



ACIM

Março/2014
Nº 540 - Ano 51
R\$ 5,00

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



O QUE PESA NA SUA BALANÇA COMERCIAL

Cotação do dólar, concorrência e burocracia são cruciais para o comércio internacional, mas há um fator-chave para o sucesso: a identificação da demanda pelo produto

DOMNO
BRASIL



Premiações em Londres!



.Nero Brut é premiado em mais um concurso, o International Wine Challenge, um dos mais prestigiados concursos do mundo.

Os espumantes .Mero Brut Rose e .Nero Extra Brut também foram premiados, recebendo menções honrosas.

Realizado em Londres, de 16 e 27 de abril deste ano, o concurso recebeu mais de 15 mil vinhos de 50 países.



www.domno.com.br

DOMNO
BRASIL

IMPORTADOR EXCLUSIVO

ADEGA BRASIL
SHOPPING

Av. São Paulo, 1099 Maringá Park, 3º Piso | Tel: 44 3366-2098

ADEGA BRASIL

Av. Brasil, 6801 Maringá - PR Adegas Brasil - Empório | Tel: 44 2103-0222

@AdegaBrasil

facebook.com/AdegaBrasilMaringa

adegabrasil.com



“ O aeroporto não recebe cargas internacionais há mais de dois anos. Uma das justificativas são os custos altos com este tipo de transporte justamente porque as empresas que usaram o modal absorveram sozinhas as despesas. A solução? Cargas compartilhadas ajudariam a diluir os custos

E que venham os negócios internacionais

As empresas maringenses exportaram seis vezes mais que o volume de importações em 2013. Resultado: o saldo na balança comercial aumentou 11,5% em relação ao ano anterior - no mesmo período o saldo da balança brasileira teve queda de 86%.

Como a cotação do dólar é a mesma para empresários de todos os cantos do país e as adversidades são parecidas, como a burocracia e as cotações das commodities, os resultados locais são uma prova que a cidade tem uma realidade que está descolada da média do Brasil no comércio internacional.

Os resultados são frutos do empenho dos empresários locais, que rastreiam boas oportunidades pelo mundo afora, e de uma estrutura de apoio favorável. Os especialistas em comércio internacional apontam que um dos principais fatores do sucesso, ou insucesso, de uma empreitada internacional está ligado à demanda e, conseqüentemente, à qualidade do produto, já que a concorrência passa a ser global. E nisso as empresas exportadoras têm feito a lição de casa.

E Maringá conta com outras vantagens: além de ter o agronegócio como um dos seus pilares (e que tem alavancado as exportações), tem um Porto Seco que agiliza as operações de desembarço de mercadorias e um aeroporto de cargas internacionais.

Mas podemos melhorar. O Porto Seco atende com 80% da capacidade, o que dá uma margem de expansão das operações, isso sem contar que a empresa que administra a estrutura ainda tem uma área extra que pode garantir a expansão das atividades.

Já o aeroporto não recebe cargas internacionais há mais de dois anos. Uma das justificativas são os custos altos com este tipo de transporte justamente porque as empresas que usaram o modal absorveram sozinhas as despesas. A solução? Cargas compartilhadas ajudariam

a diluir os custos.

Novos investimentos estão sendo feitos para que o aeroporto volte a receber cargas internacionais. A Receita Federal doou escâneres - que já estão sendo instalados - para a verificação de cargas. A pista está sendo ampliada e um estacionamento de aeronaves está sendo construído. Outra vantagem é que como o aeroporto de Maringá não opera no sistema Infraero, pode oferecer taxas de serviços mais atrativas. Com localização privilegiada e união de esforços, a cidade tem os pré-requisitos para que nosso aeroporto possa movimentar cargas internacionais com periodicidade.

Os empresários também contam com ajuda para prospectar negócios. O Instituto Mercosul, por exemplo, que é ligado à ACIM, tem uma agenda repleta de palestras e treinamentos na área de comércio internacional, que discutem legislação, formação de custos, impostos, oportunidades de negócios, entre outros assuntos.

No mês passado o instituto foi um dos organizadores de um encontro de negócios internacionais, que trouxe, à cidade, o cônsul canadense no Brasil e técnicos da Câmara de Comércio Brasil Canadá. Neste mês uma comitiva de empresários paquistaneses desembarca em Maringá em busca de parceiros comerciais. Fora estas oportunidades proporcionadas pelo instituto, há visitas a feiras internacionais para que os empresários possam prospectar negócios e conhecer novidades.

E há muitas empresas de despacho aduaneiro e assessoria em comércio internacional que estão instaladas em Maringá e podem contribuir com a internacionalização das empresas, inclusive as de pequeno porte. Resta prospectar bons negócios.

