inove Internet	Treinamento
Amplia Comércio Exterior	Operaz
Açaí e Polpa	Milton Bussolin Corretor de Seguros
Andreza Bettencourt Doces	Grãos e Saúde
Angélica Lirolla	Praxi Esporte e Ginástica
Auto Refrigeração Maringá	OLD Dog Dogueria
Liga Imóveis	Olee Brazil
Bem Estar Fisiofitness	Ótica Veja Personnalite
Cantinho do Alérgico	Adriana Melo flores que encantam
Ceset Segurança do Trabalho	Planacon
Clone Mídia	Construtora Projet Inova
Radiadores Brasil	Rádio Atalaia
Depósito Contorno Sul	Saint Floris
Dall Frutas	Sancor Seguros
Cris Schneider Consultoria	SGA Petro
Delgado e Delgado	Silberseg Corretora
Representações	Somac Contabilidade
Domínio Equipamentos	Sinttromar
Rodoviários	Sistema Contabilidade
Dubs Lanches	Neoforce Instalação e Man. Elétrica
Escola PBF	Agência Eclat
Estofados Santa Terezinha	Super Peças Comércio
Farmácia Farmanova	Automotivo
Emma Fiorezzi	Pekatto Lingerie e Produtos Sensuais
Fit Life Academia	Telnac Brasil
GLB Empreendimentos	Auto Mecânica Tokio
Imobiliários	Tucomaq
Grasiela Roupas e Acessórios	Viação Garcia – Maringá
Montec Industrial	100% Marmitex
TNN Bolsa	
Maria Vitória	
Jean Rodrigues dos Santos	
J. Franco Imóveis	

FEIRA FESTAS & NOIVAS

7ª EDIÇÃO DA FEIRA

Noivos, formandos e aniversariantes poderão conferir as novidades e conhecer fornecedores de produtos e serviços na sétima edição da Feira Festas & Noivas. Em 19 e 20 de junho, mais de 40 estandes estarão disponíveis para visita no Moinho Vermelho Eventos.

Entre as empresas confirmadas estão decorações, bufês, convites e bandas. A entrada será gratuita e o horário de atendimento será das 14 às 20 horas.

Walter Fernandes



CANDIDATAS DO MISS PARANÁ NA ACIM

A primeira etapa do Concurso de Miss Paraná 2013 aconteceu em 14 de maio. No mesmo dia as 58 candidatas foram recepcionadas na ACIM com um café da manhã e na sequência visitaram o museu histórico da Unicesumar.

A estudante de Direito Isis Stocco representará Maringá no concurso, já que ela foi uma das 30 classificadas para a final, que acontece em Curitiba, em 18 de junho.

Entre os 25 jurados da etapa de Maringá estiveram a atual Miss Brasil, Gabriela Markus, que foi a 5ª colocada no Miss Universo, e também a atual Miss Paraná, Alessandra Bernardi. O evento é organizado pela Band Paraná e BMW Eventos.



Walter Fernandes

INVESTIMENTOS NO CENÁRIO ATUAL

Poupança continua sendo um investimento seguro, mas menos rentável. Com inflação na casa de 5,5% e taxa básica de juros de 7,5%, o cenário de investimento é bem diferente de 1994, quando entrou em vigor o plano real e a inflação anual era de 916% ao ano. Este foi o assunto da palestra ministrada pelo analista-chefe da XP Investimentos, Rossano Otamari, em 7 de maio. Com participação gratuita e em parceria com a SVN Investimentos e a XP Investimentos, o evento integrou a programação de 60 anos da ACIM, através do Copejem, e reuniu mais de 200 pessoas na sede da entidade.

