

9 719846 549895 00533

80 anos ao lado
de quem inova



ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Julho/2013
Nº 533 - Ano 50
R\$ 5,00

JOGANDO EM CASA

Com a temporada esportiva no Brasil, a criatividade e o empreendedorismo entram em campo na nossa região para transformar as oportunidades em vitórias econômicas

MARINGÁ
PLANEJA SER
SUBSEDE NA
COPA 2014

PRODUTOS DE
SEDA DA REGIÃO
A CAMINHO DAS
CIDADES-SEDE



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



TAKY
e m p r e e n d i m e n t o s



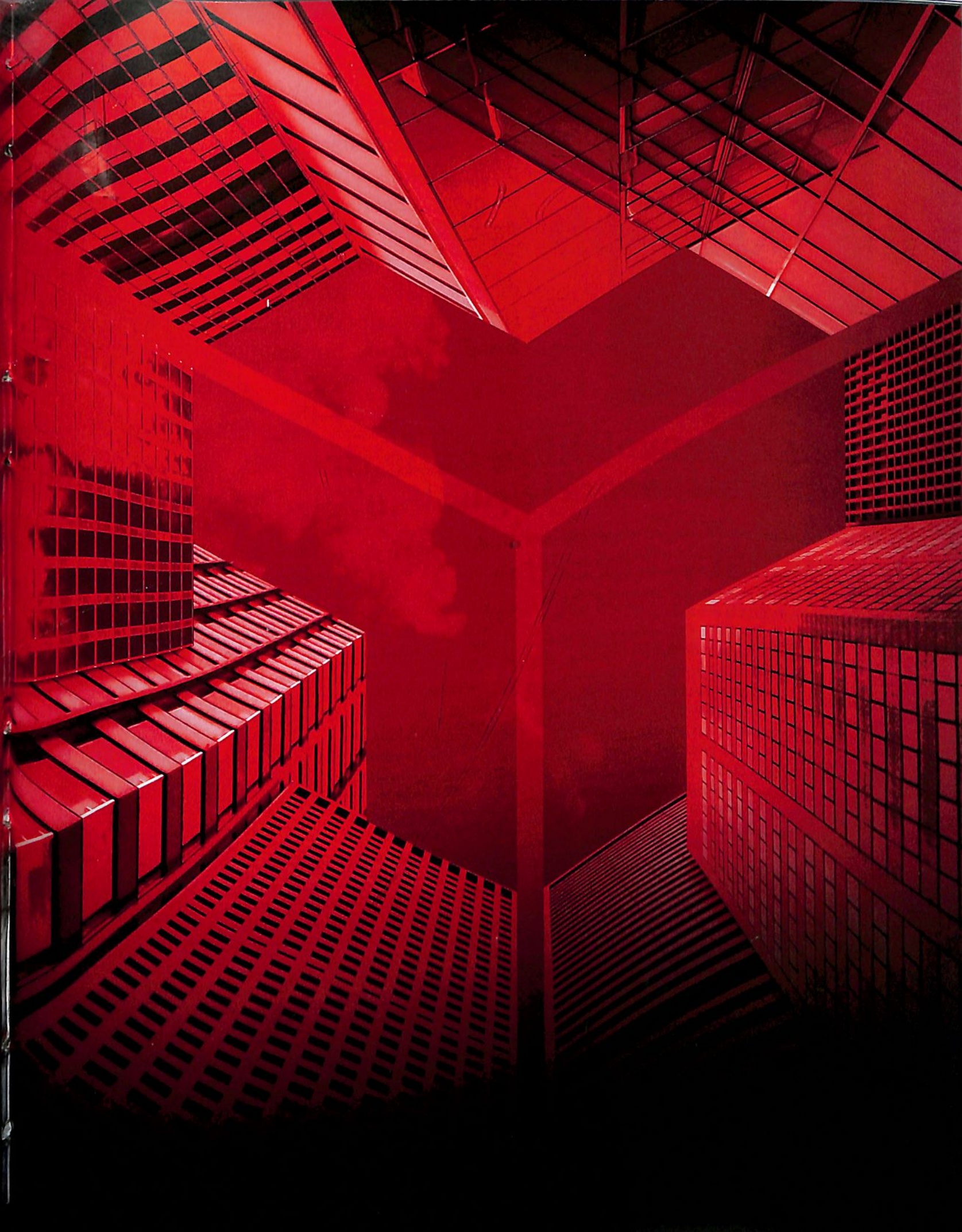
ARRU
e n g e n h a r i a

www.taky.com.br

Avenida João Paulino Vieira Filho, 672 | sala 101 | Centro

CEP: 87015-020 | Maringá/PR

44 3033 4498





“ Os brasileiros estão cansados de políticos que os representam mal e do pesado Estado Brasileiro, com uma das cargas tributárias mais altas do mundo, que significa mais de 35% do Produto Interno Bruto (PIB) -- mais alta do que no Japão e Estados Unidos, por exemplo

“País desenvolvido é onde rico anda de transporte público”

Os aumentos dos preços do transporte coletivo foram apenas o estopim da insatisfação popular brasileira. O que começou como uma mobilização para frear a alta de R\$ 0,20 na tarifa do transporte nas capitais brasileiras se tornou uma manifestação generalizada por todo o país.

A estimativa é que, em junho, mais de um milhão de brasileiros participaram das mobilizações nos cinco cantos do país – a maioria de forma pacífica e sem bandeira partidária. Os maringaenses também fizeram questão de ir às ruas: as três maiores mobilizações, em 18, 20 e 22 de junho, reuniram mais de 18 mil pessoas, sem registro de incidentes. E uma ironia da insatisfação popular: no dia em que a seleção brasileira de futebol disputou a semifinal da Copa das Confederações contra o Uruguai, Belo Horizonte, que sediou a partida, registrou uma manifestação com 50 mil pessoas - a mesma quantidade de pessoas que estavam no Mineirão para assistir a partida. A indignação falou mais alto do que a paixão nacional pelo futebol.

E são tantas as reivindicações da população que fica difícil listar apenas uma insatisfação. Os brasileiros foram às ruas protestar, além do aumento do transporte coletivo, contra a PEC 37, que era uma emenda à Constituição para limitar o poder de investigação do Ministério Público – por fim, a Câmara Federal derrubou a PEC. Os altos gastos com a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos também são motivos de indignação, mesmo na terra do futebol, e o projeto de cura gay aprovado na Comissão de Direitos Humanos da Câmara Federal, que prevê tratamento psicológico para a cura do homossexualismo, também não foi esquecido pelos manifestantes.

Os brasileiros estão cansados de políticos que os representam mal e do pesado Estado Brasileiro, com uma

das cargas tributárias mais altas do mundo, que significa mais de 35% do Produto Interno Bruto (PIB) - mais alta do que no Japão e Estados Unidos, por exemplo. E o pior: a contrapartida do Estado em serviços públicos, como saúde e segurança, está muito aquém do que os cidadãos pagam na forma de imposto. Daí a reclamação generalizada com os altos custos para a realização dos dois maiores eventos olímpicos mundiais no país, a indignação pela alta da tarifa do transporte coletivo de má qualidade, por exemplo. Uma frase usada nas mobilizações ilustra bem a situação brasileira: “país desenvolvido não é onde pobre tem carro, mas onde rico anda de transporte público”. E aqui quem é rico, além de não usar transporte coletivo, usa carro, quando não blindado, devido à falta de segurança.

Mais um dado ajuda a inflar a insatisfação popular, que vai muito além de ideologias partidárias ou políticas: até 28 de maio é como se os brasileiros tivessem apenas trabalhado para custear o governo. Então, praticamente em junho você, leitor, começou a trabalhar para alimentar sua família, em vez de alimentar o governo.

Que estas mobilizações e atos pacíficos realizados em todo o país sejam o componente que faltava para o Brasil fazer reformas estruturais, a começar pelas reformas eleitoral – a própria presidente Dilma Rousseff anunciou um referendo para discutir o assunto com a população – e tributária. Tão importante quanto estas reformas é a redução de gastos públicos, para que os impostos tenham menos impacto na vida do brasileiro.

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

O Segredo do Sucesso

Está comprovado: produtos e serviços exclusivos, inovações tecnológicas e boas estratégias não definem uma empresa de sucesso. Organizações que retêm colaboradores engajados superam os grupos cujos colaboradores são desmotivados.

A pesquisa encomendada pela Dale Carnegie ao MSW Research dos Estados Unidos mostra que menos de 29% dos trabalhadores são engajados, isso significa para o país mais de US\$11 bilhões gastos anualmente com custos de rotatividade de profissionais, sem falar no atraso inevitável na expansão dos negócios.

Conheça a Dale Carnegie Training e descubra com a principal empresa de desenvolvimento humano do mundo como fazer de seus colaboradores as forças propulsoras no desenvolvimento da sua empresa.

100 anos, 86 países, ISO 9001:2008

www.dalecarnegie.com.br



DALE CARNEGIE TRAINING®

Your engagement partner.

Lançamento



TERRAÇOS DE Santorini



Registro da Incorporação R- 01, nº. 188911 de 01/10/2012, na Matrícula nº. 54.421 no 2º. Serviço de Registro de Imóveis. Alvará de construção nº. 1167/2012.

Certificação



Nível A



Membro



Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial

Sustentabilidade



NÓS APOIAMOS O PACTO GLOBAL

Conquiste seu lugar nesta ilha de conforto.

FACTORY TOTAL

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

Piscina Coberta
Brinquedoteca
Academia de Ginástica
Quadra de Esportes
Salão de Festas

Entre o Parque do Ingá e o Cesumar.

Plantão de vendas no local:

Av. São Paulo, 2925

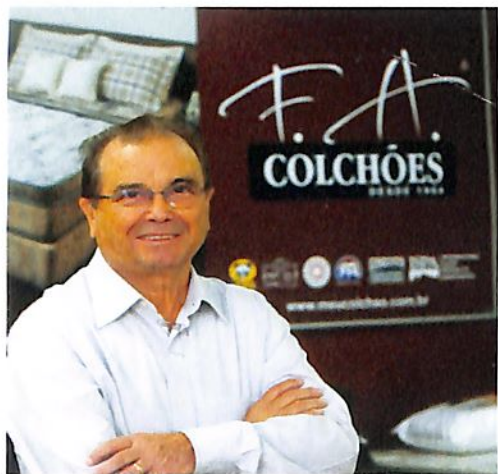
44 | 3226-8144



18

REPORTAGEM DE CAPA

A paixão do brasileiro potencializada pelos grandes eventos que o país vai sediar – a Copa do Mundo em 2014 e os Jogos Olímpicos em 2016 – impulsiona o faturamento e a produção da indústria do esporte, além de atrair a atenção de empresas como a rede de escola de inglês Minds, da diretora Leiza Oliveira, para a visibilidade do marketing esportivo



10 ENTREVISTA

Eleito Empresário do Ano 2013, Fernando José de Faria Ferraz, 73 anos, lembra a trajetória do jovem imigrante português, que desembarcou no porto de Santos em 1957 para construir uma vida nova no Brasil, e se transformou em um industrial bem-sucedido do ramo têxtil em Maringá, pai de cinco filhos e membro ativo na difusão da cultura portuguesa no Brasil



26 PETS NO TRABALHO

Pesquisas recentes realizadas em universidades dos Estados Unidos revelaram que animais no ambiente de trabalho podem reduzir o estresse e fazer com que o emprego seja mais satisfatório aos funcionários; a teoria é confirmada na prática na agência de comunicação Jump: os gatinhos são o xodó dos 25 colaboradores, entre eles o arte-finalista Fernando Dantas



36 SIGILO

Para evitar a circulação indevida e a divulgação de informações sigilosas no mundo empresarial, especialistas e advogados recomendam que as empresas adotem mecanismos de proteção como acordos de confiabilidade com funcionários e prestadores de serviço; violação do segredo e cláusulas contratuais levam à demissão por justa causa

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

Giovana Campanha - MTB 05255

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

Andréa Tragueta

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 em exercício: Alcides Siqueira Gomes
COPEJEM - Presidente: Rodrigo Seravalli de Britto
ACIM MULHER - Presidente: Ana Lúcia Megda**CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS**

Presidente: Mohamad Ali Awada Sobrinho

Os anúncios veiculados na Revista Acim são
de responsabilidade dos anunciantes e não
expressam a opinião da ACIMA redação da Revista ACIM obedece o acordo
ortográfico da Língua Portuguesa.**46 MERCADO ERÓTICO**

Apesar de ainda existir tabu sobre o mercado erótico, o segmento cresceu 15% no Brasil e movimentou mais de R\$ 1 bilhão em 2012; o empresário Alexandre Uejo, proprietário da Ecstasy Sex Shop, vê espaço para um crescimento ainda maior em Maringá e aposta na qualidade do atendimento e no mix de produtos para impulsionar as vendas e atrair mais clientes

**50 COCOMAR**

Fundada em 1963, a Cocamar chega aos 50 anos como uma das cooperativas agrícolas mais importantes do país pela grandiosidade e diversificação do parque industrial; são quase 12 mil associados e previsão de faturamento de R\$ 2,55 bilhões em 2013

O imigrante que uniu carisma e empreendedorismo

A vinda de imigrantes foi essencial para a colonização da região noroeste do Paraná na década de 50. Um destes imigrantes foi o português Fernando José de Faria Ferraz, de 73 anos, cuja trajetória empresarial fez muita diferença no desenvolvimento de Maringá. Ferraz desembarcou no porto de Santos aos 17 anos com uma vontade enorme de trabalhar e construir a vida no Brasil.

Aqui ele fundou a Fábrica de Acolchoados Maringá, na década de 60 – atualmente, F.A. Maringá Ltda. A empresa, que tem o mais antigo CNPJ da indústria do vestuário da cidade, fábrica de colchões, espumas, lençóis e roupas, possui três lojas no setor atacadista de moda, além das marcas Convicto (masculina) e Sideral (feminina). A F.A. emprega mais de 500 funcionários, que produzem peças vendidas em todo o Brasil. Tanto trabalho como industrial rendeu a Ferraz um reconhecimento do governo português, com a Comenda da Ordem do Mérito Industrial, pelas mãos do presidente Mário Soares, em 1996.

Durante sua trajetória em Maringá, Ferraz também se destacou como um membro ativo na sociedade.

Desde 1968 integra a diretoria do Centro Português de Maringá e do Conselho das Comunidades Portuguesas do Paraná. Também ajudou a fundar o Elos Clube Maringá em 1982, que tem por objetivo difundir a cultura portuguesa no Brasil. Em 1999 recebeu a Medalha de Mérito Industrial, concedida pela Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), e em 2012 foi homenageado com o título “Guerreiro do Comércio”, da Federação do Comércio do Paraná (Fecomércio).

Católico fervoroso e bastante apegado à família, Ferraz ressalta que deve tudo que o tem a Deus e aos familiares, em especial à esposa, Bronia Erna Wunderlich Ferraz, e aos cinco filhos: Luis Fernando, Carlos Alexandre, Mônica, Silvana e Fernando.

Pela visão empreendedora e o sucesso de seu trabalho, Ferraz foi eleito, em 2013, “Empresário do Ano”. Um prêmio que é concedido pela ACIM, Fiep, Sindicato do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) e Associação Paranaense de Supermercados (Apras), cuja cerimônia está agendada para 23 de agosto. Confira na entrevista a seguir um pouco da trajetória deste industrial:

Ivan Amorin



O que motivou a vinda do senhor para o Brasil, e como foi o início da vida em Maringá?

Nasci em Olival, na Vila Nova de Ourém, em Portugal. Como a década de 50 foi marcada pelas guerras de independência das colônias portuguesas, os jovens que completavam 18 anos entravam automaticamente no Exército, saindo por volta dos 23, ou seja, perdiam a melhor fase da vida. As opções eram ir para a guerra ou imigrar. Como meus irmãos Mário e José já moravam em Maringá, decidi vir para cá. Cheguei com apenas 17 anos, e, por ser menor de idade, fiquei aguardando no navio até meu irmão Mário ir me buscar no porto de Santos. Comecei a trabalhar em Maringá no Bar Columbia, que existe até hoje. Também fiz viagens pelo interior com meu irmão Mário, que era representante comercial, e posteriormente tornei-me representante da importante fábrica de tecidos paulista Matarazzo. Depois, eu e Mário abrimos lojas de confecções, sendo a primeira em Guaíra, em 1961. Isso me ajudou a conhecer a região, pois naquela época aqui era só mata. Maringá mesmo era muito jovem, tinha apenas 10 anos quando cheguei.

Como surgiu a F.A. Maringá?

Em 1964, eu e meu irmão Mário compramos 50% de uma fábrica de acolchoados desativada, na avenida Tuiuti. Iniciamos a sociedade com o proprietário, o senhor João Oliveira, e os negócios prosperaram. Em pouco tempo conseguimos adquirir os outros 50% e fundamos a Fábrica de Acolchoados Maringá (hoje F.A. Maringá Ltda), em homenagem à cidade que nos acolheu tão bem. Em 1965, durante a temporada de produção de acolchoados, o senhor Camilo Leal veio me pedir emprego. Como ele já havia trabalhado com a fabricação de colchões de capim, ao terminar a temporada de produção,

“**Ao longo de minha trajetória empresarial fui sócio de diversos negócios. Plantei arroz, criei gado, investi no mercado imobiliário e fui comerciante, mas a minha mais longa sociedade é na F.A. Maringá, já que vamos comemorar no ano que vem 50 anos**

Leal se ofereceu para ajudar na fabricação, colhendo capim e fazendo as costuras, enquanto nós cederíamos os tecidos e venderíamos os produtos. Resolvemos experimentar e a venda foi muito boa. De imediato conseguimos fechar negócio com grandes revendedoras. Um fato interessante é que o pagamento para a costura destes colchões era controlado pelos filhos do Camilo Leal, que eram muito empenhados no serviço. Um deles é o empresário Amauri Leal, que além de ter suas empresas, presidiu por quatro anos o Sindicato do Comércio Varejista de Maringá (Sivamar). Nos anos 80, devido à falta de frio, houve uma grande sobra de tecidos, que eram usados para a fabricação dos acolchoados. A maneira encontrada para consumi-los foi fabricar colchões de espuma, voltado para o mercado popular. Acertamos, então, uma parceria de terceirização com a fábrica Sorriso do Lar. Mandávamos o tecido e a espuma, e ela nos entregava os colchões. Em dois meses acabamos com mais de 200 mil metros de tecidos, criamos um novo mercado e logo em seguida montamos a indústria de colchões. Passados dois anos iniciamos também a produção de espuma industrial, que hoje é um dos setores mais fortes da nossa empresa.

Em quais segmentos a F.A. Maringá atua hoje?

A F.A. fabrica colchões, edredons, travesseiros, jogos de lençol, espumas e mantas de poliéster industrial. Em 1970 entramos no ramo atacadista de confecção, com a criação das Confecções Bandeirantes, atualmente chamada Bandfashion. Hoje temos três lojas:

uma delas anexa ao shopping Avenida Fashion, outra no Shopping Vestsul e mais uma no polo atacadista de Cascavel. Além disso, a F.A. comercializa e produz as marcas Convicto (masculina) e Sideral (feminina), que estão presentes em mais de 900 lojas multimarcas no Brasil.

O senhor teve sócios?

Ao longo de minha trajetória empresarial fui sócio de diversos negócios. Plantei arroz, criei gado, investi no mercado imobiliário e fui comerciante, mas a minha mais longa sociedade é na F.A. Maringá, já que vamos comemorar no ano que vem 50 anos. Isso só foi possível porque tive sócios como meu irmão Mário, o Alberto Castro, José Castro, meu cunhado, José Robalo Alexandre, e o Alcino Castro. Compartilhávamos dos mesmos sonhos, objetivos, e cada um com seus talentos, construiu esta história. E aqui não posso deixar de mencionar que tão importantes quanto meus sócios, são meus colaboradores. Em nome de Alcino Valêncio de Almeida, Shiro Hirata e Maria Aparecida Ribeiro, que trabalham há mais de 40 anos na empresa, quero externar meus agradecimentos a todos os funcionários.