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



TERRAÇOS DE
Santorini

FACTORY TOTAL



Acesse e faça um
tour virtual 360° no
apartamento decorado.

CONQUISTE SEU LUGAR NESTA ILHA DE CONFORTO.

ENTRE O PARQUE DO INGÁ E A UNICESUMAR.

LOCALIZAÇÃO COM ALTA
VALORIZAÇÃO IMOBILIÁRIA.

- ✓ 3 DORMITÓRIOS 1 SUÍTE
- ✓ 2 OU 3 VAGAS DE GARAGEM
- ✓ 103,71 m² ÁREA PRIVATIVA

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

*Facilidades
no pagamento!*



Fase da obra

VISITE DECORADO NA EXPO DESIGN

Visitas das 8h às 18h. Inclusive domingos e feriados.
Plantão de vendas no local. Av. São Paulo, 3019.
Tel: 44 3226 8144

construtoradesign.com.br

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


design
INOVAÇÃO E QUALIDADE



16

REPORTAGEM DE CAPA

O empresário Carlos Alberto Domingues, da Supermel, tem 80% das vendas voltadas para a exportação, tamanha a demanda pelo produto em países europeus e China; a demanda é um fator crucial para o comércio internacional, e a importação pode ser uma alternativa para baratear custos e diversificar a oferta de produtos, em vez de apenas tornar a concorrência predatória



8 **ENTREVISTA**

No mundo da moda tem havido menos espaço para os desfiles conceituais, e, em contrapartida, os processos de criação estão mais acelerados e voltados para o lado comercial; este é um dos assuntos discutidos na entrevista principal por Paulo Borges, que criou o São Paulo Fashion Week e é presidente da empresa que também organiza o Fashion Rio

24 **MERCADO**

A Associação Brasileira das Empresas de Refeições estima que o mercado cresceu entre 10 e 20% no ano passado e é justamente neste setor que Josemar Alves, da Sabor & Art, tem investido; as refeições nas empresas são uma alternativa viável de negócios, e para as empresas contratantes, o serviço ajuda a reter funcionários, contribui para a integração e facilita a rotina da equipe

32 **MEU NEGÓCIO**

O estudante Fernando Curt Hubel Júnior buscou inspiração em uma empresa inglesa para criar a Green Mark Brasil, que fornece papel semente e outras mídias ecológicas para quem quer divulgar a marca e estar associado à sustentabilidade; com uma filial em Curitiba, a empresa quer encontrar franqueados e ganhar agilidade no processo de produção

34 RECURSOS HUMANOS

Com a mão de obra escassa, o recrutamento de gerentes e cargos mais elevados é ainda mais difícil e, por isto, as empresas têm olhado com mais atenção para o quadro de funcionários para detectar profissionais com capacidade de ascensão, como tem feito a Rivesa; e na falta de talentos internos e de profissionais no mercado, não resta outra alternativa a não ser buscar em outras praças

40 TURISMO

A falta de um centro de eventos tem sido o principal obstáculo para o turismo de eventos; quando a cidade sedia eventos de grande porte, os promotores precisam de uma logística extra e de programação antecipada junto a restaurantes, que quando não há demanda, não funcionam até de madrugada



46 CULTURA

Criado em 2011, o Instituto Cultural Ingá tem feito a ponte entre empresas que patrocinam projetos por meio de renúncia fiscal e produtores culturais; a população também sai ganhando porque tem acesso a eventos culturais gratuitos, como a programação do Natal Ingá 2013 que contou com mais de 47 apresentações, inclusive em bairros

APOIO INSTITUCIONAL



ANO 50 Nº 540 MARÇO/2014
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
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,
Renata Mastromauro, Rosângela Gris e Rubia Pimenta

EDITORIAÇÃO
Andréa Traqueta

REVISÃO
Giovana Campanha, Helmer Romero

CAPA
Factory Total

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

FOTOS
Ivan Amorin, 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 Britto
ACIM MULHER - Presidente: Ana Lúcia Megda

CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS
Presidente: Mohamad Ali Awada Sobrinho

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

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

O conceito dá espaço à moda comercial



Walter Fernandes

Quando Paulo Borges deixou São José do Rio Preto, no interior de São Paulo, para morar na fervilhante capital do estado, não imaginava que, um dia, transformaria o cenário da moda brasileira – e como ela é vista mundo afora. Aos 18 anos, o idealizador do São Paulo Fashion Week queria mesmo era trabalhar com computadores. Após ajudar um amigo na organização de um desfile, a vida profissional dele começou a tomar novos rumos: conseguiu um trabalho na edição brasileira da Vogue, uma das mais respeitadas revistas de moda do mundo e, mais tarde, tomou a decisão: “não quero fazer revista, quero fazer desfile”. Quase 20 anos depois, Borges realiza desfiles, revista, site e é CEO da Luminosidade, empresa que investe R\$ 16 milhões para realizar o São Paulo Fashion Week. Somados aos outros R\$ 24 milhões desembolsados por grifes e outros parceiros, o SPFW tornou-se um megaevento que emprega cerca de 12 mil pessoas e gera aproximadamente R\$ 1 bilhão em vendas, empregos e serviços. Confira a entrevista que Paulo Borges concedeu à Revista ACIM durante a vinda dele à cidade para ministrar uma palestra aos empresários do setor têxtil a convite do Sebrae:

O senhor já afirmou que a moda mundial está muito comercial. Ainda há espaço para a moda conceitual nos desfiles?

