



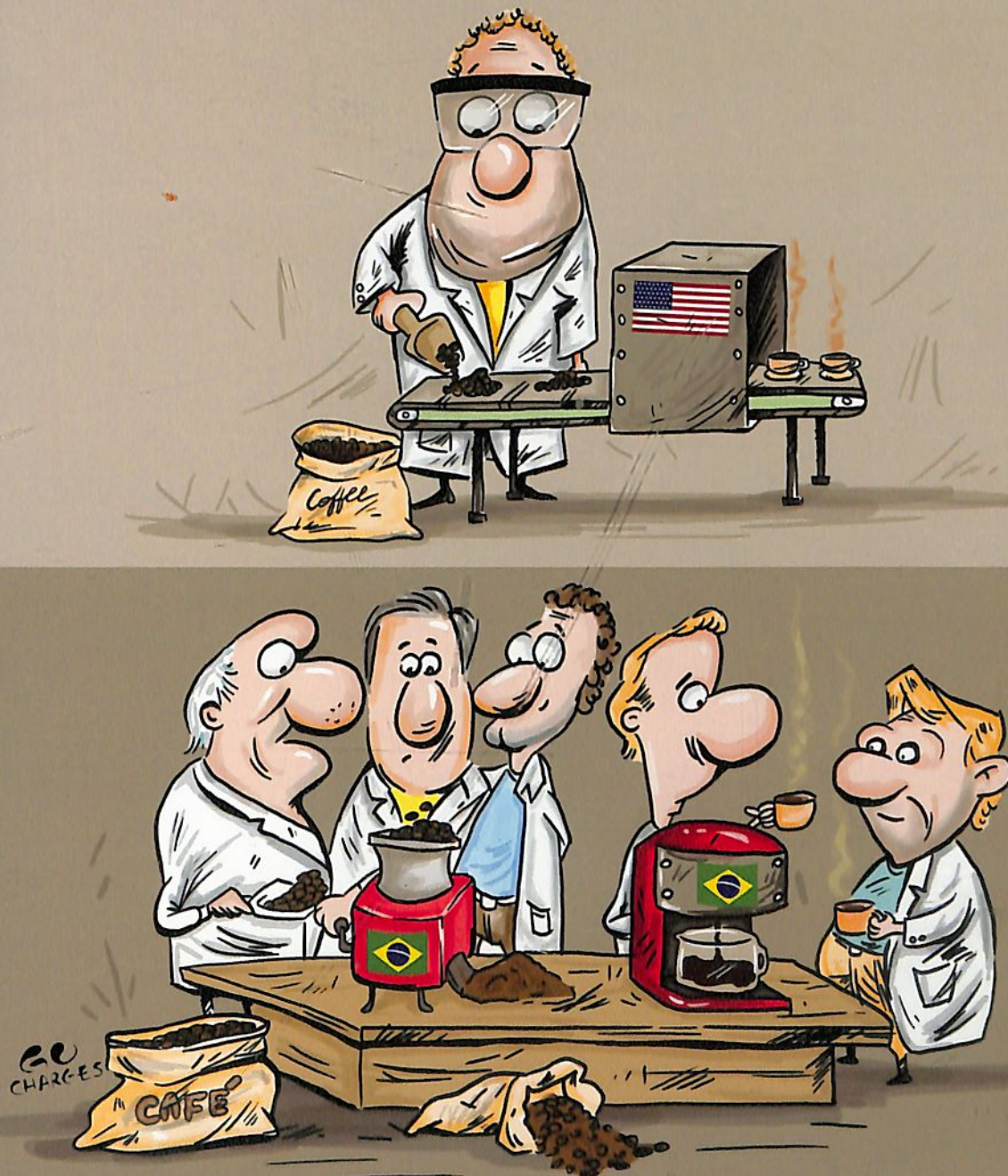
Novembro/2013  
Nº 537 - Ano 50  
R\$ 5,00

60 anos ao lado  
de quem inova

**ACIM**

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



## IMPRODUTIVIDADE

Falta de qualificação profissional é um dos principais motivos para que, por exemplo, um trabalhador americano produza cinco vezes mais que um brasileiro

**O VEM AÍ**  
**O VALE-CULTURA**  
ACIM Cooper Card

# MAIS DO QUE EDIFICAR, DESENHAR NOVOS HORIZONTES





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



“ É compreensível o temor do empresário brasileiro de investir e treinar um trabalhador e depois perder para a concorrência, mas sem este tipo de investimento e apenas esperando uma solução governamental, fica difícil conseguir aumentar a competitividade

### O desafio de aumentar a produtividade

O estudo do Conference Board aponta o que o empresário brasileiro vivencia cotidianamente: a produtividade brasileira é baixa. E os fatores que contribuem para isto são vários, o que dificulta “atacar” uma frente só.

A alta carga tributária, o oneroso sistema trabalhista, a pouca qualificação e estudo do trabalhador médio brasileiro, além da falta de investimentos pesados em infraestrutura são obstáculos à maior produtividade. Resultado: segundo o Ipea, entre 2000 e 2009 a produtividade da indústria de transformação brasileira reduziu 0,8% por ano - infelizmente, sobram vagas nos cursos profissionalizantes, mesmo os gratuitos ou com custo baixo.

Outra explicação está na falta de maquinários e tecnologias que ajudam a acelerar a produtividade. Mas mesmo o empresário com visão inovadora, capacidade de investimento e boa vontade encontrará empecilhos: diante de novas tecnologias, sem investir em qualificação e treinamento da equipe, dificilmente poderá colocar o aparato tecnológico para funcionar e ganhar mais competitividade.

São muitos os desafios para que o país aumente as exportações de produtos acabados. Apesar de nosso agronegócio ser um dos pilares da economia e de contribuir para o superávit da balança comercial, é preciso que a indústria brasileira tenha mais condições de igualdade para competir no mercado externo e interno, afinal os produtos importados estão aí para competir com a produção Made In Brazil. É por isto que feitos os cálculos não são raros os empresários que importam produtos manufaturados da China e colocam sua marca ou até mudam a planta industrial para a China ou a Índia, por exemplo.

Se nós, empresários, não lutarmos para termos um ambiente de negócios mais favorável à competitividade,

a situação tende a persistir e quem perde é a nossa produtividade e a nossa capacidade de concorrer no mercado externo.

Há outros entraves: a renda per capita do brasileiro, apesar de estar registrando alta nos últimos anos, ainda é baixa se comparada a outros países. E a equação novamente é difícil de ser resolvida: os encargos trabalhistas chegam a dobrar a folha de pagamento.

É compreensível o temor do empresário brasileiro de investir e treinar um trabalhador e depois perder para a concorrência, mas sem este tipo de investimento e apenas esperando uma solução governamental, fica difícil conseguir aumentar a competitividade.

É um círculo vicioso, com uma solução difícil, e ainda para complicar os nossos representantes dificultam ainda mais o ambiente de negócios. Quer um exemplo? Um projeto de lei quer isentar o trabalhador do custeio de parte das despesas com vale-transporte. Ainda não votado na Câmara Federal, se aprovado o projeto trará ainda mais um encargo ao empresário brasileiro – hoje o funcionário tem 6% do salário descontado para despesas com transporte. A conta provavelmente vai voltar para o consumidor final.

Precisamos lutar por um melhor ambiente de negócios, mas a solução passa pelas reformas trabalhistas, tributária e previdenciária, além da redução dos custos públicos. Apesar de ser uma promessa de várias campanhas eleitorais, isto ainda não saiu do papel. No ano que vem teremos novamente uma chance de ajudar a resolver os entraves ao votar em candidatos com boas propostas. Pense com cuidado em quem vai ajudar a eleger e seja engajado em questões que ajudem a melhorar nosso ambiente de negócios.

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



**DALE CARNEGIE TRAINING®**

Igniting the enthusiasm in the workplace

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

LANÇAMENTO



TERRAÇOS DE

*Santorini*

FACTORY TOTAL



3 DORMITÓRIOS 1 SUÍTE  
2 OU 3 VAGAS DE GARAGEM  
103,71 m<sup>2</sup> ÁREA PRIVATIVA

- PISCINA COBERTA
- BRINQUEDOTECA
- ACADEMIA DE GINÁSTICA
- QUADRA DE ESPORTES
- SALÃO DE FESTAS

Certificação



Membro



Sustentabilidade



construtoradesign.com.br



# CONQUISTE SEU LUGAR NESTA ILHA DE CONFORTO.

ENTRE O PARQUE DO INGÁ E A UNICESUMAR.

VISITE DECORADO NA:



Visitas das 8h às 18h.  
Inclusive domingos e feriados.  
Plantão de vendas no local.

Av. São Paulo, 3019  
Tel.: 44 3226 8144

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.

Vendas:

**CASA  
MAX**  
IMÓVEIS  
www.casamaximoveis.com.br  
FONE: 3046.1010

  
**design**  
INOVAÇÃO E QUALIDADE  
Desde 1975

# 18

## REPORTAGEM DE CAPA

Um ranking mundial de produtividade feito em 114 países colocou o Brasil em 75º lugar, isso significa que o trabalhador norte-americano produz cinco vezes mais do que o brasileiro; a situação é reflexo da falta de investimentos em estruturas ligadas à produção, de fatores educacionais, falhas de gestão e até do pleno emprego, conforme apontam especialistas e empresários na reportagem de capa



## 10 ENTREVISTA

Maior pontuador de todos os tempos do basquete mundial, o ex-jogador Oscar Schmidt brilhou com a camisa da seleção brasileira entre 1976 e 1996; hoje ele trava uma batalha contra um câncer no cérebro sem perder o otimismo e mantém uma rotina de palestrante: "sou o maior palestrante do Brasil, com 2,05 metros", brinca o ex-atleta, que é o entrevistado principal do mês



## 26 PESQUISA

Uma pesquisa sobre o perfil do consumidor maringense mostra que o preço é um fator importante na conquista do cliente, mas dependendo do segmento, como postos de combustíveis e padarias, a localização fala mais alto; o empresário Kairo da Costa Bento, da Esquina do Pão, tem boa parte da clientela no Jardim Alvorada, onde fica o estabelecimento



## 42 TRÂNSITO

Com a segunda maior frota do Paraná em relação ao número de habitantes, Maringá enfrenta o problema da falta de vagas de estacionamento, o que acarreta prejuízos para os estabelecimentos comerciais que não oferecem essa comodidade aos consumidores; por outro lado, empresários como Sérgio Fugishima viram no ramo de estacionamento uma oportunidade de empreender

REVISTA

**ACIM**

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 50 Nº 537 NOVEMBRO/2013  
PUBLICAÇÃO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL  
E EMPRESARIAL DE MARINGÁ - ACIM  
FONE: 44 3025-9595

**DIRETOR RESPONSÁVEL**

José Carlos Barbieri  
Vice-presidente de Marketing

**CONSELHO EDITORIAL**

Ana Rita Canassa, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha,  
Helmer Romero, João Paulo Silva Jr., Jociani Pizzi, Josane Perina,  
José Carlos Barbieri, Márcia Llamas, Miguel Fernando,  
Mohamad Ali Awada Sobrinho, Paula Aline Mozer Faria,  
Paulo Alexandre de Oliveira e Valdeir Larrosa

**JORNALISTA RESPONSÁVEL**

Giovana Campanha - MTB 05255

**COLABORADORES**

Alan Maschio, Fernanda Bertola,  
Giovana Campanha, Graziela Castilho,  
Jary Mércio, Rosângela Gris e Rubia Pimenta

**EDITORAÇÃO**

Andréa Tragueta

**REVISÃO**

Giovana Campanha, Helmer Romero

**CAPA**

Factory Total

**PRODUÇÃO**

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

**FOTOS**

Ivan Amorim, 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 SUPERIOR**

Presidente em exercício: Alcides Siqueira Gomes  
COPEJEM - Presidente: Rodrigo Seravalli de Brito  
ACIM MULHER - Presidente: Ana Lúcia Megda

**CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS**

Presidente: Mohamad Ali Awada Sobrinho

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

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



## 48 MERCADO

Não é apenas o comércio que tem motivo para comemorar o aumento do faturamento no final do ano, já que as empresas especializadas em brindes também têm um incremento no faturamento; no caso da Neocup Acrílicos, segundo a sócia Rafaela Gonçalves Cardoso Pereira, a produção aumenta até 30%, o que significa produzir de 20 mil a 30 mil unidades a mais mensalmente

## 58 CULTURA

Um novo serviço está sendo oferecido pela ACIM em parceria com a Cooper Card: trata-se do Vale-Cultura, um cartão no valor de R\$ 50 que pode ser concedido pelas empresas para os funcionários para ser gastos com ingressos de espetáculos, cinemas, entre outros produtos e serviços culturais; trata-se de um benefício que está sendo incentivado pelo governo federal

## ERRATA

Na edição de outubro (número 536) a Revista ACIM trouxe na página 43 a relação de empresas locais que são signatárias do Pacto Global; na relação informada pelo Conselho Paranaense de Cidadania Empresarial (CPCE) não constava o nome da Cooperativa Sicredi União/PR, que é signatária desde 2011; o CPCE explica que é incentivador da adesão ao Pacto, mas é a Rede Brasileira do Pacto Global quem estabelece contato com as empresas e faz a gestão e acompanhamento das ações; o CPCE informa ainda que o Sicredi consta como signatário no site da Rede Brasileira

APOIO INSTITUCIONAL



# Gigante na altura, nas conquistas e na vida

Walter Fernandes



Com 2,05 metros de altura, o ex-jogador Oscar Schmidt, 55 anos, entrou para a história do basquete mundial como o maior pontuador de todos os tempos, com 49.703 pontos, e nos últimos dois anos e meio luta com otimismo contra um câncer no cérebro. "Esse tumor pegou o cara errado", não cansa de afirmar o ex-camisa 14 da seleção brasileira.

Conhecido como "Mão Santa", Oscar brilhou com a camisa da seleção entre os anos de 1976 e 1996. Ele foi o principal nome na conquista da medalha de ouro no Pan-Americano de Indianápolis, em 1987. A histórica vitória diante dos donos da casa, os Estados Unidos, é eleita por ele o melhor momento da carreira de jogador de basquete, embora colecionasse inúmeros outros títulos pela seleção e pelos clubes que defendeu.

Consagrado em quadra, Oscar também é exemplo de superação fora dela. Desde 2011 o ex-jogador trava uma batalha contra um tumor localizado no lado esquerdo do cérebro. E mesmo depois de duas cirurgias, a última delas em abril deste ano, o "Mão Santa" mantém o bom humor e a rotina de palestrante pelo Brasil afora. Em 29 de outubro o ex-jogador contou sua trajetória e falou sobre superação para mais de 800 pessoas que lotaram o Teatro Calil Haddad, em Maringá. O evento fez parte das comemorações dos 60 anos da ACIM e dos 10 anos da Cooper Card, patrocinadora do evento – foi neste evento que também foi lançado o novo produto da Associação Comercial, o Vale-Cultura.

À Revista ACIM, o maior ídolo do basquete brasileiro falou sobre sua expectativa para as Olimpíadas do Rio, em 2016, o atual momento da seleção brasileira de basquete, seu encontro com o Papa Francisco e sua entrada para o Hall da Fama do basquete de Springfield, em Massachusetts, nos Estados Unidos.

**Você é o maior pontuador da história do basquete mundial. O que levou você a se tornar o famoso "Mão Santa": talento, sorte ou treino?**

Sou resultado de muito treino. Não existe outra fórmula para ter sucesso no esporte, e na vida também. O único cara que conheço que não treinava, pelo menos é isso que ele sempre diz, e era bom jogador é o Romário. Eu treinei muito. Quando era jogador treinava duas vezes por dia e individualmente antes e depois dos dois treinos, dormindo entre eles.

**Qual é seu maior arrependimento na carreira esportiva?**

Não ter jogado no Real Madrid com Petrovic (Drazen Petrovic, jogador croata).

**E por que não jogou?**

Para ser bem sincero, porque fui um idiota. Era apaixonado pela cidade [na época, em 1988, Oscar morava em Roma, na Itália, e defendia o Caserta], pelo presidente do time, depois o presidente do clube morreu e todo meu esforço em ficar foi em vão. Em vez de jogar no Real fui parar em um time da série A 2. Esse é um momento muito chato da minha carreira, porque o Caserta não me liberou para nenhum time, com medo de mim. Hoje, olhando para trás, deveria ter ido para Espanha. Detalhe, não foi apenas uma proposta, eu tinha o contrato assinado pelo presidente do Real por três anos na minha mão. Deveria ter falado que iria jogar o restante do

ano e depois ter ido embora. Mas fui bonzinho demais, e acabei prejudicando minha carreira.

### **Como você avalia o incentivo do governo e da classe empresarial ao esporte profissional no Brasil?**

Incentivo no Brasil não falta, tanto por parte do governo quanto dos empresários, pelo menos não para quem acredita e se desenvolve. O governo faz mais do que sempre fez. Hoje tem bolsa atleta [programa do governo federal], na minha época não tinha. Os empresários também fazem sua parte, mas não têm como incentivar o cara que não se desenvolveu, aí é demais.

### **A vinda da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos de 2016 para o Brasil tem sido alvo de protestos e críticas. Há quem acredite que o dinheiro gasto para sediar os dois eventos deveriam ser revertidos para outras áreas. Diante dessa polêmica, você acredita que o Brasil está preparado para os Jogos Olímpicos?**

Não adianta o povo pensar que o dinheiro dos Jogos Olímpicos será revertido para remédio e estudo, porque não vai. Esse dinheiro é para Olimpíada, o dinheiro para estudo e para saúde vem de outro jeito. Já usaram até as transações bancárias para pegar dinheiro para a saúde, mas também não foi para a saúde. Não adianta querer mudar algumas coisas. O Brasil ganhou o direito de sediar os Jogos Olímpicos e vai investir para fazer um grande evento.

### **Qual legado os Jogos Olímpicos vão deixar ao Brasil?**

O Rio de Janeiro será melhor depois das Olimpíadas, sem dúvida. As mudanças já estão acontecendo, principalmente nas favelas. O trânsito e os aeroportos serão melhores, e as

**“ Incentivo no esporte profissional do Brasil não falta, tanto por parte do governo quanto dos empresários, pelo menos não para quem acredita e se desenvolve. Hoje tem bolsa atleta, na minha época não tinha. Os empresários também fazem sua parte, mas não têm como incentivar o cara que não se desenvolveu, aí é demais**

estruturas esportivas vão ficar aí para os brasileiros. Acredito que o Brasil vai fazer uma boa Olimpíada e que ficará um legado positivo.

### **Sem os astros da NBA, que pediram dispensa, a seleção brasileira masculina deu vexame ao ser eliminada da Copa América de Basquete, em setembro, sem vencer nenhuma partida. A que se deve este mau momento da seleção?**

Tudo começa pelo técnico Rubén Magnano que, na minha opinião, já deveria ter saído. Ele classificou o Brasil para a Olimpíada, fez uma ótima participação, mas não classificou para o mundial e foi péssimo no Pan-Americano. Agora o cara vai ficar a vida toda por que classificou o Brasil para Olimpíada? A classificação nos Jogos Olímpicos é um dever, não é uma vitória maravilhosa. Também acho que os torneios importantes deveriam ser mais cedo e deveria haver mais empenho e patriotismo por parte dos jogadores de seleção que atuam na NBA [Liga Nacional de Basquete dos Estados Unidos].

### **E quem substituiria o Magnano?**

Cláudio Mortari, ele é o melhor de todos. Por onde passa, ele ganha. O Mortari não treina a seleção brasileira desde 1980, já são 33 anos. Participei da maioria dos títulos com ele, conheço seu trabalho. Ele é o cara. “

### **Você disse que falta patriotismo aos jogadores que atuam na NBA.**

### **No começo de outubro, Nenê foi vaiado pela torcida no primeiro jogo da NBA no Brasil. Esse episódio é a resposta da torcida ao pedido de dispensa dele à Copa América?**

Com certeza. O cara deixa de jogar a classificação da seleção ao mundial e depois joga uma pré-temporada no Brasil. Isso foi um tapa na cara de qualquer brasileiro. Não tem problema nenhum cara jogar a NBA, pelo contrário, isso melhora o nível da seleção brasileira, desde que esses jogadores joguem pelo Brasil. Todos os países do mundo que têm um basquete forte têm jogadores na NBA.

### **Como você recebeu a notícia de que o tumor na parte frontal do cérebro, descoberto há dois anos, não estava curado? Teve raiva, praguejou ou lhe faltou fé?**

Nada disso. O câncer esta aí para ser tratado e curado. Na verdade minha vida melhorou depois da doença. Desses dois anos e meio para cá, não guardo mais dinheiro. Trabalho oito meses e gasto tudo o que ganho nos outros quatro. Caixaõ não tem cofre. O cara tem que ganhar seu dinheiro e desfrutar dele. Por isso hoje viajo mais, compro carros bons, dou presentes lindos para minha esposa. Daqui uns dias ela vai ganhar duas cozinhas novas. Não sei quantos anos me resta, espero que muitos, e os que me restarem vão ser assim, vou gastar tudo que ganhar, claro que sem mexer no patrimônio.

### **Sua fé aumentou após a descoberta**

### da doença?

Não, minha fé é exatamente a mesma. Sempre fui um cara religioso.

### Como foi seu encontro com o Papa Francisco?

Foi uma das grandes emoções da minha vida. Ele é o primeiro argentino humilde que conheço. Quando entra na sala parece que vem uma energia antes dele que bate em você. Sempre fui católico, mas nunca tinha passado perto de um papa. Ser abençoado por um foi demais. Falei que estava rezando por ele, e ele me agradeceu. Sem dúvida, é o melhor papa que a igreja católica já teve, e dificilmente terá outro melhor, embora falássemos isso do João Paulo II.

### Tem medo da morte?

Sempre tive medo da morte. Deve ser terrível você parar de ver, respirar e conviver com pessoas queridas. E o pior é que você não tem certeza de como vai ser depois, o teu conhecimento da vida provavelmente será diferente. Isso me irrita um pouco, gostaria que fosse consciente como é agora.

### Você disputou uma cadeira no Senado em 1998, pelo antigo PPB, e já afirmou em entrevista que seria candidato à Presidência da República. Ainda pensa em ser presidente?

De forma alguma, minha experiência com política acabou em 1998. Foi a única vez que tive a certeza de estar votando bem: em mim mesmo.

### Sua trajetória como jogador está retratada no livro "Oscar Schmidt, a história do maior ídolo do basquete", escrita pelo jornalista e escritor Odir Cunha com o seu consentimento. Qual sua opinião sobre a polêmica envolvendo as biografias não autorizadas?