Como se deu o processo de sucessão familiar na empresa?

Durante a formação acadêmica dos meus filhos tive a preocupação deles vivenciarem a prática empresarial, levando cada um a acompanhar meu dia a dia e ter suas funções na empresa, iniciando com tarefas básicas. Eles também passaram por experiências diversas. O Carlos fez estágio no Banco

Ivan Amorin

do Brasil, e o Luis e a Mônica iniciaram uma pequena indústria chamada Lamfer. Após o casamento da Silvana com o Eduardo Borin, abrimos a Dinâmica Lavanderia Industrial. E o Fernando, que hoje também integra a diretoria da empresa, cursou agronomia. Em 2001 contratei o consultor João Demo para efetivamente iniciar o processo de sucessão. Os filhos dos sócios que na época trabalhavam na empresa passaram por um longo treinamento com ele, identificando as potencialidades de cada um. Deste treinamento também participaram os diretores executivos e os sócios que ficaram na gestão da empresa. Após este processo, constituímos, em 2006, a nova diretoria, formada por cinco membros da segunda geração, dois diretores executivos e dois sócios da primeira geração. Este novo organograma de gestão foi formalizado a clientes, fornecedores e colaboradores.

A indústria brasileira é penalizada pelos altos encargos, concorrência chinesa e falta de mão-de-obra especializada. Como o senhor vê a situação da indústria atualmente?

Hoje a globalização é uma realidade e uma necessidade. Vemos a União Europeia, constituída de diversos países e culturas, unificar sua carga tributária. Competimos com países onde a tributação é feita de forma muito mais simples. Acredito que para o Brasil, o melhor seria simplificar a tributação e torná-la equitativa em todo o território nacional. Afinal, se o teu concorrente conseguir vender mais barato que você, vai sair na frente. Por isso, se o produto é mais barato na Índia, é para lá que nós vamos. Quem não se adaptar a esse novo cenário, não sobrevive. Mas o ideal mesmo é fortalecer a indústria nacional, que está sofrendo rápida desindustrialização.

“Um ensinamento que carrego sempre comigo, e que transmito para quem está ao meu lado, é: “as coisas certas feitas no momento certo geram resultados positivos, as coisas certas feitas no momento errado dão errado”



Quais as maiores dificuldades que o senhor enfrentou como empresário?

Sempre vejo as dificuldades como desafios a ser vencidos. Quando cheguei ao Brasil era preciso percorrer longas distâncias por meio das estradas de terra, e em dias de chuva ficávamos atolados. Por diversas vezes passei noites montando maquinários para aprender como consertá-los, uma vez que não havia profissional especializado na região. Também tivemos que vencer com resoluções rápidas e criativas as dificuldades criadas pelos diversos planos econômicos.

Quais os pilares para ser um bom empreendedor?

Um ensinamento que carrego sempre comigo, e que transmito para quem está ao meu lado, é: “as coisas certas feitas no momento certo geram resultados positivos, as coisas certas feitas no momento errado dão errado”. É muito importante tomar atitudes no tempo certo, ou seja, estar atento às mudanças, às tendências tecnológicas, e principalmente, ao que o mercado está pedindo. Outro fator importante é manter a saúde financeira da empresa, trabalhando

modelos de negócios lucrativos, reinvestindo e mantendo seu capital. Também é necessário lembrar que sozinho não se chega a lugar nenhum, por isso, sempre busquei me cercar de pessoas honestas, dinâmicas e comprometidas. Outro pilar importante é cumprir os compromissos firmados com clientes, fornecedores, colaboradores e sociedade, sendo transparente e ético com todos.

Qual conselho o senhor dá aos jovens empresários?

Dedicar-se ao trabalho não se esquecendo de contribuir com a sociedade. Acompanhe e estude o que está acontecendo a sua volta.

Como o senhor se sente por ter sido escolhido “Empresário do Ano”?

Sinto-me grato a Deus por ter me dado condições de trabalhar. E feliz no trabalho que desempenhei. E aqui não posso deixar de fazer um agradecimento a minha esposa, Erna, com quem estou casado há 49 anos, aos meus filhos, sócios e a todos os colaboradores que ajudaram a construir esta trajetória empresarial e pessoal. ■

**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



GRUPO SANCOR SEGUROS

SANCOR SEGUROS DO BRASIL S.A. - CNPJ 17.443.407/0001-30. O registro deste plano no SUSEP não implica, por parte do autor, em garantia ou recomendação à sua comercialização.

CURSOS GRATUITOS E A DISTÂNCIA

O Sebrae oferece mais de 40 cursos a distância gratuitos. O programa é voltado para quatro perfis de público: para quem quer empreender, empreendedores individuais, microempresários e empresários de pequeno porte. Entre os temas estão análise e planejamento financeiro, formação de preço de venda, atendimento ao cliente e procedimentos para exportação. Os cursos estão disponíveis em www.ead.sebrae.com.br. O curso on line fica disponível por 30 dias ao participante. Os alunos contam com apoio e orientação de um tutor para esclarecimento de dúvidas e discussão do tema.

EMBALAGENS DE AGROTÓXICOS

A Associação dos Distribuidores de Insumos e Tecnologia Agropecuários (Adita) realiza um programa de recolhimento de embalagens vazias de agrotóxicos, o Sistema Campo Limpo. Ao comprar um agrotóxico, o agricultor recebe instruções de como utilizá-lo e sobre a devolução das embalagens vazias em uma das três unidades de recebimento, em Umuarama, Maringá e Campo Mourão. O produtor tem um ano para fazer a devolução. Apenas a filial de Maringá recebe 650 toneladas por ano de embalagens.

Depois de recolhidas, as embalagens passam por processamento e separação. As que têm condições de ser recicladas são destinadas a recicladoras do Brasil – em Maringá, o trabalho é feito pela Cimflex -, que faz a destinação final. As embalagens sem aproveitamento são encaminhadas para incineradoras. O gerente operacional da Adita, Valdir Bacarin, destaca que no processo de incineração não existe a emissão de poluentes e as cinzas são utilizadas para a indústria de cimento.



DOMINGO NO PARQUE FECHA RUAS PARA LAZER

Os maringaenses ganharam recentemente uma nova opção de lazer por meio do programa Domingo no Parque, lançado em junho pela Prefeitura de Maringá. Todos os domingos as vias no entorno do Parque do Ingá têm o tráfego interrompido para a circulação de ciclistas e praticantes de atividades físicas. O local também tem sido usado para atividades recreativas e de convívio social.

“O Domingo no Parque reserva espaço para que as famílias curtam com segurança passeios de bicicleta, jogos, diversões variadas e lazer saudável”, explica o secretário de Trânsito e Segurança, Ademar Schivone, assegurando a continuidade do projeto. “Lançamos o projeto inicialmente em caráter experimental em junho, e a continuidade dependia da aprovação da comunidade. Felizmente a proposta foi bem aceita e será mantida”.

O tráfego fica interrompido entre as 7 horas e o meio-dia nas pistas internas das avenidas São Paulo, Laguna e Juscelino Kubitschek.

PRESOS PRODUZEM MATERIAL PARA ALUNOS COM DEFICIÊNCIA

Materiais produzidos por detentos da Penitenciária Estadual de Maringá (PEM) para alunos com deficiência física ou com baixa visão foram entregues aos professores dos Centros de Atendimento Especializado ao Deficiente Visual – CAEDVs, numa cerimônia no Instituto Estadual de Educação de Maringá. A entrega foi efetuada em 18 de junho pelo Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg), Centro de Apoio Pedagógico Especializado (CAP) e Penitenciária Estadual de Maringá (PEM), que são parceiros do projeto Visão de Liberdade. Pelo projeto, os presos produzem materiais como jogos matemáticos adaptados, mosaicos, cadernos de figuras em relevo, tela para desenho e fita métrica adaptada.

Ao todo serão beneficiados 250 alunos com baixa visão e 110 deficientes visuais matriculados na Educação Básica das redes Estaduais e Municipais de 119 municípios.

Ivan Amorim





LAR ESCOLA COMPLETA 50 ANOS

O Lar Escola da Criança completou em maio 50 anos de serviços filantrópicos prestados à população. Atualmente a entidade presta atendimento diário de convivência e fortalecimento de vínculos a 300 crianças e adolescentes entre 6 a 14 anos através do esporte, inclusão digital, danças, música, teatro e artes manuais. Outros 30 adolescentes a partir de 15 anos estão inseridos no programa ProJovem e 120 jovens de 16 a 18 anos integram o Projeto de Aprendizagem. Há ainda projetos de extensão voltados às famílias e à comunidade em geral que vive em situação de vulnerabilidade pessoal e social.

A entidade, que é uma das mais antigas de Maringá, iniciou as atividades em 10 de maio de 1963, por iniciativa do primeiro arcebispo de Maringá, Dom Jaime Coelho, como internato para meninos que moravam na rua ou que não tinham família. Em 1973, a administração foi entregue às irmãs da congregação Murialdinas de São José – que permanecem à frente da entidade. O trabalho de assistência social nos moldes atuais foi instituído em 1990 com a implantação do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). “Estamos trabalhando na formação de cidadãos. Queremos que essas crianças tenham um futuro e consigam dizer não às drogas e à criminalidade”, define a gerente administrativa da entidade, Márcia de Souza.

O Lar Escola da Criança fica na rua Martim Afonso, 1.441, no Jardim Novo Horizonte.

CARAVANA CULTURAL LEVA ARTE E EDUCAÇÃO AO INTERIOR

A Usina Santa Terezinha é a patrocinadora oficial de uma ação que está levando cultura e educação a nove cidades do Paraná e Mato Grosso do Sul, inclusive Maringá. Lançado em junho, o projeto Caravana Cultural tem 38 apresentações programadas até o final de novembro. Os organizadores levam, a cada apresentação, uma unidade móvel de cinema, que compreende um caminhão com 200 cadeiras, tela de cinema inflável e equipamento de projeção. São distribuídos gratuitamente, ao público infanto-juvenil, kits com material de lazer com um DVD com animação, um caderno de atividades culturais, um tabuleiro de jogo educativo e papel semente. O projeto é realizado pela Petri Produções, foi viabilizado por meio da Lei Rouanet e tem o patrocínio cultural exclusivo da Usina Santa Terezinha, com apoio cultural do Ministério da Cultura, da Gráfica e Editora PrintMais, da Perfil Consultoria e da Nilson Rabelo Eventos.

A primeira
em audiência
em toda
a região de
Maringá
e você vai
ficar de fora?

Anuncie **já!**

**Rádio
Colméia**

AM
1170
KHZ



A rádio
que leva
você a **Jesus!**

www.colmeia1170am.com
44 3245-1776

MAIS PRAZO PARA INFORMAR TRIBUTOS NA NOTA FISCAL

As multas e penalidades para os estabelecimentos comerciais que não discriminarem na nota fiscal ou em local visível os impostos embutidos no preço dos produtos e serviços só começarão a ser aplicadas daqui a um ano. A lei entrou em vigor em 10 de junho, mas o governo decidiu ampliar o prazo até o início das sanções para que os estabelecimentos se adaptem às novas regras. A Casa Civil informou que a medida é para atender a "várias demandas recebidas" e considera a complexidade da nova lei.

A elaboração da proposta de regulamentação da Lei 12.741/2012 e a fiscalização serão coordenadas pela Secretaria da Micro e Pequena Empresa, criada este ano pelo governo.

Pela lei, a apuração do valor dos tributos incidentes deverá ser feita separadamente para cada mercadoria ou serviço, inclusive na hipótese de regimes jurídicos tributários diferenciados dos respectivos fabricantes, varejistas e prestadores de serviços, quando couber.

Para ajudar os empresários a se adequar, o Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT) disponibiliza em seu site – www.ibpt.com.br – o manual "De olho no imposto", com instruções para que as empresas exibam a carga tributária nas notas fiscais. O documento inclui o arquivo IBPTax do Movimento De Olho no Imposto, que contém a planilha com carga tributária média aproximada de todos os produtos e serviços, baseados na Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM) e Nomenclatura Brasileira de Serviços (NBS), em atendimento ao artigo 2º da lei 12.741/2012.

TECPAR PRODUZIRÁ MEDICAMENTOS EM LABORATÓRIO EM MARINGÁ

O Instituto de Tecnologia do Paraná (Tecpar) vai produzir até 2016 o medicamento biológico bevacizumabe para o combate ao câncer e a degeneração macular (perda de visão) relativa à idade. Os medicamentos serão produzidos no laboratório do Tecpar que será instalado no parque tecnológico de Maringá e serão entregues ao Ministério da Saúde.

A parceria com a empresa russa Biocad Brazil foi formalizada em Brasília em 18 de junho. Com a aprovação da Parceria para o Desenvolvimento Produtivo (PDP), uma missão do Tecpar irá à Rússia



Ivan Amorim

UNIMED MARINGÁ LANÇA PLANOS ODONTOLÓGICOS

Com mais de 163 mil clientes e 830 médicos cooperados, a Unimed Regional Maringá está oferecendo planos odontológicos para a população de Maringá e região. O lançamento da nova operação foi em 10 de junho, na sede da ACIM.

São três os planos oferecidos exclusivamente para empresas: essencial, essencial amplo e essencial pleno. "As empresas que já conhecem a história e os serviços do Sistema Unimed poderão ter a confiança de serem atendidas com a mesma qualidade e credibilidade com que atuamos na área médica", explica o presidente da Unimed Maringá, Daoud Nasser.

O cliente poderá optar por planos com ou sem participação, ou seja, poderá pagar uma mensalidade reduzida e um valor adicional pelos procedimentos realizados.

A Unimed Odonto possui mais de 60 dentistas credenciados na região de Maringá, oferecendo 212 especialidades. O processo de liberação das consultas e exames é simples e rápido, pois será realizado via sistema diretamente do consultório do dentista. As empresas interessadas em obter mais informações sobre este produto devem ligar para (44) 3221-7961 ou 0800-643 0027.

para estabelecer o cronograma de transferência de tecnologia, que deve começar com a capacitação de pessoal até atingir a produção no laboratório do Tecpar, que será instalado em Maringá.

Das 14 PDPs autorizadas pelo Ministério da Saúde, o Tecpar será o primeiro a entregar o produto. "O Ministério da Saúde gasta R\$ 177 milhões anuais com a importação do produto. Com nossa entrada no mercado, esse número vai baixar para R\$ 110 milhões, e a expectativa é o Tecpar ficar com pelo menos 50% do mercado", afirma o presidente do instituto, Júlio C. Felix.



Confiança, respeito e credibilidade.

Há 10 anos a Coopercard é a mais completa opção em meios de pagamento eletrônico e disponibilização de benefícios para os mais diversos segmentos empresariais. Encontre aqui a solução ideal para a sua empresa.

Coopercard Vale Refeição e Vale Alimentação

Com o **Vale Refeição** o beneficiário tem acesso a refeições de forma prática e segura em restaurantes, lanchonetes e estabelecimentos do gênero.

Através do **Vale Alimentação** adquirem alimentos *in natura* de acordo com a sua preferência, na ampla rede de supermercados, panificadoras, casas de carnes entre outros estabelecimentos credenciados.



Coopercard Multi Benefícios

Cartão empresarial para disponibilização de benefícios múltiplos com característica de adiantamento salarial. O crédito é feito diretamente no cartão, na data estabelecida pela empresa.



Coopercard Private Flex

A melhor alternativa Private do setor para que estabelecimentos comerciais tenham seu próprio cartão de crédito.



Coopercard Gift

É a forma mais prática e eficaz de presentear. Substitui presentes tradicionais, cestas natalinas e prêmios, podendo ser utilizado como ferramenta de marketing.



Entre em contato e solicite uma visita.

Fone (44) 3220-5400
www.coopercard.com.br



Esportes, além de prazer, um bom negócio

A indústria do esporte movimentava US\$ 1 trilhão por ano no mundo e responde por 3,3% do PIB brasileiro; marketing esportivo ou negócios diretamente ligados ao setor, não importa; quem puder investir, aproveite

Alan Maschio

Analisar o comportamento de mercado de um setor requer ferramentas de caráter objetivo, capazes de quantificar avanços de investimento e de consumo. Com amparo em conceitos assim, é possível saber que a telefonia móvel, por exemplo, movimentava cerca de R\$ 100 bilhões ao ano no Brasil.

O número é monstruoso, mas não envolve um conceito que está ligado ao segmento com uma das maiores taxas de crescimento na economia mundial: o esporte. E o conceito que este setor carrega, e que ainda não pode ser quantificado, mas tem potencial conhecido, é a paixão.

A indústria do esporte responde pela geração de US\$ 1 trilhão ao ano em todo o mundo. No Brasil, são R\$ 30 bilhões no mesmo período, o equivalente a 3,3% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

Mais chamativa do que os números em escala absoluta, no entanto, é a taxa estimada de crescimento do setor, que deve avançar sob índice anual de 3,8%

até o final de 2013, segundo relatório da empresa de consultoria PricewaterhouseCoopers - e com número ainda maior a partir do ano que vem e até 2016, quando o Brasil deve sediar os Jogos Olímpicos.

Todos estes números são potencializados - em uma escala imensurável - pela paixão que o esporte carrega. Um exemplo de como este conceito valoriza a indústria do esporte é usado pela professora do curso de especialização em Marketing Esportivo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), Clarisse Setyon. A professora cita uma camiseta comum, de uma marca esportiva qualquer, que pode ser encontrada em lojas esportivas por cerca de R\$ 80. Basta estampar o símbolo de um clube de futebol nesta mesma camiseta para que o preço chegue facilmente aos R\$ 200. Esse é o efeito da paixão sobre o segmento.

Potencializada pelos grandes eventos que o Brasil vai sediar - a Copa do Mundo, em 2014, e os Jogos Olímpicos, em 2016 - a indústria do esporte no país deve ganhar um acréscimo de R\$ 182 bilhões em movimentação em

quatro anos, considerando-se neste número somente os negócios gerados pelos jogos de futebol e as disputas esportivas.

Não é possível afirmar com precisão o tamanho do benefício que um mundial de futebol pode trazer a um país. Sabe-se, no entanto, que a Copa provocou impacto de meio ponto percentual positivo no PIB da Alemanha, que sediou a competição em 2006. Para o Brasil, a expectativa é de que este impacto seja ainda maior, visto que nossa economia é menos desenvolvida e que o país sediará outro grande evento esportivo somente dois anos depois.

Preparativos

Maringá se prepara para aproveitar parte das oportunidades geradas pelo mundial de futebol. Há três anos a cidade ganhou um comitê para a Copa, criado especificamente para dar suporte às ações que envolvem a possível vinda de uma delegação para a cidade. O comitê é composto por várias entidades ligadas ao trade turístico, como a própria ACIM e o Maringá e Região Convention & Visitors Bureau.



Complexo esportivo Bigbol recebeu R\$ 2 milhões de investimentos e tem agenda cheia; outras empresas apostam no esporte como negócio

MERCADO ESPORTIVO EM NÚMEROS

Movimentação de
US\$ 1 trilhão
por ano
no mundo

Movimentação de
R\$ 30 bilhões
por ano no Brasil,
equivalente a
3,3% do PIB

Crescimento de
3,8%
entre
2011 e 2013
no mundo

4,2 milhões
de brasileiros
frequentam
academias
de ginástica



Turismo

Expectativa de visitantes estrangeiros

Investimentos

Geração de empregos

Geração de negócios



COPA DO MUNDO

500 mil

R\$ 60 bilhões

3,6 milhões

R\$ 142 bilhões



JOGOS OLÍMPICOS

380 mil

R\$ 30 bilhões

120 mil

R\$ 100 bilhões

FONTES | Ministério do Turismo, Ernest & Young, Câmara Americana de Comércio Brasil/ Estados Unidos, Ministério do Desenvolvimento Social e PricewaterhouseCoopers (PWC)

Arte: Wellington Vainer

www.acim.com.br

REPORTAGEM DE CAPA

A estrutura esportiva e de hotelaria disponibilizada agradou os comissários da Fifa – a entidade máxima do futebol – tanto que Maringá está confirmada como centro de treinamento credenciado a receber uma seleção. Foram levados em conta principalmente critérios que têm a segurança e a acessibilidade como base.