“No cenário atual, com juro real de 1,2% ao ano, não há mais espaço para amadorismo. É preciso dedicar tempo às aplicações”, disse Otamari. Segundo ele, o tripé de risco baixo, alta rentabilidade e liquidez imediata não existe mais no Brasil. Na concepção da XP Investimentos, que é a maior corretora do país no varejo, neste ano o Banco Central brasileiro deverá promover mais três aumentos graduais na taxa básica de juros, com a Selic atingindo 8,25% no final do ano. “É provável que nos próximos dois ou três anos os juros voltem a cair para um patamar menor do que 7,25%”, disse o palestrante.

O evento teve o apoio do O Diário, Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar), Sindicato dos Contabilistas de Maringá (Sincontábil), Serviços Contábeis e das Empresas de Assessoramento, Perícias, Informações e Pesquisas do Paraná (Sescap-PR).



	CURSOS	DATA
JUNHO	Gerenciamento de tempo, equipe e pessoas	6
	Ferramentas gerencias de qualidade	10 a 13
	Marketing no Facebook	14, 15, 21 e 22
	Como implantar e/ou revisar o plano de cargos e salários	17 a 21
	Formação de gerente comercial	18 a 21
	Transformando líderes em coach e equipes em times	18 a 21
	Como usar o marketing para conquistar e fidelizar clientes	18 e 19
	Atendimento de alta performance	20 e 21
	Prevenção de fraudes e cobrança prática de clientes inadimplentes	24 a 27
	Excel - uso de fórmulas na gestão empresarial	24 a 28
JULHO	Entrevista e dinâmicas para seleção de colaboradores	24
	Mediação de conflitos organizacionais	25 a 27
	Excelência em vendas	25 a 27
	Vendas e negociação - estratégias e táticas	2 a 4
	AT - Análise Transacional	5 e 6
	Técnicas de escrita empresarial	10 e 11
	Como contratar, avaliar e demitir de forma eficaz	16 e 17
	Como realizar pesquisa de clima organizacional	22 a 24
	Google Marketing	22 a 25
	Atendimento em pista avançado de vendas para frentista	23
CFI - Curso de Formação de Instrutores Internos e Externos	29, 30, 31/7 e 1, 5, 6, 7 e 8/8	

VISITA À FAZENDA JULIANA

O proprietário da Fazenda Juliana, Antônio Emiliano Leal da Cunha, recepcionou as conselheiras do ACIM Mulher durante visita técnica no dia 13 de maio. Lá ele falou sobre educação ambiental, mostrou a produção de cachaça e junto com as empresárias e executivas percorreu parte da propriedade de 70 alqueires.

Na fazenda são plantados trigo, milho e soja. Das vacas que são criadas lá se extrai leite para produção de queijos e bolachas. E é a esposa do produtor quem faz os doces e geleias com frutas de época. Os produtos são orgânicos, com venda direto no local.

Aberta à visitação, sem custo, a fazenda já recebeu mais de 6 mil crianças, que são instruídas por Cunha sobre preservação do meio ambiente. Já para os universitários o tema é a sustentabilidade. "É um prazer e uma satisfação pessoal falar sobre sustentabilidade e preservação ambiental para os visitantes, mostrar nossos projetos, a produção de cachaça e a criação de



Paulo Matias

tilápia", diz orgulhoso o proprietário.

A Fazenda Juliana pertence à família de Cunha há mais de 50 anos. No momento, o proprietário está preparando uma área para plantação de Guanandi, a primeira madeira de lei do Brasil. Para agendar visitas, os telefones são (44) 3226-3217 e 3232-7308.

LINHA DE CRÉDITO PARA SALÕES DE BELEZA

O Sicoob Metropolitano está ofertando uma linha de crédito especial para os integrantes do Núcleo de Cabeleireiros, vinculado ao programa Empreender, que é mantido pela ACIM. Os recursos podem ser usados para investimento e reforma, no valor máximo de R\$ 30 mil e pagamento em 48 parcelas; e para capital de giro, com valor de até R\$ 30 mil, divididos em 36 parcelas.

A cooperativa de crédito também oferece outros produtos e serviços exclusivos: seguros, cartão múltiplo (com função de crédito e débito em um só cartão) e Diária por Incapacidade Técnica, garantindo ao empresário uma renda mensal no período em que está impedido de trabalhar por causa de acidente.