Walter Fernandes

“O câncer esta aí para ser tratado e curado. Desses dois anos e meio para cá, não guardo mais dinheiro. Trabalho oito meses e gasto tudo o que ganho nos outros quatro. Caixaõ não tem cofre. Por isso hoje viajo mais, compro carros bons, dou presentes lindos para minha esposa

Acho que os direitos autorais precisam ser respeitados. Por que um cara qualquer vai fazer uma biografia que eu não autorizei? Sou contra. No Brasil os direitos autorais são muito rígidos, e espero que essa proposta não seja aprovada, porque se passar será como nos Estados Unidos, todo mundo pode fazer.

### A alegria de entrar para o Hall da Fama do Basquete foi maior que a histórica vitória diante dos Estados Unidos na final do Pan-Americano de 1987?

Claro que não. Aquele jogo foi, é e será único na minha vida. Foi algo muito emocionante.

### Receber a homenagem no Hall da Fama das mãos do jogador Jarry Bird torna o prêmio mais especial?

Sim. Convidei-o para me apresentar e ele achou ótimo porque sabe que é meu ídolo. Foi demais vê-lo naquele palco, me apresentado, foi uma sensação maravilhosa.

### O que tira o seu sorriso largo do rosto?

Falsidade.

### Já precisou lidar muito com isso?

Todo dia. Por ter uma fama a mais que outras pessoas ou fazer bem algumas coisas, as pessoas acham que podem me criticar ou então que preciso cumprimentar todo mundo na face da terra, isso não é possível. Sou de carne e osso como todo mundo, tenho meus momentos bons e ruins que têm que ser respeitados.

### O tema da sua palestra foi superação. Quais foram as principais superações ao longo da vida?

Sofri contusões graves, tive que superar o desafio de jogar bem até os 45 anos e, é claro, a situação que vivo agora, com o tratamento do câncer. Mas quer saber? Esse tumor pegou o cara errado. ■



## Desligue o achômetro Ligue para o Alô Saúde.\*

Quem tem Unimed Maringá conta com um serviço exclusivo de orientação médica por telefone.

Para tirar dúvidas sobre qualquer assunto relacionado a sua saúde ou saber o que fazer em caso de urgência e emergência, é só ligar para o Alô Saúde.

**Um médico do outro lado da linha, a qualquer hora, pronto para orientar você.**

**0800 729 3003\*\***

**Unimed**   
Maringá

\*Serviço de regulação médica - CFM 1671/03  
Responsável técnica: Dra. Valéria Ballardim - CROMMG: 28351  
\*\*A ligação é gratuita e pode ser feita de telefone celular.

ANS - Nº 371254

LANISBAND

### PROJETO QUER ISENTAR VALE- TRANSPORTE PARA O TRABALHADOR

Os empregadores deverão custear integralmente as despesas com o vale-transporte. É o que prevê o projeto de lei 242/2013 de autoria do senador Fernando Collor, que foi aprovado em outubro pela Comissão de Assuntos Sociais, em decisão terminativa. O projeto seguiu para aprovação da Câmara dos Deputados.

Pela legislação atual, o funcionário tem descontado 6% do salário para custeio do vale-transporte e o restante é pago pelo empregador. De acordo com Collor, o benefício não terá muito impacto para as empresas, pois as despesas poderão ser abatidas da receita na apuração do lucro tributável. O problema é que a maioria das empresas brasileiras é tributada pelo lucro presumido ou é optante do Simples, não sendo possível abater as despesas deste custo adicional do vale-transporte. Outra agravante é que elevar os custos para os empregadores não é a melhor saída para a distribuição de renda no país, que ainda precisa resolver a elevada carga tributária.

A ACIM enviou ofícios para todos os deputados estaduais e federais manifestando sua opinião contrária ao projeto de lei.

### MAIS FACILIDADE NA EXPEDIÇÃO DE ALVARÁS

A prefeitura de Maringá está implementando soluções para agilizar o processo de solicitação e liberação de alvarás. Entre as ações está a utilização do portal GeoMaringá, que permite consultas via internet do local e do imóvel em que o empreendedor pretende instalar seu negócio. Outra ação é a Vistoria Inteligente, para integrar as informações de diferentes órgãos de fiscalização. Assim, em vez de uma equipe de fiscais de diferentes secretarias ir ao

estabelecimento, um único agente fiscal visitará a empresa utilizando um tablet para preencher o *check-list* elaborado por diferentes órgãos.

Para consultar o sistema de alvará, é preciso acessar o [www.maringa.pr.gov.br](http://www.maringa.pr.gov.br), no link Portal GeoMaringá. De acordo com o diretor de fiscalização, Marco Antônio Lopes de Azevedo, "se o eixo escolhido for permitido e o imóvel possuir Habite-se, a licença é liberada em até três dias".

Heitor Marcon



### CRIANÇAS COM CÂNCER PODERÃO SER TRATADAS NO HUM

A conclusão do ambulatório de oncohematologia pediátrica do Hemocentro Regional de Maringá, ligado ao Hospital Universitário Regional de Maringá (HUM), no primeiro semestre de 2013, é o primeiro passo do longo percurso do projeto que possibilitará o tratamento de crianças com câncer na cidade. O pedido para a conclusão da infraestrutura do prédio, projetada para ter três andares, e instalação de equipamentos físicos e de recursos humanos, para que o serviço entre em funcionamento, foi feito ao governador Beto Richa em 23 de outubro pela diretora do Hemocentro, Silvia Tintori. O governador garantiu que vai somar esforços para garantir essa conquista para Maringá e região.

Em Maringá, inicialmente o projeto visava à ampliação do espaço físico do laboratório de Histocompatibilidade no Hemocentro e sua dotação com equipamentos adequados ao aumento da produção de exames e estímulo à doação voluntária de medula óssea. A posterior ampliação possibilitou a construção de uma Unidade de Oncohematologia.

Atualmente, o diagnóstico de diferentes tipos de câncer em adultos moradores de Maringá e dos 29 municípios da 15ª Regional de Saúde é feito no HUM e os pacientes são encaminhados para hospitais privados conveniados ao Sistema Único de Saúde (SUS) para tratamento. No caso de crianças e adolescentes, a falta de oferta de tratamento em um hospital público obriga pacientes e familiares a se deslocar até Curitiba. A Unidade de Oncohematologia no Hemocentro permitirá que o HUM inicie as atividades na Oncologia Infantil, tornando-se o primeiro serviço público da região nesta área.

A unidade é uma conquista para a região e inclusive contou com o apoio da ACIM para sua implantação.



## MARINGÁ DEVERÁ GERAR MAIS DE 10 MIL NOVOS EMPREGOS, UM RECORDE

De acordo com o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho, de janeiro a setembro deste ano foram criados 9,825 empregos formais em Maringá, um recorde nos últimos dez anos. Segundo o economista Joilson Dias, que faz análises econômicas para a ACIM, Maringá deverá, em 2013, ultrapassar pela primeira vez, desde que os dados do Caged são divulgados, a criação de 10 mil empregos formais. Isso tornaria a cidade a segunda maior geradora de novos empregos do Paraná, atrás somente de Curitiba.

Outra boa notícia é que deverão ser criados entre 1,1 mil e 1,2 mil empregos temporários neste final de ano na cidade. O número deverá ser maior do que o registrado em 2010 (1.035 vagas) e 2012 (1.080 vagas), sendo apenas menor do que o registrado em 2011, quando foram gerados 1.543 empregos temporários.

## PREFEITURA NOTIFICA REBAIXAMENTO IRREGULAR DE CALÇADAS

A Prefeitura de Maringá iniciou, em 30 de setembro, uma fiscalização para verificar o rebaixamento irregular de calçadas em frente a empresas, prédios e residências. Os proprietários dos imóveis têm 70 dias para regularizar a situação ou poderão pagar multa de R\$ 1 mil.

Segundo o diretor de Fiscalização da Prefeitura, Marco Antônio Lopes de Azevedo, as maiores irregularidades foram encontradas em empresas próximas a hospitais e escolas, além de clínicas de saúde. "Muitos fazem o rebaixamento de guias para oferecer estacionamento exclusivo para os clientes, e com isso acabam com as vagas públicas. Para privilegiar o particular, eles prejudicam o que é de todos".

A prefeitura destacou uma equipe exclusiva para fiscalizar, marcar e pintar a via pública. A fiscalização tem o objetivo de fazer cumprir a lei municipal nº 910/2011, disponível no [www2.maringa.pr.gov.br/site](http://www2.maringa.pr.gov.br/site), no link "Informativos ao Cidadão", do lado direito da página. Lá os cidadãos também encontram um modelo ilustrativo indicando a maneira correta para rebaixar a guia conforme a situação de cada imóvel.



### 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 Caill Haddad)  
Maringá-PR  
Tel. (44) 3262-5571



10 anos promovendo  
qualidade de vida

**COOPER**  
card  
Para uma vida melhor

vale+  
cultura

Senhoras e Senhores, apresentamos o...

# Vale-Cultura Cooper Card

O Vale-Cultura Cooper Card é o mais recente benefício do Governo Federal ao trabalhador. Seu objetivo é facilitar o acesso aos mais diversos meios culturais, como: teatros, cinemas, museus, circos ou mesmo comprar livros, revistas e jornais. É a oportunidade de garantir ao trabalhador o acesso à cultura.



*Agora a direção deste espetáculo está em suas mãos!  
Entre em contato com um dos consultores da Cooper Card.  
Fone: (44) 3220-5406 | [coopercard.com.br/cultura](http://coopercard.com.br/cultura)*

Ministério da  
Cultura

GOVERNO FEDERAL  
**BRASIL**  
PAÍS RICO E PAÍS SEM POBREZA

# Falta de qualificação e burocracia emperram produtividade

Brasileiro precisa de cinco vezes mais tempo para produzir o mesmo que o americano; segundo uma pesquisa de produtividade realizada por um instituto americano, o Brasil ocupa o 75º lugar em produtividade num ranking com 114 países; empresários sentem no dia a dia a falta de qualificação e de investimentos

**Alan Maschio**

A indústria é obcecada por produtividade – e tem boas justificativas para isso. Em época de estagnação econômica e, conseqüentemente, de baixa nos investimentos, produzir mais é a maneira mais prática e rápida de aumentar a competitividade.

Um exemplo explícito foi o choque provocado pelo estilo “Ford” de trabalho. Famoso por ter criado a linha de produção em série, o americano Henry Ford despertou idolatria até em rivais históricos dos Estados Unidos, a ponto do ditador Adolf Hitler destinar volumosos recursos à instalação de uma fábrica semelhante na Alemanha, em 1938. Nesta unidade nasceu o Fusca, o carro mais conhecido da história da humanidade, e 17 anos depois a mesma planta industrial já havia produzido 1 milhão de veículos. Detalhes desta empreitada estão descritos no livro “The People’s Car”, de Bernhard Rieger.

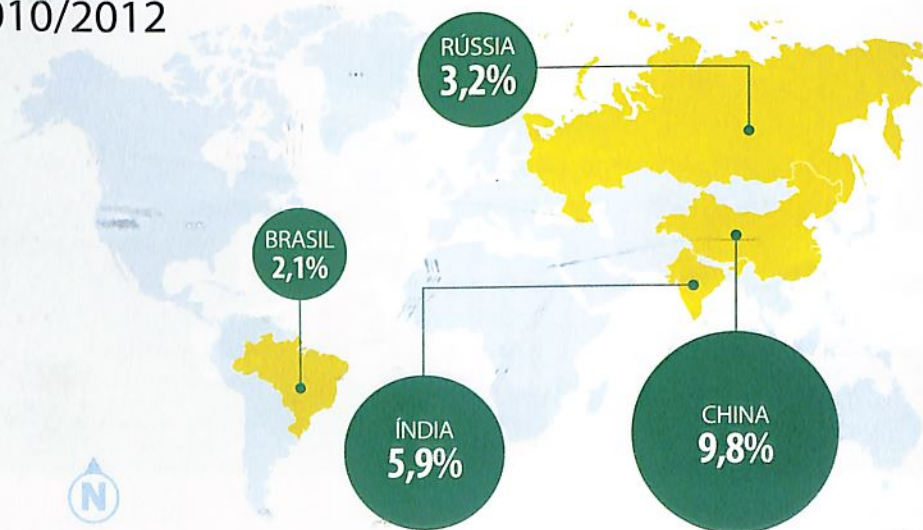
O problema é que o conceito de produtividade foi colocado em

xeque no Brasil. Por definição, a palavra pode ser entendida como o rendimento de uma atividade econômica em função do tempo, área, capital e pessoal envolvido no processo. Tal conceito, no entanto, foi redefinido recentemente pelo Conference Board, um instituto de pesquisa americano que publicou um ranking mundial de produtividade de

trabalhadores.

A lista tem 114 países, e o Brasil ficou em 75º lugar. Mas o que realmente chamou a atenção do empresário foi o rendimento. Para determinar as posições de cada nação neste ranking, o instituto dividiu o Produto Interno Bruto (PIB) pela massa trabalhadora. O resultado mostrou que cada operário brasileiro

## Crescimento da produtividade nos países do Bric 2010/2012



FONTE | Conference Board 2012

Wellington Vainer



Walter Fernandes

produz US\$ 19 mil por ano. Nos Estados Unidos, que sequer lideram a pesquisa, a produtividade por trabalhador no mesmo período foi de US\$ 105 mil.

Pior do que descobrir que a produtividade do trabalhador brasileiro é baixa é constatar que esse índice apresenta tendência de desaceleração, a ponto de se estagnar há pelo menos três décadas. De acordo com o Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (Ipea), o avanço da produtividade brasileira foi de 1,35% nos anos 80; caiu para 1% na década seguinte e para preocupante 0,9% entre 2000 e 2010.

No ranking do Conference Board a China está bem abaixo do Brasil neste aspecto, produzindo US\$ 9 mil/ano/trabalhador. A diferença, neste caso, reside na obstinação oriental. Lá o nível de produtividade cresceu no ritmo do PIB chinês entre 2010 e 2012: 9,8%.

Procurar culpados após sofrer os efeitos da primeira impressão que este resultado causa pode gerar equívocos. A Organização Internacional do Trabalho (OIT) já mostrou em vários estudos que o brasileiro dedica mais tempo ao próprio emprego que o americano.

Por outro lado, os Estados Unidos têm um investimento seis vezes maior do que o brasileiro em estruturas ligadas à produção, e a renda per capita americana é cinco vezes maior – coincidentemente, quase a mesma proporção que escancara a diferença de produtividade.

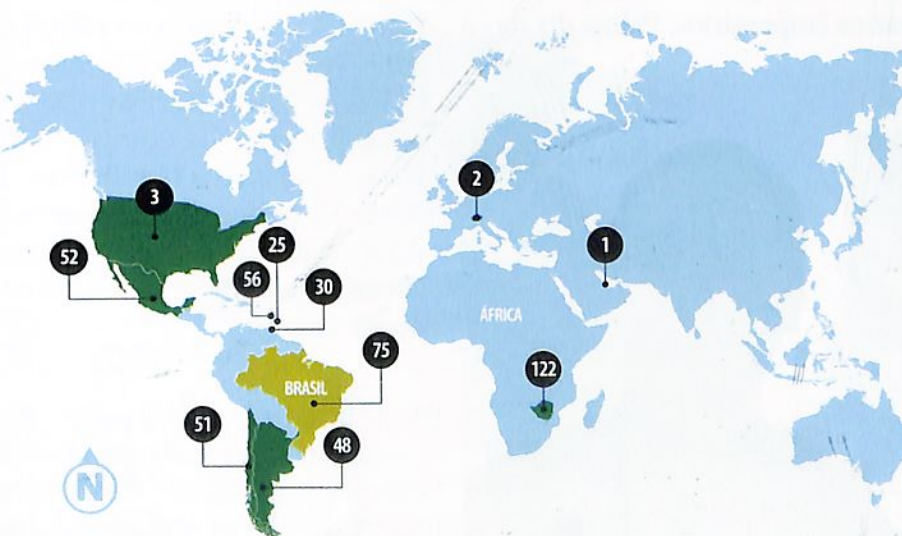
### Nível educacional

Fatores educacionais também explicam boa parte desta diferença. No livro “1822”, o escritor Laurentino

## Produtividade de cada trabalhador

POSIÇÃO NO RANKING*	PAÍS	PRODUTIVIDADE (US\$ / ANO)
1	Catar	160 mil
2	Luxemburgo	114 mil
3	EUA	105 mil
25	Barbados	73 mil
30	Trinidad e Tobago	64 mil
48	Argentina	37 mil
51	Chile	35 mil
52	México	35 mil
56	Santa Lúcia	32 mil
75	Brasil	19 mil
122	Zimbábue	309

(\*) Países escolhidos aleatoriamente no ranking do Conference Board para efeito de comparação



FONTE | Conference Board 2012

Wellington Vainer

## REPORTAGEM DE CAPA

Gomes deixa claras as discrepâncias neste aspecto. Nos anos que antecederam a independência americana, a educação predominantemente presbiteriana já havia feito com que 90% da população soubesse ler – incluídos aí os escravos. Neste período, o país contava com a circulação de três milhões de publicações periódicas. Em época similar no Brasil, a proporção era inversa: um em cada dez brasileiros era alfabetizado, e de forma muito precária. Para atingir a mesma quantidade de jornais publicados com frequência fixa, o Brasil precisou entrar no século XX.

Os reflexos disso são constatados hoje facilmente. Os americanos têm em média 12 anos de educação, enquanto os brasileiros, 7,5. Para que um trabalhador apresente um rendimento maior na atividade que exerce, ele precisa ser qualificado – ter treinamento, conhecer processos, “encurtar caminhos”. E esta qualificação exige tempo. Aí entra o fator educação. Enquanto o americano leva cerca de 30 dias para fazer um curso ligado ao trabalho, o brasileiro precisa de quatro vezes mais tempo.

### Sobram vagas

Casos práticos desta dificuldade são descritos pelo coordenador de Educação Profissional e Tecnológica



**Cláudio Batista, do Senai, conta que nos cursos profissionalizantes alunos apresentam dificuldades em disciplinas que exigem maior nível de raciocínio lógico**

ca do Senai em Maringá, Cláudio Batista. Segundo ele, a dificuldade de assimilação de conteúdo por parte dos estudantes é sensível. “Eles retornaram aos estudos depois de anos fora da escola. Alguns conteúdos básicos do ensino fundamental e médio foram esquecidos. Nas disciplinas que exigem um maior nível de raciocínio lógico, os alunos apresentam grandes dificuldades,” descreve. O proprietário da escola de capacitação profissional DP Controller, Edson Palma, reforça: “falta base estrutural na educação de muitos dos alunos. Sentimos que eles têm dificuldades até para se expressar”. Justamente por isso, e a pedido de vários empresários, Palma diz que a

escola passou a oferecer um curso de escrita empresarial – capacidade que, a rigor, o brasileiro deveria dominar ao sair do ensino fundamental.

Outra característica exposta pelos profissionais ligados à capacitação revela um comportamento que permite a suposição de uma falta de interesse pela melhoria na formação. O Senai de Maringá registra 22 mil matrículas em 2013. Este número representa 70% do total de vagas oferecidas nos 60 cursos. “Alguns cursos foram iniciados com ocupação parcial das vagas, e em outros não houve procura para iniciá-los. Para os cursos do Programa Jovem Aprendiz, que uma década atrás apresentava uma concorrência que variava entre quatro e dez candidatos por vaga, hoje há menos de um candidato por vaga. Notamos que nos últimos anos os jovens passaram a se interessar menos pelos cursos profissionalizantes. A média de idade de ingresso nestes cursos hoje é em torno dos 28 anos”, diz Batista.

**Mesmo gratuitos, cursos de marketing pessoal e oratória da DP Controller não fecham turmas; segundo Edson Palma, pessoas inseridas no mercado são as que mais procuram qualificação**



# MARINGÁ + SEGURA SUPERCÂMERAS

A prefeitura instalou as primeiras 25 supercâmeras, de um total de 80, em pontos estratégicos da cidade. Elas são mais uma ferramenta das forças de segurança para proteger os maringenses em tempo real.

As supercâmeras são controladas por operadores em uma central de monitoramento que funciona 24 horas por dia. Isso permite realizar flagrantes, gravar as ocorrências e acionar equipes de emergência em questão de segundos.

**Supercâmeras.** Mais um compromisso da prefeitura com sua segurança.



Prefeitura de  
**MARINGÁ**  
Construindo uma cidade cada vez melhor

## REPORTAGEM DE CAPA

“Na DP Controller, oferecemos gratuitamente cursos de marketing pessoal e oratória, justamente por percebermos as dificuldades de comunicação das pessoas que nos procuram. Mas mesmo sem custos, não conseguimos fechar turmas”, afirma Edson Palma, para completar: “temos uma forte procura gerada por pessoas que já estão inseridas no mercado. São trabalhadores que querem qualificação para buscar uma promoção e melhorias salariais. Entre os jovens, aqueles que ainda não trabalham, a procura é bem menor”.

Tratada sem a devida importância em alguns momentos, a qualificação - no caso, a falta dela - produz no mercado impactos mais sérios do que a simples competição por trabalhadores. O empresário Orlando Dias Antônio, do setor de metalurgia, lembra de quando perdeu três funcionários de uma só vez, em 2011. “Um deles foi treinado na minha empresa, mas não tive como segurar. Ele recebeu uma oferta melhor e saiu. Neste ramo a mão de obra realmente está em falta”, reclama. Cláudio Batista, do Senai, diz ainda que muitos empresários nem permitem que um trabalhador termine o curso, dado o tamanho da demanda por operários. “Esta situação também impede que as



Walter Fernandes

“Somos procurados por empresas que nos sugerem a oferta de novos cursos, para que possamos aplicar novas tecnologias no mercado”, diz Iverson Barros, do Instituto da Construção

empresas encaminhem parte destes funcionários para participar de programas de qualificação profissional, pois se o fizerem não há quem os substitua em suas funções”, conta.