Resta convencer a delegação de um país a ficar hospedada no noroeste paranaense. Os trabalhos nesta direção já começaram, e as possibilidades são maiores entre as seleções da Nigéria, Japão, México, Itália e Espanha. Representantes do comitê, por sinal, aproveitaram a realização da Copa das Confederações no Brasil, no mês passado, para se apresentar e levar o material de divulgação para as oito seleções que participaram do torneio. Os representantes da Associação de Futebol do Japão (AFJ) foram os primeiros a receber a visita, em Brasília, no começo de junho. É bom destacar, no entanto, que nenhum outro país está sendo desconsiderado - em junho a cidade recebeu um representante da Associação de Futebol do Japão para conhecer a estrutura local.

“Receber uma seleção do mundial seria o ‘sonho de consumo’ para qualquer cidade, do ponto de vista turístico”, avalia a diretora-executiva do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, Yara Linschoten. “Aproveitando todo o fomento gerado pela indústria do esporte, teríamos a divulgação de Maringá em escala mundial. Essa geração espontânea de mídia, por si só, seria o maior ganho, mas também temos que considerar os investimentos a ser feitos por patrocinadores, gastos gerados por turistas e muitos outros”, completa.



Comitê para a Copa recepcionou Naoki Tsumura, que é o representante da Associação de Futebol do Japão; ele veio avaliar as condições da cidade para receber a seleção japonesa na preparação para a Copa do Mundo

Faturamento maior

Os ganhos indiretos gerados por eventos esportivos, por sua vez, já são capitalizados há tempos. A presença de mais frequentadores em um bar que oferece um telão para que os clientes possam assistir a um jogo, por exemplo, também é uma chance de aproveitamento do potencial do esporte para os negócios. A fórmula não poderia ser mais simples: com mais pessoas, atraídas pela oportunidade de assistir a um jogo entre um grande grupo de amigos, o bar vende mais bebidas e comida – e fatura.

“Já aproveitamos este recurso na Copa de 2010, quando conseguíamos aumentar nosso movimento em até 40% em dias de jogos da seleção”, lembra o proprietário do Porto Café, Evandro Sales, que destaca que o planejamento para o ano que vem já começou. “Teremos a experiência da Copa das Confederações (realizada no mês passado, também no Brasil) como referência para o

que poderemos fazer no mundial. Claro que os jogos noturnos são mais interessantes para boates, mas podemos aproveitar os horários da tarde, por exemplo, para criar esquemas de *happy hour* diferenciado, com rodadas de chopp com descontos”, cita.

Este tipo de aproveitamento do esporte como negócio, por sinal, não se restringe ao futebol. O mais novo fenômeno televisivo mundial é a luta conhecida como MMA (Mixed Martial Arts, ou “artes marciais mistas”, em português). A exibição das lutas da franquia mais conhecida da modalidade, o UFC, em telões virou alternativa para bares e casas noturnas que não querem perder fregueses para a TV.

“É evidente que o futebol mantém um público fiel, mas o MMA tem se mostrado bem interessante para este tipo de negócio”, observa Sales. No caso das lutas, o empresário, que revende bebidas da Ambev, um dos patrocinadores do

UFC, recebe inclusive apoio para a transmissão dos eventos. “Temos material de divulgação e painéis ‘UFC Night’, que avisam os clientes que vamos exibir as lutas em um telão”, explica.

Promovidos nas madrugadas de domingo, os combates simplesmente “paralisam” a noite. Segundo Sales, quando as transmissões começam, até o som da boate é desligado.

Este fenômeno explica-se pelo avanço do esporte em geral sobre a sociedade. Dados da Câmara Americana de Comércio Brasil-Estados Unidos (Amcham) mostram que práticas esportivas simples, como as corridas de rua crescem a uma taxa média anual de 25%. Atividades físicas, hoje associadas a uma “quase pressão” imposta pela sociedade pela melhoria na qualidade de vida, também estão promovendo a disseminação de academias de ginástica, em especial entre as classes C e D, as atuais “meninas dos olhos” do mercado de consumo.

O avanço exponencial destes números e as oportunidades criadas com os grandes eventos estão sendo visualizadas como grandes chances pelo empresariado – e por esportistas também. As próprias academias são um segmento recentemente fortalecido pela expansão das franquias. E entre estas marcas há nomes de destaque no esporte, como o dos irmãos Nogueira, também conhecidos como Rodrigo “Minotauro” e Rogério “Minotouro”, lutadores de MMA que criaram o selo “Team Nogueira”. Em pouco mais de um ano, a marca já ganhou 28 franqueados – cinco deles nos Estados Unidos, e um em Maringá.

Focada principalmente na oferta de atividades físicas para a família, a Team Nogueira Maringá já arrematou 220 alunos, em dois meses de funcionamento. Um dos sócios, Júnior Concensa, trabalhava com comércio exterior quando decidiu investir em esporte. Ele descobriu a franquia ao acaso, enquanto na-

Walter Fernandes



Júnior Concensa investiu numa franquia da Team Nogueira; ambiente familiar que ele mesmo gostaria de frequentar, com direito a octógono

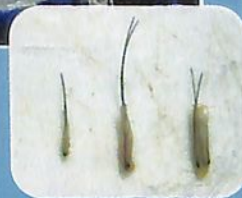


Clínica Dr.ª Márcia Hoyos

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

www.acim.com.br

REPORTAGEM DE CAPA

vegava pela internet, e visualizou uma grande oportunidade.

“Decidi investir em um lugar familiar, onde podemos oferecer saúde e qualidade de vida para mães, pais e crianças. Seguimos as recomendações arquitetônicas colocadas pela franquia, mas também estamos fazendo a nossa academia igual ao lugar que eu mesmo gostaria de frequentar”, explica Júnior. O salão de 1,2 mil metros quadrados com mezanino ganhou cerca de R\$ 300 mil em reformas e decoração, além da compra dos equipamentos para as aulas – tatames, octógonos e aparelhos para exercícios funcionais.

A academia também oferecerá estrutura de apoio, colocando nutricionistas e fisioterapeutas à disposição dos alunos. E além da cantina, outra entrada de faturamento é a Minotauro Store, loja que oferece confecções e produtos esportivos ligados à marca.

Lazer

A prática esportiva como opção de lazer e qualidade de vida, por sinal, se transformou em um filão a despertar interesse crescente do empresariado, e mesmo entre quem não havia tido contado com o ramo até então.

O engenheiro civil Aky Takano é uma prova disso. Ele trabalhava com consultoria e via o esporte como oportunidade de diversão, até vislumbrar, em Maringá, uma chance de investimento. Comprou um terreno no qual investiu cerca de R\$ 2 milhões na implantação de um complexo com cinco campos de futebol *society* (normalmente disputado em gramado sintético e em campos de dimensões menores do que o tradicional) e na construção da estrutura de lazer necessária para atender o público, com lanchonete,



Ivan Amorim

Engenheiro Aky Takano investiu no Bigbol: os cinco campos têm alta procura, o que deve proporcionar o retorno do investimento em quatro anos

churrasqueiras e vestiários.

O local começou a funcionar logo após o Carnaval, e a agenda já está lotada – aliás, como é comum a este tipo de negócio; se o leitor já tentou agendar um horário para disputar uma “pelada” com os amigos em um campo sintético em Maringá, sabe que conseguir horários é realmente difícil, dada a procura por espaços assim.

“Ainda nem começamos a fazer a divulgação com publicidade, mas já temos uma procura muito boa. Temos dias cheios, mesmo funcionando até tarde da noite”, conta Takano, que decidiu também aproveitar a estrutura para oferecer uma escolinha de futebol para crianças carentes.

De acordo com o planejamento do engenheiro, o retorno dos investimentos deve vir em no máximo quatro anos. A decisão por abrir um negócio ligado ao esporte, segundo ele, deve-se a fatores como a facilidade de operação, necessidade de poucos funcionários e a alta procura por futebol, facilmente

constatada em Maringá. “Além de tudo isso, trabalhamos com um segmento desejado, gerando saúde e diversão”, diz.

Marketing

Quem, por outro lado, prefere outros meios de negócios ligados ao esporte pode recorrer ao mercado publicitário. A paixão ligada ao segmento coloca o marketing esportivo no topo das mais bem-sucedidas formas de se fazer propaganda. Para comprovar esta teoria, basta um desafio: quem não sabe o nome do jovem jogador de futebol de cabelo moicano que recentemente foi vendido para o time mais poderoso do mundo, o Barcelona?

Sabedoras do potencial de divulgação que o nome deste rapaz carrega, ao menos dez empresas fecharam contratos de publicidade diretamente com ele, garantindo exposição espontânea em níveis tão elevados que sequer podem ser mensurados. Estes contratos garan-

Seda na Copa do Mundo

Esperar com ansiedade pela Copa do Mundo parece situação exclusiva de gente apaixonada por futebol, mas esta ansiedade pode não estar necessariamente ligada à torcida por mais um título do Brasil. Em Nova Esperança, 36 famílias que trabalham com a produção de casulos de bicho-da-seda veem no Mundial de 2014 uma chance de consolidar um trabalho que oferece não só uma alternativa de renda como também um grande impulso da autoestima.

A região, que fica na Bacia do Rio Pirapó, concentra 29 municípios onde é possível encontrar produtores da lagarta, e ficou conhecida como Vale da Seda. Ali são produzidos anualmente 3 mil toneladas de casulos, material suficiente para a confecção de 600 toneladas de fios, o que faz deste vale o maior produtor de seda do ocidente.

Este contexto, no entanto, ainda não permite que as famílias de Nova Esperança, que inclusive constituíram, em 2009, uma cooperativa, mantenham a produção em série. No momento, os trabalhos são feitos somente sob encomenda, para uma indústria de Londrina. E é justamente por isso que a Copa é aguardada com tanta ansiedade.

A Cooperativa dos Produtores de Artesanato de Seda está entre os 99 empreendimentos extrativistas e de agricultura familiar pré-selecionados na chamada pública "Talentos do Brasil Rural: Turismo e Agricultura Familiar". Estes grupos vão expor e



Walter Fernandes

Famílias de Nova Esperança que trabalham com a produção de bicho-da-seda vão expor trabalhos nas cidades-sede da Copa; ganho de autoestima e produção em linha contínua, diz João Berdu

promover produtos essencialmente brasileiros nas 12 cidades-sede da Copa do Mundo de 2014. O projeto, do Ministério do Desenvolvimento Agrário, beneficiará 20 mil famílias de povos e comunidades tradicionais do interior do país, e tem apoio do Ministério do Turismo, do Sebrae e da Agência de Cooperação Técnica Alemã. O governo federal deve investir cerca de R\$ 3 milhões na qualificação dos empreendimentos

Para o desenvolvimento da produção, as famílias de Nova Esperança e os demais produtores de casulos do Vale da Seda ganharam o apoio do Instituto da Seda e da Tecelagem Werner. O presidente, João Berdu Garcia Júnior, lista motivos de ordem prática para explicar a ansiedade do pessoal da cooperativa. "Graças à Copa, a cooperativa deixará de produzir somente sob encomenda para manter uma linha contínua. Hoje, com apoio do Sebrae,

já estão sendo estruturados os canais de venda e sendo elaborado o desenvolvimento de produtos."

Na Copa, o artesanato confeccionado com a seda originária da região de Nova Esperança estará exposto a pelo menos 500 mil turistas, de todas as partes do mundo, em apenas um mês. "O potencial de negócios a ser gerado em função do Mundial é muito mais significativo do que tudo feito até hoje pela cooperativa. Além das vendas, os produtores terão chance de consolidar uma carteira de clientes no período pós-Mundial, já que os produtos são de aceitação gigantesca", avalia o presidente do Instituto da Seda. "E o melhor é que os ganhos não serão somente financeiros. Como são famílias humildes, com trabalho originado da agricultura familiar, a expansão dos negócios nos permitirá ver ganhos até na autoestima destas pessoas".



Minds é uma das patrocinadoras do Santos Futebol Clube: “mídia espontânea gerada pelo patrocínio funciona como uma ferramenta para a consolidação da marca”, avalia Leiza Oliveira

tiam a Neymar o mais alto salário já pago para um jogador em território nacional.

E foi justamente este tipo de exposição que atraiu a Minds, escola de inglês nascida em Porto Alegre, mas criada por uma maringense e hoje sediada no noroeste paranaense. O selo já patrocinava surfistas, judocas e lutadores de MMA, e investiu pela primeira vez em um grande clube de futebol ao se aliar à Portuguesa de Desportos. Uma parceria pré-existente com o Santos de Neymar, no entanto, aproximou a marca da camisa branca já vestida por Pelé.

“Tínhamos uma parceria na qual oferecíamos inglês para as crianças da escolinha de futebol do Santos. Isso facilitou a aproximação, e então decidimos entrar como patrocinadores do clube”, conta a diretora da Minds, Leiza Oliveira. O contrato foi formalizado no começo do ano, e garante exposição por 12 meses, ao custo de R\$ 2 milhões.

“A exposição praticamente 24

horas por dia na TV, em sites e jornais impressos, ou seja, toda a mídia espontânea gerada pelo patrocínio, funciona como uma ferramenta de efetividade incontestável para a consolidação de uma marca”, avalia Leiza. “Podemos afirmar tranquilamente que conseguimos obter pelo menos 30% de crescimento da rede Minds, graças aos patrocínios esportivos”, calcula. Nascida em 2008, hoje a Minds tem 70 escolas e mais de 70 mil alunos em todo o país.

Análise

O império construído pela indústria do esporte está consolidado em fatores indissolúveis. A própria “máquina esportiva” se encarrega de reabastecer a paixão que as pessoas mantêm por seus clubes de coração ou pelo esporte que praticam. Na análise da professora Clarrise Setyon, da ESPM, nem sequer é possível dizer que o segmento não pode ser considerado de primeira necessidade, assim como a indústria

da alimentação ou saúde.

“O que explica este fenômeno é a paixão, a pressão por qualidade de vida, os benefícios que o esporte traz à saúde. Aliado a isto, temos grandes esforços de marketing das indústrias relacionadas ao esporte. O fã é um grande consumidor, e a camisa atual de seu time pode, sim, ser um gênero de primeira necessidade. O mesmo ocorre com um corredor: um bom par de tênis para seus treinos é indispensável”, defende Clarisse.

A professora destaca também que as altas cifras que ganham publicidade graças principalmente ao futebol podem, a princípio, assustar pequenos empresários, mas não fazem da indústria do esporte um segmento excludente. Pelo contrário. “Há espaço para todos, pois há esportes para todos. Tudo depende dos objetivos como investidor do esporte. Depende também do público-alvo que se quer atingir”. ■

2ª Etapa de vendas

Obras em andamento.

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



RougeT

VILLAGE

Muito espaço, conforto, segurança e ótima localização.

3 QUARTOS

Suíte master

- 110,34 m² Área privativa
- 2 Vagas na garagem
- 2 Sacadas
- 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 com 55,17m² de área privativa.

PLANTÃO DE VENDAS 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.

Entrega Garantida · Preço Fechado · junho de 2015

CAIXA **WEGG-CCU**

Aqui animais são permitidos

A situação pode parecer inusitada: cães e gatos circulando pelas empresas e acompanhando o dia a dia dos funcionários; a estratégia ajuda a diminuir o estresse, deixa o local mais alegre e promove a interação entre os funcionários

Rubia Pimenta

Alguns clientes se assustam ao entrar na M&C Calçados, especialmente na hora de pagar a conta. Não por causa do valor da compra, mas porque o balconista foge do padrão: Teo é um cachorro da raça boxer. Bem nutrido e imponente, o cão pode impor medo a quem o encontra pela primeira vez. “Ele assusta, mas rapidamente se percebe que o que tem de grande, tem de manso”, conta a dona do animal e sócia do comércio, Luana Meiger Cruz.

O carisma de Teo conquistou a clientela e fez com que a loja se tornasse famosa nas imediações da praça Farroupilha, no Jardim Alvorada. “Ele fica sempre atrás do balcão. Está conosco desde que abrimos, há três anos, e nunca tivemos problema. De cada 100 clientes, 99 gostam. Muitos agacham e fazem carinho. As crianças, então, o adoram”, afirma.

Bud é o mascote da Alca Network: o cão é recebido com carinho pelos funcionários, espera pelo pão de queijo e ajuda a desestressar

Luana conta que a ideia de trazer o cão para a loja surgiu por uma necessidade: “ele não gostava de ficar sozinho em casa. Arrancava as plantas, destruíu o varal, tudo para chamar nossa atenção. Ficamos com dó e resolvemos levá-lo para a empresa. Ao fim do expediente, ele volta conosco”. Hoje, o cachorro é a alegria dos colaboradores. “Ele é educado e não aborda nenhum cliente. É a nossa paixão”, conta Luana.

Ambiente mais alegre

Um estudo realizado pela Universidade Central de Michigan, nos Estados Unidos, mostra que a presença de animais altera o comportamento

Walter Fernandes



Ivan Amorim

das pessoas, reduzindo o nível de estresse e trazendo alegria. Outra pesquisa da Universidade da Virgínia, também nos EUA, revela que os animais são uma excelente injeção de entusiasmo para a realização de tarefas que antes pareciam banais.

Com base nisso, algumas corporações vêm permitindo a integração de homem-animal durante o expediente com o objetivo de proporcionar um ambiente de descontração, além de estimular a criatividade e aproximar os funcionários.

Um exemplo é o da distribuidora Alca Network, localizada no Novo Centro de Maringá. O mascote da empresa, Budwiser (Bud para os in-



Luana Meger Cruz e Teo, o cachorro da raça boxer que está na M&C Calçados desde que a loja foi aberta, há três anos

timos), foi adquirido especialmente para proporcionar um ambiente de trabalho mais agradável aos colaboradores.

A rotina de Bud é parecida com a do boxer Teo. O pequeno yorkshire vive com o diretor da empresa, Guilherme de Mello Barandas. “Às 7h30, quando digo ‘vamos trabalhar’, ele corre para a porta, ansioso para sair”, conta. Ao chegar à empresa é uma festa. Bud é recebido com carinho pelos funcionários, e conhece até o horário do pão-de-queijo. “Faço o pedido sempre pela manhã. Ele percebe que chegará comida e não sai do meu lado”, revela a assistente administrativo, Viviane Marcolino.

Viviane conta que a Alca é a primeira empresa em que trabalha que tem um animal de estimação duran-

Pris reinava sozinha na Jump até aparecer a outra gatinha, que tem campanha no Facebook para escolha do nome; funcionários, como Fernando Dantas, se revezam nos cuidados nos fins de semana

te o expediente. “Gosto muito, pois ele deixa o ambiente mais alegre. Sentimos falta quando ele não vem ‘trabalhar’. Se, por algum problema ficamos nervosos, é só brincarmos um pouco com ele, que o estresse passa”, diz.

Bud tem um espaço próprio no escritório. “Como ele é pequeno, não faz muita sujeira. Bud já está adaptado à nossa rotina, e se tornou um membro indispensável à empresa”, brinca Barandas.

Vínculo com cliente

Os animais são presença constante em pet shops, não apenas aqueles que estão à venda, mas muitos proprietários levam seus mascotes para o trabalho. A Pet Shop Paraíso, no Jardim Alvorada, tem um cachorro e um gato.