Para ter acesso aos benefícios, é preciso integrar o núcleo, atualmente composto por 12 empresas. Quem quiser fazer parte do grupo e saber mais detalhes do trabalho e da linha de crédito, o telefone é (44) 3025-9649.



Paulo Matias

ÚLTIMO CARRO DA CAMPANHA DE POSTOS DE COMBUSTÍVEIS

Leila Villanova foi a sexta e última ganhadora da campanha "6 é Demais", realizada pelo Núcleo Setorial de Postos de Combustíveis, do programa Empreender, desenvolvido pela ACIM. A moradora do Conjunto Lea Leal, cliente do Posto Kakogawa, foi contemplada em 4 de maio.

A campanha sorteou seis carros para os clientes dos 31 postos participantes – o primeiro contemplado foi conhecido em 24 de novembro de 2012. Para participar, a cada R\$ 30 gastos o consumidor recebeu um cupom. Outra promoção deve ser realizada em breve pelos postos, mas com data ainda não definida.

KAKOGAWA COMEMORA 40 ANOS DE IRMANDADE

Uma comitiva da cidade japonesa de Kakogawa esteve em Maringá no mês passado para participar das festividades do aniversário de Maringá e dos 40 anos de irmandade das duas cidades.

A visita, que contou com a presença do prefeito de Kakogawa, Shoichi Tarumoto, incluiu visita a Unicesumar, cerimônia do chá no Parque do Japão, sessão solene da Câmara Municipal e visita à sede da ACIM, no dia 10. Os japoneses também participaram da inauguração do Memorial 40 anos, na praça Jardineiro Altino Cardoso, em frente à Acema, que é a associação que congrega a comunidade japonesa em Maringá. O prefeito de Kakogawa, ao plantar uma muda de cerejeira na praça, elogiou a iniciativa de um monumento para marcar a data. "Maringá guarda muitas homenagens a Kakogawa, e Kakogawa também abriga muitas homenagens à Maringá, o que mostra esse forte laço entre nossas comunidades", afirmou.

A praça ganhou um monumento criado pela artista plástica Deborah Kemmer. Composto por dois corpos, representa a união dos povos das cidades irmãs e traz na base a letra M indicando



Walter Fernandes

Maringá e no busto dos corpos o telhado de Kakurinji, representando o templo da cidade de Kakogawa. No centro dos corpos as bandeiras do Brasil e Japão. O monumento foi executado com recursos doados pela comunidade de Kakogawa e de empresas de Maringá, que é a segunda maior colônia nipônica do Paraná, com cerca de 15 mil japoneses e descendentes.

FERNANDO FERRAZ, O EMPRESÁRIO DO ANO 2013

Fernando José de Faria Ferraz, do grupo FA Maringá, foi escolhido Empresário do Ano 2013, em 21 de maio, por uma comissão julgadora da qual fizeram parte as quatro entidades promotoras do prêmio (ACIM, Sivamar, Apras e Fiep), além da prefeitura, Câmara Municipal de Maringá, Codem e Maringá e Região Convention & Visitors Bureau.

Ferraz chegou ao Brasil com 18 anos e iniciou a carreira como caixeiro viajante na S/A Indústrias Reunidas Francisco Matarazzo. Depois abriu uma loja de tecidos e confecções em Guaíra, junto com o irmão, Mário Ferraz. Três anos depois iniciou a carreira industrial com a Fábrica de Acolchoados Maringá, em um barracão de 300 metros quadrados e produção de 250 acolchoados por dia. Os negócios se expandiram ao longo dos anos e hoje o grupo F.A. Maringá é composto pela F A Colchões, Dinâmica

Lavanderia e Bandfashion, que é a maior loja de moda em shopping atacadista do Brasil. O grupo emprega mil pessoas.