Tem. Esse espaço é menor, mas não é que os estilistas não queiram. É que no momento o mundo quer ver outras coisas. E quanto maiores as marcas, mais temor elas têm de que as pessoas a vejam apenas como conceituais. Até o início dos anos 1990 os desfiles eram algo muito fechado, pois não havia internet, TV digital ou satélite. A informação demorava para chegar,

então a moda podia ser mais conceitual, porque o tempo para espalhar aquela informação seria tão longo que isso não afetaria o processo de desejo comercial. Quanto mais a tecnologia e a informação foram entrando no mundo das pessoas, menos conceitual se tornou a moda. As pessoas passam a determinar mais rapidamente seus desejos e conceitos, e isso está mudando radicalmente o processo de se fazer, pensar e criar moda. Assim nasceu no mundo fashion essa necessidade de ser comercial.

Com a difusão mais rápida das informações, por meio de redes sociais, blogs, entre outros canais, a indústria da moda precisa diminuir o timing entre produção e venda?

No Brasil, é preciso acertar esse *timing*. A mudança do calendário de desfiles que fizemos foi para dar mais tempo entre o lançamento e o showroom e entre produção e entrega para o varejo. Há alguns anos isso era feito de uma maneira maluca: em meados de janeiro eram lançadas as coleções de inverno e em meados de julho, a

“ Há diferentes modelos de negócio no mundo da moda. É preciso entender onde se está situado, com que mercado se está falando e que tipo de negócio se tem. Quanto mais no topo da pirâmide o negócio está, mais design, inovação, exclusividade, qualidade de matéria-prima e DNA é preciso ter

coleção de verão; entre março/abril e agosto/setembro as roupas já tinham que estar nas lojas. Então, as marcas tinham dois meses no máximo para produzir. E como alguém produz em tão pouco tempo? No escuro. Ninguém sabia exatamente a quantidade de tecido que deveria ser comprada e quantas peças precisavam ser produzidas, pois as negociações eram feitas tardiamente. Acontecia muito de uma marca ter comprado tecido para fazer mil blazers, mas vendia só 500. Assim nasceram os bazares no Brasil, com a desculpa de estar ajudando alguma instituição. Na verdade era para desovar estoque. A mudança do calendário, portanto, procurou acertar esse desequilíbrio entre varejo e produção, o que trouxe para as grifes uma gestão mais controlada e clara e tirou da frente dos

criadores e estilistas essas incertezas. Pode ser que tenhamos que acertar novamente esse *timing*. Antigamente, lançávamos e entregávamos em dois meses, enquanto a Europa leva seis meses, no mínimo, para realizar esse processo. Lá questiona-se se é preciso encurtar; aqui, se é preciso aumentar o tempo. Talvez entre o tempo praticado no Brasil e o da Europa o mundo da moda chegue a um meio termo.

Como imprimir o DNA de uma marca seguindo tendências mundiais?

Há diferentes modelos de negócio no mundo da moda e alguns são próprios e diferentes. É preciso entender onde se está situado, com que mercado se está falando e que tipo de negócio se tem. Quanto mais no topo da pirâmide o negócio está, mais design, inovação,



Falta só isto para acabar com a pólio.

Esta é a nossa chance de mudar o mundo e garantir que nenhuma criança seja vítima da paralisia infantil novamente.

Participe. Divulgue. Doe.
Entre para a história.

endpolionow.org/pt

Rotary



Bill Gates



Walter Fernandes

exclusividade, qualidade de matéria-prima e DNA é preciso ter. Mas, ao mesmo tempo, o risco é maior, pois demanda mais investimento e um tempo maior de retorno. Ao contrário, se o negócio é mais comercial e menos inovador, é impossível colocar um preço muito alto, pois não se está oferecendo nenhuma informação nova para as pessoas – provavelmente outras dez marcas estarão fazendo a mesma coisa. Há mercados atuando em universos paralelos: *fast fashion*, designers, commodities, ateliês, pronta entrega. É importante saber como e para quem é feito para encontrar as respostas certas.