O cão virou presença constante na loja depois de entrar em depressão por ficar sozinho em casa. “Ele ficou três semanas sem comer direito”, conta a sócia Cecília Assako Manda. Já o gatinho foi abandonado em frente ao comércio em uma caixa de papelão ainda filhote. “Estava desnutrido. Cuidamos dele para doá-lo quando melhorasse, mas ficou tão bonito e nos apegamos tanto, que acabou ficando conosco”, diz.

Hoje, os animais são a marca da

loja. “Os clientes adoram, tiram até fotos”, conta Cecília. Para ela, os animais são positivos em seu estabelecimento pelo ramo do negócio. “Quem frequenta nossa loja geralmente gosta de animais. Eles deixam o ambiente mais amigável, e criam um vínculo maior com o cliente”, explica.

Sucesso no Facebook

Os gatinhos são o xodó da agência de comunicação Jump, em Maringá. O pioneiro, adotado em 2010, foi Hildo. Desde então foram quatro. “Alguns fugiram”, conta o arte-finalista Fernando Dantas. Até pouco mais de um mês Pris, uma gatinha com traço siamês, reinava sozinha na empresa. Ela passa os dias dormindo ou sendo acariciada no colo de um dos 25 funcionários.

Recentemente outra companheirinha chegou. “Uma amiga de um funcionário a encontrou abandonada, e resolvemos adotá-la. Ela é muito doce, e já conquistou todo mundo”, diz Dantas.

A nova moradora, no entanto, ainda não tem nome. Para ajudar na escolha, foi montada uma campanha no Facebook da empresa para envio de sugestões - www.facebook.com/jumpcomunicacao. Até 17 de junho já havia mais de 25 palpites.

Ivan Amorim





Há quatro anos o Shopping Cidade permite a circulação de animais; “contribui para o envolvimento do cliente com o shopping”, conta a gerente de marketing, Márcia Lamas

As votações acontecerão no início de julho.

De segunda à sexta-feira as gatinhas passam as noites na agência, mas aos fins de semana vão para a casa de alguns funcionários, que voluntariamente se revezam nos cuidados. “Todos gostam muito delas aqui. Elas deixam o ambiente mais leve e ajudam a relaxar. Os que entram e não gostam de animais, acabam pegando gosto”, ressalta Dantas.

Em shoppings

Centros de lazer e compras, shoppings de Maringá abriram as portas para os pets, e em troca receberam muitos elogios. O pioneiro foi o Shopping Cidade, que permite a circulação de animais de pequeno porte há quatro anos. “É um momento agradável para a família e o animal. Nada melhor do que conciliar o passeio no shopping, que é um ambiente familiar, com o passeio com o pet”, fala a gerente de marketing, Márcia Lamas.

O Catuaí Shopping permite a circulação até de animais maiores, mas quando o cachorro pesa mais

de 20 quilos, algumas regras devem ser seguidas, como o uso de fucineiras. A única proibição é para raças consideradas perigosas pela legislação brasileira, como pastor alemão, rottweiler, fila, doberman, pitbull e mastim napolitano.

Nos dois shoppings, os bichos podem passear com coleiras pelos corredores e lojas que permitem a entrada de animais. Alguns ambientes, no entanto, continuam restritos, como praças de alimentação, supermercados, restaurantes, cafés, banheiros e cinemas.

Tanto o Shopping Cidade quanto o Catuaí tiveram respostas positivas dos clientes após abrirem as portas aos pets. “Só recebemos elogios e agradecimentos pela iniciativa, tanto pessoalmente no balcão de informações ou via Serviço de Atendimento ao Cliente. Muitos dizem que ficavam tristes em deixar o cão sozinho em casa”, conta o superintendente do Catuaí, Alonso Fernandes. Já Márcia ressalta a importância da iniciativa na memória do consumidor: “contribui para o envolvimento do cliente com o shopping”.

Funcionários podem levar pet para o trabalho

Nos Estados Unidos uma em cada cinco empresas autoriza os funcionários a levar os animais de estimação para o escritório. No Brasil, algumas firmas já estão abrindo as portas para que os bichinhos façam parte do quadro funcional. Um exemplo é a agência de publicidade SimGroup, de São Paulo, que possui aproximadamente 90 funcionários. Desde o início do ano passado a empresa instituiu o “Pet Day”.

Toda sexta-feira, o animal de estimação de um dos funcionários é convidado a passar o dia na agência. Ele vem junto com o dono e é recepcionado com carinho pelos funcionários. “Os animais são canais efetivos de desconpressão, capazes de dar um fresco para um momento de tensão e mostram um lado das pessoas pouco comum em ambientes corporativos. Sem falar na satisfação que é ver um animal bem humorado, correndo, brincando, convivendo com todos, sem distinção de cargos”, explica a diretora Executiva da SimGroup, Sueli Brusco.

Mas para que a iniciativa dê certo, é preciso que as empresas proporcionem boas condições para os animais, com espaço amplo e lugar adequado para alimentação e as necessidades. Também é fundamental que os animais sejam comportados, ou a medida pode ter efeito contrário.

Segundo Sueli, a ação surtiu efeito positivo entre os funcionários. “Proporcionar um clima de descontração é uma iniciativa que desenvolve talentos, permite experiências diferentes à equipe e estimula a criatividade e o bom humor”, diz. ■

ANS - Nº 31526-5



Somente uma operadora de Plano de Saúde com mais de 23 anos de experiência, zelando pela saúde da sua família e da sua empresa, pode trazer essa solidez e a qualidade necessária para você ficar tranquilo com sua saúde.



Família Carraro, beneficiária PAM SAÚDE há mais de 17 anos.



PLANO DE SAÚDE
EMPRESARIAIS



FAMILIARES

DIFERENCIAIS DO PLANO:

- ▶ O IMI (Instituto de Medicina Integrada), Rede Própria, oferece o máximo em qualidade e infraestrutura;
- ▶ Profissionais renomados;
- ▶ + de 30 hospitais credenciados;
- ▶ Medicina Preventiva com diversos grupos para atendimento;
- ▶ Flexibilidade - com agendamento de consulta noturna em diversas especialidades;

SÃO ESTES E MUITOS OUTROS MOTIVOS QUE FAZEM DO PAM SAÚDE UMA REFERÊNCIA EM SAÚDE NO PARANÁ.

VENDAS: 44 3218-1530

www.dr pam.com.br

Fernanda Bertola

Para conhecer o que o telespectador maringaense gostaria de assistir no horário de almoço, a TV Tibagi, afiliada da Rede Massa, contratou o Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM, o Depea. Além de apontar a programação que agradaria as pessoas entre 12 e 14 horas, o estudo, feito no ano passado, mostrou a opinião dos entrevistados sobre a programação local da emissora.

O Depea realiza, desde 2008, pesquisas de mercado, opinião, satisfação de clientes e indicadores, permitindo que as empresas contratantes do serviço possam planejar com segurança as ações futuras. Na opinião da gestora de pesquisa de mercado e treinamento da ACIM, Ariele Anthero Matos, pesquisas são indispensáveis para manter uma empresa atualizada e atenta aos riscos e oportunidades que o mercado oferece. “Há verdades invisíveis aos olhos do empresário que são reveladas”, diz.

Utilizando metodologias científicas, o trabalho começa na seleção de amostragem, que pode ser aleatória simples ou estratificada, estabelecendo erro amostral de acordo com cada situação. “A coleta das informações é realizada pessoalmente ou por telefone”, explica a gestora.

No caso da TV Tibagi, a amostragem utilizada pelo Depea foi de 1,1 mil pessoas de diferentes bairros de Maringá. Com o resultado em mãos, o diretor da empresa, Rodrigo Fernandes, conta que o conteúdo e os horários dos programas locais foram adequados à grade de programação, buscando atender as expectativas dos telespectadores da cidade. “Quanto mais dados e informações o gestor de uma empresa tem, maior é o grau de assertividade nas tomadas de decisão”, diz.

O mercado visível aos olhos dos empresários

Depea transforma números em dados importantes para o desenvolvimento de empresas; também acompanha resultados das vendas nas ruas principais comerciais, além de conhecer a opinião de lojistas e consumidores sobre as campanhas da ACIM



Ivan Amorim

Equipe do Depea coletando informações nas ruas: dados importantes sobre a economia e pesquisas para empresas conhecerem mais sobre seu mercado de atuação

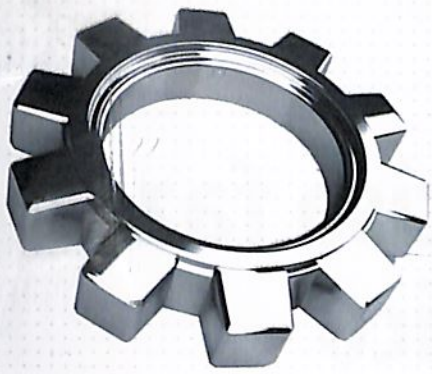
Pesquisas econômicas e de mercado

O Depea, da ACIM, surgiu em 2002 para apontar condições de mercado que auxiliam o empresariado maringaense: perspectivas econômicas, concorrência e setores em crescimento, por exemplo. De 2008 a abril do ano passado, foram feitas mais de 300 pesquisas com base nos depoimentos de 26,5 mil pessoas.

Entre as principais pesquisas realizadas está o Índice de Confiança do Consumidor Maringaense (ICCM), que apresenta a expectativa do consumidor para os próximos três

meses em relação à renda, geração de emprego, consumo, satisfação financeira e economia nacional. Em datas comemorativas, o Depea também realiza pesquisas no comércio, com expectativa de vendas e resultado.

O Depea ainda é responsável por acompanhar a opinião de empresários e consumidores em eventos realizados pela Associação Comercial, a exemplo da Feira Festas & Noivas, Ponta de Estoque e Maringá Líquida.



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. Avaliados em R\$ 300,00 o m², os lotes podem chegar ao valor de apenas R\$ 60,00 cada 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**

*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.



- 1 TERMINAL INTERMODAL RODOAEROFERROVIÁRIO
- 2 AEROPORTO INTERNACIONAL DE CARGAS
- 3 CENTRO DA CIDADE

*Mapa em proporção real

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
Construindo uma cidade cada vez melhor

Dever cívico: eleitor precisa fazer cadastramento biométrico

Rubia Pimenta

Desde o início de abril cerca de duas mil pessoas vão diariamente ao Fórum Eleitoral de Maringá para realizar o cadastramento biométrico. O número, no entanto, está abaixo das expectativas. Até o final de junho cerca de 75% dos eleitores de Maringá e região ainda não haviam realizado o processo – o prazo final é 4 de outubro.

A Justiça Eleitoral precisa cadastrar cerca de 300 mil eleitores de Maringá, Paiçandu, Doutor Camargo, Ivatuba e Floresta. Até o fim de junho, apenas 34,7% haviam comparecido – em Maringá, o percentual era de 36%, mas nos outros municípios a taxa era de 10% aproximadamente.

“As pessoas devem se adiantar, pois agora não há fila de espera. Temos 86 atendentes, por isso, o cadastramento tem demorado cerca de 10 minutos. Com a aproximação do fim do prazo, esse cenário deverá mudar, pois infelizmente a maioria deixa para a última hora”, fala a juíza eleitoral, responsável pelo cadastramento biométrico na região, Carmen Lúcia Rodrigues Ramajo.

Quem não fizer o recadastramento, não poderá votar nas próximas eleições. “O título eleitoral de papel não terá mais validade a partir de 5 de outubro deste ano. Somente com as digitais do eleitor será possível ir às urnas”, explica a juíza.

A digital, segundo Carmen Lúcia, é a maneira mais eficiente de evitar fraudes. “A urna eletrônica é bastante segura, mas havia a possibilidade de burlar a identificação do eleitor. Com

Prazo para o novo cadastramento vai até 4 de outubro – depois desta data título de papel perderá validade; quem se adiantar no processo, terá mais chances de escolher local de votação



Walter Fernandes

Mais de 80 atendentes estão fazendo o cadastramento biométrico no Fórum Eleitoral de Maringá, por onde passam 2 mil pessoas diariamente

o cadastro biométrico, é impossível alguém votar no lugar de outra pessoa”, ressalta.

Locais de votação

Com o recadastramento, a Justiça Eleitoral está distribuindo novamente os locais de votação. Alguns colégios, que estavam superlotados, tiveram parte de seus eleitores deslocados para outros pontos.

Os eleitores que se adiantarem terão mais chance de escolher os locais de votação. “Os que deixarem para o fim ficarão com os locais que ainda não estão com a capacidade máxima. Os moradores do Jardim Novo Horizonte que ainda não fizeram o cadastramento, por exemplo, não podem mais votar no Colégio

São Francisco Xavier, que já atingiu o limite permitido”, explica.

Carmen ressalta que os eleitores que desejam transferir o endereço eleitoral para Maringá ou região também precisam fazer o novo cadastramento para votar nas próximas eleições.

Serviço

Para fazer o recadastramento, os eleitores podem fazer o agendamento no site do Tribunal Regional Eleitoral (www.tre-pr.jus.br) ou telefonar para (44) 3226-0044. Existe ainda a possibilidade de se dirigir diretamente ao Fórum Eleitoral em Maringá, na avenida Herval, 968, no Novo Centro. É preciso levar título de eleitor, comprovante de residência e um documento de identidade.



UniCesumar

**NOVA
MARCA.**

**MESMA
MISSÃO.**

www.unicesumar.edu.br



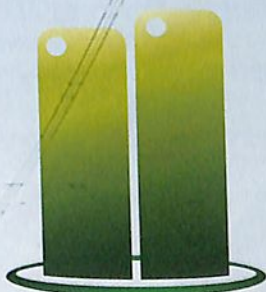
Theodorado Imóveis e Construtora Transamérica,
empresas maringenses, têm orgulho de fazer parte desta cidade.



A natureza
precisa de espaço.
E com certeza, você também.

Uma história só é contada através
daquilo que se constrói!

www.todumunicacao.com



PARQUE ITORORÓ

R E S I D E N C I A L

Mais um empreendimento que faz parte desta história!

Localização privilegiada: Avenida Itororó com Rua Monsenhor Kimura, próximo ao Bosque II

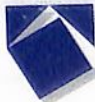
PARCELAMOS SUA ENTRADA, ÚLTIMAS UNIDADES!

Vendas:



THEODORADO®
IMÓVEIS
4009-2000
AV. XV DE NOVEMBRO, 696 - MARINGÁ - PR

Execução:



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

FINANCIAMENTO PELA

CAIXA

USE SEU FGTS

Segredos do mundo corporativo guardados a sete chaves

Contratos e dispositivos sobre sigilo de informações ajudam as empresas a se proteger do vazamento por ex-sócios, funcionários e prestadores de serviço; saiba como proteger estes segredos

Juliana Fontanela

No mundo dos negócios as relações são pautadas em confiança, sobretudo entre os membros de uma mesma organização ou

que estejam ligados a ela pela prestação de serviços. Entretanto, algumas informações são consideradas restritas ou sigilosas e precisam de mecanismos de proteção, afinal esta confiança pode

não ser respeitada e a empresa ser prejudicada com o vazamento de dados para a concorrência ou para o mercado. Mas como as empresas podem proteger as informações consideradas sigilosas?



"As franquias utilizam estratégias de proteção e contratos de confidencialidade referenciados pela Lei de Sociedades Anônimas", diz Amílcar Packer, da UEM

O principal modo de evitar a circulação indevida e a divulgação de informações sigilosas é selar um acordo de confiabilidade. Para o assessor de Inovação da Universidade Estadual de Maringá, Marcelo Farid, no Brasil a medida não é muito comum, mas deveria ser tomada como rotina. “A concorrência busca informações para tirar vantagens. Não se pode pegar informações privadas e repassar a outros, mas sem uma política de proteção pode ser difícil provar que esse vazamento é intencional”, diz. Para quem trabalha com inovação, cláusulas sobre direitos e deveres da equipe são bem-vindas, inclusive prevenindo o desligamento do funcionário do projeto.

O advogado César Eduardo Misael de Andrade afirma que os acordos de confidencialidade podem ser feitos a qualquer momento, mas o ideal é que sejam celebrados na fase de contratação do funcionário ou prestador de serviço. Se forem firmados depois, poderá ocorrer controvérsia sobre a data de vigência ou efeitos. “O documento confere maior segurança e eficácia em processos judiciais com a assinatura das partes. Não é preciso registrá-lo em cartório, mas a violação do segredo e da cláusula de confidencialidade leva a demissão por justa causa”, orienta.

O chefe do Departamento de Direito Privado e Processual da Universidade Estadual de Maringá (UEM), Amílcar Packer, esclarece que a primeira providência é verificar se a informação está protegida por leis como a de propriedade industrial (Lei 9.279/96), a de lei de direitos autorais (Lei 9.610/98) ou de propriedade

- 1 A confidencialidade e a preservação dos segredos** da empresa são regras que todo empregado tem dever de respeitar, seja durante o contrato de trabalho, seja após a rescisão. No entanto, recomenda-se obter esse compromisso por escrito.
- 2 A justiça entende** que quando o empregado conscientemente transgredir a cláusula contratual que impede a retirada de documentos do âmbito da empresa sem expressa autorização, colocando em risco o sistema de segurança, é motivo para dispensa por justa causa.
- 3 A respeito da quebra de sigilo**, a lei prevê dois tipos de indenização. Se houver prejuízo financeiro pela divulgação de informações, os advogados calculam o valor a ser ressarcido a partir da expectativa de lucro que havia sido prevista com a preservação dessa informação. A quebra de contrato, por sua vez, tem indenização penal prevista a partir da comprovação da quebra.
- 4 O indivíduo que assina um termo de confidencialidade** não tem o direito de trabalhar cerceado. O que ele deve preservar são as informações sigilosas da empresa onde trabalhou, mesmo que esteja trabalhando em um concorrente.
- 5 O impedimento ao exercício da concorrência** é cláusula que deve ser ajustada na época da rescisão, e remunerada. Porém, essa cláusula não se confunde com a violação do segredo.
- 6 O livre acesso ao trabalho é direito constitucional**, cujo impedimento pode ser ajustado desde que remunerado. Porém, o livre exercício do trabalho não autoriza a prática de crimes ou ilícitos de natureza civil relativo à revelação de segredos empresariais.

FONTE | Advogado César Eduardo Misael de Andrade

Arte: Wellington Vainer

intelectual para programas de computador (Lei 9.609/98). Se for esse o caso, a empresa decide se ainda vai exigir outro documento de sigilo.

Pelas leis brasileiras toda informação qualificada como sigilosa ou de interesse econômico pode ser entendida como segredo comercial ou industrial. Uma boa medida de proteção é manter acesso restrito ao nível confidencial. É fundamental que todos os envolvidos sejam informados dessa condição, sobretudo no caso dos executivos, diretores e sócios.

A lei brasileira das Sociedades Anônimas (Lei 6404/76), no artigo 155, estabelece que todo administrador deve servir com lealdade à companhia e manter reserva sobre os negócios. A lei também proíbe tirar vantagens do conhecimento de informações sigilosas, ainda que sem prejuízo para a empresa, e estabelece a obrigatoriedade de proteção dessas informações. “As franquias utilizam estratégias de proteção e contratos de confidencialidade referenciados por essa lei. Essa é uma forma de garantir que

mesmo com a padronização dos serviços entre os franqueados, as pessoas não copiem ou divulguem informações sigilosas”, orienta Packer.

A lei de Falências (11.101/2005) também se refere à proteção de informações e suas consequências, estabelecendo duras penas a quem favorecer a “quebra” de uma empresa mediante violação e divulgação de dados confidenciais. Caso a empresa decreta falência, o responsável pode ser punido com pena de dois a quatro anos de reclusão e multa.

Restrição para o quê?