Nas empresas e considerando-se a quantidade de trabalhadores com nível superior empregados, o nível de educação também produz reflexos negativos. Cruzamento de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostra que, nas grandes companhias, 13% dos funcionários têm faculdade. Nas pequenas empresas - que respondem por 50% dos empregos do país - este número cai para 7%. Os dois índices são considerados baixos por gerarem uma consequência direta no nível de produtividade: sem

Walter Fernandes

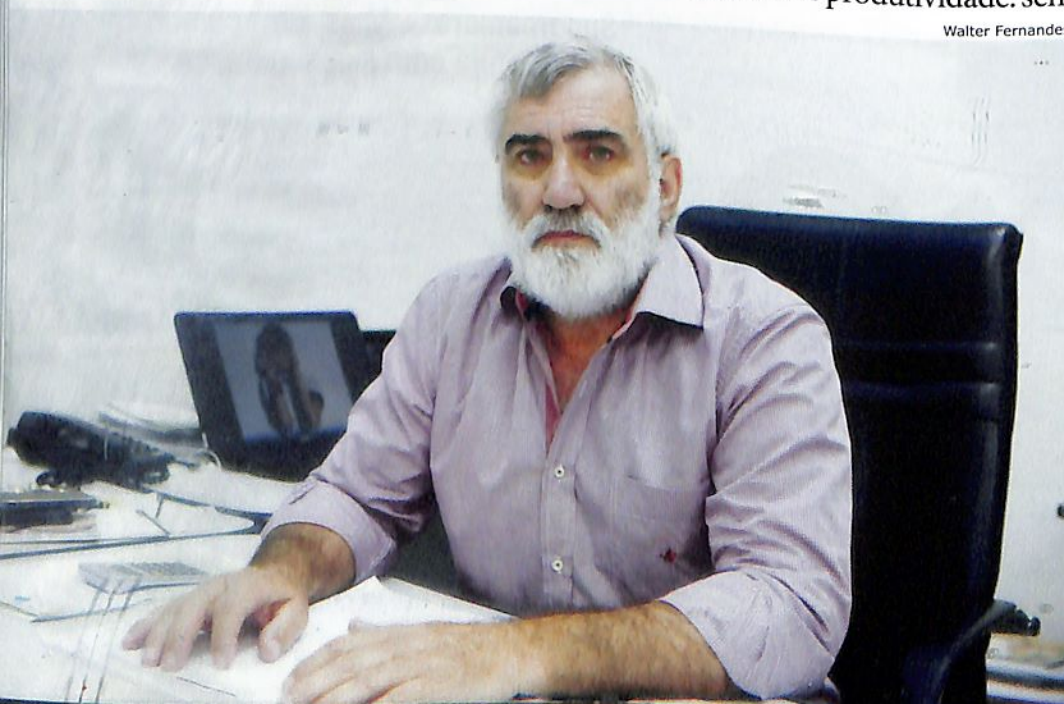
qualificação, falta inovação - característica que, ao menos em Maringá, tem sido buscada como alternativa para o aumento da produtividade. “Somos procurados com frequência por empresas que nos sugerem a oferta de novos cursos, para que possamos aplicar novas tecnologias no mercado”, garantem os sócios de outra escola de capacitação profissional, o Instituto da Construção, Iverson Barros e André Corazza.

Para a criação de alguns dos cursos do Instituto da Construção, Barros cita casos que deixam evidentes as diferenças de produtividade entre o Brasil e países da Europa, por exemplo. “Temos alguns alunos que já trabalharam na Espanha e que lá tiveram contato com o uso de gesso acartonado, por exemplo. Chegando aqui, eles pediram para que oferecêssemos o curso para o uso deste material, já prevendo a futura aplicação em larga escala”.

### Investir em inovação?

Mas a vontade de investir em inovação em Maringá ainda não eliminou

“A educação em qualquer nível está esquecida. Não há como investir em maquinário e tecnologia se não vamos ter quem opera estes equipamentos”, reclama Valdir Scalon, da Jeans Scalon



o receio da perda de dinheiro. O diretor de marketing da Jeans Scalon, Valdir Antônio Scalon, cobra justamente isso: mais investimentos por parte das esferas de governo em educação e capacitação. “A educação em qualquer nível, desde a básica à profissional, está esquecida. Isso cria um círculo vicioso, pois não há como investir em maquinário e tecnologia se não vamos ter quem opera estes equipamentos”, explica.

Outra causa para a baixa produtividade apontada pelo setor e por especialistas do ramo é bem conhecida do brasileiro e atende pelo nome de burocracia. Um estudo do Instituto Brasileiro de Planejamento e Tributação (IBPT) deixa claro o tamanho do problema. De 1988 – ano do nascimento da Constituição – até hoje, foram publicadas 4,7 milhões de normas. Deste total, 6,5%, ou 309 mil, são normas tributárias, um volume de leis suficiente para compor um livro de 112 milhões de páginas.

As empresas precisam seguir, em média, 3.512 normas tributárias para estar em dia com a legislação brasileira. “O cumprimento das determinações da Constituição obriga as empresas brasileiras a destinarem, no geral, cerca de R\$ 45 bilhões por ano, com equipe de funcionários, tecnologias, sistemas e equipamentos, a fim de acompanhar as modificações, evitar multas e eventuais prejuízos nos negócios”, observa o presidente executivo do IBPT, João Eloi Olenike. Nem é preciso dizer que dinheiro gasto com burocracias deixa de ser investido em tecnologia, inovação e pessoal.

A legislação trabalhista também entra no rol de culpados quando caminha lado a lado com condições de recessão. Se por exemplo, um empregado deixa de produzir bem por motivos que podem gerar demissão,

## Nível de engajamento é alto, segundo levantamento

Discutir causas para a baixa na produtividade leva a descobertas interessantes sobre o comportamento do trabalhador. Diante dos números expostos pelo Instituto Conference Board, não seria de se estranhar se um empresário do Brasil desconfiasse de outro levantamento – este feito pelo Gallup e publicado recentemente pela Folha de S. Paulo.

O instituto entrevistou 7,8 milhões de pessoas, via e-mail, de 179 países, entre 2010 e 2012. O objetivo era saber quem é mais engajado com o trabalho. O resultado compilou informações de 142 países, e os brasileiros ficaram em 6º lugar.

Na prática, significa dizer que o trabalhador no Brasil está muito satisfeito com o próprio emprego. O estudo indica que 27% dos brasileiros estão engajados no trabalho – emocionalmente conectados à profissão e concentrados em

gerar resultados para as empresas todos os dias. O índice supera a média mundial, que ficou em 13%.

Panamá, Costa Rica, Estados Unidos, Filipinas e Qatar (que não por sorte lidera o ranking de produtividade) estão à frente do Brasil. Com os resultados obtidos por meio dos questionários, os pesquisadores definiram três perfis de funcionários: os ativamente desengajados são aqueles que não estão contentes com o trabalho e transmitem isso aos colegas; os não engajados não colocam paixão no que fazem; e os engajados estão realizados com as funções que exercem e com os locais onde trabalham. O cruzamento de dados permite dizer que no Brasil os profissionais felizes nos empregos representam mais que o dobro de quem não está contente (27%, contra 12%). A pesquisa também mostrou que 77% dos brasileiros engajados estão prosperando na vida.

muitas empresas levam em conta os custos que esta decisão pode gerar.

“Construída da forma como foi, esta legislação dificulta também a contratação. Além disso, criou uma espécie de ‘zona de conforto’ para funcionários ruins”, acredita o proprietário da Gráfica Clichetec, José Antônio Moscardi. O setor, por sinal, tem parceria com o Senai para a oferta de cursos de capacitação, pois também sofre com a falta de mão de obra. “Temos que contratar

sem experiência e capacitar no chão de fábrica. Isso, claro, exige tempo”, completa Moscardi.

Uma questão mais delicada é o pleno emprego. Maringá é exemplo claro de que a vez do trabalhador chegou, de fato: a Agência do Trabalhador no município oferece semanalmente ao menos mil vagas de emprego, o que no longo prazo facilita a negociação por melhores salários e dá mais segurança financeira para as famílias.

## REPORTAGEM DE CAPA

O pleno emprego traz consigo impactos negativos para o setor produtivo quando esta condição está associada à estagnação econômica. Neste contexto, a já citada falta de qualificação profissional força as empresas a competir pelos melhores funcionários, oferecendo, por exemplo, salários melhores e mais benefícios. Em condições de baixo faturamento, no entanto, esta oferta reduz os lucros das empresas, provocando impactos diretos na capacidade de investimento. Mais uma vez a produtividade é prejudicada.

É bom que se diga que por “investimento” pode-se entender não somente a tomada de recursos em tecnologia. O estabelecimento de parcerias para a oferta de cursos, a contratação de profissionais sem experiência – que serão “formados” dentro da empresa – ou qualquer outra ação ligada à qualificação profissional também devem ser encaradas como investimento. Mas justamente por isso, essas ações também enfrentam os riscos gerados quando o pleno emprego está associado à estagnação. Muitos empresários temem investir na formação de um trabalhador para depois perdê-lo para um concorrente que pode oferecer um salário maior. “Se o empresário oferece a capacitação, e este mesmo funcionário



“A legislação dificulta a contratação. Além disso, criou uma espécie de ‘zona de conforto’ para funcionários ruins”, pondera José Antônio Moscardi, da Clichetec

pede demissão logo depois, entra na conta do prejuízo o tempo que este funcionário dedicou à capacitação e o dinheiro diretamente investido”, contabiliza Scalon.

### Gestão

De todos os fatores geradores da baixa produtividade no país, quanto se pode atribuir de responsabilidade a falhas de gestão? “Fizemos este exercício e percebemos que falhas de comunicação, por exemplo, podem prejudicar seriamente a produtividade na construção civil”, descreve o arquiteto Gil Rosa, da Wegg-CCII. “Implantamos métodos de desburocratização de processos, de valorização de funcionários e de transmissão mais eficiente de informações relativas a projetos. Em alguns casos, determinados processos

ligados a uma obra chegaram a ter ganho de até 15% a 20% no tempo de execução, graças a ações simples, como conversas mais próximas com os operários”, cita Rosa.

Além dos investimentos da classe empresarial, a melhoria do índice de produtividade também depende do poder público, que precisa investir seriamente em infraestrutura – estradas melhores, portos eficientes, extensão de linhas ferroviárias e hidroviárias, por exemplo. De passagem por São Paulo para participar de um Fórum da revista Exame, o economista Dani Rodrik, ex-professor da Universidade de Harvard (EUA) e hoje docente do Instituto de Estudos Avançados de Princeton, avalia como “crítica” a infraestrutura brasileira. “O Brasil está devendo neste quesito”, diz. Para ele, processos de estagnação são naturais e inerentes a todos os países emergentes. Sair desta condição é um desafio que exige investir em capital humano e “em todo tipo de capacidade institucional: governança, lei e regulação. Isso é custoso, exige tempo e não produz resultado econômico rápido”, alerta. ■



A Wegg-CCII implantou métodos para desburocratizar processos e valorizar funcionários, ganhando até 30% no tempo de execução, segundo Gil Rosa

# Mais um empreendimento que faz parte desta história!

A natureza  
precisa de  
espaço.  
É com certeza  
você também!



## PARQUE ITORORÓ

RESIDENCIAL

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



VENDAS



**THEODORADO**  
IMÓVEIS  
4009-2000

AV. XV DE NOVEMBRO, 696 - MARINGÁ - PR  
[www.theodorado.com.br](http://www.theodorado.com.br)

CRECI-3614-J

EXECUÇÃO



CONSTRUTORA  
**TRANSAMÉRICA**

3222-1512  
AV. XV DE NOVEMBRO, 696

FINANCIAMENTO PELA

**CAIXA**  
USE SEU FGTS

**PARCELAMOS  
SUA ENTRADA.  
ÚLTIMAS UNIDADES!**

# O consumidor não valoriza apenas o preço baixo...

Dependendo do segmento, ele privilegia a localização ou a qualidade dos serviços; é o que revela uma pesquisa sobre o perfil do consumidor maringense, encomendada pelo Sebrae e que está disponível para os associados da ACIM

Rubia Pimenta

Qual é o fator mais importante para conquistar um cliente? Localização, preço, qualidade ou atendimento? Uma pesquisa sobre o perfil do consumidor maringense encomendada pelo Sebrae e divulgada no Congresso do Empreendedor, realizado pela ACIM em setembro, mostra que a resposta depende do segmento. E desmistifica ideias de que preço e qualidade são a principal alavanca do negócio.

“Para cada tipo de negócio existem motivos diferentes que levam os consumidores ao estabelecimento. Em alguns segmentos, como padaria, salão de beleza e restaurante, o preço ficou longe de ser o fator mais importante. No entanto, para o comércio de veículos, celulares e calçados, é o ponto primordial”, explica a consultora do Sebrae, Vânia Cruz. Para descobrir o que leva o consumidor a determinado estabelecimento, foram apresentadas 13 opções, como localização, preço, qualidade, variedade, atendimento, amizade com o dono e promoções. A pesquisa teve como objetivo



Kairo da Costa Bento, da Esquina do Pão, tem como principal clientela os moradores da vizinhança; no setor dele, localização é o fator primordial

## Fatores que levam os consumidores às compras

SEGMENTOS	LOCALIZAÇÃO	QUALIDADE	COSTUME	ATENDIMENTO	VARIEDADE	PREÇO	AMIZADE COM DONO/FUNCIÓNARIO	FORMA DE PAGAMENTO	PROMOÇÕES
Panificadora	63,3	31,3	21,2	19,9	13,3	12,4			
Loja de informática	29,9	25,4		22		26,6		18,1	14,7
Materiais de construção	34	17,6		20,7	16,5	32,6		19,7	18,1
Utilidades domésticas	23,8	20,8			24,6	39,7			31,4
Supermercado	47,1	14,1	12,2		21,6	35,2			28,1
Calçados	14,1	26,5		15,4	21,4	36,3		16,9	33,8
Vestuário	13,5	29,1	11,5	14,3	19,2	36,3	3	16,7	36,5
Relojoaria / joalheria	17,8	35,7		21,7	13,2	39,5		13,2	17,1
Móveis e eletrodomésticos	8,8	24,5		17,2	12,6	44,1		23,4	37,9
Farmácia	46,1	10,7	10,3	25,6		38,2		9,3	12,8
Floricultura	41	19,3		27,7	12	30,1			
Loja de decoração	15,3	30,5		30,5	27,1	27,1		15,3	23,7
Revenda de celulares	20	17,6		18,8	12,1	40,6		23	31,5
Concessionária de veículos novos		32,3		29		40,3		25,8	
Loja de veículos usados				21,5	20	47,7		20	
Restaurantes	35,5	45,9		34,5		23,4			
Posto de combustível	56,4	22,8	17,8	25,1		34,3			
Salão de beleza	37	33,7	20,5	31,3		26,2	22,9		
Clínica de estética	23,5	50		41,2		20,6	17,6		
Oficina mecânica	22,7	42,4		28,6		30,5	26,6		
Lan house	56,6			25		22,4			
Laboratório de análises clínicas/ imagens	39,4	35,3		37,2					



(\*) Os consumidores entrevistados foram questionados sobre os quesitos que os levam a escolher determinado estabelecimento para fazer compras em diversos segmentos de negócios. Os entrevistados puderam dar mais de uma resposta. A tabela mostra as respostas que apareceram com maior frequência (em porcentagem) para cada um dos segmentos listados.

FONTE | Pesquisa Comportamento do Consumidor, feita pela Litz Estratégia e Marketing a pedido do Sebrae Maringá

traçar o perfil do consumidor. Para isso, foram entrevistadas, em junho, 622 pessoas, respeitando os critérios de renda, idade, sexo, escolaridade e concentração da população na cidade. Cerca de 30% dos entrevistados afirmaram ter uma renda familiar entre R\$ 1.350 e R\$ 2,7 mil, enquanto 25% estão na faixa de R\$ 2,7 mil a R\$ 4 mil. Cerca de 44% possuem ensino médio completo, enquanto 35,7% moram na região norte da cidade (a mais populosa) e 28,5% no centro.

O levantamento mostra que a localização é o item mais importante para segmentos que fazem parte do

dia a dia do cliente, como supermercado, padaria, farmácia e postos de combustíveis. Já os de bens duráveis, como carro, eletrônico ou celular, o preço e a qualidade falam mais alto. “Não são objetos comprados com frequência e requerem um investimento maior, por isso o consumidor tende a procurar mais”, destaca Vânia.

O empresário Kairo da Costa Bento, proprietário da padaria Esquina do Pão, no Jardim Alvorada, é um exemplo de que para a clientela do tipo de negócio dele, a localização é o ponto principal. Estabelecido na avenida Pedro Ta-

ques, ele conta que a maioria dos clientes é moradora dos arredores da Praça Farroupilha - ou estão de passagem para o trabalho ou para casa. “Comprei a padaria há 10 anos e a localização foi fator primordial para fechar o negócio”.

Preço e promoções são mais relevantes em outros segmentos. Nos setores de vestuário, calçados e utilidades domésticas os entrevistados afirmaram que as promoções geralmente os levam às lojas. “Isso mostra como a comunicação é importante. Os empresários devem privilegiar ofertas com preços especiais, com divulgação e mídia”,

explica Vânia.

O proprietário da Empório Chic, Lincoln Raphael Costa, também na avenida Pedro Taques, concorda com a pesquisa. “Toda vez que anunciamos promoções a loja fica mais movimentada, por isso, mensalmente escolhemos algumas peças com descontos atrativos”, conta. Ele abriu a loja de confecção feminina há um ano e meio e vem apostando na fórmula promoção, preço e qualidade. “Tem dado um retorno acima do esperado”, comemora.

### Qualidade fala mais alto

A qualidade é o quesito mais importante na hora de escolher um salão de beleza, loja de decoração, clínica de estética, oficina mecânica e restaurantes. “São setores onde é necessário ter uma confiança maior sobre o serviço prestado, caso contrário, o prejuízo ou transtorno poderá ser grande ao consumidor, com reflexo na aparência física ou na conservação de um bem como um carro, por exemplo”, diz a consultora.

Aliada à qualidade, a localização é algo que pesa muito para restaurantes e salões de beleza. “As pessoas não se importam de pagar um pouco mais, desde que o produto seja bom e seja perto de casa ou do trabalho”, diz a consultora.

O cabeleireiro Fábio César dos Santos, do Salão Focco, percebe estes fatores entre os clientes. “O salão está localizado na avenida Mandacaru, perto do Mandacaru Boulevard, área de grande movimento, e isso com certeza é um fator que me ajuda”, afirma. No entanto, ele ressalta que se não houver qualidade no serviço, não há fidelização de cliente. “Quando alguém senta na cadeira de corte de cabelo, costumo fazer um trabalho de avaliação do que a cliente quer,



Walter Fernandes

“Para cada tipo de negócio existem motivos diferentes que levam os consumidores ao estabelecimento”, diz a consultora Vânia Cruz, do Sebrae

além de dar dicas do que ficaria melhor para cada pessoa, sob o olhar de um profissional. O objetivo é deixar sempre o cliente satisfeito”.

Uma das peculiaridades do levantamento foi o quesito “costume”, já que um percentual de consumidores respondeu que compra em determinada loja por hábito, mas isto não significa que é possível afirmar que o maringaense é tradicionalista. “Por isso, muitas vezes um empresário novo sofre para

conquistar clientela. Este é um ponto importante na hora de estudar a abertura de um negócio”, alerta.

### Atendimento

Um dos questionamentos feitos aos entrevistados foi a sugestão que eles dariam aos comerciantes de Maringá: 49,7% responderam que é preciso melhorar o atendimento, 36% pediram melhores preços, enquanto que 34,1% pediram vagas de estacionamento.

## SAIBA MAIS



Para ter acesso à pesquisa completa, basta entrar no site da ACIM – [www.acim.com.br](http://www.acim.com.br) – e informar o código do associado



Os consultores do Sebrae também estão disponíveis para dar esclarecimentos. O Sebrae fica na avenida Bento Munhoz da Rocha, 1116



Na próxima edição, a Revista ACIM traz mais uma reportagem com dados da pesquisa, mostrando as carências de cada região da cidade

# Última Chance

*para você adquirir seu terreno em um Condomínio Horizontal, dentro da cidade e com ótima localização.*



VINHEDO  
Residencial  
\*\*\*\*\*



CONDOMÍNIO  
RESIDENCIAL  
AZALEIA  
PARK

Últimas Unidades

Entrada R\$ **26.370\*** a partir de Parcelas R\$ **2.399\*** a partir de



Condomínios dentro da cidade;



Conforto e Segurança para sua Família;



Fibra ótica, Rede de Gás, Portaria 24h, Área de Convivência.



Venha conhecer essa grande oportunidade em nosso Show Room na Av. Horácio Racanello, 5200 e conheça as excelentes opções de financiamento.

[wegg.com.br](http://wegg.com.br)

(44) **3028-3589**



**WEGG-CCII**  
LOTEAMENTOS - CONSTRUÇÃO - INCORPORAÇÃO

Segurança e garantia desde 1976.

\* Valores da entrada e das parcelas referentes a unidade 32 do Condomínio Horizontal Vinhedo. Sujeito a aprovação de crédito pela instituição financeira.

“Quase metade dos entrevistados ressaltaram o atendimento como quesito a ser melhorado. Isso mostra o quanto o empresário deve investir na capacitação da equipe, tanto na educação ao atender, como em fornecer informações”, explica Vânia. O estacionamento é outro ponto que chama a atenção. “O estresse do trânsito e a dificuldade para estacionar têm se tornado um empecilho para conquistar novos clientes. Quem oferece comodidade, tende a sair na frente”, frisa.

A pesquisa aponta ainda que pouco mais de um quarto dos consumidores fizeram compras fora de Maringá nos últimos 12 meses. O consumo externo, no entanto, chega a 44% entre o público mais jovem, entre 16 e 39 anos, e pertencente a classes de maior renda. Os produtos mais consumidos fora de Maringá foram roupas, presentes e calçados.

**Serviço:** a pesquisa sobre o perfil do consumidor estará disponível no [www.acim.com.br](http://www.acim.com.br) para que os associados possam acessar o estudo completo

## Onde estão as famílias com maior renda?

Conforme revela a pesquisa sobre o perfil do consumidor de Maringá, a região onde estão concentradas pessoas com maior poder aquisitivo em Maringá (acima de 20 salários mínimos) é a Zona 38 (Conjunto Habitacional Inocente Vila Nova Júnior e arredores). Em seguida, com renda familiar entre 10 e 20 salários mínimos, estão o Jardim Novo Horizonte, Jardim Imperial, Centro, Zona 7 (próximo ao Estádio Willie Davids), Zona 5 e Zona 40 (avenida Luiz Teixeira Mendes). Todas as demais áreas são habitadas, em sua maioria, por famílias com até 10 salários mínimos.