Há espaço para semanas de moda brasileiras fora do eixo Rio-São Paulo?

Primeiramente essa coisa de “fora do eixo” é engraçada. O que é uma semana de moda do ponto de vista dos conceitos globais? Em Nova York há uma semana de moda que é para os Estados Unidos; em Londres há uma semana de moda que é para Inglaterra; a de Paris para a França e a de Milão para a Itália. No Brasil temos a semana de moda de São Paulo, depois surgiu a do Rio. E para que serve a semana de moda? É um sentido econômico, industrial e de mercado que determina o processo de execução, de desenvolvimento e comercialização dessa indústria. Então, por que São Paulo é importante nesse sentido? Tem consumo, mercado e sempre desenvolveu essa inovação do ponto de vista do processo, e isso também acontece nas outras cidades que citei. No Brasil 95% de tudo que a gente produz é para o mercado interno. Só essa informação já justifica termos duas semanas de moda no Brasil, principalmente porque é um país de verão e de pouco inverno. Temos características importantes e empresas que atuam em setores diferentes da moda, então justifica ter São Paulo Fashion Week

“ De um modo geral a indústria da moda tem que ter primeiramente inovação. Se a roupa for commodity, a gente é menos competitivo. Aí vamos concorrer com a China e a Índia, que produzem muito volume. Porque não temos capacidade, estrutura e mão de obra para competir com eles

e Fashion Rio. O Fashion Rio ainda precisa buscar um posicionamento mais específico, para defender uma bandeira brasileira que está ligada à moda praia, ao *lifestyle*, à moda do ponto de vista do jeito brasileiro de ser e de ver a vida. São Paulo pensa no design e na inovação de forma mais global e urbana. São características diferentes, mas existe um mercado para cada, pois há imprensa que vai fazer a difusão do processo. Ao mesmo tempo as empresas que se apresentam não são exclusivamente paulistas ou cariocas, são empresas que têm uma difusão de produtos pelo país todos, em alguns casos internacionalmente. Nestes últimos 20 anos, a partir do São Paulo Fashion Week, nasceu uma série de movimentos no país. Em um período inicial, que foi de 1996 até 2000 e pouco, esses eventos de moda eram muito

ligados a shoppings. Quando iniciamos o SPFW foram criados diversos eventos com nomes de cidades, ligados a movimentos setoriais e regionais, difusores de moda local. Tudo isso está certo. Mas acho que é preciso transformar os próprios mercados locais. Se você está fazendo um projeto de moda, é necessário responder três perguntas: por que estou fazendo um evento de moda em Maringá? Para que vou fazer? E com quem vou fazer? Se existem essas respostas claras, a imagem não se distorce no espelho. Exibir a moda já se aprendeu, é muito fácil. Transformar o negócio da moda é mais complexo.

A região de Maringá tem 1,2 mil indústrias de confecção, o que torna esse setor importante para a economia local. Como dar mais destaque para a produção local?

É um processo de construção. Não tenho conhecimento suficiente sobre a indústria local, mas de um modo geral a indústria da moda tem que ter primeiramente inovação. Se não há inovação, não é moda. Se a roupa for commodity, a gente é menos competitivo. Aí vamos concorrer com a China e a Índia, que produzem muito volume. Porque não temos capacidade, estrutura e mão de obra para competir com eles. Se tem moda, tem inovação. É preciso ter design, investimento em qualificação e a qualidade do produto sempre deve estar em primeiro lugar.

O senhor afirmou que falta incentivo à produção criativa no país. Como garantir este incentivo?

Deve ser um plano de Estado de longo prazo, pensando a moda como um processo transversal, complexo e amplo que tem um poder econômico fantástico – e também de educação, cultura e de inclusão. Infelizmente não há um plano de estado nem um governo que pense nisso. ■



O olhar de uma mulher

Ver o mundo pelos olhos de uma mulher é algo inimaginável.

É conseguir demonstrar a felicidade através de lágrimas.

É ver com total clareza a beleza da inocência e a maravilha do amor.

É brigar por aquilo em que realmente acredita.

É ter todas as respostas do mundo, inclusive para o seu próprio coração.

É ser forte, única, indecifrável, especial, mas, acima de tudo, é ser mulher.

**8 de março. Dia Internacional da Mulher.
Uma homenagem da Unicesumar.**

JARDINEIROS PARTICIPAM DE PROJETO VISANDO A SUSTENTABILIDADE

Iniciado no final do ano passado, o projeto Belo Jardim, idealizado pela empresa Manejo Jardins & Áreas Verdes, trabalha para despertar nos jardineiros a consciência para a conservação do meio ambiente, ajudando a formar profissionais competentes e ecologicamente responsáveis. Cinco encontros já foram realizados e outros cinco estão previstos para acontecer até abril. Assuntos como segurança do trabalho, noções de podas, identificação e controle de pragas, hortas caseiras e gestão financeira são os temas que foram ou serão discutidos por engenheiros agrônomos e consultores da área. As empresas e entidades Genfértil, Syngenta, Estilmar, UEM, Ingá Controle de Pragas, Sindicato Rural de Maringá, Inovaseg e Sebrae são parceiras da iniciativa. Mais informações pelo telefone (44) 3046-0887.