Muitos empresários têm dúvidas sobre a classificação das informações. De forma geral, pode ser considerado acesso restrito tudo o que permita a outra empresa lucrar a partir dessa informação, copiar produtos e tecnologias ou, sejam informações de ordem financeira que possam prejudicar a empresa ou levá-la à falência. Os especialistas orientam que se especifique ao máximo o que se considera acesso restrito e que essas informações sejam hierarquizadas. Entram nesse grupo pesquisas, projetos, documentos, discussões de equipes estratégicas em reuniões, memorandos, imagens, manuais, gráficos, informações estratégicas (protótipos, dados da empresa, de fornecedores, contratos de exclusividade, patentes, preços), bem como quaisquer outras que a empresa julgar sigilosas.

As franquias lidam com a confidencialidade todos os dias. É preciso desenvolver mecanismos que garantam a proteção de todo o tipo de dado ou processo passível de cópia. A orientação é a mesma



Ivan Amorim

Ilson Rezende, da DB1: com a tecnologia é impossível ter total eficiência contra transmissão e transporte de informações; alternativa é investir em contratos, patentes e registro do software no INPI

para as indústrias, assim empregados, fornecedores, prestadores de serviços e profissionais terceirizados sempre têm restrições quanto ao acesso de informações internas.

O diretor-presidente da DB1 Informática, Ilson Rezende, que também preside o Sindicato das Empresas de Tecnologia da Informação do Noroeste do Paraná, explica que de fato os contratos de sigilo são aplicáveis a profissionais de cargos de responsabilidade e gerência, mas também aos colaboradores em geral mediante uma cláusula de sigilo no contrato de trabalho. Em ambos os casos, a confidencialidade é permanente. Segundo Rezende, com a internet, CDs, pen drives e outros mecanismos de transmissão ou transporte de informações, é praticamente impossível garantir uma barreira 100% eficiente contra vazamentos. A alternativa é investir em proteção legal com contratos, patentes e o registro do software no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI). Os sistemas de segurança também permitem rastrear vazamentos, o que, ao

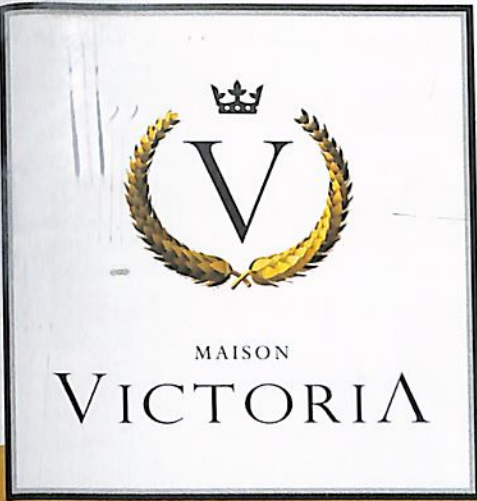
menos, permite identificar por onde a informação saiu.

Antivazamento

Uma orientação para não incorrer na omissão de proteção adequada é estabelecer condutas específicas “antivazamento”. Os documentos impressos devem ficar na empresa. Em casa ou em reuniões externas, o funcionário corre o risco de, mesmo que involuntariamente, dar acesso a esses dados pela concorrência. Utilizar as marcas d'água, mesmo que não impeçam a reprodução indevida, servem para evidenciar a intenção de quem tenta copiar os dados. No caso do material eletrônico a proteção é um pouco mais complicada, já que é tecnicamente impossível oferecer 100% de proteção. Na prática utilizam-se códigos e senhas, criptografia e sistemas de rastreamento que podem ajudar a localizar onde existe vazamento. Ilson Rezende lembra que mesmo que a maior parte das empresas adote apenas o contrato de sigilo, se comprovado internamente que informações sigilosas foram divulgadas ou acessadas,



BB AVO



ELLEN JABOUR APRESENTA

LANÇAMENTO ALTO PADRÃO

ABSOLUTAMENTE COMO VOCÊ SONHOU!



AV. GUEDNER, 963

3 SUÍTES



296m²
ÁREA TOTAL



179m²
PRIVATIVA



3 VAGAS
GARAGEM

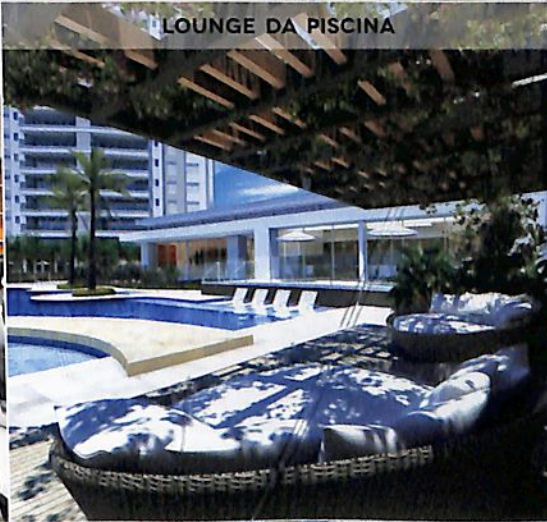


LAZER
COMPLETO

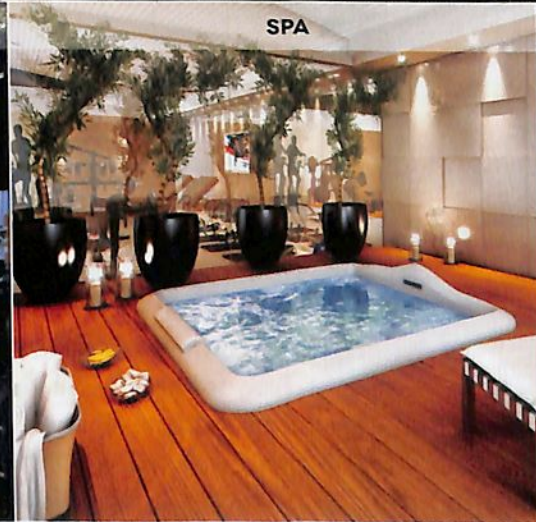
FITNESS



LOUNGE DA PISCINA



SPA



PISCINA COBERTA



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

Informações:



OPÇÃO
IMÓVEIS

Construção e Incorporação:



A.YOSHII
ENGENHARIA
Referência de Qualidade

O empreendimento será comercializado após registro no cartório de imóveis.

o responsável deve ser demitido e processado por perdas e danos.

No mundo empresarial é normal a dança das cadeiras entre sócios ou executivos de uma empresa. Entretanto, os mecanismos jurídicos de proteção ao sigilo podem ter validade permanente. O advogado Amílcar Packer destaca que no caso de produtos e projetos realizados em uma empresa, geralmente a tecnologia pertence ao empregador, salvo nos casos em que há um acordo prévio como direitos ou participação nos lucros. Há também mecanismos que protegem a utilidade ou fórmula desses produtos. No momento em que um colaborador se desliga precisa seguir a conduta pré-determinada em contrato.

De acordo com o advogado e contabilista Marcelo Antônio Silva, da Alvo Treinamentos, está sendo mais frequente a inclusão de cláusulas prevendo o dever de sigilo, como a de “não concorrência” e de “confidencialidade”. Elas impõem ao ex-empregado uma espécie de quarentena onde ele se compromete, mediante instrumento firmado, a não divulgar segredos da empresa, nem trabalhar para outra empresa ou exercer, por conta própria, o mesmo ramo de atividade do ex-empregador por determinado período ou período indeterminado. “A quarentena forçada é, normalmente, remunerada, como forma de indenizar o trabalhador. Cito a do ex-diretor da Rede Globo de Televisão José Bonifácio de Oliveira Sobrinho (conhecido como Boni). Há mais de um ano ele está cumprindo cláusula de quarentena, impedido de trabalhar e até de prestar serviço de consultoria para outras emissoras”, afirma.



Marcelo Antônio Silva explica que é possível estabelecer quarentena para o ex-funcionário trabalhar na concorrência ou no mesmo segmento

O advogado César Eduardo Misael de Andrade acrescenta que a quarentena é tratada de forma diferente da violação do segredo quanto ao tempo de assinatura do compromisso. Normalmente, esse compromisso é feito na rescisão do contrato, pois quando o empregado está livre da subordinação que lhe é imposta no contrato de trabalho, tem maior poder de negociação quanto a possível indenização. Quando está sob os efeitos do contrato de trabalho, e conseqüentemente dos efeitos da dependência econômica que o contrato lhe impõe, a justiça pode considerar essa cláusula nula.

Andrade lembra que a exigên-

cia sobre um ex-sócio de não constituir uma empresa do mesmo ramo é uma prática prevista pelo Código Civil no artigo 1.147. Quando se trata de empregado são duas situações. Na primeira trata-se de exigir sigilo para não divulgar, usar ou revelar segredo. Nesse caso, a empresa pode ser protegida por contrato e pela lei. A segunda situação é quando essa pessoa pretende trabalhar em empresa concorrente. Se o último empregador quiser impedir uma contratação no mesmo segmento, essa exigência precisa ter uma contrapartida remunerada prevista em contrato. Também nesse caso, as informações sigilosas continuam sob proteção legal. ■



PRATIQUE A RENÚNCIA FISCAL

INVESTIMENTO INTELIGENTE

Sua empresa tributada no lucro Real pode
destinar até 4% do IR devido para Projetos Culturais
aprovados via **Lei Rouanet** (Lei 8.313/91).

Incentive a cultura.

Fomente a economia
criativa de nossa região.

Mais informações:

44|3025-9595
diretoria@institutoculturalinga.com.br

Promoção:



Apoio:

60 anos ao lado
de quem inova



ACIM em Ação no Mandacaru

Palestra gratuita ministrada por Nailor Marques Júnior é oportunidade para empresários e funcionários terem nova visão de negócios e otimizarem atendimento

O buffet Ilha de Capri, no Mandacaru, ficou lotado na noite de 29 de maio, quando a ACIM realizou a segunda edição do projeto ACIM em Ação, com o objetivo de levar conhecimento e se aproximar de empresas dos bairros. São cinco palestras – a primeira foi no Jardim Alvorada –, que integram a comemoração dos anos 60 anos da ACIM, celebrados em abril.

Todas têm o tema “Olhar e ver, a oportunidade mora ao lado”, e são conduzidas pelo professor Nailor Marques Júnior, formado em Direito com mais de 1,7 mil palestras no currículo. Nos encontros ele dá dicas que não custam nada ou quase nada de dinheiro e podem ajudar o empresário a cativar e reter o cliente.

Uma das situações exemplificadas pelo palestrante foi sobre o conserto da calçada em frente ao estabelecimento comercial: o consumidor pode evitar ver a vitrine ou desviar da loja, porque não quer passar numa calçada esburacada. Como o empresário sairá perdendo, vale tomar a iniciativa de consertar, independente do imóvel ser alugado ou da culpa não ser dele. Outra situação exemplificada pelo palestrante: se ao entrar em uma loja, o consumidor não encontra o item que deseja, nem sugestões sobre produtos similares, provavelmente não vai voltar e ainda poderá falar mal do estabelecimento para os amigos.

Marques Júnior também recomendou que os empresários saiam de trás do caixa e interajam com os

Fotos/Ivan Amorin



Palestra no Mandacaru reuniu 350 pessoas; no detalhe, os ganhadores dos brindes

clientes para conhecer necessidades e críticas.

Na prática

Se depender dos participantes da palestra, os consumidores terão melhor atendimento nas empresas do Jardim Mandacaru e arredores. Associados à ACIM há 12 anos, os sócios da Imobiliária Arca, Carlos Eduardo Bim e a esposa, Francieny Ferrari Bim, estiveram presentes. Como a empresa tem 40 anos de mercado e 15 funcionários, Bim sabe da importância de manter o bom relacionamento com a clientela. Por essa razão, vai aproveitar as dicas apresentadas. “Foi a primeira vez que assisti a uma palestra de

Nailor e gostei do tema. Vai ajudar a equipe atender melhor nossos clientes”, diz.

Para Rogério Orlando Calonego, sócio da Monarca Comercial de Ferragens, sempre há falhas a ser corrigidas no dia a dia da empresa. E como os clientes são atendidos na loja, é preciso recebê-los sempre bem para fidelizar.

Serviço: em 27 de junho foi realizada a 3ª palestra do projeto, na sede da ACIM. Outras duas estão programadas: 22 de agosto (na AABB) e 18 de setembro (no Centro Social Urbano). A participação é gratuita e não é preciso ser associados da ACIM.



A qualidade do ambiente
de trabalho se mede
pelo sorriso da sua equipe.

Ponto de criação

A **Unimed** conquistou a confiança do Brasil ao longo de anos prestando serviços de qualidade. É com essa experiência que trazemos para o segmento odontológico várias opções de planos com uma vasta rede credenciada, atendimento 24h e preços acessíveis, sem burocracia. Assim a sua empresa tem acesso a uma saúde completa. E o resultado fica estampado no rosto de cada funcionário.

Adquira agora.

Mais informações pela Central de Atendimento
0800 942 8428 ou em www.unimedodonto.com.br
Unimed Odonto. Completa a sua saúde.

Venda exclusiva para EMPRESAS. Solicite seu Orçamento!

Fone: (44) 3221 7961 • 0800 643 0027
E-mail: ree@unimedmaringa.com.br

Unimed 
ODONTO

Completa a sua saúde.

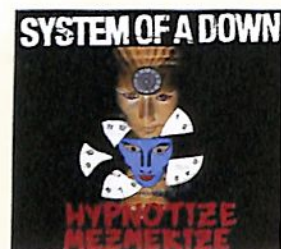
ANS - Nº 41.680-1

CULTURA EMPRESARIAL



VALE A PENA OUVIR

Vinícius Marinho - projetista 3D



System of a Down (Hypnotize/Mezmerize)

Influenciado por bandas mais antigas de rock alternativo, como Nomeansno e principalmente Faith No More, SOAD (System of a Down) é conhecida pelas visões políticas e sociais que inserem nas letras de suas canções. Um momento propício para ouvi-las, não? O álbum duplo lançado pela banda conta com uma música premiada pela Grammy Awards por melhor performance de Hard Rock em 2006 (B.Y.O.B.) e outra indicação em 2007 (Lonely Day).



Slipknot (The Subliminal Verses)

A grande diferença da banda é a apresentação e composição artística, formada por nove membros, que, com um dos melhores bateristas do mundo, consegue fazer um som de altíssima qualidade e sincronia. O destaque deste álbum é a música vencedora do Grammy Awards em 2006: "Before I forget", por melhor performance de metal. Vale lembrar que a banda teve a performance mais marcante no Rock in Rio de 2011.



VALE A PENA ASSISTIR

Keila Alba - gestora da ACIM



Os Miseráveis – (Tom Hooper) - 2013

Filmes musicais não costumam levar pessoas ao cinema. Mas este filme conseguiu, com maestria, mostrar a verdadeira essência de um musical. Não é de hoje que a principal obra de Victor Hugo é adaptada. Esta versão é quase que completamente cantada: falas, pensamentos e interações dos personagens acontecem dessa forma. E, na minha opinião, é justamente isso o que torna o filme incrível à sua maneira. Conta com uma belíssima fotografia, trilha sonora ímpar, além de figurinos e maquiagens incríveis para todos os personagens.



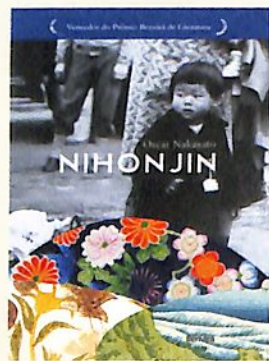
Lincoln – (Steven Spielberg) - 2013

O filme mostra a luta de Abraham Lincoln (Daniel Day-Lewis) pela votação da emenda constitucional que acabaria com a escravidão no país. Baseado no livro "Team of Rivals", Steven Spielberg limita a trama ao ano de 1865, o quarto e último da guerra civil. Lincoln se vê num dilema: estender um pouco mais o conflito (a aprovação da abolição significaria o possível fim da guerra, o que botaria pressão na Câmara na hora da votação) ou encerrá-lo de vez e evitar mais morticínio. Esse dilema moral, que revela a força de estrategista político de Lincoln, sustenta o filme em seus debates e negociações.



O QUE ESTOU LENDO

Larissa Ayumi Sato - jornalista



Nihonjin (Oscar Nakasato) 176 páginas Editora Benvirá

Muito se comentou sobre o romance vencedor do prêmio Jabuti de 2012, Nihonjin, escrito pelo professor maringaense Oscar Nakasato, mas, para além das polêmicas sobre os méritos do livro, a história do imigrante Hideo Inabata é uma tradução belíssima da realidade que os japoneses enfrentaram para vir e viver no Brasil, no início do século passado, quando encontraram um mundo totalmente diferente em todos os aspectos. Emocionante e cativante, a obra é uma lição de vida.



A história do Lance! Projeto e prática do jornalismo esportivo (Maurício Stycer) 320 páginas Alameda Casa Editorial

Para os apaixonados por esporte, vale a leitura sobre como surgiu o jornal Lance!. A obra, fruto da dissertação do jornalista Maurício Stycer, mostra um panorama da imprensa esportiva no país e traça, de maneira detalhada, os bastidores de como surgiu o empreendimento. Também conta parte da história dos protagonistas do diário que se tornou referência quando se trata de esporte – especialmente a paixão nacional, o futebol.



VALE A PENA NAVEGAR

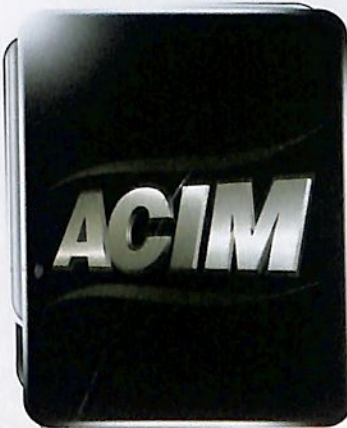
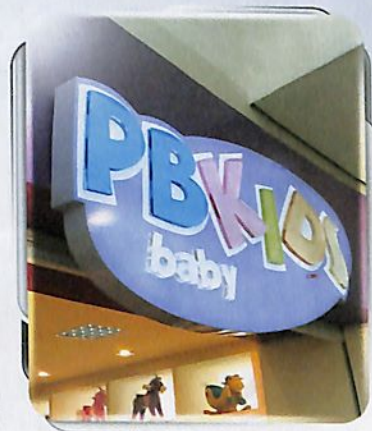
images.google.com/hosted/life: no site há milhares de fotografias antigas dos arquivos da extinta revista Life, desde 1960; as imagens estão divididas por categorias, como pessoas e esportes, ou por décadas

www.enjoei.com.br: quando enjoeir de um produto, você poderá vendê-lo neste site, em vez de doá-lo ou deixar guardado sem utilidade

livemocha.com: rede social onde os usuários podem aprender línguas por meio de lições audiovisuais, além de dicas e comentários enviados por outros usuários de várias nacionalidades; há cursos gratuitos e opções pagas

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

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

Produtos eróticos: vendas ultrapassam R\$ 1 bilhão

O país registra aumento do consumo de produtos sensuais entre as classes C e D; em Maringá, quem apostou neste segmento e se profissionalizou, colhe os resultados do investimento

Juliana Fontanella

O mercado erótico no Brasil movimentou mais de R\$ 1 bilhão em 2012, segundo levantamento da Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual (Abe-me). O número é 15% maior do que o ano anterior – produtos eróticos citados na trilogia 50 tons de cinza, a exemplo de máscaras, algemas e chicotes, registraram vendas 35% maiores no último trimestre de 2012. O perfil de consumidor pode surpreender, afinal são elas, as mulheres, que correspondem a 65% dos clientes em boutiques sensuais, as sex shops. O país ainda é bastante conservador, segundo os empresários do ramo, mas o interesse das pessoas nas novidades do mercado erótico tem aumentado, especialmente entre clientes da classe C e D. O resultado é que aumentou a oferta de produtos na faixa de R\$ 50 e cresceram as vendas de produtos em embalagens menores. O número de vendedoras de porta em porta com catálogos ou a partir de pequenas lojas já ultrapassa 85 mil

Sônia Maria Soares, da Pekatto Lingerie, desenvolveu uma linha de lingerie erótica bem aceita: vendas pela internet, atacado, varejo e outros canais

Walter Fernandes



pessoas e hoje o mercado virtual tornou-se um grande impulsionador de negócios nesse segmento.