Ele é casado com Erna e tem cinco filhos, 12 netos e um bisneto. Na vida comunitária, o empresário liderou o processo de irmandade das cidades de Maringá e Leiria, recebeu o Título de Comendador da Ordem do Mérito Indústria pelo presidente de Portugal em 1996 e foi fundador do Elos Clube de Maringá. Recebeu o título de Mérito Comunitário da Câmara Municipal de Maringá e Medalha Mérito Industrial pela Fiep em 1999. Em 2012 recebeu o título de Guerreiro do Comércio da Fecomércio Paraná.

A data de cerimônia de entrega do prêmio será em 23 de agosto, no Moinho Vermelho. No ano passado o ganhador do prêmio foi Jair Ferrari, que é sócio da Ferrari & Zagatto e Cia e da Fortgreen Comercial Agrícola.

SOU FIEL À ACIM

A partir desta edição, a Revista ACIM contará um pouco da história de alguns das empresas associadas mais antigas. E quem abre esta seção é a Gráfica Matioli, que completou 50 anos e é filiada a ACIM desde 1967. A empresa é de propriedade de Antenor Matioli e do cunhado Jefferson Alves Terra. Com dez funcionários, tem metade da clientela no Paraná e outra metade em São Paulo.

A gráfica começou oferecendo serviços de tipografia e hoje imprime folders, flyers, cartazes, além de etiquetas e rótulos adesivos. Terra conta que desde que a empresa foi aberta o mercado gráfico passou por transformações. Com a popularização da informática e das impressoras, muitos dos serviços oferecidos passaram a ser feitos internamente pelas empresas, fora isso as

notas fiscais eletrônicas trouxeram impacto ao setor, já que não é preciso contratar uma gráfica para a impressão do documento. Por outro lado, a necessidade de investimentos em propaganda abriu um leque de serviços para as gráficas e aumentou a procura por materiais impressos.

O empresário ressalta que a Gráfica Matioli preza pela qualidade do atendimento, tanto que tem muitos clientes antigos e fiéis. E faz questão de ressaltar que apesar da empresa não usar com frequência os serviços da ACIM, continua fiel à entidade por acreditar na importância do associativismo na defesa dos interesses coletivos. "A ACIM orgulha a cidade", afirma.

A Gráfica Matioli fica na avenida Paiçandu, 959. O telefone é 3228-6565.

FEIJOADA ACIM MULHER CHEGA A 9ª EDIÇÃO

Foi um sucesso a 9ª Feijoada ACIM Mulher, realizada em 25 de maio, no Car Wash. Mais uma vez as conselheiras do ACIM Mulher se esmeraram na organização e receberam as mais de 300 pessoas que participaram do evento. O típico prato da comida brasileira pôde ser apreciado ao som da banda Artlua, que acertadamente tocou sambas.

O evento prestigiado teve o patrocínio de Capim Dourado Acessórios, Gelateria Max, GVT, Imobiliária Moraes e Moraes, Kinpai Veículos (Concessionária Mitsubishi), Morena Rosa, O Diário, Pneumar, Shopping Cidade, Spa da Pele, ORP Turismo, Unicesumar e Unimed Maringá.

Fotos/Walter Fernandes



Estive em Maringá recentemente e fiquei positivamente impressionado. Vi um conselho de desenvolvimento econômico ativo que ajuda a planejar a cidade junto ao governo local



A cidade que aproxima

Imagine a cidade dos seus sonhos. Independentemente de onde mora, você deve ter uma ideia da cidade ideal, que provavelmente é um lugar bonito, seguro e com espaço para conviver com quem ama. Pelo menos na imaginação, a cidade que lhe agrada integra todas suas partes - não separa; nem exclui regiões ou pessoas. O que faz sentido, pois, se reparar bem, é a falta dessa integração que origina os males dos centros urbanos: o congestionamento, por exemplo, surge ao separarmos moradia de trabalho; a violência urbana vem da separação entre pobres e ricos, as drogas e outras formas de abandono de vida têm origem na separação entre mães e filhos cada vez mais cedo.