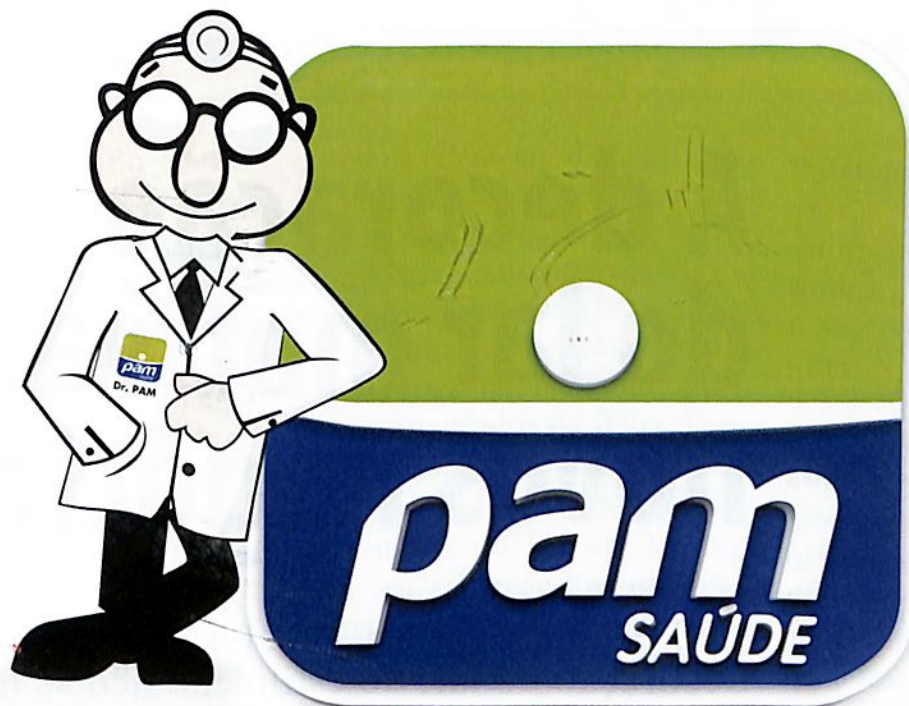
A consultora do Sebrae, Vânia Cruz, ressalta que os dados devem ser cruzados com a área onde o estabelecimento está fixado e o público-alvo. “Estes dados são importantes na hora de saber qual produto oferecer ao cliente. Não adianta abrir uma loja refinada em

um bairro onde as pessoas não têm muito poder aquisitivo. O mesmo vale para a situação contrária: como abrir um salão de beleza com preços populares em uma vizinhança de bairro nobre?”, explica.

O empresário Kairo da Costa Bento, da Esquina do Pão, concorda com a avaliação. Quando adquiriu a padaria, ela estava com aspecto abandonado e tinha poucos fregueses. “Nas proximidades da Praça Farroupilha há moradores com renda bastante variada. Vimos como o comércio na região estava crescendo e por isso fizemos uma grande reforma, tornando o local mais receptivo. Também investimos na qualidade, com panificação própria, oferecendo produtos frescos. Tudo isso sem alterar os preços. Procuramos deixá-lo em uma faixa acessível à maioria. A fórmula deu certo”, comenta. ■



Fábio César dos Santos, do Focco: salão está instalado em local de grande fluxo de pessoas, mas se não houver qualidade do serviço, não há fidelização



ANS - Nº 31526-5

**DESTAQUE NACIONAL NA PESQUISA REALIZADA  
PELA ANS QUE AVALIA A SATISFAÇÃO DO CLIENTE.**

**FIQUE EM DIA COM SUA SAÚDE > FAÇA JÁ SEU PLANO.**

### Planos familiares e empresariais

Conheça os diferenciais do plano:

- ▶ + 30 hospitais credenciados;
- ▶ Rede própria - I.M.I.;
- ▶ Medicina preventiva para cuidar da sua saúde e bem estar;
- ▶ + 400 médicos;
- ▶ Parcerias de descontos com diversos segmentos no comércio;
- ▶ Praticidade por reunir em um único local, Clínica Própria, Odontologia (Inter.a), Farma Pam e Assístcare (centro de diagnóstico);
- ▶ Atendimento personalizado.

**SUA SAÚDE E SUA  
EMPRESA MERECEM  
ESTES CUIDADOS.**

**Planos  
empresariais  
a partir de  
3 pessoas  
com preços  
especiais.**

Maringá: 44 3218-1515 | Cascavel: 45 3322-5150  
Campo Mourão: 44 3017-0051 | Ubatã: 44 3543-4186



facebook.com/pamsaude10

www.dr pam.com.br

Rosângela Gris

O bom desempenho da construção civil nos últimos anos trouxe reflexos importantes a áreas relacionadas ao setor, como o mercado de decoração. Até o fim deste ano os brasileiros devem gastar R\$ 5,4 bilhões com a compra de artigos para decoração da casa, um crescimento de 8% em relação a 2012. De acordo com pesquisa da Pyxis Consumo, ferramenta de dimensionamento de mercado do Ibope Inteligência, o consumo per capita desses produtos deverá ser de R\$ 33,17, ante os R\$ 31,01 apurados no ano passado.

Essa disposição dos consumidores em investir no lar atraiu investidores e disseminou o segmento de decoração. Até bem pouco tempo, *bergères*, mesas em estilo veneziano, cristais e porcelanas eram trazidos do exterior e podiam ser encontrados em algumas capitais brasileiras. Hoje os maringenses, por exemplo, não precisam mais se deslocar até grandes centros para garimpar novidades para decorar seus lares.

Só neste ano pelo menos quatro lojas abriram as portas na cidade. Entre os endereços recentes para quem está atrás de peças e móveis está a da Viviane Martinez Home. Embora empreste o nome à loja, a arquiteta e designer de interiores, com escritórios em Maringá e São Paulo, não é a mentora do empreendimento. Quem idealizou e está à frente do requintado negócio é a filha dela, Ana Paula Martinez.

“Dei o nome da minha mãe porque ela está há anos no mercado, tem muitos clientes e isso facilita a divulgação”, explica a empresária, que conta com a ajuda materna apenas na hora de fazer as compras da loja, embora tenha familiaridade

# A decoração do lar motiva novos negócios

Empresários apostam em móveis e artigos para decoração do lar; do estilo clássico às fibras naturais da China e do Vietnã, há opções para todos os tipos de gostos e bolsos



Ana Paula Martinez ia apostar somente em e-commerce, mas diante da sugestão de clientes, a Viviane Martinez Home conta com um showroom

de sobra com esse universo. Desde os seis anos a jovem acompanha o trabalho da mãe e, hoje, se divide entre a administração do empreendimento e as aulas do 4º ano do curso de Arquitetura.

A loja inaugurada no início deste ano surgiu na internet e se “materializou” um mês depois de iniciar

as atividades. “A ideia inicial era ser apenas um negócio e-commerce, com vendas para todo o Brasil”, revela Ana Paula. A empresária foi persuadida a mudar de ideia pelos insistentes apelos de clientes, que queriam ver as peças e conhecer o estoque.

Num primeiro momento, o

## Importante é viver bem e confortavelmente

Realizar o sonho de viver bem e com conforto são os aspectos mais importantes em um projeto de decoração, na opinião do designer de interiores Celidônio Chagas. E o melhor é que isso é possível sem gastar muito. "Existe público para todos os gostos, estilos e orçamentos. E hoje é possível encontrar peças clássicas, orientais, contemporâneas e de designers assinados para todas as classes sociais. Cabe ao profissional ajustar o orçamento doméstico aos desejos e prioridades do cliente", diz.

De acordo com Chagas, o mercado está aberto para todos os estilos e tendências, como jamais esteve. Há uma infinidade de opções de materiais e liberdade para criações. Para as famílias modernas, a indicação é uma decoração contemporânea com aparatos

tecnológicos. "A decoração da casa é um resultado do estilo de vida de seus moradores", define.

Outro fator importante é que os ambientes sejam projetados para suas funções. "O *living* deve ser receptivo, a cozinha prática e higienizável e o quarto aconchegante e relaxante. É claro que a estética deve ser a palavra-chave para todos, levando principalmente em consideração o *modus vivendi* de quem os habita e utiliza".

**"A decoração da casa é um resultado do estilo de vida de seus moradores", define o designer de interiores Celidônio Chagas**

showroom foi montado em salas comerciais na rua Neo Alves Martins, alugadas para servir de depósito às mercadorias, e depois transferido para um espaçoso, e agora charmoso, barracão na avenida Cerro Azul. O elegante ambiente reúne uma infinidade de peças decorativas como pratarias, abajures, luminárias, caixas, cómodas, esculturas, espelhos e portas retratos. O estilo clássico, o preferido de Ana Paula, predomina.

A maioria das peças é importada da França e da Tailândia. "Existem algumas peças-chaves que transformam o ambiente, só é preciso saber compor e mesclar acessórios", ensina. Para provar a teoria na prática, a futura arquiteta e sua equipe de profissionais promove a "transformação" sem custo adicional.

"É comum as pessoas gostarem de um produto e ficarem na dúvida se encaixa na decoração. Para facilitar, vamos até a residência do cliente, levamos os itens escolhidos e montamos o ambiente mesclando com os objetos que ele tem. A visualização ajuda na decisão", revela.

Essa estratégia também é adotada pelo casal Fabiano e Patrícia Xavier, proprietário da recém-inaugurada Laccase Artes e Móveis, especializada em artigos clássicos. O cliente que visita a loja na avenida Gastão Vidigal e se encanta com uma das mobílias expostas pode levar o objeto de desejo para casa e certificar-se que combina com seu lar antes de fechar negócio. Dada a riqueza de detalhes e o glamour conferido pelo onipresente dourado aos aparadores, cómodas, poltronas e jogos de mesa, é fácil entender porque o índice de aprovação supera o de reprovação.

Além de móveis, o catálogo de produtos da Laccase oferece à re-

quintada clientela - das classes A e B - porcelanas, exclusivos espelhos com molduras venezianas, tapetes e luminárias. A exemplo da Viviane Home Martinez, entre os principais fornecedores da Laccase estão os franceses. Há também muitos produtos importados da Itália, Egito, Cazaquistão e da China.

A proprietária da Laccase assegura que há público em Maringá para seu empreendimento. Essa certeza vem de experiência própria. Na condição de cliente, não foram poucas as frustrações na busca por mobílias requintadas para sala de estar, quartos e demais cômodos. Diante da falta de opções no mercado, a solução era investir em restauração, processo moroso e dispendioso.

"Da mesma forma que eu, acredito que muitas outras pessoas adeptas dos clássicos tinham dificuldade para encontrar esse tipo de mobília. Foi por isso que resolvemos investir no segmento e, felizmente, o retorno do primeiro mês foi bem positivo", diz.



Walter Fernandes

## Do clássico ao 'rústico'

O empresário Eduardo Watfe é outro que está satisfeito com o público que visita a Organne diariamente, principalmente após a instalação em novo endereço. Há pouco mais de um mês a loja de móveis em fibras naturais e madeira se instalou na avenida Carlos Borges - porém o showroom anexo ao depósito, localizado na avenida Morangureira, continua à disposição da clientela. O novo endereço, segundo o proprietário, agrada pelo acesso rápido e fácil, pela tranquilidade da região e, principalmente, pela disponibilidade de estacionamento.

Mas o principal atrativo da Organne está na beleza e no altíssimo padrão de qualidade dos móveis e vasos importados da China e do Vietnã. Os móveis em fibra natural - ecologicamente corretos - encantam a clientela. As fibras também estão presentes em acessórios modernos, como lustres e cúpulas de abajur e espelhos.

Os móveis de madeira em linhas retas e cores quentes fazem sucesso entre quem busca descontração no ambiente, enquanto os vasos vietnamitas de porcelana e cerâmica são



Walter Fernandes

**Eduardo Watfe abriu a Organne em um segundo endereço: "a demanda cresceu nos últimos anos porque as pessoas querem morar bem"**

praticamente unanimidades entre os clientes.

Há quatro anos no mercado de decoração, Watfe vê o segmento num momento positivo. "A demanda cresceu nos últimos anos porque as pessoas querem morar bem, sonham com um lar aconchegante e bonito. E hoje é possível encontrar mobílias e peças decorativas para todos os bolsos. Claro que a qualidade e a exclusividade influenciam no preço", diz.

Outro motivo apontado pelo empresário para a expansão do segmento é a profissionalização do decorador e designer de interiores. "O número de profissionais cresceu no mercado, bem como a procura por eles em busca de soluções e projetos para otimização de ideias e espaços", opina o empresário.

## Entre tecidos

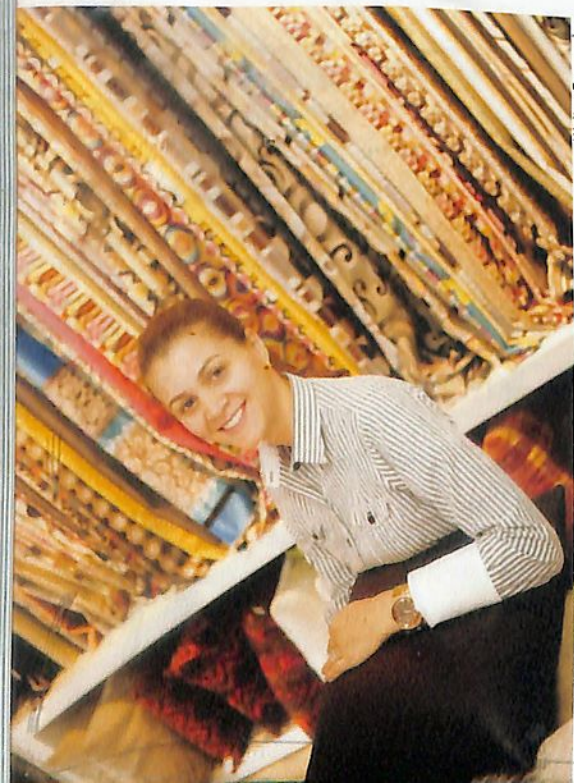
Depois de quase 20 anos de "anônimo", Graziela Sossai enfim encontrou o momento oportuno para dar a desejada visibilidade à sua produção de cortinas, almofadas e tapetes. Há pouco mais de

três meses, ela inaugurou a Cashmere, loja de tecidos e acessórios para decoração, estrategicamente localizada na avenida São Paulo, próxima a showrooms de algumas construtoras.

O interior da loja é forrado por tecidos nacionais e importados. "Há cores, texturas e modelos para todos os tipos de decoração", assegura a proprietária, que, além de vender o tecido e fabricar o produto, oferece o serviço de instalação. "Entregamos a cortina pronta e instalada, de acordo com o gosto de cada cliente".

Sobre as tendências, Graziela diz que a preferência da maioria é por cortinas "mais finas" e persianas - mais práticas. Mas ainda há adeptos de cortinas "encorpadas" com várias camadas, clássicos que dão imponência ao ambiente. "Essa mudança de estilo deixou a decoração mais acessível. Acredito que isso justifica o crescimento do segmento. Com uma cortina diferente, um tapete e algumas almofadas dá para mudar o ambiente. Trocar o estofamento de cadeiras ou de um sofá é outra alternativa para quem quer mudar a decoração sem gastar muito", ensina a empresária, que não cobra pelo serviço de consultoria e também está otimista com o negócio. ■

**Graziela Sossai produz cortinas, almofadas e tapetes; a Cashmere foi inaugurada há três meses estrategicamente próxima a showroom de construtoras**



Walter Fernandes

# DE QUEM ALUGA PARA QUEM ALUGA

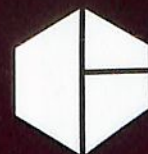
PROCURANDO OU OFERTANDO, VOCÊ PODE CONFIAR.



Tanto para quem busca quanto para quem coloca um imóvel para alugar, há uma coisa em comum, a escolha pela **Granado Imóveis - João Granado**. Quem aluga com a gente sempre sai satisfeito e confiante de ter feito um bom negócio.

Hoje, temos orgulho em dizer que nossa carteira de clientes aumentou consideravelmente nos últimos anos, o que facilita, e muito, a vida de quem procura o imóvel perfeito.

Já para quem quer deixar o imóvel nas nossas mãos, temos tido excelentes resultados, cada vez mais rápidos e seguros. Alugue sem dor de cabeça. Venha direto para a **Granado Imóveis - João Granado**.



**GRANADO  
IMÓVEIS**  
JOÃO GRANADO

44 **4009-1999**  
GRANADOIMOVEIS.COM.BR  
RUA ARTHUR THOMAS, 252





APONTE A  
CÂMERA DE  
SEU CELULAR  
PARA O CÓDIGO.

# Moinho Vermelho Buffet

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

44 3262 5000 / 3026 5960 / 3026 8707 | Maringá - Paraná



# Natal com prêmios, concurso de decoração e muito mais

Atendendo os comerciantes, ACIM e Sivamar realizam campanha promocional com sorteio de três automóveis, e novamente são os promotores do Concurso de Decoração de Natal; programação deste ano inclui mais de cem atrações

**Giovana Campanha**

A notícia agradará consumidores e comerciantes: a campanha de Natal realizada pela ACIM e Sivamar neste ano contemplará três consumidores com veículos Classic, da Chevrolet. O sorteio de prêmios da campanha era uma reivindicação dos lojistas, para ser um atrativo para as compras. Pedido feito, pedido atendido.

O lançamento comercial da campanha "Natal com presentão 2013" foi na sede da ACIM no dia 24 do mês passado. Na ocasião foram apresentados os pacotes de adesão à campanha. São três as opções, com valores a partir de R\$ 500 e que incluem cupons, bandeirolas, cartazes e tags de preços, além de urnas.

A campanha funcionará da seguinte forma: cada R\$ 70 de compras efetuadas entre 9 de dezembro e 7 de janeiro nas lojas participantes garantirá um cupom – cada loja terá sua própria urna. Serão sorteados na ACIM 30 consumidores, que ganharão uma chave. Destas 30 chaves, três ligarão o automóvel. O sorteio do grupo dos primeiros dez consumidores que receberão as chaves será em 20 de dezembro, e no dia 27 eles tentarão ligar o automóvel. Em 10 de janeiro serão sorteados mais 20 consumidores, que no dia 18

SE VENDER NO NATAL JÁ É BOM,  
VENDER COM PREMIAÇÃO É MUITO MELHOR!

**NATAL  
COM PRESENTÃO  
2013**

3 CARROS 0 KM PARA CONSUMIDORES,  
PREMIAÇÃO EM DINHEIRO PARA VENDEDORES,  
GRANDE CAMPANHA DE DIVULGAÇÃO  
E PREÇOS IMPERDÍVEIS!

1 CUPOM A CADA  
R\$70,00 REAIS  
EM COMPRAS



**SORTEIO DE 3 CARROS PARA CONSUMIDORES**  
3 AUTOMÓVEIS CHEVROLET CLASSIC 4 PORTAS 1.0 BRANCO 2013/2014

**3 PRÊMIOS  
DE R\$2.000  
PARA VENDEDORES**

tentarão ligar os dois últimos carros da campanha. “Queremos fazer um Natal inesquecível”, afirma o presidente do Conselho do Comércio e Serviços da ACIM, Mohamad Ali Awada Sobrinho.

A divulgação da campanha será feita por meio de outdoor, comerciais de TV, anúncios em jornais e emissoras de rádio, carros de som, além de mídias digitais e mobile.

### Mais de 100 atrações

O período de Natal em Maringá também terá outras atrações. Dos tradicionais presépios e casinha do Papai Noel a inéditas encenações teatrais e concertos musicais, não vão faltar opções para um público estimado em 300 mil pessoas na programação natalina. O Natal Ingá 2013 terá mais de cem apresentações, de acordo com a programação divulgada em 10 de outubro, na ACIM.

Cerca de 80% dos eventos desta edição serão viabilizados por meio da Lei Rouanet (lei de incentivo à cultura), por meio do fomento e incentivo do Instituto Cultural Ingá (ICI), organizador da campanha ao lado da Prefeitura de Maringá. Sete projetos, com mais 70 apresentações previstas, receberão R\$ 754 mil de patrocínio, através de renúncia fiscal de 11 empresas.

Entre os projetos viabilizados por meio da Lei Rouanet está o Auto de Natal de Maringá. O espetáculo será encenado em cinco datas na praça da Catedral, no Jardim Alvorada e na praça do antigo aeroporto. Além disso, seu palco será um grande Presépio aberto ao público que ficará instalado na praça da Catedral.

Os recursos da Lei Rouanet viabilizarão também três concertos da Orquestra Filarmônica da UniCesumar, seis apresentações do Som da Banda, 11 apresentações de “Um

natal diferente: com muito cheiro de boneco e gente”, entre outras atrações.

O Papai Noel chegará à cidade em 30 de novembro, mesma data em que começará a funcionar a Vila do Papai Noel, instalada na praça Napoleão Moreira da Silva. A programação completa poderá ser conferida em breve no [www.natalinga.com.br](http://www.natalinga.com.br).

### Horário especial

Como acontece anualmente, em dezembro o comércio de rua tem o horário de atendimento prolongado para facilitar as compras de Natal e fim de ano. Pelo acordo firmado entre os sindicatos patronal e laboral do comércio varejista, Sivamar e Sincomar, respectivamente, o comércio de rua poderá atender até as 22 horas entre 9 e 20 de dezembro, de segunda à sexta-feira. Nos três primeiros sábados do mês (dias 7, 14 e 21), a jornada se estenderá até as 18 horas. Já na véspera de Natal (dia 24), o expediente será até as 18 horas para o comércio e supermercados. No dia posterior ao Natal e ao Ano Novo (dias 25 de dezembro e 2 de janeiro) as lojas abrirão a partir das 12 horas.

Os shoppings de Maringá também terão horário especial nos dias 24 e 31 de dezembro, quando as lojas funcionarão das 8 às 18 horas e as operações da praça de alimentação até as 18 horas. Nos dias de Natal e Ano Novo os shoppings estarão fechados. E em 26 de dezembro e 2 de janeiro as lojas abrirão das 14 às 22 horas e a praça de alimentação a partir das 12 horas.

### Serviço

Para mais informações e adesão à campanha “Natal com presentão 2013”, os telefones são (44) 3225-5551, 3025-9595, 3026-4444 e 9972-5620.

## Concurso de Decoração de Natal

Seis categorias serão premiadas no Concurso de Decoração de Natal ACIM 2013. Até 13 de dezembro qualquer pessoa física residente em Maringá e pessoas jurídicas associadas à ACIM ou ao Sivamar podem se inscrever gratuitamente no concurso, que neste ano tem uma categoria inédita, a de presépios. As categorias são: Concurso Supermercados Cidade Canção de Decoração de Vitrines; Concurso Bombril de Decoração de Shoppings; Concurso Bombril de Decoração de Prédios Comerciais; Concurso Bombril de Decoração Externa de Edifícios Residenciais; Concurso Meleus de Decoração Externa de Residência; e Concurso Cocamar de Decoração de Presépios.