MARINGAENSE À FRENTE DA ABICOL

O empresário e diretor-superintendente da F.A. Maringá, Luís Fernando Ferraz, assumiu a presidência da Associação Brasileira da Indústria de Colchões (Abicol). A entidade é a mais importante do setor no Brasil, com mais de 50 fábricas associadas que respondem por 80% da produção nacional.

Uma das prioridades do empresário será dar continuidade ao trabalho que vinha sendo desenvolvido pelo ex-presidente da Abicol, Félix Raposo, para estimular a busca por novidades que atendam às necessidades do consumidor. Outro desafio do setor será se adequar às exigências da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).



Walter Fernandes

WILSON YABIKU É O NOVO PRESIDENTE DO CODEM

Em plenária realizada em 18 de fevereiro, no Paço Municipal, o empresário Wilson Yabiku, proprietário da construtora Design, foi eleito presidente do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), entidade que ele foi vice-presidente nos últimos dois anos. Yabiku ingressou no Codem como representante do Sindicato da Construção Civil do Paraná (Sinduscon – NOR/PR) e atualmente é vice-presidente da ACIM para assuntos de desenvolvimento. Ele assume o cargo ocupado pelo engenheiro José Carlos Valêncio.

A nova diretoria do Codem é composta também pelo arquiteto Edson Cardoso Pereira, que ocupa a vice-presidência, e pelo empresário Sérgio Luiz Baccarin, que responde pelo cargo de secretário.

Entre os projetos da gestão de Yabiku para o Codem está a contratação de uma empresa de consultoria de nível internacional para a concretização do projeto de planejamento urbanístico e socioeconômico para a cidade, chamado Masterplan, que deverá produzir um estudo global, visando principalmente o crescimento racional, com vistas ao conforto, segurança e qualidade de vida dos moradores. "O Masterplan deverá se tornar o instrumento fundamental para o desenvolvimento inteligente da Região Metropolitana de Maringá, e gerar um desenho inovador, que permita um crescimento sustentável e de forma estruturada", diz Yabiku.

O mandato é de um ano, podendo haver reeleição. A eleição é feita entre os membros da plenária, composta por representantes de 23 entidades, como ACIM, Prefeitura de Maringá, Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) e Associação Paranaense de Supermercados (Apras); na foto José Carlos Valêncio transmite o cargo para Wilson Yabiku.

SÃO CAMILO TERÁ NOVO PRÉDIO E ADQUIRIRÁ EQUIPAMENTOS

O Grupo São Camilo, há 41 anos no mercado, ganhará um terceiro prédio para receber novos e modernos equipamentos, além de uma máquina de ressonância magnética e outra de ultrassonografia. A empresa também deverá ampliar a área infantil e criar uma ala de atendimento exclusivo à mulher, no terceiro andar do prédio.

Com a ampliação, a estrutura chegará a 2,4 mil metros quadrados e 60 vagas de estacionamento. Hoje o Grupo São Camilo trabalha com divisão de análises clínicas, áreas de anatomia, patologia e citopatologia, biotecnologia, diagnóstico por imagem e veterinária, com pontos de atendimento espalhados pela cidade – o grupo estuda a implantação de quatro novos pontos.

O São Camilo é responsável pela análise de 400 laboratórios, em 17 estados brasileiros. Esse apoio a laboratórios é responsável por 40% do faturamento da unidade de análises clínicas e a meta é ampliar para 50%.

NOVA FRANQUIA FRANCESA EM MARINGÁ

Maringá ganhou, no ano passado, a primeira loja da rede francesa 5àfil, especializada em consertos de roupas. De acordo com a empresária Sônia Raquel Barreto, que também comanda três lojas da rede de lavanderias 5àsec, pertencente ao mesmo grupo, trata-se de um conceito moderno para o setor. "O ambiente é espaçoso e bem organizado", afirma. Outra inovação proposta pela rede é em relação ao tempo de retorno das peças, que costumam ficar prontas em até três dias. Para se adaptar ao novo conceito, três costureiras já experientes participaram de treinamentos e continuam se aprimorando por meio de vídeos aulas oferecidas pela franquia. A 5àfil fica na avenida Paraná, 1.145, salas 4 e 5 (anexo ao Posto Sameiro).