De acordo com a presidente da Abeme, Paula Aguiar, a resistência e até um certo preconceito se explicam pela forma como as sex shops chegaram ao país, 35 anos atrás. Eram ambientes constituídos por uma visão mais masculina da sexualidade (pornográfica), bem diferente da sutileza e do cuidado com a saúde da mulher que deu origem a esse tipo de negócio.

Hoje o ambiente interno da maioria das lojas retoma as origens, continua íntimo, sensual, mas tem um aspecto lúdico, divertido, que é o estilo do brasileiro e ajuda a deixar as mulheres e casais mais a vontade. Uma pesquisa realizada pela Abeme para a 20ª Erotika Fair, em abril deste ano, com 549 filiados, revelou, entre outros dados, que os quatro primeiros produtos em volume de venda no país são géis e cremes comestíveis. Uma curiosidade é que o país é líder em fabricação e consumo desse tipo de produto, com oferta de mais de 40 sabores.

Pela internet

Um aliado do crescimento desse segmento é o comércio virtual. Apenas nessa modalidade, o ticket médio é de R\$ 117 por compra. Tome-se por exemplo o custo de três dos produtos campeões de venda que têm preços entre R\$ 10 a R\$ 85, o ticket médio mostra que raramente há apenas um item por compra. Hoje nas sex shops virtuais os consumidores encontram mais de 11 mil itens à disposição, segundo a Abeme. Por conta disso, muitos empresários optam por transferir ou começar o negócio direto via internet. A mesma pesquisa apurou que 19% do total de empresas



Walter Fernandes

Alexandre Uejo tem quatro lojas da Ecstasy Sex Shop: “tivemos que aprender muito sobre a sexualidade para que o atendimento não se restringisse somente a venda do produto erótico”

do setor já é identificada como sex shop virtual.

Em Maringá, as duas primeiras boutiques sensuais físicas foram abertas entre 1996 e 1997. Os negócios deram tão certo que as duas se firmaram no mercado. Hoje, uma delas vende no varejo e no atacado, a outra tem matriz e mais três lojas na cidade. Ambas também utilizam o sistema de comércio virtual para atender clientes de outras regiões.

Acesso à capacitação

No ramo dos sex shops a mortalidade das empresas ainda é alta, muitas fecham antes de completar o primeiro ano. Uma das principais razões é a falta de preparo do empresário para esse segmento. Segundo a presidente da Abeme, Paula Aguiar, é preciso procurar capacitação tanto empresarial como conhecimento sobre o mercado erótico. “É necessário conhecer o perfil do consumidor, entender como esse nicho funciona, estudar

e se preparar para conhecer cada produto, tornar-se um consultor para o cliente”, destaca.

O sucesso empresarial vem da somatória de empenho e persistência, uma trajetória que Sônia Maria de Oliveira Soares, proprietária da Pekatto Lingerie e Produtos Sensuais de Maringá, percorreu há anos e hoje colhe os frutos.

A empresária é uma das pioneiras do segmento na região, abriu a primeira loja em 1996, hoje vende produtos sensuais e lingerie no varejo e no atacado. Desde o início dos negócios ela percebeu que havia espaço para desenvolver uma linha voltada para lingerie sensual e erótica, investiu nisso e se saiu bem. “É difícil encontrar no mercado uma peça mais erótica, sensual, que faz parte muitas vezes de uma fantasia, de um desejo de qualquer pessoa. Por isso começamos a investir nessa linha, tanto na distribuição, quanto na confecção”, conta.

A lingerie sensual nem sempre

Sensualidade na medida do conforto

Longe da estética e da proposta das sex shops estão empresas como a Recco Lingerie, uma das confecções mais bem sucedidas da região, com uma trajetória de 34 anos. A empresa tem uma equipe de criação com pelo menos sete modelistas e dez estilistas, e às costureiras cabem manter o alto padrão de qualidade sem abrir mão da sensualidade clássica.

Um dos segredos de ofertar lingerie que se tornam objetos de desejo está na proposta de cada coleção, sedução e ousadia na medida certa. O departamento de estilo se encarrega de manter a equipe atualizada em materiais e tendências.

Uma das costureiras da fábrica serve de termômetro para entender o mercado feminino. Mesmo acostumada a ver nascer cada coleção, ela investiu nada menos que R\$ 2,5 mil em lingerie da Recco, mesmo com um salário menor que R\$ 1 mil. A funcionária-cliente não se apertou, pagou tudo a vista, sem pestanejar. Essa paixão pelo belo explica porque as lingerie sempre aparecem entre os produtos líderes de venda em confecções tradicionais ou mesmo, nas boutiques sensuais.

Paula Aguiar acrescenta que as mulheres são apaixonadas por peças íntimas porque a lingerie entra na lista dos recursos femininos de sedução. A lingerie torna-se o fio condutor da sensualidade feminina e é em busca de peças picantes ou de fantasias que não estão disponíveis em lojas tradicionais que muitas clientes entram pela primeira vez em uma sex shop.



Divulgação

Falta de preparo contribui para alto índice de mortalidade de sex shops: “é necessário se preparar para conhecer cada produto e tornar-se um consultor para o cliente”, diz Paula Aguiar, presidente da Abeme

precisa ser pequena ou totalmente transparente. A própria empresa tem uma linha com peças grandes, mas fabricadas em renda com uma transparência discreta. A coleção tem sido bem aceita. Um dos carros-chefe da empresa, a lingerie, e outros produtos passaram a ser vendidos também no atacado desde 2004. O faturamento foi multiplicado por dez. A Pekatto vende ainda pela internet em site próprio e atende o cliente individual, revendedores, salões de beleza, clínicas de estética, entre outros.

Consumidor mais seguro

Para garantir a qualidade do atendimento, os empresários Alexandre Uejo e Alessandra Maria Ferreira, proprietários de quatro unidades da Ectasy Sex Shop em Maringá, apostam na capacitação da equipe. Os vendedores são treinados e passam por período de aprendizado. “Desde o início tivemos que aprender muito sobre a sexualidade para que o atendimento não se restringisse somente a venda do produto erótico. Era preciso compreender a questão sexual do cliente porque nem sempre se tratava apenas da

compra de um produto erótico”, diz Alessandra.

A empresária avalia que o Brasil ainda engatinha no segmento de produtos sensuais quando comparado a outros países. Também por isso é um mercado em expansão, mas reitera: não é um segmento para todos. “Muitos abriram e depois de algum tempo vieram oferecer os produtos para gente comprar. Acredito que um dia o sexo será discutido mais abertamente entre pais e filhos e teremos produtos eróticos vendidos em supermercados, até aqui já demos o primeiro passo”.

A empresa também oferece suporte por telefone para quem compra no site da marca. O cliente ainda pode contar com o serviço de entregas via motoboy e a empresária garante, com total discrição. “Também inovamos e criamos um espaço somente para as Despedidas de Solteiras onde realizamos cursos de Artes Sensuais mensalmente para nossas clientes”, acrescenta Alessandra. Esse mix de produtos e serviços é uma das razões que explicam o crescimento da empresa em filiais e no mercado virtual. ■

Nosso forte!

3 milhões de pessoas...

› A melhor
programação

› A maior
cobertura



jovempan.net

44 2101 0001



Há 50 anos uma cooperativa

Cocamar surgiu para proteger cafeicultores, ganhou força e conta com 11,8 mil associados; previsão para 2013 é faturar R\$ 2,55 bilhões e até 2015, ultrapassar R\$ 3 bilhões

Fernanda Bertola

Em 1963 dívidas e risco de perder propriedades assombravam produtores de café que sofriam com a ação de intermediários - compradores de safras a preços baixos. Para mudar este cenário, surgiu uma das cooperativas agrícolas mais importantes do Brasil, a Cocamar Cooperativa Agroindustrial, na época denominada Cooperativa de Cafeicultores de Maringá Ltda. O objetivo era proteger os cafeicultores, congregando a classe para organizar a produção, receber e beneficiar o produto. Cinquenta anos depois a cooperativa só colhe os frutos (e aqui vale um trocadilho) pelo trabalho consistente. O número de cooperados inicialmente formado por 46 produtores de café saltou para 11,8 mil, de 54 municípios nas regiões norte e noroeste do estado e congrega também produtores de algodão, soja, trigo e milho.

Foi com uma visão de longo prazo e planejamento que a cooperativa conseguiu superar os percalços. Na primeira década de trabalho a Cocamar passou a depender menos da

Fotos/Divulgação



Parque industrial da Cocamar: um dos maiores e mais diversificados do cooperativismo brasileiro, na foto, o presidente Luiz Lourenço

economia cafeeira, já debilitada, ao abraçar novos negócios. De 1973 a 1983, se fortaleceu e se consolidou como recebedora de grãos, o que permitiu forte crescimento. Solidificada e com caixa forte foi possível implantar um parque industrial. Era 1979, quando Maringá passou a contar com um dos maiores e mais diversificados parques industriais do cooperativismo brasileiro, que hoje processa 85% de tudo o que a cooperativa recebe.

No decênio seguinte, o parque

industrial foi ampliado e a cooperativa diversificou mais seus negócios, somando o recebimento de casulos de seda, cana-de-açúcar, canola e laranja. O foco à comercialização de produtos de varejo como um dos pilares do crescimento da Cocamar se deu no período de 1993 a 2003. Após modernização, foi inaugurado, em 2003, um novo conjunto de indústrias, evento que contou com a presença do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. No mesmo ano, a cooperativa atingiu a marca histórica

aliada do produtor

MEMORIAL 50 ANOS

Um dos destaques da programação de aniversário da Cocamar será, em 5 de julho, a inauguração do Memorial 50 anos, construído na confluência da avenida Constâncio Pereira Dias com a Estrada Velha para Campo Mourão, no Parque Industrial da cooperativa.

A obra, que homenageia fundadores e pioneiros, é de autoria do muralista e artista plástico Antonio Rizzo, com a participação do arquiteto Marcos Kenji.

Planos incluem expansão na região norte

Para manter-se competitiva, a Cocamar precisa continuar ampliando os volumes de recebimento de safras, aumentando as vendas de produtos ao varejo e também de insumos agropecuários. Em 2010, a cooperativa ingressou em 24 municípios da região de Londrina, norte paranaense - por meio do arrendamento de unidades operacionais da Corol - e é ali que está uma das maiores possibilidades de crescimento. Nessa região, o percentual de recebimento das safras é de 20%, o que, para o presidente da Cocamar, Luiz Lourenço, dá ideia de quanto a Cocamar poderá crescer nos próximos anos - na região noroeste a cooperativa recebe 70% das safras. "Temos grande potencial de crescimento no norte do Paraná e boa aceitação dos produtores, mas precisamos melhorar a imagem do cooperativismo", afirma.

de faturar R\$ 1 bilhão.

Com nova visão estratégica, a Cocamar deixou os segmentos de cana e seda para se concentrar em soja, milho, trigo, café e laranja. O resultado do planejamento gerou faturamento de R\$ 2,36 bilhões - 17% maior que o de 2011. E a cooperativa quer crescer mais: para este ano, a previsão é faturar R\$ 2,55 bilhões e até 2015 deverá ultrapassar R\$ 3 bilhões. As vendas de produtos ao varejo devem saltar de R\$ 600 milhões para R\$ 1 bilhão.

Desenvolvimento

Nos 50 anos de história da Cocamar estão inseridas as contribuições para o desenvolvimento das regiões noroeste e norte do Paraná. A cooperativa tem 54 unidades operacionais, sendo, geralmente, a maior empregadora e geradora de impostos do município onde está

instalada. São mais de 2,4 mil empregos diretos.

Na opinião do presidente da Cocamar, Luiz Lourenço, os benefícios vão além. "O fato de estarmos presentes na região regula o mercado de grãos e de insumos agropecuários, estabelecendo preços justos, que são seguidos forçosamente pela concorrência".

A Cocamar também tem viabilizado pequenas propriedades rurais, já que cerca de 80% dos 11,8 mil produtores são de pequeno porte. Para manter o produtor, a cooperativa oferece estruturas para a entrega e o armazenamento das safras, garante a comercialização a preços cotados nas bolsas internacionais, condições especiais de pagamento para insumos, assistência técnica nas lavouras, e eventos técnicos para levar informações e novas tecnologias. "Mesmo sendo pequeno, o produtor consegue

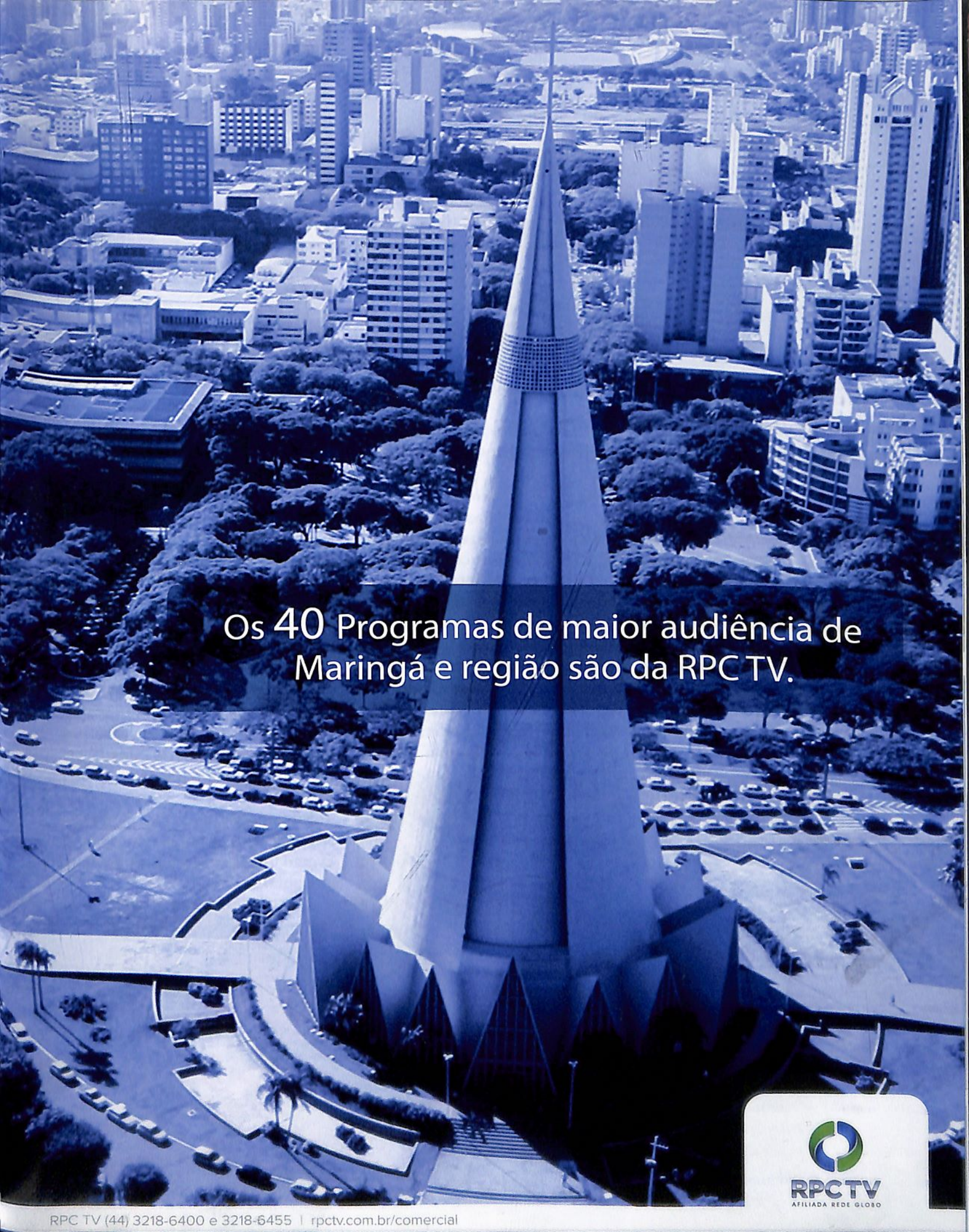
sobreviver, guardar dinheiro e investir", explica Lourenço.

O fato da cooperativa processar os produtos que recebe, de acordo com Lourenço, agrega valor à produção dos cooperados que, ao final do ano, recebem um complemento de preços de acordo com o desempenho de vendas e a participação. "Essa é a essência do cooperativismo. Um produtor sozinho não faz muita coisa, mas unidos obtêm conquistas importantes. E não só para eles, mas para toda a região", resume.

Que tal quarenta maneiras de você atingir o maior público em menor prazo?

RK	Emissora	Programas	Audiência	Share
01	RPC TV	Novela III	64	78
02	RPC TV	Jornal Nacional	61	76
03	RPC TV	Novela II	55	74
04	RPC TV	A Grande Família	51	73
05	RPC TV	Paraná 2ª Edição	51	72
06	RPC TV	Fantástico	48	65
07	RPC TV	Show de Terça Feira 1	48	70
08	RPC TV	Zorra Total	43	70
09	RPC TV	Novela 1	42	69
10	RPC TV	Globo Repórter	42	63
11	RPC TV	Futebol QA	41	67
12	RPC TV	Domingão do Faustão	39	59
13	RPC TV	Tela Quente	38	68
14	RPC TV	Revenge	35	59
15	RPC TV	Malhação	31	63
16	RPC TV	Show de Terça Feira	30	61
17	RPC TV	Show de Quinta Feira	29	58
18	RPC TV	Esquenta	29	57
19	RPC TV	Esporte Espetacular	26	56
20	RPC TV	Estrelas	26	54
21	RPC TV	Jornal Hoje	25	50
22	RPC TV	Caldeirão do Huck	25	50
23	RPC TV	Globo Esporte	24	45
24	RPC TV	Meu Paraná	24	47
25	RPC TV	Temperatura Máxima	24	51
26	RPC TV	Futebol Regional Ves	24	44
27	RPC TV	Paraná TV 1ª Edição	23	41
28	RPC TV	Auto Esporte	23	60
29	RPC TV	TV Xuxa VES	22	46
30	RPC TV	Revista RPC TV	21	53
31	RPC TV	Globo Notícias VES	20	51
32	RPC TV	Bom Dia Brasil	20	73
33	RPC TV	Mais você	20	66
34	RPC TV	Show de Sexta feira	20	46
35	RPC TV	Video Show	20	49
36	RPC TV	Globo Rural DM	20	62
37	RPC TV	Supercine	19	52
38	RPC TV	Vale a pena ver de novo	19	49
39	RPC TV	Bem estar	18	54
40	RPC TV	Profissão Repórter NOT	18	53

Fonte: IBOPE MW Premium – audiência domiciliar das 6h as 24h – de 10 a 16/04/2013 – Maringá



Os 40 Programas de maior audiência de
Maringá e região são da RPC TV.