O julgamento será em 16 e 17 de dezembro, sendo analisados pelo júri os seguintes quesitos: criatividade, originalidade, harmonia e iluminação. A entrega da premiação será em 20 de dezembro. Os três primeiros colocados de cada categoria ganharão de R\$ 500 a R\$ 2 mil em produtos, mais troféu. As inscrições podem ser feitas na sede da ACIM ou em [www.acim.com.br/natal2013](http://www.acim.com.br/natal2013). O concurso é uma realização da ACIM e Sivamar, com apoio do ACIM Mulher, Sicoob, Unimed e Noroeste Garantias. E patrocínio da Bombril, Cocamar, Meleus e Supermercados Cidade Canção.

# UM NOVO JEITO DE PRESENTEAR



VEUVE CLICQUOT  
TANTAN 750 ml + 4 TAÇAS



VEUVE CLICQUOT  
PONSABINE 750 ml + 2 TAÇAS



VEUVE CLICQUOT  
FASHIONABLE 750ml  
Especial box (correção)



VEUVE CLICQUOT  
BRUT 750 ml  
Clicq up cooler



VEUVE CLICQUOT  
PONSARDINE BRUT 750 ml  
Especial box (correção)



VEUVE CLICQUOT  
BRUT 750 ml  
Fridge cooler



VEUVE CLICQUOT  
ROSÉ 750 ml  
Fridge



VEUVE CLICQUOT  
ROSÉ 750 ml  
Clicq'up cooler



VEUVE CLICQUOT  
ROSÉ KIT SHAKKEI PACK 375 ml  
02 TAÇAS



CONFIRA Nossos  
**PREÇOS**

# GRANDES NOVIDADES



JOHNNIE WALKER  
BLACK LABEL 1000ml



JOHNNIE WALKER  
GOLD LABEL 750ml



JOHNNIE WALKER  
PLATINUM 750ml



ROYAL SALUTE 21 ANOS 700ml



CHIVAS 18 ANOS 750ml



CHIVAS 12 ANOS 1000ml



JACK DANIEL'S  
TENNESSEE 1000ml



JACK DANIEL'S  
GENTLEMAN JACK 1000ml

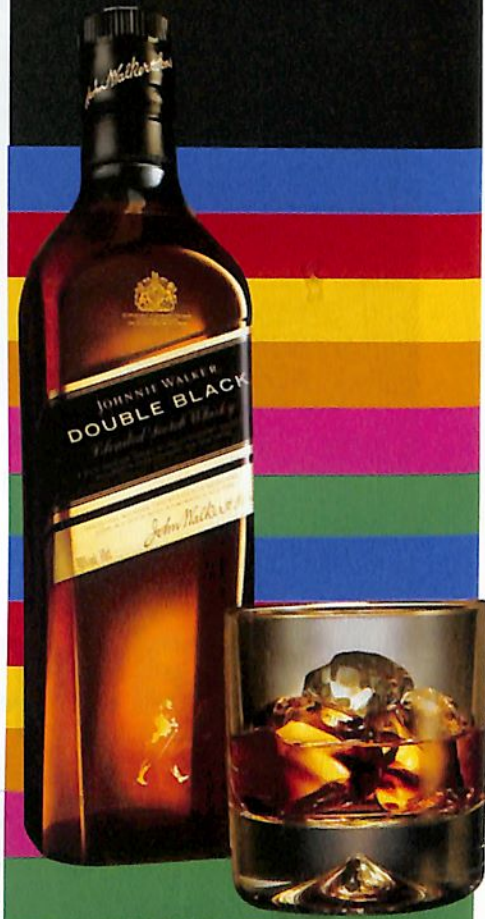


JACK DANIEL'S  
SINGLE BARREL COM 2 COPOS 750ml

RECOMENDADO


JOHNNIE WALKER DOUBLE BLACK não pode ser resumido como uma versão de JOHNIE WALKER BLACK LABEL. A produção é artesanal, feita em pequenos lotes, principalmente a partir de whiskies de destilarias da costa oeste escocesa. O resultado é ainda mais intenso: um novo whisky, cheio de caráter e profundidade de sabor.


JOHNNIE WALKER DOUBLE BLACK traz um sabor proveniente de barris de carvalho profundamente carbonizados, elevando ao ápice o final defumado, a clássica assinatura de JOHNIE WALKER.



Johnnie Walker  
*Double Black*  
750ml

[adegabrasil.com](http://adegabrasil.com)

 @AdegaBrasil

 @facebook.com/adegabrasilmaringa

# ADEGA BRASIL®

Ivan Amorin



Ao voltar do Japão, Sérgio Fugishima pretendia abrir um restaurante ou lanchonete, mas encontrou em um estacionamento uma boa oportunidade de negócio: "mercado mal explorado"

# Vagas para que te quero

Com a terceira maior frota de veículos do Estado, trânsito de Maringá vive o pesadelo da falta de vagas e prejudica lojistas que não oferece esta comodidade; mas o que é problema pode virar um bom negócio

**Jary Mércio**

O maringáense Sérgio Fugishima voltou há dois anos de uma temporada de trabalho no Japão disposto a fazer em Maringá um curso ligado à cozinha para mais tarde abrir uma lanchonete ou um restaurante. Mas antes de escolher

entre os vários cursos de culinária e gastronomia oferecidos na cidade, Fugishima viu que o ramo dos estacionamentos era um negócio de futuro numa cidade de muitos carros, grandes avenidas por onde esses carros podem circular, mas poucos lugares onde os veículos podem ficar parados por uma hora ou mais.

Depois de um período como gerente local da Estapar, maior empresa de gestão de estacionamentos da América do Sul, Fugishima resolveu abrir o próprio negócio no ramo. "Percebi que o mercado de estacionamentos era e ainda é mal explorado em Maringá, devido à percepção equivocada que tanto

o empresário quanto o cliente têm dos preços e dos custos”.

A aposta do empresário tem se mostrado acertada. Afinal, Maringá tem uma frota de 280.916 veículos registrados entre carros, motos, caminhões e ônibus, a terceira maior do Paraná em termos absolutos (só perdendo para Curitiba e Londrina) e a segunda maior na relação com o número de habitantes (perde para a capital do estado). E a cidade ainda conta com poucas casas comerciais com estacionamentos, e o estacionamento como negócio em si ainda é um terreno a ser explorado.

Fugishima, que abriu o primeiro estacionamento há um ano e 8 meses, na rua Santos Dumont, nas proximidades do centro médico, e

hoje comanda um segundo estabelecimento do ramo na avenida Brasil, observa que os potenciais empreendedores desse ramo na cidade abandonam a ideia assim que colocam na ponta do lápis os custos com aluguel de terreno, funcionários e a renda que podem obter a partir dos preços “baixos demais” praticados no mercado local. “Já o motorista muitas vezes prefere deixar o carro na rua, correndo todos os riscos advindos dessa situação, do que pagar de R\$ 4 a R\$ 6 por hora, um preço que ele considera caro”.

“Ou seja”, diz o empresário, “o possível empreendedor do negócio de estacionamento não vê o potencial do mercado, não vê que a frota está aumentando, que daqui

a pouco vai faltar vaga e os preços vão subir a níveis próximos aos praticados em Curitiba (cuja média é de R\$ 10); e o possível cliente, por outro lado, ainda acha caro o preço cobrado hoje para colocar seu carro em lugar seguro”.

De olho no futuro, Fugishima não tem do que se queixar do atual momento que vivem seus dois estacionamentos. Graças a um trabalho de “formiguinha” realizado antes de abrir cada um dos estabelecimentos, e mantido depois, ele firmou convênio com 45 empresas das proximidades, o que, juntamente com o cliente avulso, garante a utilização das 50 vagas de um dos seus estacionamentos, por exemplo, por cerca de 150 a 200 carros/dia. “São 1,3 mil vagas disponíveis em

EM DEZEMBRO,  
MARINGÁ IRÁ  
EXPERIMENTAR O  
MARAVILHOSO E VOCÊ  
É O NOSSO GRANDE  
CONVIDADO.

  
**três riche**  
CONFEITARIA



[www.tresriche.com.br](http://www.tresriche.com.br)  
[www.facebook.com/tresricheconfeitaria](https://www.facebook.com/tresricheconfeitaria)  
instagram: @tresricheconfeitaria

Avenida Presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira, 1187  
Fone: (44) 3226-3333/87010-440 / Zona 02 / Maringá/PR

rotatividade, ocupadas por 1,2 mil carros. Ainda está longe de ser uma ocupação plena, mas já paga todos os custos com sobra para investimento em melhorias e, principalmente, garante minha permanência em um mercado promissor”.

“Mas para isso é preciso trabalhar duro”, destaca Fugishima: “abro às 6h30 e fecho às 21 horas, ofereço serviços adicionais como a lavagem ecológica, sem produtos químicos e que gasta apenas 15 litros ao invés dos 150 litros da lavagem comum. Essa lavagem, por exemplo, me dá menos lucro do que simplesmente ocupar o lugar para estacionar mais carros, mas é um serviço que ofereço para conquistar e manter minha clientela”.



Walter Fernandes

**Ao mudar de endereço, faturamento da Macaco Marinho aumentou 30%; “muito desse crescimento se deve a uma maior facilidade para encontrar estacionamento”, diz Gislaine Cristina Felipe**

### 30% a mais nas vendas

A falta de estacionamento próprio – ou de convênio com um estacionamento próximo – é um dos fatores de desistência da compra, por parte do consumidor, em Maringá. Do início de 2010 até junho deste ano, tempo em que funcionou na avenida Tiradentes, a Macaco Marinho, loja de confeções para meninos de 1 a 16 anos, sofreu com a falta de local onde os clientes pudessem deixar os carros. “Tínhamos convênio com um estacionamento, mas ninguém usava porque ficava um pouco longe”, conta a gerente, Gislaine Cristina de Lima Felipe. “E o que agravava o problema era que a região em que estávamos não estava incluída na área do EstaR (sistema de estacionamento na rua, pago por hora à municipalidade e gerenciado pela prefeitura através da Secretaria de Trânsito). Então as pessoas que trabalhavam nos prédios por perto deixavam seus carros o dia inteiro parados, o que praticamente anulavam as chances

de alguém encontrar uma vaga por sorte”.

Em junho, com a mudança da loja para a rua Santos Dumont, dentro da área de abrangência do EstaR, a situação mudou. “Nossas vendas cresceram cerca de 30% e sabemos, pelo relato dos clientes, que muito desse crescimento se deve a uma maior facilidade para encontrar estacionamento nas imediações da loja”, conta.

Com a unidade local inaugurada há um mês, a Simonetto Móveis Planejados - rede nacional com estabelecimentos em dez estados do país e no Paraguai - tratou de eliminar a falta de estacionamento da lista de preocupações. “Temos, unicamente para os nossos clientes, vagas para o estacionamento de oito carros médios”, conta a projetista e vendedora Karen Saessa Hasse. “Isso já é um modelo das lojas da rede.”

### Vagas públicas

Com a proposta de ajudar a resolver o problema da falta de estacionamento na região central de Maringá, disciplinando e racionalizando o uso dos espaços públicos para a permanência de veículos por intermédio de um sistema de rodízio, o EstaR Maringá iniciou as atividades no final de 2001. Com os primeiros 34 agentes orientadores formados, o EstaR começou oferecendo 2 mil vagas no centro. Em 2002, com 110 agentes, a área de cobertura passou a ser de 3,7 mil vagas e atualmente, o EstaR conta com 60 agentes orientadores e uma cobertura de 3.922 vagas na área central. As últimas medidas para proporcionar mais vagas foram a implantação temporária de 222 vagas no terreno da antiga rodoviária de Maringá e mais 458 no terreno entre as avenidas João Paulino Vieira Filho e Horácio Racanello Filho.

# ARQUITETURA DE RESULTADO

praxida

NOVA WORLD IMPORTADOS, SHOPPING AVENIDA CENTER.



**Julianne Higa**

arquiteta

**44 3222 8622**

RESIDENCIAIS • COMERCIAIS • INTERIORES

**MB7**  
ENGENHARIA

VER PORTFOLIO COMPLETO EM [www.mb7.eng.br](http://www.mb7.eng.br)



PASSARELA AVENIDA CENTER



IBIS BUDGET

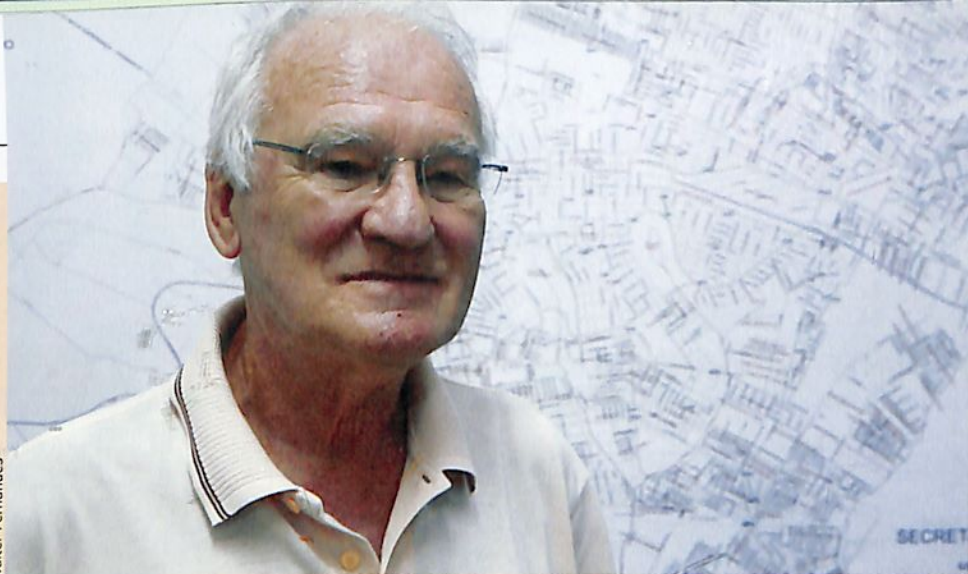


PROJETO RESIDENCIAL

O preço cobrado pelo estacionamento rotativo em Maringá praticamente dobrou em junho deste ano, passando de R\$ 0,8 para R\$ 1,5 a hora, e hoje iguala-se ao preço praticado em Curitiba – em Londrina e Foz do Iguaçu, os motoristas pagam R\$ 1,2 por hora.

O tempo máximo permitido para estacionamento do veículo em uma mesma vaga, quadra ou canteiro central é de duas horas. Há um tempo de cortesia de 30 minutos, mas que não é cumulativo com o tempo do cartão. Os veículos estacionados em desacordo com a regulamentação são notificados através da emissão do aviso/auto de infração, que são passíveis de regularização no prazo de 10 dias úteis a partir da data da emissão. As multas cobradas por hora irregular são as seguintes: 1 hora, R\$ 6; 2 horas, R\$ 10,5, e acima de 2 horas irregulares, R\$ 15. A fiscalização da área de EstaR funciona de segunda a sexta das 9h às 16h30 e aos sábados, das 9h às 12h.

“O EstaR está entre as ações possíveis do poder público para minorar o problema da falta de estacionamentos na cidade. Evidente que não resolve, porque sua área não cresce como cresce o número de veículos da cidade”, diz o secretário municipal de Trânsito, Ademar Schiavone. “São mil veículos que entram em circulação a cada mês, em média, em Maringá. São nada menos do que cinco quilômetros a mais, todo mês, de vias entupidas na cidade. Mas é claro que estamos sempre em busca de amenizar o problema e, nesse caso, é muito importante que a sociedade participe e seja ouvida”, diz o secretário.



Walter Fernandes

“Mil veículos entram em circulação a cada mês. São nada menos do que cinco quilômetros a mais de vias entupidas”, afirma Ademar Schiavone

## Prefeitura quer criar mais vagas

A mais recente iniciativa da prefeitura para diminuir o problema da falta de estacionamentos em Maringá foi o envio de um projeto de lei, pelo prefeito Carlos Roberto Pupin, estabelecendo novas diretrizes e obrigações para os proprietários de edificações, sejam elas de natureza comercial, industrial, de prestação de serviços ou residenciais. Encaminhado à Câmara em 27 setembro, o projeto de lei pretende alterar o artigo 80 da Lei Complementar nº 910/2011.

O projeto do Executivo, se aprovado pela Câmara, obriga que residências isoladas, geminadas, kitnet e apartotéis possuam uma vaga individual para cada unidade. Os edifícios de apartamentos deverão ter área privativa para estacionamento com um mínimo de uma vaga e um máximo de quatro vagas por unidade, de acordo com a metragem.

Os edifícios de escritórios e de prestações de serviço variadas devem oferecer uma vaga para cada 100 metros quadrados; agências bancárias, lojas de departamentos, centros comerciais e shoppings centers, uma vaga para cada 25 metros quadrados; hipermercados, supermercados e

estabelecimentos hospitalares, uma vaga para cada 40 metros quadrados; estabelecimentos de ensino superior, uma vaga para cada 5 metros quadrados da área total das salas de aula.

O projeto de lei também disciplina as vagas dos shoppings centers por atacado. O documento do Executivo ressalta que os estabelecimentos comerciais, na maioria dos casos, podem oferecer vagas em terrenos que não sejam necessariamente de sua propriedade, mas que atendam ao fim a que se destinam, quanto às dimensões e proximidade do respectivo estabelecimento comercial.

“A ideia é aumentar o número de estacionamentos para evitar que os carros sejam estacionados na rua, atravancando ainda mais o trânsito. Se aprovada, a alteração na lei vai beneficiar a cidade como um todo”, destaca o secretário municipal de Trânsito, Ademar Schiavone. Até o fechamento desta edição, o projeto não havia sido analisado pela Câmara. (O prefeito de Maringá convidou o vereador Ideval de Oliveira para assumir a Secretaria de Transportes, mas até o fechamento desta edição Schiavone continuava ocupando a pasta). ■

IMPORTAMOS DE LONDRES ALGO MUITO VALIOSO:  
O PRÊMIO DE OPERADOR PORTUÁRIO 2013  
PELO LLOYD'S LIST GLOBAL AWARDS.



A Portonave foi reconhecida como o operador portuário de maior destaque em 2013 pelo Lloyd's List Global Awards, importante premiação da indústria da navegação. Uma conquista que comprova que quando se investe em infraestrutura, serviços de qualidade e responsabilidade socioambiental, os resultados aparecem. Essa é a Portonave, uma empresa que tem a competência como marca.

Lloyd's List Awards  
Global | 2013  
Winner  
Port Operator Award



[portonave.com.br](http://portonave.com.br)



**PORTONAVE**  
COMPETÊNCIA PORTUÁRIA.

Fernanda Bertola

As festas natalinas, virada do ano e trocas de presentes não são motivos de comemoração apenas para o comércio varejista. Este é o período do ano que também impulsiona as empresas especializadas em brindes, que têm trabalho extra para atender principalmente as empresas que vão presentear colaboradores, parceiros e clientes para reforçar a marca.

Na SirPrize, empresa de brindes criada dentro da agência AnimaLamps, o volume de negócios chega a aumentar 80%. Os produtos mais pedidos são *squeezes*, canecas, ecobags, entre outros, feitos a partir de ideias pensadas pela empresa e pelo cliente. “Fim de ano é sempre uma loucura para as empresas de brindes e por aqui não é diferente. É gritante a mudança de comportamento no segundo semestre se comparado ao primeiro. O telefone não descansa e os e-mails com solicitações de orçamento não param de chegar”, conta a gerente comercial da SirPrize, Ana Maria Cimadon Garcia.

Neste ano a expectativa é alcançar ainda mais clientes, por causa de mais e melhores parcerias firmadas com fornecedores que produzem os brindes. Este é um mercado que necessita de renovação e da oferta de novidades, o que requer novas parcerias – no momento os materiais mais solicitados têm seguido a linha dos ecológicos e verde-amarelo, por causa dos eventos esportivos que acontecerão no país nos próximos anos. “Mas sempre há clientes para comprar a boa e velha caneta promocional, como tem crescido muito o número de clientes com problema e objetivo específicos, e que deixam sob nossa responsabilidade montar a estra-

# Fim de ano é uma festa (de bons negócios)

Os últimos meses do ano aquecem o mercado de brindes e lembranças corporativas; aumenta também a procura por chácaras para locação, principalmente entre as empresas que fazem confraternização e as famílias que querem comemorar o fim do ano



“É gritante a mudança de comportamento no segundo semestre. O telefone não descansa e os e-mails com solicitações de orçamento não param de chegar”, conta Ana Maria Garcia, da SirPrize

tégia que atenderá à necessidade”, comenta.

Cada projeto leva em conta os objetivos de comunicação e o perfil do público-alvo. “Nesse caso, contar com o *know-how* de uma agência de publicidade no mercado há quase 20 anos faz diferença”, reforça Ana Maria.

Foi a própria necessidade dos clientes que motivou a abertura da SirPrize. “Frequentemente surgiam ideias de brindes ousados e diferentes, mas ninguém sabia como produzi-los. Essa limitação criava um obstáculo à criatividade e aos resultados das ações de marketing. Afinal, para lançar um produto, montar um kit de brinde ousado para a imprensa ou instigar clientes em potencial é bem importante”, conta.

Outra estratégia para garantir o crescimento e auxiliar os clientes é indicar planejamento. Por causa do aumento da demanda nos meses finais de ano, muitos pedidos são feitos em cima da hora e para evitar a correria, a SirPrize orienta os clientes a incluir a estratégia de brindes nos planejamentos estratégicos de comunicação. “Planejar brindes para o ano todo, levando



Walter Fernandes

**Rafaela Gonçalves Cardoso Pereira, da Neocup Acrílicos: “chegamos a aumentar a produção em torno de 30%, o que significa de 20 a 30 mil unidades a mais por mês”**

em conta as datas comemorativas, e ter alguém que pense especificamente nisso certamente trará resultados muito positivos para a imagem da empresa”, garante Ana Maria.

#### **Clientes de outras regiões**

A Neocup Acrílicos é outra empresa que comemora a chegada do fim de ano, quando os principais clientes promovem eventos de confraternização e formaturas. “Chegamos a aumentar a produção em torno de 30%, o que significa de 20

a 30 mil unidades a mais por mês”, conta a sócia da empresa, Rafaela Gonçalves Cardoso Pereira.

A empresa fabrica copos, taças e baldes em acrílico, que podem ser personalizados - o pedido mínimo é de 30 unidades e o copo simples custa R\$ 2,8.

As vendas neste ano estão melhores ainda do que em 2012, quando em agosto e setembro os pedidos cresceram 50%. E isso tem aumentado o prazo de entrega dos pedidos: de cinco dias úteis para sete dias úteis.