AS IDEIAS PODEM VIR DE VÁRIOS LUGARES, MAS TEMOS O QUE É MELHOR!

A SOLUÇÃO!



Arenito

GeoTuga SOLUÇÕES AMBIENTAIS

"Servir com **Tecnologia e Responsabilidade** a serviço do crescimento Econômico Sustentável buscando contribuir com o desenvolvimento de nossos clientes em bases ecologicamente sustentáveis, possibilitando agregação de valor nas esferas **ECONÔMICA, SOCIAL E AMBIENTAL.**"



21 anos
de experiência



Topografia

-Projetos Agropecuários; Loteamentos;
Levantamentos Topográficos; e outros.



Licenciamentos ambientais

-Estudos Ambientais; Projetos Ambientais;
Licenciamentos Ambientais; e outros.

www.arenitoambiental.com.br

Avenida Euclides da Cunha, 878 - Zona 4 - Maringá - Paraná **Telefone (44) 3026-4626**

MARINGÁ RECEBERÁ SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE OFTALMOLOGIA

Entre 20 e 22 de março será realizado, no Bristol Metr pole Hotel, o XIII Simpósio Internacional de Atualiza o em Oftalmologia de Maringá. Além de 30 expositores, entre eles gigantes do setor como Alcon e Aboot-Vistatek, haverá uma extensa programa o científica com palestras, apresenta es de casos clínicos e cirurgias executadas ao vivo. De acordo com a coordenadora do evento, Edna Almodin, as últimas novidades da oftalmologia são apresentadas pelos mais experientes especialistas como o médico canadense George Beiko, que falar  sobre lentes t ricas e multifocais.



EMPRESA MARINGAENSE GANHA PR MIO DA IBM

A AMM Paraná, empresa que tem sede em Maringá, recebeu um pr mio que a reconhece como a melhor parceira comercial da IBM da América Latina (Top Business Partner - Latin America). A entrega da premia o foi em 12 de fevereiro, em Las Vegas, Estados Unidos.

Segundo o diretor comercial da AMM Paraná, André Goes, trata-se do maior reconhecimento já conquistado por um parceiro comercial da IBM no Brasil. Ele conta que no pr mio foram avaliados o foco na parceria com a IBM, resultado e qualidade das solu es entregues, entre outros requisitos.

A AMM Paraná, que está no mercado há dez anos, comercializa e implementa solu es IBM, desenvolvendo projetos para vários segmentos de mercado. O relacionamento com a IBM vem desde 2005.



Divulga o

INSTITUTO DE IMAGEM TERÁ ESPAÇO SAÚDE DA MULHER

O Instituto de Imagem de Maringá investiu mais de R\$ 1 milhão para criar o Espaço Saúde da Mulher, que será inaugurado em 8 de março. O novo ambiente, voltado para mulheres com mais de 40 anos, conta com o primeiro mamógrafo digital da cidade, mesa para realiza o de biópsia de mama e aparelhos de ultrassonografia e densitometria. Além de usufruir de equipamentos de alta tecnologia, as clientes serão atendidas por uma equipe composta exclusivamente por mulheres, com mais privacidade e conforto. O espaço fica na avenida Curitiba, 195. Mais informa es pelo telefone (44) 3033-5500.

NOVA LOJA DE MÓVEIS SOB MEDIDA TEM 1,1 MIL METROS

A primeira franquia da região da Id lli Ambientes foi inaugurada em Maringá no mês passado. A loja de móveis sob medida tem 1,1 metros quadrados e conta com visual moderno. "Temos uma forma automatizada de trabalhar, com tecnologia e códigos de barra nos cortes, o que garante precisão nos acabamentos dos móveis, agilidade na produ o e montagem", explica o diretor, José Carlos Casarotto.

Voltada para consumidores das classes A e B, a loja foi instalada em Maringá pelo fato da cidade ter bom potencial econ mico. "Esse   o centro mais desenvolvimentista do norte do Paraná e a popula o tem um bom poder aquisitivo", destaca Casarotto.

A Id lli Ambientes   um braço do maior grupo moveleiro da América Latina, o K1. Sua matriz fica em Tupandi, no Rio Grande do Sul. Em Maringá, a loja fica na avenida Colombo, 5.556. O telefone   o (44) 3046-3310.

Divulga o





Diversas opções para fazer sua vida melhor!