RPCTV
AFILIADA REDE GLOBO

Público qualificado e negócios na Festas & Noivas

Desfiles em cortejo, apresentação de novidades e oportunidade de ter contato direto com expositores da cadeia de festas levaram milhares de pessoas a sétima edição da feira realizada pela ACIM

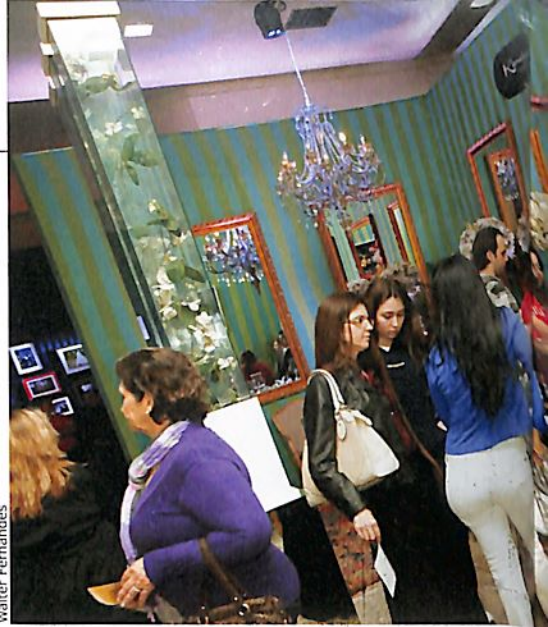
A administradora Anne Caroline Martinhago está com o casamento marcado para novembro do ano que vem, e como não quer deixar a contratação de fornecedores da cerimônia para a última hora, ela foi com a mãe visitar a Feira Festas & Noivas, realizada pela ACIM. Para ela, o evento foi muito produtivo, afinal foi lá que contratou os serviços de iluminação e do dia da noiva de um salão de beleza. Também fez contatos valiosos com fotógrafos, fornecedores de doces, de decoração e de acessório para cabelo.

Como o bufê que vai contratar também participou da feira, Anne estava acertando na feira os últimos detalhes de valor e cardápio para as quase 400 pessoas que deverão participar do tão esperado casamento. Sem pestanejar, ela elogiou o evento. “Foi a primeira vez que

vim. A organização está fantástica, os estandes estão caprichados e aqui estão reunidos todos os prestadores de serviços que integram a cadeia de festas”.

Anne foi uma das milhares de pessoas que participou da sétima edição da feira, realizada pela ACIM nos dias 19 e 20 de junho no Moinho Vermelho Buffet. Mais de 50 empresas do segmento, a exemplo de bufês, cabelereiros, trajes de festas e fotógrafos, participaram do evento, cuja entrada para o público foi gratuita.

Na Festas & Noivas foi possível



Walter Fernandes

Nos dois dias de Feira Festas & Noivas o que se viu foram corredores lotados e expositores com muito trabalho para dar conta do atendimento aos visitantes

conhecer novidades, a exemplo do buquê de peônia importado da Europa pela Wilma Bellotto Creative Flowers, as tendências em cabelo e trajes, além, de claro, conversar diretamente com os fornecedores, muitos dos quais ofereceram condições de preços e de pagamento diferenciados. Quatro desfiles em cortejo mostraram trajes de noivas e de daminhas, bem como exemplos de maquiagem e penteados para festas.

Bons negócios

Nem a chuva e o frio dos dias do evento foram empecilhos para bons

Walter Fernandes



Anne Caroline Martinhago contratou, na feira, serviços de iluminação e salão de beleza; também fez contatos com fotógrafos, empresa de decoração e de doces



Desfiles em cortejo mostraram tendências em trajes, maquiagem e cabelos para casamento

negócios. João Antônio Qualiotto, da Banda Retrato Falado, participou pela quarta vez e já faz planos para participar no ano que vem. Na feira, a banda entregou mais de 500 DVDs aos visitantes como forma de divulgação do trabalho. E menos de uma semana após o término do evento, ele já havia recebido vários telefonemas e feito agendamentos de horários para atendimento aos visitantes da feira. “O público foi bem focado e a nossa participação foi positiva”, comenta.

A Festas & Noivas foi uma oportunidade para o Bistrô do Chocolate divulgar a marca e os doces feitos com chocolate belga de forma artesanal. Recém-aberta em Maringá, a empresa ofereceu degustação de mais de dois mil brigadeiros. O volume de visitantes no estande foi tão grande que a sócia Vanessa Vandresen e as três pessoas que estavam trabalhando no espaço não tiveram tempo para descansar. E foi preciso estender o preço especial para os visitantes para os dias posteriores à feira. Vanessa calcula que fez mais de 90 atendimentos, sendo que cer-

ca de 15 resultaram em contratos nos quatro dias pós-evento. “Fiquei realmente surpresa com o volume de pessoas que atendemos e com as perspectivas positivas de negócios”, diz ela, que assim como o músico da Banda Retrato Falado, pretende participar da edição de 2014.

Satisfação

Um levantamento feito pelo Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM (Depea) com 240 visitantes mostrou que a organização da feira recebeu 99% de satisfação.

A observação dos expositores de que o público foi realmente qualificado pode ser comprovado por um dado: dois terços dos visitantes irão realizar uma grande festa nos próximos 24 meses e 57% pretendiam fechar negócios.

De acordo com os expositores, a divulgação da feira recebeu quase 80% de aprovação e 81% dos empresários ficaram satisfeitos com a quantidade de contatos realizados. Noventa e sete por cento consideraram válida a participação na Feira Festas & Noivas.

Ao final do evento, brinde coletivo entre expositores e a organização



Para sua apresentação merecer elogios

A tecnologia ajuda a elaborar apresentações empresariais, de trabalho e projetos, mas cuidado para não exagerar no uso de recursos; outros aplicativos buscam dividir espaço com o PowerPoint

Apresentar é mostrar, vender, exibir, externar conhecimento e momentos importantes. Uma boa apresentação faz toda a diferença, pois é a partir dela que os espectadores podem receber as informações sobre um projeto ou empresa. Por isso, pecar na apresentação pode ser irreversível para a imagem da corporação.

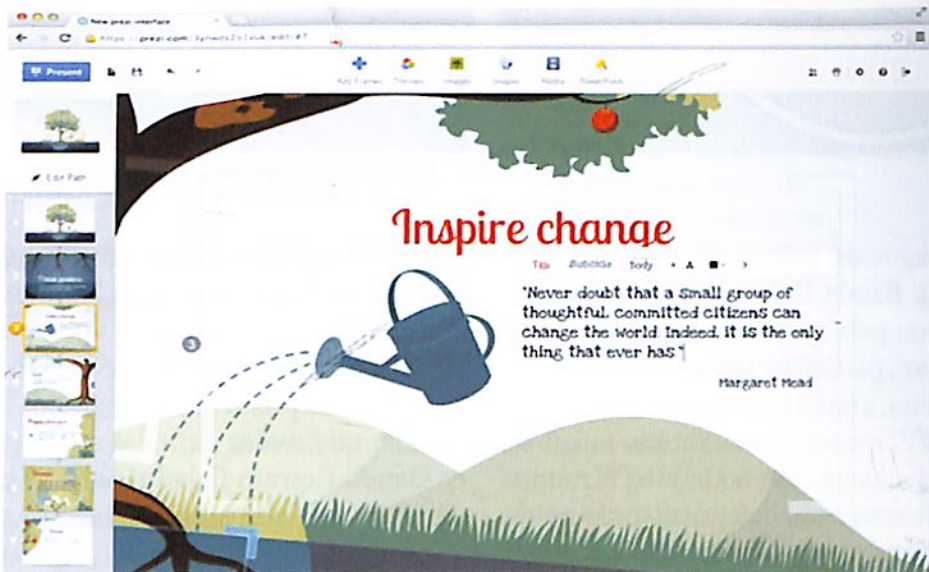
Os principais problemas nas apresentações estão mais relacionados aos exageros no uso de recursos tecnológicos e erros gramaticais, provenientes de vícios coloquiais, abreviações e grafias.

Na era do “clean” (limpo), é importante também atentar-se para as fontes de texto empregadas na confecção dos slides - lembre-se de Steve Jobs, que impulsionou o sucesso da Apple por meio da inspiração em tipografias atraentes.

Preocupar-se com imagens é essencial, pois elas devem transmitir ao espectador um vínculo forte com o tema apresentado e ter harmonia com os demais elementos da apresentação, como cores, efeitos e até a transição de slides.

O PowerPoint, da Microsoft, é certamente o mais popular aplicativo de edição de apresentações da atualidade, mas não é o único. Existem outros aplicativos que podem ser utilizados para realizar a mesma tarefa e com recursos cada vez mais atraentes e funcionais.

O Google, por exemplo, oferece um aplicativo de apresentação de slides no repositório online. Como



principal atrativo, o Google Apresentação permite que os slides possam ser editados e compartilhados com outras pessoas, criando um ambiente colaborativo, com direito a controle de versões. A Microsoft também mantém uma versão de seu pacote Office online.

O aplicativo da Apple, o Keynote, se destaca pela qualidade final, já que permite que os usuários criem de maneira intuitiva apresentações agradáveis de se ver.

Um novo aplicativo online tem ganhado destaque: o Prezi. Acessado pelo www.prezi.com, este aplicativo de apresentação é inovador em diversos aspectos. Ele roda no ambiente web e incorpora uma série de funcionalidades de interatividade e compartilhamento. Com ele, é possível realizar uma apresentação remota para diversos usuários espalhados pela internet ao mesmo tempo. Também permite a intera-

ção com os espectadores por meio de um canal de chat, além, é claro, do canal com as redes sociais. Mas o que tornar o Prezi especial é a maneira que o aplicativo trabalha com a edição de slides. Nele existe um modelo de navegação em profundidade com um zoom potente. A impressão de imersão fica mais evidente, quando recursos que dão a impressão tridimensional podem ser aplicados. O acesso é livre e existem diversos modelos de apresentações prontas e disponíveis para edição.

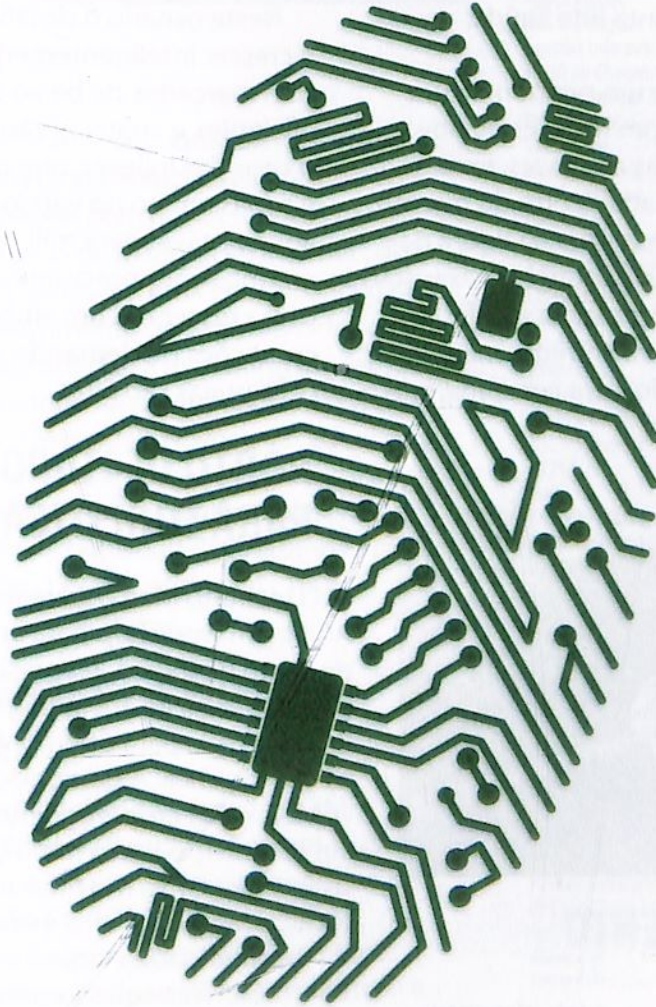
Aleksandro Montatanha é graduado em Tecnologia em Processamento de Dados, tem especializações em Análise de Sistemas e em Desenvolvimento com Software Livre com Foco em Mono e .Net; é mestre em Ciência da Computação e atua como docente e gerente de projetos



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



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE PARANÁ

OS LÍDERES DO FUTURO

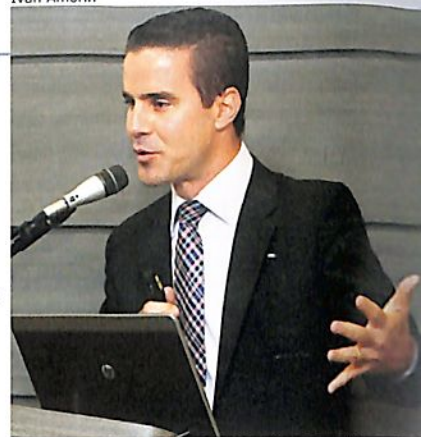
“O fim da era do crescimento fácil: a importância dos Smart Growth líderes” foi o tema da palestra ministrada em 11 de junho na ACIM pelo headhunter e sênior partner do escritório da Korn/Ferry São Paulo, Rodrigo Araújo. O evento, que faz parte da programação de 60 anos da ACIM, foi uma promoção conjunta da entidade e do Santa Rita Saúde, reunindo 200 pessoas.

Araújo falou que depois de um período de um consumo superestimulado, com milhões de novos consumidores, ofertas criativas e fugazes, excesso de crédito, com inovação seriada dentro do mesmo modelo de negócios e foco excessivo na figura de um líder, o mercado brasileiro mudou, com exaustão do modelo de crescimento. “A situação atual é de organizações pressionadas para entregar mais e melhores resultados mais cedo, com consumidores

com menos tolerância a erros, expectativas crescentes de desempenho e talento multigeracional, criando um desafio adicional às organizações”.

Neste cenário o desafio é crescer inteligentemente dentro do “novo normal”. “Em mercados de baixo crescimento, somente os mais eficientes e criativos vão vencer”, sentenciou. Ele citou o caso da Unilever, que de fornecedora de bebidas e sopas em pó no varejo passou a ser provedora de água potável para milhões de pessoas na Índia. As organizações precisam, segundo Araújo, ter habilidade para crescer em um ambiente desafiador onde as condições de demanda são fracas e as mudanças disruptivas são altas.

Ivan Amorim



PORTO DE ITAPOÁ É OPÇÃO PARA LOGÍSTICA

O Instituto Mercosul realizou em 5 de junho, na sede da ACIM, um workshop para apresentar a estrutura logística do Porto de Itapoá. A apresentação do complexo portuário pelo especialista em inteligência de mercado Christopher Stoner serviu para os empresários conhecerem mais uma opção logística. A participação foi gratuita.

Mais novo empreendimento do setor portuário do sul do Brasil, o Porto Itapoá é um terminal privativo de uso misto para a movimentação de contêineres. Com localização geográfica estratégica, condições naturais de profundidade e águas calmas da Baía da Babitonga, o terminal é adequado para receber navios de grande porte, de até 9 mil TEUs, funcionando como um hub-port, um porto concentrador de cargas que possibilitará o atendimento tanto de transporte de longo curso como de cabotagem.

Ivan Amorim



Arquivo



NOTA DE FALECIMENTO

A ACIM comunica com pesar o falecimento de Rodolfo Purpur, em 8 de junho. Purpur presidiu a entidade entre 1966 e 1967, período em que houve uma ampla mudança na legislação tributária brasileira e a substituição do Imposto sobre Vendas e Consignações pelo ICMS, gerando muitas dúvidas no empresariado local e demandando a ACIM para prestar esclarecimentos.

A dedicação ao estudo da nova tributação, implantada pelo regime militar, contribuiu para que anos mais tarde Purpur se tornasse professor de Direito Tributário e, depois, reitor da UEM.



ASSOCIADO DO MÊS

Ajudar o mercado maringense a se profissionalizar na internet foi o que motivou a abertura da Webingá Soluções Digitais, há dois anos. "Percebi que podíamos colaborar com novos serviços para potencializar o trabalho das empresas de Maringá na internet", diz um dos proprietários da empresa, Jonas Kuchma França. O foco da empresa é voltado para o desenvolvimento de sites, além de soluções digitais diversas, que vão desde consultoria a marketing digital.

França conta que a Webingá ganhou força na cidade, mas o projeto de expansão busca a liderança em Maringá e novos mercados no Paraná. O diferencial, segundo o empresário, está na qualificação dos 13 colaboradores. "Temos profissionais graduados que desenvolvem os trabalhos cada um em sua área de habilidade". A Webingá fica no Aspen Trade, na avenida São Paulo, 172, 16º andar, sala 1608.

NÚCLEO DE UNIFORMES E SEBRAE FECHAM PARCERIA

As empresas do Núcleo Setorial de Uniformes, da ACIM, e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae-PR) fecharam uma parceria para a implantação do Programa de Gerenciamento de Resíduos Sólidos (PGRS).

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) foi contratado para auxiliar as empresas a dar um destino correto a dezenas de quilos de retalhos de tecido produzidas mensalmente. Pelo contrato, assinado em junho, as sete indústrias de uniforme filiadas ao núcleo terão 80% do valor subsidiados pelo Sebrae através do programa Sebraetec.

O consultor do Sebrae-PR, Elvio Saito, lembra que a gestão do lixo está prevista na lei federal promulgada em 2010, que estabelece a logística reversa - retorno de produtos e embalagens ao setor produtivo após o consumo. "O PGRS tem como foco a minimização da geração destes resíduos, com posteriores ações voltadas a sua reutilização, reaproveitamento e reciclagem, assim como nas tecnologias de tratamento e de sua disposição final que assegurem a não contaminação dos solos e o lençol subterrâneo, bem como no atendimento à legislação pertinente", ressalta Saito.

Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 20 de maio e 20 de junho

Maria Cereja
NT Bolsas
Hidrosistemas
Amoo Bijoux
Hispano Cultura
Rododiesel Bombas Injetoras
Estilo Paty
Adore Brigaderia Gourmet
Webingá Soluções Digitais
Metalsul
Agnes Modas
NOC TI Soluções
Support Informática
Bistrô do Chocolate
Amarinhos das Palmeiras
Brazauto Peças e Serviços
Virtual Age
Mercado Vitória
WU'S Company
Ultrabrands
Vivenda Imóveis
Kassuya Embalagens
Caseone Store
Conceitual Acabamentos
Exponencial
Limpebras
Especialvet
Estilo's Quadros e Molduras
RTL Transportes e Logísticas
RJ PET 26
Bella
Tradição Empreendimentos
Luque e Rodrigues
Academia Forma Física
Steelnorte
Botica Dermatológica Chateau
D'or
Refringá
La Júlia Bolsas e Acessórios
Floricultura Terra Rossa
Centro de Treinamento Físico
Thais Oshita
Academia Ação e Movimento
Apoio Projetos Especiais
Servgraff
CC Motos
Renato Acabamentos
JR Engenharia Mecânica
Palillos Picolés à Moda Mexicana
Roxie Collection

Barigui Financeira
Supermercado Angeloni
Maxter Phone
MAC Cosméticos
Donatte Gourmet
InovaClick Software
Prat Sucos Naturais
4 Rodas Auto Center e Mecânica
J. De S. Campos Móveis
Supera Ginástica para o Cérebro
VVS Confeções
Espaço Flor de Lotus
Equipe Construtora
Infinity Formaturas
House Shine Unidade
Mandacaru
MG Locações de Guincho Munk
Linea Auditores e Consultoria
Volcan Recuperadora
ATL Representações
Positivo Soluções
Fabia Bitencourt Estética
Team Nogueira Maringá
Academia
Bom Futuro
Habitaum
Habitanan
Habitable
Martinez Assessoria
Terraplenagem Cardoso
G.J.M.C
Adorei Aromas e Presentes
Brus Malhas
Estivari Mobili
Acetiseg Adm. e Corretora de Seguros
Lotus Distribuidora
MSL e F. Advogados
Nosse Arte e Desenvolvimento
Ribeiro Polonio
Transporte Jeanine
Hashtag Produções
Paraná Costuras
Arcil
Fashion K Cabelo e Estilo
Luukse
BDR Serviço de Apoio Empresarial
X-Keysti
Meyer Gestor Imobiliário

ACIM NA TV

Desde 17 de junho estão sendo veiculados informes publicitários sobre a ACIM na RPC Maringá (Globo). Diariamente é exibido em horários alternados o Momento ACIM, mostrando reuniões, campanhas e outras ações desenvolvidas pela entidade para informar os associados e toda a comunidade. O material tem um minuto de duração.