Walter Fernandes

**Leonardo Conradini e Alysso Rossei da Silva fundaram a Central Chácaras, que oferece chácaras para locação: procura acirrada no fim do ano e diárias mais caras**

## MERCADO

Na Neocup a maioria dos clientes é de fora de Maringá – há encomendas para serem despachadas para Goiás, Rondônia, Espírito Santo e Rio de Janeiro. Rafaela, que é formada em Publicidade e Propaganda, conta que o curso a ajudou detectar o mercado a ser explorado. E comprova as possibilidades de crescimento no setor, tanto que a Neocup tem três anos e soma sete funcionários.

### Lazer

Com as festas de fim de ano até o setor imobiliário sai ganhando. Prova disso é a Central Chácaras, empresa que nasceu para atender através de seu portal ([www.centralchacaras.com.br](http://www.centralchacaras.com.br)) quem procura imóveis de lazer e hospedagem para locação. A ideia surgiu dos sócios Alysso Rossei da Silva e Leonardo Corradini, que perceberam esta demanda na época em que cursavam faculdade de Turismo.

Esses imóveis geralmente são procurados para confraternizações familiares, corporativas e religiosas e para a hospedagem de convidados de formaturas e casamentos. O portal da empresa conta com mais de 80 opções entre chácaras e salões para eventos – alguns contam com piscinas, churrasqueiras e salões de festas, com capacidade para receber quantidades variadas de pessoas.

Em períodos de alta temporada, de novembro a fevereiro, todas as chácaras são locadas. “Faltam imóveis para clientes que não reservam com antecedência”, afirma Corradini. Para não correr o risco de não encontrar a opção ideal, a recomendação é que a procura pelo imóvel se inicie até seis meses antes da data desejada para o evento.

Mas quando a Central Chácaras começou a funcionar, a realidade



Walter Fernandes

**Geziele Berico de Oliveira, do Sonho de Arte de Ateliê: agenda lotada para os quatro primeiros meses de 2014 e encomendas agendadas para entrega em 2015**

## Casamentos e aniversários geram encomendas o ano todo

Atendendo principalmente aniversários e festas de casamento, a proprietária do Sonho de Arte de Ateliê, Geziele Berico de Oliveira, tem demanda de trabalho o ano todo.

Os produtos mais pedidos pelos casais são as caixas para bem-casados, lembrancinhas e toalhas bordadas, além de convites - tudo feito à mão. Para os aniversários, o ateliê fornece marmitinhas para docinhos, minibloquinhos para pintura, potinhos para doces, mini-hidratantes decorados, entre outros.

Como os produtos são

artesanal, os preços variam conforme o grau de dificuldade de confecção, mas Geziele garante que são acessíveis. “Considerando todos os gastos que as pessoas têm com esses eventos, não querem comprometer mais dinheiro, mas também gostam de oferecer lembrancinhas aos convidados”, diz.

Prova de que esse segmento não sofre sazonalidade é que o ateliê está com a agenda cheia para os quatro meses de 2014. “Não dá para aceitar nenhuma encomenda para este período. E já temos pedidos para 2015, principalmente para casamentos”.

era bem diferente. “Quando alguém queria alugar uma chácara ou um salão, precisava bater de porta em porta para ver se o proprietário alugava ou através de indicações”, lembra Corradini. O serviço, além de um bom negócio para os locatários, também trouxe benefícios para

os donos das propriedades. Existem imóveis em que a diária custa até R\$ 3 mil. “A locação por dia resulta em um alto valor agregado. Às vezes, o proprietário chega a receber por um fim de semana o aluguel equivalente a um mês de locação de um bom imóvel residencial”, afirma Silva. ■



# VIVER COM QUALIDADE. O MELHOR INVESTIMENTO.



**SOLARIS**  
CLUB RESIDENCE



**2<sup>OU</sup> 3<sup>1</sup>** SUITE  
DORM.

ÁREA TOTAL  
**108m<sup>2</sup>**

Rua Garibaldi, 50  
Vila Nova

Solaris Residence: Registro de Imóveis  
1º Ofício Maringá nº 98.849



**brisas**  
*Bella Città*



**2<sup>OU</sup> 3<sup>1</sup>** SUITE  
DORM.

ÁREA TOTAL  
**112m<sup>2</sup>**

Av. Londrina, 934  
Zona 8

Brisas Bella Città: Registro de Imóveis  
2º Ofício de Maringá nº 54.624



**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

Vendas:



Construção e Incorporação:



Referência de Qualidade



QUANDO REQUINTE, BOM GOSTO E SOFISTICAÇÃO  
SE ENCONTRAM, NASCE UM AMBIENTE IDÉLLI.



# BREVE EM MARINGÁ

JÁ ESTAMOS ATENDENDO. CONSULTE NOSSO REPRESENTANTE.

44 **9871 0767** | 44 **3046 3310**



Nossa marca está voltada para atender um consumidor exigente, inteligente, de ótimo padrão e que valoriza produtos de qualidade. Fabricamos produtos que reúnem design, inovação e qualidade com um preço altamente competitivo, o que faz com que tenhamos um grande potencial de mercado para o seu negócio.



**IDÉLLI**

A M B I E N T E S

IDEELLI.COM.BR

# Incentivo para os pequenos participarem de licitações

Programa Compra Maringá desmistifica a modalidade para ampliar a participação de micro e pequenas empresas e fortalecer a economia local; ação é fundamentada na Lei Geral, que garante vantagens específicas para os pequenos

**Graziela Castilho**

O empresário Marcelo Leme, da Linda Li Viagens e Turismo, encontrou nas compras públicas mais um nicho de mercado para explorar. Atualmente os contratos por licitação correspondem a 3% do faturamento da empresa, mas ele faz planos de aumentar este percentual. “Pretendo ampliar porque é vantajoso e os pagamentos ocorrem em dia”, garante.

No momento a empresa administra contratos com a Fundação Cesumar, Prefeitura de Mandaguari e Prefeitura de Jaguapitã.

**“Com mais empresários preparados para atender o nível de exigência dos editais, aumentará a participação de empresas locais nesse mercado”, comenta Cláudio Serrato, do Sebrae**

Embora o desafio seja atingir uma rentabilidade sustentável, porque preço é fator competitivo em processos licitatórios, Leme percebe muita vantagem no relacionamento com o cliente. “As pessoas compram pelo processo licitatório para viagens a trabalho, mas também fazem compras diretas para via-

gens particulares e, mesmo com o fim do contrato, continuam como clientes”, comenta satisfeito.

Apesar das vantagens, micro e pequenas empresas, produtores rurais e microempreendedores individuais ainda percebem a modalidade de compras públicas



Walter Fernandes



Walter Fernandes



Marcelo Leme, da Linda Li Viagens e Turismo, pretende aumentar o faturamento com as compras públicas: “é vantajoso e os pagamentos ocorrem em dia”

como um “bicho de sete cabeças”, pois acreditam que ganhar um processo licitatório é praticamente impossível. A ideia de que há muita burocracia, etapas criteriosas e alta concorrência são fatores que reforçam esse pensamento e provocam o desinteresse dos empresários por tais oportunidades.

Para desmistificar essas ideias, com vistas a estimular o desenvolvimento dos municípios, o Sebrae/PR e a Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap) lançaram em outubro o Programa Compra Maringá. O objetivo é fomentar e ampliar a inserção dos pequenos negócios no mercado de compras públicas e governamentais. Em Maringá, a iniciativa conta com a parceria da ACIM, entre outras entidades.

O consultor do Sebrae/PR, Cláudio Serrato, explica que na fase inicial o programa propõe identificar, por meio de pesquisas, o potencial das compras públicas no município. Para isso, 70 entidades que compram nessa modalidade foram identificadas em Maringá e convidadas a responder a pesquisa, que coletou informações como a quantidade de compra anual e o cronograma de editais.

Empresas de micro e pequeno porte também participaram de pesquisa para verificar o interesse e as dificuldades que enfrentam para se tornarem fornecedoras. “O resultado permitirá definir estratégias de capacitações para preparar as empresas e dar estímulos para que percebam as compras públicas como um amplo mercado

## Passos importantes para concorrer em compras públicas



- 1 A empresa precisa estar legalmente constituída e regular** em suas responsabilidades fiscais e tributárias
- 2 Verificar como deve se cadastrar em órgãos compradores** para se tornar um possível fornecedor e acompanhar a abertura de editais
- 3 Observar, no edital, os benefícios conferidos** às micro e pequenas empresas
- 4 Averiguar se tem capacidade estrutural** para atender a demanda do processo licitatório
- 5 Ter produto ou serviço de qualidade** para atender o padrão de exigência do edital
- 6 Praticar preço competitivo**, uma vez que as entidades compradoras privilegiam a opção mais econômica
- 7 Gestão empresarial estruturada** para gerenciar o contrato

Wellington Vainer

de oportunidades. O programa também orientará os compradores a aplicarem as vantagens asseguradas por lei aos pequenos negócios”, diz Serrato.

O levantamento de informações sobre o mercado comprador, que deve ser feito anualmente, também visa compor um banco de dados sobre o potencial da modalidade no município. “Este será um grande diferencial, porque ao demonstrar o volume de compras, produtos e calendário dos editais por meio da internet, o empresário terá mais facilidade para tomar conhecimento, aumentando as possibilidades de concorrer e de se tornar fornecedor”.

Serrato destaca ainda que o Compra Maringá tem por base o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, conhecido como Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, que entrou em vigor em 2006. O motivo é que a lei traz um capítulo exclusivo que favorece micro e pequenas empresas no que diz respeito às compras públicas.

Mesmo assim, o consultor do Sebrae/PK avalia que ainda é pequeno o volume de empresários do município e região que participam dos certames. A falta de informação, para Serrato, é o motivo que leva muitos empresários a não tentar atuar como fornecedores de entidades públicas ou governamentais.

“Não podemos impedir que empresas de todo o país participem dos processos licitatórios que abrem no município, mas podemos capacitar micro e pequenas empresas para aproveitarem essas oportunidades. Com mais empresários preparados para atender o nível de exigência dos editais, natural-



Segundo o secretário Gilton Domingues Bonneau, 60% dos fornecedores da prefeitura são de Maringá e região: pagamento rigorosamente em dia

mente aumentará a participação de empresas locais nesse mercado”, argumenta.

### Compradores

Do total de 70 entidades compradoras em Maringá, duas se destacam pelo volume de compras: a prefeitura e a Universidade Estadual de Maringá (UEM) que, somente em 2012, gastaram cerca de R\$ 391 milhões e R\$ 52 milhões, respectivamente, com compras públicas.

O secretário de Recursos Materiais, Abastecimento e Logística de Maringá, Gilton Domingues Bonneau, informa que o valor gasto pela prefeitura foi utilizado para adquirir quase 10 mil itens, mais os produtos destinados a obras. Para isso, foram abertos 438 processos licitatórios (sem contar os editais de obras), sendo que 80% estavam enquadrados na modalidade de pregão presencial, favorecendo as empresas locais.

“Há espaço para aumentar a participação das micro e pequenas empresas nas compras públicas. Atualmente, cerca de 60% dos fornecedores da prefeitura são de Maringá e região, mas esse número pode ser maior. As empresas só precisam se preparar para concorrer”, avalia Bonneau. Ele acrescenta que muitos empresários pensam que o processo é burocrático ou que os órgãos não pagam direito. “São pensamentos errados, a Prefeitura, por exemplo, paga rigorosamente em dia”, frisa.

O diretor de Material e Patrimônio da UEM, Carlos Sakyama, conta que a instituição compra desde linha de costura até equipamentos destinados ao Hospital Universitário (HU). Para isso, em 2012, foram abertos 445 editais nos diversos tipos de modalidade de compras públicas, como pregão eletrônico e presencial, tomada de preço e licitação.

O diretor pontua que o fato da

instituição ser de ensino e pesquisa, utiliza muitos equipamentos importados que precisam de manutenção. “Não há empresa em Maringá que possa nos atender nesse quesito. Hoje, o mercado tende à segmentação e, por isso, acredito que o Compra Maringá também pode contribuir para identificar essas lacunas no município e estimular mais competitividade”, afirma.

### Fornecedores

Para a Silicon Brasil Componentes, a participação em compras públicas foi um divisor de águas. A proprietária, Emily Costacurta Scarati, conta que a empresa existe há 11 anos, mas estava parada por questões financeiras. Há um ano, ela comprou o empreendimento e fez cursos sobre licitação na ACIM. Hoje, a empresa tem dez contratos em vigência e uma equipe específica para articular processos licitatórios.

“Todo o faturamento da empresa parte de contratos licitatórios e essa estratégia tem feito grande diferença”, assegura Emily. A empresária diz que a Lei Geral tem sido significativa para vencer muitas licitações e que a maior dificuldade está na parte técnica dos produtos, porque as instituições compradoras apresentam exigências distintas em cada edital.

No caso da Tricolândia, o desafio é praticar preços baixos, mantendo a qualidade do produto. Há 30 anos no mercado, a empresa despertou para as compras públicas há cinco anos, estimulada por convites de funcionários públicos. “É difícil encontrar empresa de armarinhos na região que concorra em licitações, por isso, nos incentivaram. Geralmente, disputa com empresas de outras localidades”, comenta a

empresária Cibele Nagao.

Atualmente, 5% do faturamento vem de contratos de compras públicas. De acordo com a empresária, embora o retorno financeiro

## Lei Geral prevê vantagens para pequenos negócios

A Constituição Federal, por meio da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa e das Leis 8.666/1993, 10.520/2002, 11.326/2006, 11.947/2009, confere tratamento diferenciado, simplificado e favorecido para micro e pequenas empresas e produtores rurais.

No caso da Lei Geral, um dos benefícios é a possibilidade de apresentar toda a documentação exigida para comprovação de regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição. Ao vencer o certame, a micro ou pequena empresa tem assegurado o prazo de dois dias úteis, que podem ser prorrogáveis por igual período, para a regularização da documentação.

Já em caso de empate com uma média ou grande empresa, a Lei Geral dá preferência de contratação para a micro ou pequena empresa melhor classificada, quando a proposta de preço fica até 10% superior da ganhadora e, na modalidade de pregão, o percentual pode ser de até 5%. Nos dois casos, a pequena empresa deve fazer uma proposta de preço que cubra o valor da grande empresa.

Além disso, há benefícios

adicionais, que dependem da regulamentação local, como: participação exclusiva de micro e pequenas empresas em contratações de até R\$ 80 mil; subcontratação de micro e pequenas empresas, desde que não exceda a 30% do total licitado; e aquisição de bens e serviços de natureza divisíveis com cota de até 25% dos itens licitados para contratação de micro e pequenas empresas.

O consultor do Sebrae/PR, Cláudio Serrato, alerta, porém, que todos os critérios de tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas só se aplicam quando estiverem descritos na convocação do processo licitatório.

Em relação à merenda escolar, vale destacar que a Lei Nº 11.947/2009 determina que no mínimo 30% dos alimentos devem ser comprados diretamente de agricultores familiares, sem licitação. No entanto, os preços devem ser compatíveis com os de mercado, a qualidade deve atender as normas de controle e o produtor precisa ter condições de emitir documentos fiscais. A regra abrange compras de todas as escolas públicas e filantrópicas do país.

ainda não seja tão significativo, a modalidade garante maior poder de compra e, com isso, também consegue competitividade para as vendas diretas. ■

Rosângela Gris

A partir deste mês a ACIM e o Instituto Cultural Ingá disponibilizam um novo serviço: o cartão Vale + cultura, cujo lançamento foi em 29 de outubro, em solenidade realizada no Teatro Calil Haddad e prestigiada pelo secretário executivo do Ministério da Cultura (MinC), Henilton Menezes. O benefício concedido pelo governo federal é ofertado através da parceria com a Cooper Card, operadora do cartão da região de Maringá.

Os trabalhadores poderão usar os R\$ 50 do cartão pré-pago para comprar ingressos para festas populares, espetáculos de artes cênicas e música, exposições e cinemas. Livros, CDs, DVDs e instrumentos musicais também podem ser comprados com o Vale-Cultura. O crédito é acumulativo e a portaria não incluiu TV por assinatura e games.

Qualquer empresa que empregue trabalhadores com carteira assinada pode se credenciar. O vale mensal beneficiará prioritariamente o trabalhador que recebe até cinco salários mínimos. O desconto no salário varia de R\$ 1 a R\$ 5. Para os empregados que ganham acima de cinco salários mínimos, o desconto pode chegar a R\$ 45.

Em Maringá, o benefício pode alcançar 120 mil trabalhadores e a projeção de novos negócios é estimada em R\$ 6 milhões. “Os dados têm como base os números do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), que apontam uma população economicamente ativa de 204,3 mil trabalhadores com carteira assinada, e do Sebrae, que diz que 60% desse total tem média salarial inferior a cinco salários mínimos”, explica o diretor comercial e de marketing da Cooper Card, Silvio Domingues.

Como incentivo ao empregador, as empresas tributadas com base no lucro real que aderirem ao Vale-Cultura

# ACIM apresenta Vale-cultura

Programa do governo de incentivo à cultura dá R\$ 50 aos trabalhadores para ser gastos com ingressos de espetáculos, cinemas; parceria com CooperCard possibilita às empresas locais oferecer o benefício



## Produtos e serviços do Vale-cultura

PRODUTO/SERVIÇO	TIPO DE AQUISIÇÃO
Artesanato	peça
Cinema	ingresso
Curso de artes, audiovisual, circo, dança, fotografia, música, teatro e literatura	mensalidade
Disco-áudio ou música	unidade
DVD	unidade
Escultura	peça
Espectáculo de circo, dança, teatro e musical	ingresso
Equipamentos de artes visuais	unidade
Equipamentos e instrumentos musicais	unidade
Exposições de arte	ingresso
Festas populares	ingresso
Fotografia, quadros e gravuras	unidade
Livros	unidade
Partituras	unidade
Revistas	unidade
Jornais	unidade

FONTE | Ministério da Cultura

podem abater a despesa do Imposto de Renda em até 1% do tributo devido. As empresas baseadas no lucro presumido ou inscritas no Simples também podem participar. O governo federal não cobrará encargos sociais sobre os R\$ 50 do vale.

O superintendente da ACIM, João Paulo Silva Junior, vê o cartão como uma importante ferramenta de Recursos

Humanos. “O índice de rotatividade é muito alto, o que gera custos aos empresários. O Vale-Cultura é um benefício que proporciona qualidade de vida, e um trabalhador feliz e satisfeito produz mais e não pensa em trocar de emprego”, diz.

Para saber mais e oferecer o cartão aos funcionários, o empresário deve ligar para 0800-6009595.



orgulho de ser  
**SICOOB**  
metropolitano

**SICOOB METROPOLITANO** foi eleito como uma das melhores Empresas para Trabalhar no Brasil, na categoria Pequenas e Médias Empresas (de 100 a 999 colaboradores) em 2013.

17º no ranking Nacional  
7º no ranking Estadual

Sicoob Metropolitano, valorizando o patrimônio dos cooperados e cuidando da felicidade de seus colaboradores!

# O novo garoto – presidente – da Bombril

Aos 36 anos, Marcos Scaldelai é o novo presidente da Bombril, empresa que fabrica mais de 500 produtos de limpeza doméstica. Ele assumiu o cargo em setembro depois de ter integrado a diretoria comercial e de marketing da empresa, rejuvenescendo a comunicação com os consumidores. Formado em Comunicação Social pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e com MBA em Gestão de Negócios e Tecnologia pelo IPT, Scaldelai iniciou a carreira em 1997 na ACNielsen, depois passou pela empresa de alimentos General Mills e ocupou o cargo de diretor de Marketing e P&D do Grupo Bertin.

Scaldelai esteve em Maringá no final de setembro para participar do Congresso do Empreendedor, promovido pela ACIM, dias depois de ter sido anunciado o novo presidente da companhia. O executivo concedeu a seguinte entrevista à Revista ACIM:

**A campanha mulheres evoluídas, estreladas por Marisa Orth, Dani Calabresa e Monica Iozzi, reposicionou a Bombril como líder de segmento de higiene e limpeza no país. Qual era o objetivo da campanha?**

Em 2010 quando começamos estudar o movimento da classe média percebemos que nossa linguagem precisava ser diferente. A Bombril precisava rejuvenescer. Não nos comunicávamos com essa mulher mais jovem e ativa que estava indo para o mercado de trabalho. Essa mulher queria escutar uma mensagem em que o homem a ajudasse nos serviços domésticos, então a Bombril levantou essa bandeira e tratou isso com humor.

**Essa campanha gerou certa polêmica. Isto comprometeu a imagem da empresa?**

Para a Bombril não comprometeu, porque quando colocamos a campanha no ar não tínhamos ideia de que poderia acontecer uma polêmica, até porque não estávamos incentivando a briga entre os sexos. Estávamos expondo com bom humor uma realidade do país. A gente foi tão feliz com a ideia, porque cada homem que passou a reclamar nas redes sociais ou de qualquer outra

forma via um batalhão de mulheres se defendendo, dizendo: olha no comercial de cerveja podem colocar mulheres de biquíni, agora quando aparece uma empresa de produto de limpeza dizendo que é preciso ajudar na limpeza eles reclamam. Não tínhamos ideia de que pudesse acontecer qualquer tipo de movimentação dos homens, porque o conteúdo era uma brincadeira que qualquer casal faz, qualquer conversa de amigos tem, mas se tornou um problema em relação aos poucos homens que passaram a reclamar e isso se tornou positivo, porque a campanha gerou mais de 28 milhões de comentários nas redes sociais.

**A internet atrapalha o marketing das empresas, ao expor mais as marcas a críticas e opiniões?**

A internet realmente facilitou um tipo de crítica, mas ao mesmo tempo deu muita velocidade para explicar os porquês que a empresa pensou naquilo ou desenvolveu aquela campanha.

**A substituição da censura pela era do poder tem afetado o mercado publicitário?**

Vai se sobressair aquele que pensa “fora da caixa” e para isso é preciso correr

risco, mas sem tentar ferir o marketing. Hoje, infelizmente, acredito que muitas empresas gostariam de se comunicar de uma forma diferente e acabam se fechando por medo.

**Você acabou de assumir a presidência da Bombril. Quem é o público da Bombril e como se comunicar com ele?**

Sou presidente há poucos dias e vou continuar o trabalho de rejuvenescimento da marca. Estamos em busca de consumidoras de 25 a 45 anos, que responsáveis pela renda da família. Temos obrigação não apenas de ajudar esta consumidora no processo de limpeza, mas colocar a marca como parte da família.