Creio que a cidade boa é aquela que aproxima. A vida na cidade prospera quando criamos pontes entre pessoas, organizações e lugares. Neste contexto, algumas iniciativas em curso me animam e fazem crer que estamos avançando.

Estive em Maringá recentemente e fiquei positivamente impressionado. Vi um conselho de desenvolvimento econômico ativo que ajuda a planejar a cidade junto ao governo local. Fruto desta postura colaborativa, Maringá mostra-se um município superavitário, com um dos melhores índices de gestão fiscal, além de uma região de pleno emprego e com centros universitários modelos no país. Sua experiência a tornou referência internacional, e a cidade tem sido apresentada aos municípios africanos em encontros promovidos pela União das Cidades e Governos Locais (UCLG), entidade municipalista de amplitude global sediada em Barcelona.

Outro exemplo a destacar vem do setor privado. O projeto Estrada Sustentável visa transformar a rodovia Presidente Dutra numa referência nacional em termos de segurança viária, respeito ao meio ambiente e no relacionamento com comunidades do entorno. Os encontros do projeto se dão nos municípios ao longo da estrada e contam com a participação de gestores públicos locais, de representantes da sociedade civil e das indústrias da região. Juntos, eles constroem os planos de ação que irão transformar o sistema viário e seus municípios, conectando economias, pessoas e propósitos.

Por fim, o II Encontro dos Municípios com o Desenvolvimento Sustentável promovido pela Frente Nacional de Prefeitos e realizado recentemente em Brasília promoveu um diálogo entre novos gestores municipais e executivos de grandes empresas para que juntos proponham alternativas para desafios como mobilidade, resíduos, segurança, educação. Criar pontes e alinhar as metas destes dois pilares da nossa sociedade é condição para por em prática as transformações estruturais exigidas pelas cidades brasileiras.

Vários outros exemplos nos fazem crer que tem gente ativa para aproximar ideias, percepções, governos e economias. São com estas pessoas que queremos trabalhar na construção da cidade que reconcilia e aproxima.

Mário Lima é diretor executivo de consultoria da Ernst & Young Terco e especialista em desenvolvimento sustentável

Plano de Saúde Essencial

Essencial para sua vida, essencial para sua empresa

Exclusividade Unimed Maringá e ACIM

Empresas
a partir de:

4

beneficiários

Centro de Medicina Preventiva

Ampla rede hospitalar credenciada⁽¹⁾

SOS Urgência e Emergência⁽²⁾

Mais de 800 Médicos Cooperados

Representante de Vendas Autorizado:

Ânima Saúde LTDA (44) 2101 7600
Av. Tiradentes, 1008 Maringá - PR

Para demais condições de contratação do Plano
Essencial consulte nosso representante.

Com Unimed Você Pode Mais

60 anos ao lado
de quem inova

ACIM
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ

Unimed 
Maringá

ANS - n.º 371254

Dr. José Francisco da Silveira
Diretor Técnico Médico
CRM-PR 8651 / RQE 1552

(1) Rede hospitalar credenciada na região de abrangência da Unimed Maringá.

(2) Serviço de SOS disponível no perímetro urbano de Maringá e Sarandi.

GUIA DO MARCENEIRO



Esperamos você em uma de nossas
lojas de Maringá-PR:

Av. Bento Munhoz da Rocha Neto, 1246

44 3025-9393

Av. Tuiuti, 1249

44 3343-4949



Portas de alumínio para o seu móvel •
Acessórios para móveis • Pannel de MDF
• Armários e acessórios para lavanderia
e cozinha

GUIA DO MARCENEIRO



Tudo de melhor para
o seu próximo projeto.

Visite agora mesmo nosso site e encontre seu marceneiro:

www.guiademarceneiro.net

Venha conhecer nossa exclusiva
Sala de Chapas.

São mais de

130 padrões à sua escolha.