COMITIVA DE PALMAS EM MARINGÁ

Uma comitiva de mais de 25 empresários e lideranças de Palmas, Tocantins, esteve em Maringá entre 19 e 21 de junho para cumprir agenda de visitas e conhecer detalhes de projetos desenvolvidos na cidade. A programação incluiu apresentações sobre o funcionamento do Centro de Inovação, do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, o projeto de revitalização da rua Santos Dumont e a Incubadora Tecnológica.

Na visita à ACIM, no dia 21, a comitiva conheceu detalhes do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem); Sicoob Metropolitano, Observatório Social de Maringá, Instituto Mercosul, Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) e da própria Associação Comercial. O presidente da Associação Comercial e Industrial de Palmas (Acipa), Fabiano Roberto Matos do Vale, disse que vai articular a implantação, na capital de Tocantins, de vários projetos de Maringá. "O Conseg e o Observatório Social são entidades que podem ser instaladas em nossa cidade, por exemplo. Esta visita foi muito produtiva", elogiou. Integraram a comitiva o prefeito de Palmas, Carlos Amastha, além de representantes do Sebrae, Sinduscon, Associação Comercial (Acipa), Câmara de Dirigentes Lojistas, de entidades supermercadistas, de materiais de construção, industriais, de beleza, entre outros.



COM NOVO FORMATO, MARINGÁ LIQUIDA CHEGA A 22ª EDIÇÃO

A principal mudança da 22ª edição da Maringá Liquida é uma solicitação dos próprios comerciantes: os consumidores concorrerão a um veículo zero. Para isso, bastará gastar R\$ 50 nas lojas participantes. O novo formato, bem como detalhes da campanha foram apresentados em 14 de junho, durante evento precedido de café da manhã na ACIM.

Assim como na última edição, a campanha comercial realizada pela ACIM e Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista de Maringá e Região (Sivamar) terá quatro dias de duração. Além de descontos e da premiação, os consumidores serão atraídos por uma grande campanha publicitária.

O presidente do Sivamar, Rubens Abrão, reiterou que o objetivo da campanha é alavancar as vendas do comércio e que a adesão do lojista é fundamental para o sucesso da promoção. "A Maringá Liquida será um laboratório para a grande campanha de Natal que o Sivamar e a ACIM promoverão. Queremos resgatar esta tradição das campanhas com sorteio de prêmios que beneficiam o consumidor", ressaltou.

A Maringá Liquida terá apoio do Sicoob, Acomac/Simatec e Central de Negócios Imobiliários. Os kits de adesão contemplam cupons, bandeirolas, cartazes, urna, cartazes e tags (de preços). São três modelos de kits, sendo que associados da ACIM e Sivamar têm 20% de desconto. Para mais informações e adesão, os telefones são (44) 3225-5551, 9972-5620, 3025-9595 e 3026-4444.



CENTRO DE TREINAMENTO

CURSOS

	DATA
Formação de preço de vendas para o comércio	2 a 4
Vendas e negociação - estratégias e táticas	2 a 4
AT - Análise Transacional	5 e 6
Técnicas de escrita empresarial	10 e 11
Logística de distribuição	15 a 19
PPCP - Planejamento, programação e controle da produção	15 a 19
Finanças corporativas	16 a 18
Como contratar, avaliar e demitir de forma eficaz	16 e 17
Lei Roaunet - seminários para enquadramento de projetos culturais	22 a 25
Gestão de projetos (modelo PMBOK)	22 a 26
Atendimento e relacionamento com o cliente interno e externo	22 e 23
Liderança em gestão de pessoas	23 a 25
Frentista - atendimento avançado em pista	23
Como realizar pesquisa de clima organizacional	29 a 31
Procedimentos básicos para participar de licitações	29 a 31/7 e 1/8
CFI - Curso de Formação de Instrutores Internos e Externos	29 a 31/7 e 1, 5, 6, 7/8
FAP - fator acidentário de prevenção e NTEP	30 e 31
Google Marketing	30 e 31

SITUAÇÃO PREOCUPANTE DA 9ª SDP MOTIVA REUNIÃO

Preocupadas com a situação da 9ª Subdivisão da Polícia Civil (SDP), autoridades policiais e judiciárias se reuniram em 14 de junho na ACIM. Com superlotação e parte da estrutura destruída em virtude de uma rebelião, o minipresídio da delegacia não oferece condições para abrigar com segurança - e respeitando os direitos humanos - os cerca de 350 presos que lá estão. Participaram do encontro juízes, vereadores, o vice-prefeito Cláudio Ferdinandi, representantes do Ministério Público, Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) e ACIM, além dos deputados Wilson Quinteiro e Luiz Nishimori e delegados. As reivindicações foram ouvidas pelo diretor-geral do Departamento de Execução Penal (Depen), Maurício Kuehne.

Durante o encontro, os juízes ressaltaram que uma decisão judicial proíbe, desde 2008, que a 9ª SDP receba presos. Kuehne elogiou a mobilização da sociedade maringaense, mas disse que a situação da segurança pública é "crítica em todo Paraná. Estão pipocando rebeliões. Meus dedos das mãos não são suficientes para contar o número de rebeliões nos últimos dois ou

três meses", disse. Questionado sobre o que poderia ser feito em Maringá, Kuehne falou que os presos da 9ª SDP poderiam ser transferidos para a penitenciária de Cruzeiro do Oeste, que tem 350 vagas ociosas. Mas, para isso, seria necessário que a Sanepar corrija um problema de esgoto do prédio. Kuehne se comprometeu a intermediar uma solução para o problema junto ao governador.

Aproveitando a presença do governador Beto Richa em Maringá, também no dia 14, o presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, e o vice-prefeito Cláudio Ferdinandi entregaram ao governador um ofício reiterando os pedidos formalizados pelas autoridades policiais e judiciárias em relação à carceragem da 9ª SDP. No documento, que é assinado também pela OAB e Conseg, são solicitadas as remoções dos presos condenados da Casa de Custódia de Maringá e da 9ª SDP para as penitenciárias; a remoção de presos provisórios da carceragem da 9ª SDP para outras cadeias públicas; demolição da carceragem da 9ª SDP; reforma e adaptações físicas da Casa de Custódia.

CÔNSUL GERAL DO CANADÁ ELOGIA MARINGÁ

Walter Fernandes



O cônsul geral do Canadá no Brasil, Stéphan Larue, visitou Maringá em 28 de maio. Ele veio conhecer o potencial econômico da região noroeste e marcou a retomada de um diálogo para cooperação internacional entre o Paraná e o Canadá. Além de Maringá, a comitiva canadense visitou Londrina, Curitiba e Ponta Grossa.

Larue foi recebido na prefeitura e depois na ACIM. "O Paraná tem grande reputação pelo

dinamismo comercial e isso despertou no Canadá o interesse por projetos de cooperação", disse o cônsul, que elogiou a cidade. "Os maringaenses têm uma cidade bonita e desenvolvida, com muito verde e pouco tráfego de veículos. Um paraíso se comparado a São Paulo. São bastante impressionantes os projetos de Maringá, como o parque industrial da cidade." Ao final da reunião, Larue comentou que está otimista quanto ao projeto de cooperação e que voltará mais vezes ao Paraná. O encontro foi articulado pela Terra Roxa Investimentos, Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), prefeitura Municipal, Centro de Inovação de Maringá e Sebrae.

200 MIL SÃO ESPERADOS NA PONTA DE ESTOQUE

Em quatro dias, de 10 a 13 de julho, 200 mil pessoas devem ir ao Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro. O motivo? Participar da 23ª edição da Feira Ponta de Estoque, que terá cerca de 200 expositores e 325 estandes. Os descontos mais do que especiais atraem consumidores de toda a região e até de outros estados. A entrada será gratuita, e o estacionamento será pago, com toda a renda revertida para entidades sociais ligadas à Secretaria de Assistência Social e Cidadania (Sasc). O evento é uma realização da ACIM, por meio do ACIM Mulher, e Sivamar, e tem apoio da prefeitura, Câmara Municipal de Maringá e Sicoob.

SOU FIEL À ACIM

Desde que abriu às portas em Maringá, no final da década de 1960, o Escritório União passou por três mudanças de gestão. Hoje a empresa pertence aos sócios e irmãos Ronaldo Cesar Mizael de Andrade e Luiz Eduardo Costa de Andrade Júnior, mas a história começou em 1969 com Jaldeir da Silva Gonçalves. O fundador esteve à frente da empresa até 1976, quando a negociou com Luiz Eduardo Costa de Andrade – pai dos atuais proprietários - e o sócio dele, Elói de Melo. Os atuais gestores assumiram em 1980.

Entre uma gestão e outra, o Escritório União passou por mudanças para atender as exigências de mercado e expandir a clientela. Hoje a empresa conta com dez funcionários e uma carteira de aproximadamente cem clientes, instalados em Maringá, região e até mesmo em outros estados. “Oferecemos todos os serviços da área de contabilidade, além de assistências legal, tributária, fiscal e trabalhista”, lista Ronaldo.

Mesmo com as mudanças de gestores, o Escritório União se manteve fiel à ACIM desde a data de filiação, em 16 de março de 1969. Apesar da empresa não usar



Walter Fernandes

com frequência os serviços da ACIM, Ronaldo diz que a parceria é mantida por acreditar na seriedade do trabalho da entidade em prol da cidade e de muitos de seus clientes empresários.

O Escritório União fica no Edifício Estoril, sala 205, na rua Neo Alves Martins, 2.447. O telefone é (44) 3028-9001.

POR DENTRO DA ACIM

CONHECENDO O CONSELHO SUPERIOR DA ACIM

A partir desta edição, a Revista ACIM traz informações sobre seus cinco conselhos: Administração; Comércio e Serviços; Jovem Empresário (Copejem); Mulher Empresária e Executiva (ACIM Mulher); e Conselho Superior.

O Conselho Superior é a instância maior na hierarquia da ACIM. Formado por ex-presidentes da entidade e associados eleitos, os membros são considerados os guardiões da continuidade do trabalho e da boa gestão, zelando pela integridade ética das decisões da diretoria.

Os conselheiros devem estar sempre à disposição das atuais diretorias da ACIM para debater assuntos de interesse geral da entidade. A não interferência política é um dos pilares que sustenta o trabalho do órgão.

“Entramos em ação toda vez que o presidente tem dúvida sobre algum assunto e precisa do nosso apoio”, fala o presidente, em exercício, do Conselho Superior, Alcides Siqueira Gomes, que assumiu o cargo após



Walter Fernandes

Adilson Emir Santos se licenciar. “Manter a credibilidade e idoneidade da ACIM é um dos nossos principais trabalhos. Temos que servir de exemplo de boa gestão aos demais associados”, ressalta Gomes.

RCC NA CAPITAL

Com a Rede TV! Curitiba a RCC expande suas operações para a capital do estado

A Rede Catedral de Comunicação é referência em todo o interior do estado do Paraná. Com estúdios multimídia, a RCC conta hoje com rádios afiliadas da Rede Jovem Pan em Maringá e Foz do Iguaçu, e TV's afiliadas da Rede TV! em Maringá, Londrina e a partir de agora o grupo conta com a Rede TV! Curitiba. E em breve Rede TV! Cascavel e Rede TV! Foz do Iguaçu.



RedeTV! HD
Curitiba

41 3016 0444



RedeTV! HD
Maringá

44 2101 0001



RedeTV! HD
Londrina

43 3024 4877



www.gruporcc.com



O sonho alvinegro de Maringá

Falar do futebol maringaense pode não despertar grande interesse na maioria dos moradores da cidade. Mas lembrar do passado glorioso da bola de capotão na cidade é sinônimo de estádio lotado, sobretudo, no nosso Willie Davids.

O Grêmio de Esportes Maringá (GEM), conhecido também como Galo Guerreiro, Galo do Norte, entre outros sinônimos, foi responsável pelas maiores alegrias esportivas dos maringaenses. Fundado em julho de 1961, o GEM conquistou o primeiro campeonato estadual em 1963, sendo bicampeão um ano mais tarde e em 1977. Ainda no Paranaense foi vice-campeão por quatro oportunidades: 1965, 1967, 1981 e 2002. E o alvinegro disputou por quatro vezes a primeira divisão do brasileirão.

Em 1965, o Grêmio jogou um amistoso contra o Santos de Pelé, ocasião em que foi derrotado por 11 a 1. Alguns dizem que havia um acordo para que os jogadores do GEM não pressionassem o craque do time paulista. Mas o acordo não foi cumprido e o Santos jogou para valer.

Em 1969, devido a um resultado questionável, o Grêmio de Esportes Maringá sagrou-se campeão do torneio da Confederação Brasileira de Desportos (CBD - a atual CBF). O feito garantiria vaga para que o time disputasse a Libertadores da América no ano seguinte. Entretanto, o Brasil optou por não levar um representante na competição.

Apesar de já existir desde 1953, foi somente em 1961 que o Estádio Willie Davids foi doado pela Companhia Melhoramentos Norte do Paraná à Prefeitura Municipal. A partir daquele período, várias melhorias foram feitas para que a estrutura, que ficaria conhecida como Estádio das Araucárias, pudesse



Time maringaense que fez sucesso no Campeonato Paranaense, Série Norte, na década de 1960

abrigar milhares de torcedores. E foi neste local que em 1977, segundo pioneiros, aconteceu um dos momentos mais emocionantes da história do alvinegro.

O Galo Guerreiro chegou à final do campeonato estadual contra o gigante Coritiba. O primeiro jogo aconteceu em Maringá, com renda recorde no Paraná até então. Didi, craque vindo do Palmeiras, marcou o primeiro gol e o Grêmio venceu por 1 a 0. No confronto de volta, ocorrido na capital, os jornais estaduais davam certa a vitória para o Coxa Branca. No entanto, o empate de 1 a 1 surpreendeu. O gol do Grêmio veio de Itamar de uma bola parada, proveniente de uma falta próxima à grande área. No regresso do time a Maringá, uma grande carreata tomou as ruas para receptionar os jogadores.

Em 1981, o Grêmio tornou-se vice-

Três anos antes do Grêmio de Esportes Maringá sagrar-se campeão paranaense, em 1977, O Jornal de Maringá criticou a falta de um time profissional em face das grandes conquistas no futebol da cidade na década anterior

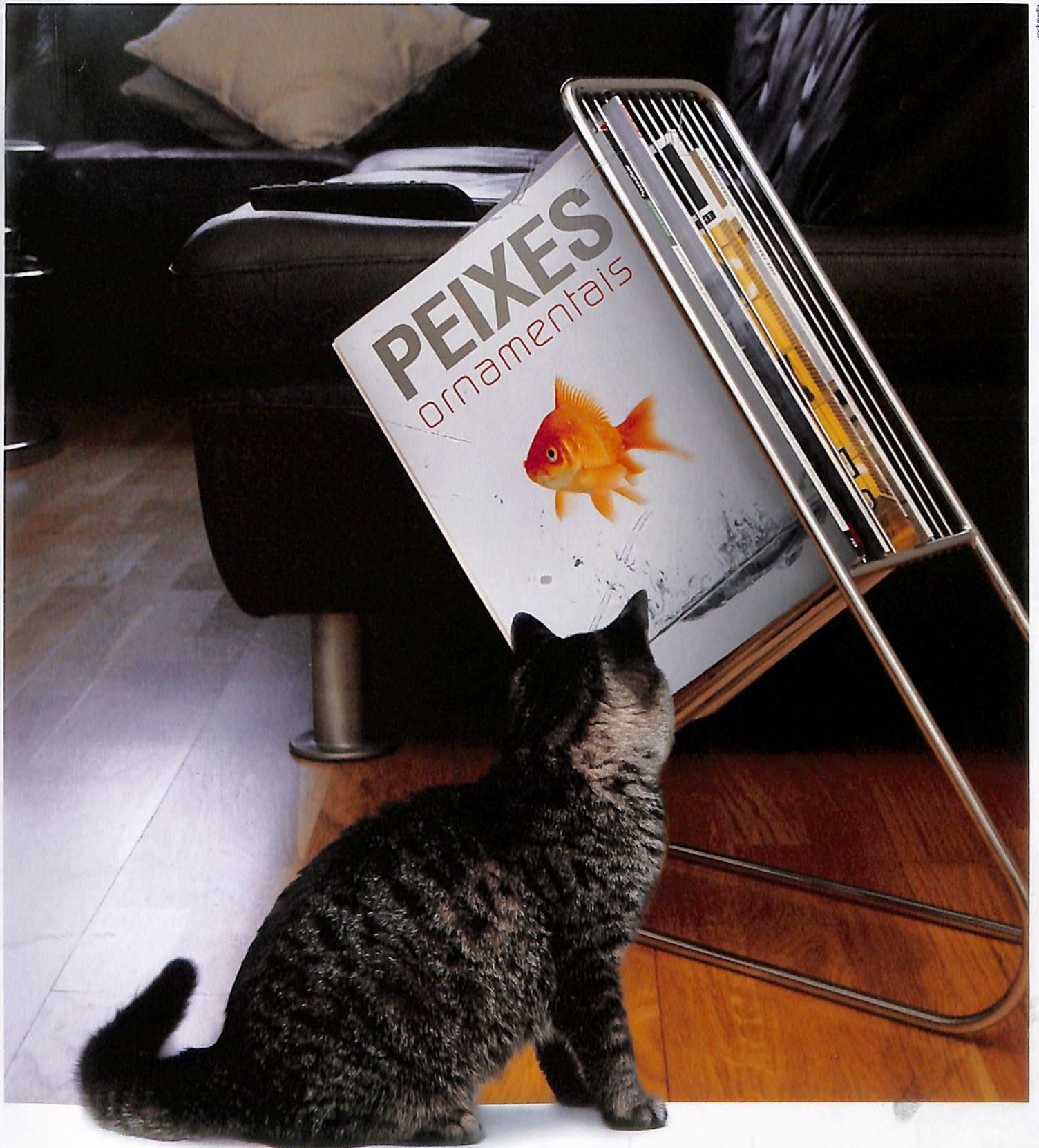
-campeão estadual e fez somente campanhas regulares nos anos seguintes, não logrando grandes resultados para o clube. Somente em 1998 e 2002 que o time fez uma campanha satisfatória. Depois, foi rebaixado para a 2ª divisão do campeonato paranaense. Em 2005, o alvinegro anunciou que não disputaria o campeonato por diversas dificuldades, inclusive financeira, já que não havia patrocinadores.

Vale ressaltar que foram diferentes Grêmios que trouxeram alegria para os torcedores: Grêmio Esportivo de Maringá, Grêmio de Esportes de Maringá, Grêmio Maringá - GEM e Grêmio Maringá S/A.

Em 2010, quando Aurélio Almeida assumiu a presidência, o Galo Guerreiro anunciou a volta aos campos. Mas, desta vez, na 3ª divisão do paranaense. E, desde 2012, o time tenta ressurgir, enfrentando as mesmas dificuldades financeiras dos anos anteriores.

Baseado nas experiências do passado, o Grêmio de Esportes Maringá pode trazer grandes resultados para os patrocinadores e outros envolvidos. Ainda há esperança. Façamos o Galo Guerreira renascer em nossos corações.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil



rock media

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

CHEGOU O CARTÃO BNDES SICOOB.

CRÉDITO PARA TRANSFORMAR
SEU NEGÓCIO NA EMPRESA
QUE VOCÊ SEMPRE SONHOU.



**Agora com o Cartão BNDES Sicoob, ficou mais fácil
investir na sua micro, pequena ou média empresa.**

O crédito é pré-aprovado, rápido e sem burocracia. Você financia e pode pagar de 3 a 48 parcelas fixas, com uma das menores taxas de juros do mercado. São mais de 220 mil itens para você investir pelo Portal do Cartão BNDES. Passe na sua cooperativa, solicite seu Cartão BNDES Sicoob e faça sua empresa crescer como nunca.

 **SICOOB**
ASSOCIADO A VOCÊ.