**O garoto propaganda da Bombril foi extinto?**

Não, ele nunca foi extinto. Estrategicamente ouvimos das pessoas para rejuvenescer a marca, porque quando a consumidora vê o Carlos Moreno já pensa em esponja de aço. Isto era prejudicial para a Bombril, porque queríamos mostrar a amplitude da linha de produtos e o Carlinhos foi afastado. Mas ele já voltou. Precisávamos mostrar que a Bombril é muito mais do que o Carlinhos, muito mais que esponja de aço.



Walter Fernandes

# APOSENTADORIA IMOBILIÁRIA ADEMILAR.



	PREVIDÊNCIA PRIVADA*	CONSÓRCIO DE IMÓVEIS ADEMILAR
<b>INVESTIMENTO MENSAL</b>	R\$ 658,33	R\$ 658,33
<b>TAXA DE CARREGAMENTO MENSAL</b>	2%	NÃO HÁ
<b>TAXA DE ADMINISTRAÇÃO MENSAL</b>	3%	0,1%
<b>ÍNDICES DE REAJUSTE ANUAL</b>	5,84% IPCA**	7,12% INCC**
<b>PRAZO</b>	180 MESES	180 MESES
<b>TRIBUTAÇÃO REGRESSIVA</b>	15%	NÃO HÁ
<b>RENDIMENTO TOTAL LÍQUIDO</b>	R\$ 146.686,28	R\$ 280.581,13
<b>RENDIMENTO MENSAL</b>	<b>R\$ 321,68</b>	<b>R\$ 1.683,49***</b>

\*Valores de previdência calculados tendo como base o Fundo VGBL, conservador, com 15 anos de contribuição e 38 anos de renda mensal. \*\*Índice referência do período acumulado de janeiro a dezembro de 2012. \*\*\*Valor aproximado do aluguel do imóvel tendo como referência o índice de 0,6% sobre seu valor total, conforme cálculo praticado pelo mercado.

## A VIDA RENDE MAIS PARA QUEM TEM ADEMILAR.

A Aposentadoria Imobiliária Ademilar rende mais que uma previdência privada. Além de poder receber os benefícios antes do fim do plano e multiplicar seus rendimentos, você ainda terá um patrimônio, um imóvel seu. Entre no nosso site e conheça esse jeito moderno e seguro de investir numa vida que renda muito mais.

ademilar.com.br  
44 3026-2000

**ADEMILAR**  
consórcio de imóveis  
O investimento da sua vida

# Por um fim de ano sem deslizes

Em um piscar de olhos você estará comprando o presente do amigo secreto e escolhendo a roupa para a festa da empresa, mas não é porque é uma festa que você terá que usar roupas extravagantes e mostrar desenvoltura no funk

Muito antes de se imaginar com os pés na areia, contemplando o mar azul e curtindo merecidas férias, você vai comer alguns panetones, dar e receber presentes e celebrar o fim do ano com os amigos e isso inclui o pessoal do trabalho, é claro. Mas nada é tão simples, ao combinar o conceito que cada um tem de festa ao universo profissional, é possível que alguns exageros aconteçam.

O melhor para que sua imagem de bom profissional não seja maculada é fugir das possíveis gafes. E isso se torna mais fácil se você não esquecer que está em um ambiente corporativo. Mesmo que a confraternização seja em um clube, bar, hotel ou restaurante, nada de abusar de bebidas alcoólicas, usar roupas extravagantes ou mostrar desenvoltura no funk. Por favor, tenha o bom senso como aliado.

Por respeito aos colegas, principalmente por quem organizou o evento, vá e aproveite do começo ao fim. Se arrume bem, de acordo com o local, o horário e o tipo de comemoração – churrasco, pizzaria ou jantar formal, por exemplo – e vá de bom humor. Nada de querer dar uma passada rápida ou se munir de desculpas para sair cedo demais. Muito menos fazer “hora extra” em plena festa: nada de falar de trabalho, nem pedir aumento de salário ou uma promoção.

Como tradição, o ponto alto da festa é a tradicional brincadeira de amigo secreto. Um momento de descontração, engraçado para alguns, um verdadeiro desastre para outros.



Walter Fernandes

O drama começa em participar ou não. Mesmo não sendo obrigatório, é de bom tom que todos participem. Sim, é preciso ter uma pitada de bom humor e boa vontade, afinal acontece apenas uma vez por ano. Porém, quem realmente não quiser entrar deve ter a vontade respeitada, afinal cada um sabe o tamanho do seu bolso.

E tudo pode parecer ainda pior se o papel escolhido entre tantos ter impresso o nome do chefe. Antes de se entregar ao desejo de trocar de amigo, pare e pense que nenhum chefe espera um presente caro de um funcionário. Primeiro, fica a cargo da equipe que organiza definir um valor confortável para todos. Resolvido isso, tenha em mente o ditado que diz que qualidade é

sempre melhor do que quantidade. Nesse caso, uma pequena caixa de bombons finos pode agradar mais do que uma caixa de chocolates tamanho família, mesmo que custe o mesmo preço.

O melhor da brincadeira é tentar descobrir quem é quem pelas pistas apresentadas, dar boas risadas e trocar pequenas lembranças. Dentro desse espírito, não fique comparando presentes, medindo se teve lucro ou prejuízo. Aqui, ganha quem quer confraternizar e não simplesmente ganhar. Sendo uma festa, sorria muito, fale com todos, conte piadas leves, use roupa de festa, coma bem, divirta-se, mas pegue leve.

**Dayse Hess** é jornalista especializada em Design de Moda

## CULTURA EMPRESARIAL



### VALE A PENA OUVIR

Rubia Pimenta - jornalista



**Ney Matogrosso** - Ney Matogrosso interpreta Cartola (ao vivo)

Um dos melhores cantores da Música Popular Brasileira interpreta canções do genial Cartola. Em 2002, Ney desejava apenas fazer quatro shows em homenagem ao grande sambista, mas o trabalho ganhou tanta repercussão que virou uma turnê por todo o país, rendendo a gravação deste CD. As músicas ganharam versões com toques originais, sem desfigurar as composições de Cartola. CD irresistível com 12 clássicos de Cartola, como "As rosas não falam" e "Cordas de aço".



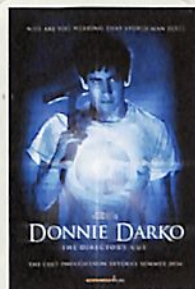
**The Beatles** - Rubber Soul

No sexto álbum de The Beatles o quarteto deixa as canções adolescentes, como "Help", para dar início a uma fase mais poética e experimental. No disco há músicas com balanço, lembrando a primeira fase, como "Drive my car" e "Run for your life", além das tradicionais baladinhas de Paul McCartney, como "Michelle". Neste álbum estão as primeiras canções mais reflexivas de John Lennon, como "Nowhere man". Musicalmente o disco é inovador, trazendo cítaras e influências gregas, além de cravo e solo barroco.



### VALE A PENA ASSISTIR

Alan Brumate - Analista de redes - especialista em TI



**Donnie Darko** - Richard Kelly (2001)

Donnie (Jake Gyllenhaal) é um adolescente problemático, diagnosticado com esquizofrenia, que contesta ideias de professores, dos pais e da psicanalista. O drama do filme acontece com as constantes visões de um coelho de tamanho humano, que ajudam Donnie a entender e contestar os valores da sociedade e a própria vida. Propõe um debate sobre os valores educacionais, religiosos, familiares, fim do mundo e viagem no tempo através de obras de física e de uma professora fora dos padrões (Drew Barrymore).



**Balada do amor e do ódio** - Alex de la Iglesia (2010)

O filme é uma trágica e sangrenta história de uma trupe de artistas de circo e se passa anos após a Guerra Civil Espanhola. O menino Javier (Carlos Areces) vê o pai, que era palhaço, e outros artistas do circo irem para a guerra. Anos mais tarde Javier se torna um palhaço e vai trabalhar no mesmo circo de Natalia (Carolina Bang) e de seu namorado machista, Sergio (Antonio de la Torre). Forma-se um triângulo amoroso que vai levar a cenas de sedução, ciúmes e violência.



### O QUE ESTOU LENDO

Vanda Munhoz - jornalista

Fernando Sabino  
**A faca de dois gumes**

**A faca de dois gumes**

Fernando Sabino  
Editora Record  
2002

A obra, com linguagem direta, conta a história do advogado Aldo Tolentino, que descobre a traição da mulher, Lúcia, com o melhor amigo. Ele constrói um alibi perfeito e mata os dois, se livrando de qualquer suspeita, mas a culpa cai sobre um de seus filhos que paga pelo crime do pai. A história mostra as consequências dos atos de cada um.

DALTON TREVISAN



**A clínica de repouso**

Conto de Dalton Trevisan extraído do livro "Em Busca de Curitiba Perdida" Editora Record

É a história de dona Candinha que permite que a filha, Maria, hospede o namorado, João, em casa. Percebendo que o namoro toma proporções sérias, a mãe dá um jeito de fazer com que ele vá embora, fingindo-se de doente. A filha, inconformada, aproveita a farsa e interna a mãe em uma casa de repouso. Livre, Maria busca a felicidade ao lado de João.



### VALE A PENA NAVEGAR

[www.minhaseconomias.com.br](http://www.minhaseconomias.com.br): com aplicativos de controle financeiro, comparação do desempenho dos principais fundos DI e dicas de educação financeira

[www.ondefuirobado.com.br](http://www.ondefuirobado.com.br): trata-se de um site de denúncias coletivas

[www.impostometro.com.br](http://www.impostometro.com.br): neste site, o cidadão descobre quanto o brasileiro já pagou de imposto, com a comparação do que é possível fazer com este dinheiro; há ainda uma calculadora de quantos dias o cidadão trabalhou para pagar impostos

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

## Artéria urbana de Maringá

Planejada por Jorge de Macedo Vieira entre 1943 e 1945, Maringá teve sua planta original desenhada para abrigar até 200 mil habitantes, marca que foi superada no início da década de 1990, quando o Censo contabilizou 239.930 moradores – no último recenseamento, em 2010, este número saltou para quase 360 mil habitantes.

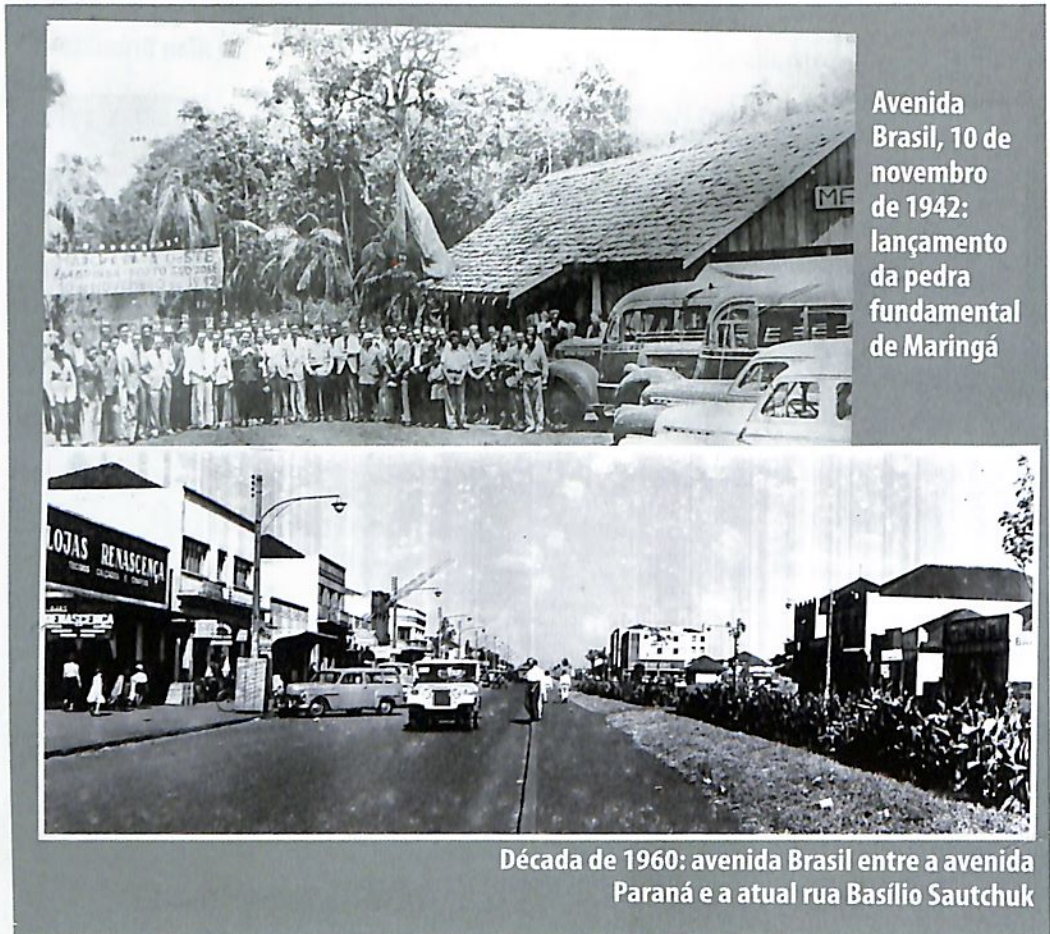
De toda sorte, algumas regiões são mais impactadas pelas dificuldades de mobilidade urbana ocasionadas pelo grande fluxo de veículos. Entre estas vias está a avenida Brasil, traçada para ser a artéria urbana de Maringá.

A principal avenida da cidade surgiu no início da década de 1940 – alguns relatos indicam que o nascimento foi anterior a este período – quando ocorreram as primeiras movimentações na região oeste da cidade, que ficaria conhecida anos mais tarde como “Maringá Velho”. Foi nesse núcleo primário que em novembro de 1942 a pedra fundamental de Maringá foi lançada com a presença de diversas autoridades, entre elas o interventor federal do Paraná, Manoel Ribas.

Depois, em maio de 1947, a Companhia de Terras Norte do Paraná, colonizadora da área, inaugurou oficialmente a cidade em uma região mais plana, à leste da zona pioneira. O evento aconteceu também na avenida Brasil, só que em frente a praça Raposo Tavares.

A partir de 1947, anualmente a cidade passou a comemorar o aniversário com desfiles cívicos. Por décadas seus realizadores optaram por organizar o evento ao longo de diversas quadras da avenida Brasil, dada a representatividade da via ao coletivo dos habitantes.

Também foi na avenida Brasil que os estabelecimentos comerciais tive-



Avenida Brasil, 10 de novembro de 1942: lançamento da pedra fundamental de Maringá

Década de 1960: avenida Brasil entre a avenida Paraná e a atual rua Basílio Sautchuk

ram destaque. Os maiores e mais conhecidos da cidade foram instalados ao longo desta via: Casa Planeta, Casa Maringá, Casa Andó, Casa Ribeiro, primeira sede da Companhia de Terras, Pernambucanas, Padaria e Confeitaria Arco-Íris, Relojoaria Ômega, Palace Hotel, Casa Cravinho, Casa Jaraguá, Banco Noroeste do Estado de S. Paulo, Lojas Renascença, Pigalle Hotel, Cine Primor e Cine Ouro Preto – para citar alguns.

No início da década de 1960, estimando o elevado número de veículos que circulariam em pouco tempo pelas ruas e avenidas da cidade, o Poder Executivo instalou ao longo da avenida Brasil as “espinhas de peixe” ou estacionamentos paralelos – uma solução que hoje recebe algumas críticas.

“As espinhas de peixe” foram uma das últimas intervenções de grande impacto na avenida Brasil. Depois foram várias as tentativas de transformar a Brasil em uma grande *boulevard*. Todas sem resultado. De um lado, o Poder Público buscando alternativas para melhorar o tráfego pela via. Do outro, os comerciantes se preocupam com os períodos incertos de obras.

O fato é que a avenida Brasil, planejada para ser o elo entre as duas extremidades da cidade, não é mais a única alternativa de trânsito dos cidadãos maringenses. E também não é a única que apresenta dificuldades de mobilidade urbana.

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



Walter Fernandes

## ACIM MULHER PROMOVE CAMINHADA CONTRA O CÂNCER

O ACIM Mulher e o Instituto Avon promoveram a 3ª edição da campanha "Outubro Rosa", com a realização de palestra gratuita sobre o câncer de mama, no dia 22, e caminhada, no dia 27. Trata-se de um trabalho de conscientização e prevenção do câncer de mama.

A palestra "Mitos e Verdades sobre o Câncer de Mama" foi ministrada pelo mastologista Marcelo Philip Leonardo, na ACIM. Já a caminhada "Outubro Rosa" teve concentração em frente ao portão principal do Parque do Ingá e vestindo camisetas rosa, os participantes caminharam no entorno do parque.



Paulo Matias

## ACIM COBROU SOLUÇÃO PARA GREVE DOS BANCÁRIOS

A ACIM e o Sivamar enviaram, em 7 de outubro, ofícios à Federação Nacional dos Bancos (Fenaban) e ao Sindicato dos Bancários de Maringá e Região cobrando uma solução para a greve dos bancários, que durava vários dias e estava impactando negativamente nas empresas, principalmente no comércio.

As entidades defenderam uma justa negociação entre a categoria bancária, porém, o longo período de greve estava ocasionando prejuízos para toda a comunidade, inclusive pelo fato dos comerciantes correrem risco por guardarem altos valores de dinheiro nos estabelecimentos. A greve terminou dias depois, quando os bancários aceitaram a negociação proposta.

## AS MARCAS PREFERIDAS

Pelo quinto ano consecutivo, o Grupo RIC realizou em Maringá a premiação do Índice das Marcas de Preferência e Afinidade Regional (Impar). Trata-se de uma pesquisa realizada em parceria com o Ibope Inteligência, que identificou e mapeou as preferências dos consumidores em diversos segmentos. A cerimônia foi em 22 de outubro no Clube Hípico e também contou com palestra sobre "Sintonia com o sucesso", ministrada por Alexandre Baer, presidente da Alexander Baer e Associados, coaching estratégico e professor convidado de MBAs da FGV. Como a ACIM foi parceira do evento, os associados puderam participar gratuitamente do evento.

## HOMENAGEM DA CÂMARA PARA A REVISTA ACIM

Diretores da ACIM e membros do conselho editorial da Revista ACIM participaram de uma sessão ordinária da Câmara Municipal de Maringá em 8 de outubro. O motivo foi uma homenagem que a revista recebeu da Câmara por completar 50 anos, sendo a mais antiga publicação empresarial do Paraná. A homenagem foi proposta pelo vereador Mário Verri, que comercializou os anúncios da Revista ACIM entre 1999 e 2000.

Empresas filiadas entre 21 de setembro e 20 de outubro

2A Transportes  
 Advocacia Jane Junqueira  
 AGM Refrigeração  
 Água Transportes  
 Alternativa  
 Aninha Marchetti Personal Look  
 Antipragas  
 Antonios Lava Car  
 Arena Club  
 Arena Gourmet  
 Arena Moda Country  
 Art In Dog  
 Artigos Religiosos Francisco e Clara  
 Artech Comunicação  
 Auto Elétrica e Baterias JB  
 Azzugas  
 Batik Móveis  
 Batista Tonet Transportes  
 Bella Cozinhas Móveis e Decorações  
 Bergamo Rossi  
 Betampex  
 Buffet Paradise  
 Calhas Maringá  
 Caseirinho Grill  
 Centro de Tratamento Bucamaxilofacial  
 Chopp Express  
 Coffee Express  
 Copos e Brindes  
 Curves Academia  
 Depil Bella  
 DH Construtora  
 Diego Marciano de Oliveira Silva  
 Dinamis CEI  
 DR Moda  
 Dr. Fabiano Resmer Vieira Odontologia  
 Dr. Sérgio Spack Odontologia  
 Effect Serviços Contábeis ME  
 Elisangela Ribeiro Neves Palma  
 Ella e Elle Calçados  
 Emporio Del Mondo  
 Farma 10  
 Farmácia São Paulo  
 Ferraz Apoio Empresarial  
 Fortress Segurança Eletrônica  
 GE Ótica Móvel  
 Gelaboca Sorveteria  
 GRSEG Treinamentos  
 H Gesso  
 Homem S/A  
 Hotel Maringá  
 Ingá Alimentos  
 Inova Flex Rótulos e Etiquetas  
 Instituto Okawa  
 JM Automação

João Paulo Balthazar  
 JP Conexões  
 JP Utilidades do Lar  
 JS Telecomunicações  
 Kalil e Calil Advogados Associados  
 Kess Moda  
 King Cell  
 Líder Centro Automotivo  
 Liduni Uniformes  
 Ligia Louro Pratas e Folheados  
 Linds Presentes  
 Madasilva  
 Mandacaru Negocial  
 Maredsi Modas  
 Maringá Truck Parts  
 MB Propaganda  
 Metalfino Acabamentos  
 Metalúrgica Fenix  
 Minds Travel  
 Mistura Brasileira Buffet e Restaurante  
 MPB Bar  
 Multi Consórcios  
 My Water  
 N.P. Representações  
 Nova Cosméticos e Esmalteria  
 O Boticário Maringá Park  
 Objetivo Vendas  
 Odonto Excellence  
 Odontologia Dra. Ana Cláudia Fuso  
 Oliver Media Informática  
 PAN Soluções  
 Pegador Produções Artísticas  
 Portal Pet  
 Prepara Cursos  
 Primus Assessoria de Cobrança  
 Qualiforme Uniformes  
 Quality Life  
 Ragami Moda Feminina  
 RT Film  
 Sant Elmo Loteadora  
 SET Consultoria Soluc. e Trein. Empres.  
 Shopping Pérola Park  
 Singratur Agência de Viagem  
 Singratur Corretora de Câmbio  
 Somniare Móveis Infanto-juvenis  
 Supermercado Nova Era  
 Tok de Classe  
 Tres Riche Confeitaria  
 Ubirata Pneus  
 Vet Ingá Clínica Vet e Pet Shp  
 Vidraçaria Millenium  
 VS Corretora de Seguros  
 WWWMalasebolsas.com



Walter Fernandes

## ASSOCIADO DO MÊS

A Vet Ingá Clínica e Pet Shop inaugurou, em julho, a primeira unidade em Maringá. O local tem cerca de 300 metros quadrados e estacionamento próprio, conta com clínica médica e cirúrgica, pet shop, banho e tosa, além de funcionar como creche para animais. A médica veterinária e proprietária da Vet, Ana Paula Borges Bolfer, estima que vai recuperar o valor do investimento em até um ano.