Maringá e Região Metropolitana | 44 3220-5454 e 44 3033-0654
Demais Localidades | 0800-200-6263
sejacliente@coopercard.com.br | www.coopercard.com.br

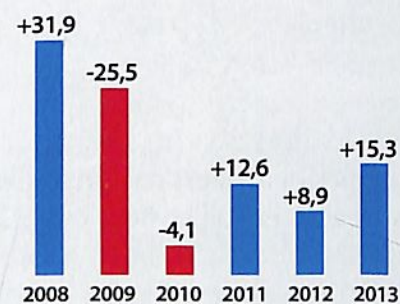
A necessidade pelo produto define o ponteiro da balança comercial

Maringá e o comércio internacional

BALANÇA COMERCIAL 2013 | US\$

	MARINGÁ	BRASIL
Exportações	2.955.800.912	242.178.649.273
Importações	461.650.719	239.620.904.905
Saldo	2.494.150.193	2.557.744.368
Ante 2012	+11,5% ↑	-86,81% ↓

VARIAÇÃO DO DÓLAR | %

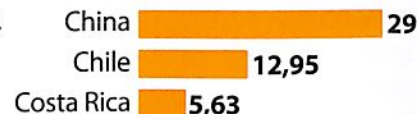
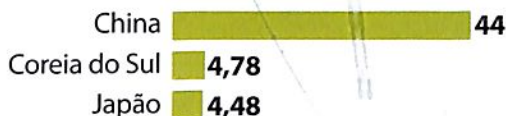


EXPORTAÇÕES
E IMPORTAÇÕES
US\$

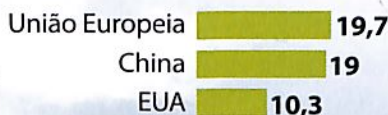
DESTINO DAS EXPORTAÇÕES (%)

ORIGEM DAS IMPORTAÇÕES (%)

MARINGÁ



BRASIL



Fonte:
Levantamento do Instituto Mercosul junto
ao Ministério do Desenvolvimento,
Indústria e Comércio Exterior (MDIC)



Aspectos macroeconômicos são importantes ao decidir levar a empresa aos negócios internacionais, mas as demandas específicas e a gestão profissional do negócio vão determinar o sucesso ou fracasso

Alan Maschio

Colocada como uma espécie de Coásis em comparação ao restante do país no que se refere a aspectos econômicos, Maringá registrou números relativos ao ano de 2013 que reforçam esta prerrogativa: a cidade gerou 7,3 mil empregos - foi a segunda no estado, ficando atrás de Curitiba - e terminou o período com balança comercial com crescimento na casa de 11,5%, um resultado muito superior à média nacional, que viu este saldo encolher 86% entre 2012 e 2013.

Em relação ao segundo aspecto, por sinal, a cidade apresenta características peculiares, que analisadas de forma mais próxima podem mostrar que o sucesso de uma empreitada ligada ao comércio exterior está mais associada à demanda por determinado produto e à profissionalização da gestão das empresas do que a contextos como parâmetros internacionais, sobre os quais tem-se pouquíssimos - ou nenhum - controle.

Para justificar esta análise, é preciso levar em conta os apontamentos levantados pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) no relatório de estudos da balança comercial brasileira em 2013. Em função da drástica redução do saldo no ano passado em comparação a 2012, o ministério orienta o mercado a ficar atento a variáveis que podem, em teoria, ser decisivas no sucesso ou fracasso de negociações internacionais.

As variáveis apontadas pelo MDIC

são a provável acomodação dos preços das commodities em níveis inferiores aos praticados no ano passado, as incertezas sobre a possibilidade de recuperação das economias dos Estados Unidos e da União Europeia e a tendência de desaceleração do crescimento da economia chinesa.

Levando-se em conta que o perfil exportador maringense é parecido com o nacional, tais variáveis deveriam, também em teoria, ser consideradas no nível local. Assim como para o restante do país, o mercado asiático continua sendo o maior comprador dos produtos maringenses, e a carteira de exportações da cidade é 95% composta por produtos agrícolas como soja, milho e álcool - como o perfil exportador nacional.

Outro fator que deve ser levado

em consideração é a cotação do dólar. A moeda americana fechou 2013 com alta de 15,3%, na casa dos R\$ 2,3575. Foi a maior alta desde 2008, e tanto o Banco Central quanto o MDIC projetam tendência de forte valorização em 2014, com picos de alta. Estas variações são o fator de maior preocupação justamente porque não podem ser previstas com precisão e, portanto, ter os impactos minimizados pelo empresariado que trabalha com comércio exterior. Se a moeda sobe demais, prejudica quem importa, já as quedas afetam o faturamento de quem exporta.

Inquestionável é o poder de influência destes fatores sobre a capacidade exportadora ou importadora de uma empresa, e quem tem uma gestão profissionalizada deve sempre



Walter Fernandes

Supermel tem 80% das vendas voltadas para a exportação; a expectativa de Carlos Alberto Domingues é que este seja o ano de maior faturamento

REPORTAGEM DE CAPA

avaliar e estudar tais características, como forma de reduzir riscos. Contudo, há variáveis muito importantes a ser levadas em conta e que são pouco discutidas por interessar cadeias produtivas específicas.