Logo após abrir a empresa, Ana Paula se associou à ACIM. Ela conta que um dos motivos foi o exemplo do avô, Ermelindo Bolfer, que foi presidente da ACIM. "Meu avô sempre foi um empresário ativo e me serviu de exemplo. Foi dele que herdei o gosto pelos negócios". Preocupada em melhorar o empreendimento, Ana Paula passará a integrar o conselho de jovens empresários e executivos da ACIM, o Copejem.

A Vet Ingá Clínica e Pet Shop fica na avenida Rio Branco, 534. O telefone é o (44) 3305-8815. O horário de atendimento é das 8 às 18 horas e aos sábados, das 8 horas ao meio dia. A clínica também oferece plantão – o contato pode ser feito pelo telefone (44) 9718-5505.

## CONSELHEIROS DA ACIM VISITAM APTAR

Cerca de 35 conselheiros da ACIM, a convite do Conselho de Comércio da entidade, visitaram a multinacional Aptar, instalada no Parque Industrial de Maringá, em 2 de outubro.

A Aptar é uma das maiores empresas de embalagens do mundo, presente em mais de 50 países. A unidade de Maringá tem cerca de 450 funcionários e é a terceira instalada no Brasil, junto com Jundiaí e Alphaville (Barueri). A empresa faz embalagens para Victoria's Secret, Natura, O Boticário, Avon, Ketchup Heinz, entre outras. A visita teve por objetivo compartilhar práticas de gestão e produção realizadas na empresa.



Walter Fernandes

## CONSELHEIROS DO COPEJEM FAZEM VISITAS TÉCNICAS

Membros do Copejem estiveram em Curitiba nos dias 18 e 19 do mês passado. No primeiro dia da viagem eles fizeram visitas técnicas à Positivo Informática e à Posigraf Gráfica e Editora, ambas empresas do Grupo Positivo. No dia seguinte, participaram da 5ª Reunião do Conselho Estadual do Jovem Empresário da Fiacip, o Conjove, que é presidido pelo ex-presidente do Copejem Cezar Couto. Entre os temas discutidos na reunião estiveram o Feirão do Imposto e a Convenção da Fiacip.

## NÚCLEO DE POSTOS DE COMBUSTÍVEIS SORTEIA 2º CARRO

Roberto Carlos Migliorini foi o ganhador do segundo automóvel da campanha "Abasteça sua sorte", realizada pelo Núcleo de Postos de Combustíveis, do Programa Empreender. O sorteio do Voyage foi em 19 de outubro e a entrega foi no dia 24.

Migliorini é cliente do Posto Universidade, que fica na Zona 7. Para concorrer ao último automóvel da campanha, é preciso gastar R\$ 30 em combustíveis ou em loja de conveniência em um dos 32 postos participantes da campanha, que estão identificados. O terceiro e último sorteio será em 21 de dezembro.

O primeiro ganhador foi Ademir Borges dos Santos, que foi contemplado em agosto.

## ACONTECEU NA ACIM

### Reuniões em novembro

#### DIA E ASSUNTO

01 Empreender-reunião do Núcleo de Postos de Combustíveis	16 Empreender-reunião do núcleo de Máquina de Costura
01 Reunião da APP	16 Empreender-reunião do núcleo de Automecânica
01 Reunião do Copejem	16 Empreender-reunião do núcleo de Autoescola
01 Reunião do ACIM Mulher	17 Instituto Mercosul
01 Jantar do Sinepe	17 Reunião Sicoob
01 Reunião do Codem sobre o Masterplan	17 Evento Receita Federal
01 Empreender -reunião do núcleo de Uniformes	17 Empreender-reunião do núcleo de Infraestrutura
01 Curso Centro de Treinamento-MKT Facebook	17 Reunião da Cacinar
01 Empreender-lançamento do núcleo de Madeiras	17 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal
01 Empreender-reunião do núcleo de Moveleiros	17 Curso Centro de Treinamento-Excel Avançado
02 Congresso de Turismo: Indústria de ideias. Cultura e Turismo.	17 IBM - Get Card
02 Reunião de Pauta da Revista ACIM	17 Empreender-reunião do núcleo de Dist. Cosméticos
02 Reunião do Comitê Gestor OSM	18 Treinamento Receita Federal
02 Reunião do Sind-Ti	18 Especialização GPS-PP
02 Curso Centro de Treinamento-MKT Facebook	18 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal
02 Empreender - reunião do núcleo de Automecânicas	18 Curso Centro de Treinamento-Excel Avançado
03 Congresso de Turismo: Indústria de ideias. Cultura e Turismo.	19 Instituto Mercosul
03 Empreender-reunião do núcleo de Postos de Combustíveis	19 Reunião da Software By
03 Empreender-reunião do núcleo de Infraestrutura	21 Reunião CAD - ACIM
03 Curso Centro de Treinamento-MKT Facebook	21 Reunião do Codem e da Software By Maringá
04 Reunião Futebol - Deputado Ricardo Barros	21 Empreender-reunião do núcleo de Salões de Beleza
07 Reunião do CAD - ACIM	21 Reunião da Noroeste Garantias
07 Empreender-reunião do núcleo de Salões de Beleza	21 Reunião da Diretoria do Conseq
07 Reunião do Comitê Gestor da ACIM	21 Curso Centro de Treinamento-Excel Avançado
07 Reunião da Diretoria do Conseq	21 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal
08 Reunião Extraordinária do ICI	22 Reunião Cooper Card
08 Reunião do Comitê Gestor Empreender.	22 Reunião do Copejem
08 Reunião do Copejem	22 Reunião do Comitê Gestor do Cdem
08 Reunião da Cacinar	22 ACIM Mulher - Palestra Mitos e Verdades sobre o Câncer de Mama
08 Reunião do Comitê Gestor da ACIM	22 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal
08 Reunião do ACIM Mulher	22 Curso Centro de Treinamento-Excel Avançado
08 Instituto Mercosul	22 Empreender-reunião núcleo de Corretores de Seguros
08 Empreender-reunião núcleo de Corretores de Seguros	22 Empreender - reunião do Núcleo de Farmácia de Manipulação
08 Empreender - reunião do núcleo de Farmácias de Manipulação	22 Empreender-reunião do núcleo de Lava CAR
08 Empreender-reunião do núcleo de Lava a Jato	22 Reunião Diretoria - ICI
09 Lançamento do programa Compras Maringá	22 Reunião Comitê Gestor OSM
09 Instituto Mercosul	23 ACIM - Auditoria - Responsável: Daniel Alves
09 Reunião do Comitê Gestor do OSM	23 Empreender-reunião Núcleo de Revendedores de Gás
09 Empreender - reunião do Núcleo de Hotelaria	23 Curso Centro de Treinamento-Excel Avançado
09 Empreender-reunião do Núcleo de Revendedores de Gás	23 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal
09 Empreender-reunião do núcleo de Transformadores de Plásticos	23 Empreender-reunião do núcleo Farmácia
10 Lançamento do Natal Ingá 2013	23 Empreender-reunião do núcleo Oficina de Motos
10 Empreender-reunião do núcleo de Restaurantes	24 Lançamento Natal ACIM
10 Reunião do Comitê Gestor da ACIM	24 Encontro Regional da Cacinar
10 Reunião do Rotary	24 Reunião do Instituto Mercosul
11 Palestra com Henilton Menezes - MinCx ICI	24 Reunião Sindvest com o Superintendente da ABIT
11 Reunião do ACIM Mulher	24 Empreender-reunião do núcleo de Restaurantes
13 Reunião do Comitê Gestor do OSM	24 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal
14 Reunião CAD - ACIM	24 Empreender-reunião do Núcleo de Dist. Cosméticos
14 Instituto Mercosul	24 Empreender-lançamento do núcleo de Madeiras
14 Empreender - reunião do núcleo de Estética	25 Visita Secretária de Cultura de Londrina - ICI
14 Reunião de Diretoria do Conseq	25 Empreender-reunião do núcleo de Empretec
14 Curso Centro de Treinamento-Excel Avançado	25 Especialização GPS-PP
14 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal	25 Assembleia Geral do OSM
14 Empreender - reunião do núcleo de Dentistas	25 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal
14 Empreender-reunião do núcleo de Auto Elétricas	26 Instituto Mercosul
15 Empreender-reunião do núcleo de Postos de Combustíveis	26 Especialização GPS-PP
15 Reunião do Copejem	26 Empreender-lançamento do núcleo de Pilates
15 Empreender-reunião núcleo de Academias	28 Reunião CAD - ACIM
15 Reunião do Comitê Gestor do Codem	28 Reunião Conselho Superior da ACIM
15 Reunião Cidade Canção	28 Reunião do Instituto Mercosul
15 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal	28 Empreender-reunião do núcleo de Clínicas de Estéticas
15 Curso Centro de Treinamento-Excel Avançado	28 Reunião da Diretoria do Conseq
15 Empreender-reunião do núcleo de Uniformes	28 Empreender-reunião do núcleo de Dentistas
15 Evento ACIM Mulher - Case Emma Fiozezi	29 Empreender-reunião do núcleo de Postos de Combustíveis
15 Empreender-lançamento do núcleo de Locação de Transportes	29 Assembleia Geral Extraordinária da Noroeste Garantias
16 Reunião Comitê Gestor do OSM	29 Instituto Mercosul
16 Evento Receita Federal	29 Empreender-reunião do núcleo de Uniformes
16 Curso Centro de Treinamento-Dpto Pessoal	29 Empreender-reunião do núcleo de Transformadores de Plásticos
16 Curso Centro de Treinamento-Excel Avançado	29 Empreender-reunião do núcleo de Moveleiros

## CAPACITAÇÃO DE PEQUENOS EMPREENDEDORES

Em 7 de outubro foi lançado na ACIM o programa Integra, desenvolvido pelo Sebrae e CACB, junto com a Faciap. Trata-se de um programa para promover a capacitação de pequenos negócios e formalizar e preparar o empreendedor individual para aproveitar as oportunidades de negócios da Copa de 2014.

Em Maringá estão agendadas mais três oficinas gratuitas, que acontecerão na sede da ACIM – uma já foi realizada em outubro. São elas: “Encante seu cliente” (13 de novembro, das 9 às 11 horas), “Qualidade no atendimento ao público” (25 de novembro, das 14 às 17 horas) e “Negociação e mediação” (9 de dezembro das 14 às 17 horas).

Para participar dos cursos que acontecerão em Maringá, os interessados devem ligar para (44) 3306-4422 ou entrar em contato com o Centro de Treinamento da ACIM, pelos telefones (44) 3025-9626, 3025-9631 ou ainda pelos e-mails treinamento1@acim.com.br e treinamento2@acim.com.br.

## ABRH NA PRAÇA

Realizado pela primeira vez no Paraná, o ABRH na Praça aconteceu em Maringá em 5 de outubro, oferecendo orientações sobre consultoria profissional, vagas de emprego, participação de entrevistas, cadastramento de currículos, formação profissional e os passos para empreender. Tudo de graça na praça Raposo Tavares. A ACIM foi parceira do evento e ofereceu consultas gratuitas de crédito (SPC), informações sobre certificação digital e uma equipe do departamento comercial esclareceu dúvidas. A realização foi da Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH).



CENTRO DE  
TREINAMENTO

	CURSOS	DATA
NOVEMBRO	Formação de analista e recrutamento e seleção	4, 5, 6, 7, 11 e 12
	Marketing no Facebook	11 a 14
	Processo logístico com indicadores de desempenho	11 e 12
	Workshop em seleção por competência	12
	Logística reversa: oportunidades e desafios em sua implementação	13 e 14
	Gestão eficaz da tesouraria	18, 19 e 22
	O novo executivo: a essência da liderança	19 a 21
	Palestra - etiqueta profissional	19
	Atendimento para secretária da área médica	20 a 22
	AT - Análise transacional	22 e 23
	Formação de auditor interno das Normas ISO 14001	23 e 30
	Intensivo em e-commerce	25 a 27
DEZEMBRO	Intensivo em vendas para o fim de ano	25 a 28
	Líder coach	25, 26 e 30
	Formação de gestores de qualidade e produtividade	26 a 29
	Oficina de atendimento e vendas	6
	Formação de gerente comercial	10 a 13
	Oficina de oratória	10
	Google marketing	11 e 12

## ACIM PARTICIPA DA CPI DO PEDÁGIO

Conselheiros da ACIM participaram da 6ª Reunião Extraordinária da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) do Pedágio, da Assembleia Legislativa do Paraná (Alep). A reunião aconteceu na Câmara Municipal em 17 de outubro e teve o objetivo de contribuir para a investigação dos contratos feitos com as concessionárias e as obras que estão faltando nas rodovias pedagiadas do Paraná.

O presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, ressaltou que a entidade não é contrária à privatização das estradas, mas que é preciso equilíbrio entre preço e serviço oferecido. Ele acredita que por conta das altas tarifas, a região de Maringá também perde em competitividade, e destacou que as estradas estão em más condições e mal sinalizadas, o que resulta em perdas de vidas. O ex-presidente da ACIM Hélio Costa Curta destacou a importância de se construir a terceira faixa nas rodovias.

Walter Fernandes



## POR DENTRO DA ACIM

A cada dois anos, quando participam das eleições, os associados da ACIM estão escolhendo não apenas o presidente da entidade, mas um grupo de pessoas por ele liderado, que irá administrar a associação. Trata-se do Conselho de Administração (CAD), responsável por colocar em prática a política da entidade – na eleição também são eleitos os presidentes do ACIM Mulher e do Copejem, que integram o CAD. Atualmente o conselho é presidido por Marco Tadeu Barbosa, possuindo dois vice-presidentes administrativos e outros 45 para assuntos específicos, como finanças, comércio, serviço, indústria e marketing.

O CAD é um órgão bastante democrático. Seus membros reúnem-se todas as segundas-feiras para definir as principais ações da ACIM, além de receberem convidados que apresentam novos projetos e produtos, reivindicações da



Walter Fernandes

comunidade, entre outros. A composição mínima obrigatória é de 15 conselheiros. E os ocupantes de alguns dos cargos do CAD não podem ter filiação partidária, segundo o estatuto social da ACIM.

## SOU FIEL À ACIM

Desde que abriu às portas em Maringá, na década de 1950, a Ótica Avenida passou por três mudanças de gestão. O casal Regina Maria Silva e Edson José Pancera é quem está à frente da empresa desde março de 1985, mas a história de quase 60 anos começou muito antes. "A Ótica foi fundada em maio de 1954. Tenho todos os documentos do registro de fundação guardados", conta Regina.

A empresária explica que entrou no ramo de óticas por influência da família do marido. "Era um negócio de família, todos trabalhavam no ramo e aprendi a profissão com eles", recorda. Ela fez sua estreia como sócia do marido em uma ótica localizada na rua Santos Dumont, que foi fechada tempos depois da aquisição do atual empreendimento.

Uma das mudanças feitas pelo casal assim que assumiu a gestão da Ótica Avenida foi especializar o serviço. "Além de óculos, a loja vendia relógios e joias. Hoje somos uma ótica especializada apenas em óculos, lentes de grau, armações e óculos solar", explica.

Já a parceria firmada pelos antigos donos com a ACIM, em março de 1971, o casal Pancera mantém até hoje. "A ACIM é uma entidade séria e engajada, que



Walter Fernandes

representa muito bem os interesses do empresariado em qualquer assunto relacionado à nossa cidade e ao país", afirma a empresária. Outro ponto positivo de ser associado são os serviços e benefícios ofertados pela entidade. "Consultamos sempre o SPC e também me mantenho informada com a Revista ACIM".

A Ótica Avenida está localizada na avenida Brasil, 4032, Zona 1. O telefone é (44) 3227-1392.



Walter Fernandes

## Demarcação de terras indígenas: um problema de toda a sociedade

Toda a sociedade é afetada. E não necessariamente porque a demarcação de terras indígenas (que já soma mais de 11% do território nacional) diminuirá a produção de alimentos, mas porque se trata de uma relativização do direito de propriedade e da segurança jurídica

A demarcação de terras indígenas ganhou espaço na mídia, notadamente pelos últimos conflitos no Mato Grosso do Sul. Esses conflitos refletem um momento de insustentabilidade de um problema que se alonga há muito tempo.

A Constituição Federal, em seu artigo 231, trata o tema e confere à União a responsabilidade de demarcar as terras de tradicional ocupação, obrigação que foi reforçada pelo Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, que concedeu o prazo de cinco anos (a partir da promulgação da Carta Magna) para que os trabalhos fossem ultimados.

Só que o processo demarcatório não terminou e, pior, restam as terras consideradas mais difíceis de serem demarcadas, porque estão localizadas em estados em que os produtores rurais possuem títulos legítimos, outorgados na maioria pela própria União. Nesses locais, produtores rurais estão fixados nas áreas com justo título de propriedade e têm explorado a atividade agrícola, sendo absolutamente justificável a indignação e irrisignação com a tentativa do Governo Federal de pretender expropriar as áreas. Sim porque em se entendendo ser a terra de tradicional ocupação indígena, o produtor rural recebe somente o valor da benfeitoria (se ficar comprovada a sua posse de boa fé), mas nada pela terra nua, quando se sabe que nas propriedades rurais o valor da terra nua é o mais significativo.

E as questões que causam perplexidade não para-m por aí. Isso porque o próprio trabalho de demarcação de terra desenvolvido pela Funai traz dúvidas em relação à transparência. Os produtores rurais não são informados da instauração do procedimento – as vistorias nas propriedades são realizadas sem que os proprietários tomem conhecimento. Os técnicos responsáveis pelos levantamentos são contratados (e pagos) pela Funai e os índios, conforme determina a lei, acompanham desde o início os técnicos para “contribuir” com informações a respeito dos trabalhos.

Paralelo a essa situação, percebe-se uma falta de envolvimento dos cidadãos que não são produtores rurais, isso quando não se constata aquela visão lúdica na qual se imagina os índios em estilo de vida absolutamente silvícola, o que somente ocorre em excepcionalíssimas situações na Amazônia.

Como há um texto constitucional que permite a demarcação de terras sem que se indenize o produtor que tem justo título pela propriedade, é fácil, conveniente e juridicamente justificável simplesmente informar o produtor rural que sua terra não lhe pertence e que deve deixar o local o quanto antes para que seu legítimo proprietário (União) possa tomar posse e entregá-lo a quem de direito (índios).

O que não se pode desconsiderar é que toda a sociedade é afetada. E não necessariamente porque a demarcação (que já soma mais de 11% do território nacional) diminuirá a produção de alimentos, mas porque se trata de uma relativização do direito de propriedade e da segurança jurídica.

O argumento utilizado pela União e pelas organizações de defesa dos indígenas de que há previsão constitucional para demarcar terras, mesmo sem pagamento de indenização, não se sustenta e demanda outra reflexão. Como a sociedade brasileira, devidamente representada na Constituinte de 1988, permitiu um texto com essa afronta ao princípio da propriedade e da segurança jurídica? Não se trata de negar os direitos dos indígenas em relação a suas terras tradicionais, mas sim reclamar uma reflexão da sociedade a respeito do problema. Demanda que toda a sociedade se debruce de forma honesta e comprometida a respeito do assunto, para que se encontre uma alternativa para permitir o desenvolvimento das comunidades indígenas, mas sem que haja o sacrifício da classe produtora, que não pode ser a única a responder por qualquer débito da sociedade brasileira com os índios.

**Gustavo Passarelli Silva** é advogado, mestre em Direito e Economia pela Universidade Gama Filho do Estado do Rio de Janeiro e doutorando em Direito Civil pela Universidade de Buenos Aires; integrou a Comissão sobre a Questão Indígena no Mato Grosso do Sul, em abril deste ano

# AGILIDADE QUALIDADE CAPACIDADE LUCRATIVIDADE

Foram esses 4 motivos que nos levaram a adquirir mais uma **Heidelberg XL 8 cores** e como se não bastasse, ampliamos nosso parque gráfico em mais **1.500m<sup>2</sup>** de área útil para produção. Peça um orçamento sem compromisso e veja a diferença que vai fazer essa nova aquisição.

**Com números não se discute.**

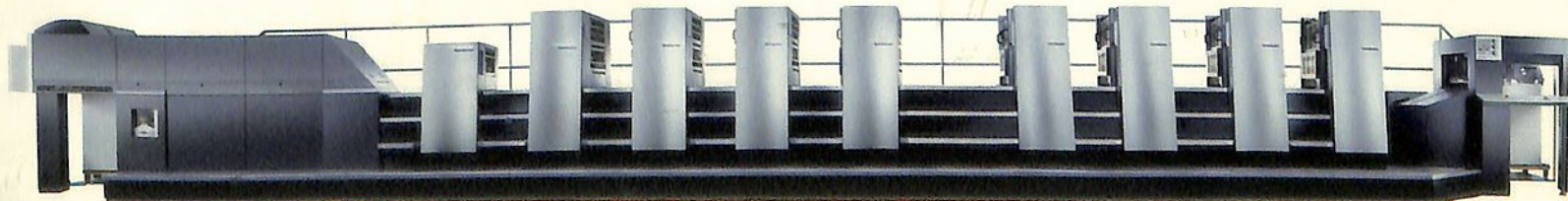


A marca da  
gestão florestal  
responsável



**GRÁFICA REGENTE**

[www.graficaregente.com.br](http://www.graficaregente.com.br)  
44 3366-7000



# PÓS-GRADUAÇÃO UNICESUMAR

Inscrições  
abertas

Cursos  
Modulares

Flexibilidade

Ingresso  
imediatamente



Comunidade do Conhecimento

Sua Pós-Graduação no melhor  
Centro Universitário do Sul do Brasil, imediatamente!

Quem sabe da importância de uma Pós-Graduação, tem pressa. Por isso, os cursos da Unicesumar foram divididos em módulos flexíveis, de modo a permitir o seu ingresso imediato, independente da ordem dos módulos.

Início do  
próximo  
módulo:  
08/11/13

## CURSOS:

A Arte na Contemporaneidade

Análise Ambiental

Atividade Física para Saúde e Treinamento

Clínica Médica de Pequenos Animais

Direito Civil

Direito do Trabalho

Direito Processual Civil

Docência no Ensino Superior

Engenharia de Produção

Estética Facial e Corporal

Farmacologia Aplicada e Clínica

Gerenciamento de Projetos

Higiene, Inspeção e Tecnologia de Produtos de Origem Animal

MBA Executivo – Gestão Empresarial e de Negócios

MBA – Qualidade e Produtividade

Nutrição e Esporte

Odontologia para Pacientes com Necessidades Especiais

+ 40 cursos de especialização iniciando em março de 2014

Conheça também os Mestrados da Unicesumar:

Direito  
Tecnologias Limpas

Promoção da Saúde  
Gestão de Conhecimento nas Organizações

Informações: 44 3027 6222