Demanda

Um destes aspectos, e o mais importante, é a identificação da demanda pelo produto que o empresário pretende exportar. Muito mais do que influências macroeconômicas, a necessidade por aquele bem vai ditar o ritmo e para onde apontará a balança comercial.

Um caso da importância da demanda é o da Supermel, empresa maringense que flutua entre o segundo e terceiro lugar entre os maiores exportadores de mel do Brasil. A empresa passou três anos de curva ascendente no volume de vendas para a China e União Europeia, graças à demanda criada por barreiras sanitárias impostas aos chineses em 2000. O país asiático enfrentou problemas com pesticidas, o que o obrigou a voltar a produção de 350 mil toneladas por ano ao mercado interno. O resultado foi que a Europa aumentou consideravelmente o volume de compras do Brasil, graças ao alto consumo per capita no continente: enquanto os brasileiros consomem 200 gramas de mel por ano, o índice dos europeus chega a 3 quilos por ano. Aliado a isso, o Brasil produz mel de qualidade superior ao chinês. A fidelização, enfim, estaria garantida desde então.

A alta nas vendas para o mercado exterior fez com que o proprietário da Supermel, Carlos Alberto Domingues, aumentasse parcerias para a produção e voltasse 80% das vendas para o comércio exterior. No ano passado, uma forte seca no Nordeste - onde Domingues mantém projetos



Walter Fernandes

Não são raros os empresários que têm ideias pré-formadas sobre o mercado para onde querem exportar; o correto é pesquisar para identificar a demanda pelo produto, recomenda Marcelle Lima

de produção orgânica - afetou a produção, fazendo a curva de vendas recuar pela primeira vez desde 2010. “Foi um ‘acidente de percurso’ que nos impediu de vender mais. Se não fosse isso, nosso faturamento continuaria crescendo. Já temos projeções de vendas para 2014, feitas com base nos resultados de janeiro, e podemos dizer que este ano será melhor do que em 2012, nosso melhor período”, conta o empresário.

A importância do fator “demanda” é reforçada pela sócia da M3Sul, empresa de assessoria em comércio exterior, Marcelle Mercúrio de Campos Lima. A consultora lembra que não é raro que empresários

procurem ajuda para iniciar projetos de exportação já com conceitos pré-formados de forma equivocada. Não é recomendável, por exemplo, mirar um mercado simplesmente porque se ouve falar dele, sem saber

Walter Fernandes



Ribeiro Pneus importa produtos da Coreia do Sul, China e Vietnã; é preciso conhecer os mercados para garantir a qualidade, diz o gerente Olair Farias Menegheli

qual será a aceitação de um produto por lá. “Nossa experiência diz, por exemplo, que não é fácil conseguir introduzir produtos ligados à tecnologia em países como os Estados Unidos, que além de terem uma forte indústria neste setor, possuem um sentimento nacionalista arraigado”, explica Marcelle. “Por isso, sempre fazemos pesquisas para identificar a demanda pelo produto que o empresário pretende vender. Cada um tem o mercado próprio”, conta.

Importação

Quando se fala em importação, o assunto ganha contornos um pouco mais delicados. A existência de um certo preconceito em torno do tema faz com que muitos empresários deixem de ver as compras no exterior

como uma boa opção para barateamento de custos ou diversificação da oferta de produtos. O preconceito explica-se em função do comportamento “predatório” de algumas empresas, que em vez de visualizar a importação como parte de um processo, vislumbram a chance de faturamento rápido, trazendo produtos de qualidade inferior e preços menores, forçando a concorrência nacional a reduzir margens de lucro para concorrer com materiais que não oferecem o mesmo padrão.

Executada de forma profissional, no entanto, a importação mostra-se de grande viabilidade em Maringá, como no caso da Ribeiro S/A Comércio de Pneus. De acordo com o gerente de desenvolvimento e importação, Olair Farias Menegheli,

a empresa faz da importação parte de um processo, barateando custos na compra de produtos. A Ribeiro traz pneus da Coreia do Sul, China e Vietnã. “Já ficou claro para nós que está havendo uma mudança de conceito em relação à importação. Há vários mercados de onde se pode trazer produtos, e é claro que é preciso conhecer todos eles, como forma de garantir qualidade”, acredita Menegheli.

Marcelle, da M3Sul, reforça: “temos um grande volume de importações em Maringá, e feita de forma profissionalizada, é uma alternativa para barateamento de custos e aumento de renda”. A experiência da consultora, por sinal, mostra que de fato a resistência do empresariado em iniciar negócios ligados ao co-

Plano Empresarial



Santa Casa
Saúde

Eleve o grau de satisfação dos seus colaboradores



ANS Nº 33.683-E

Um plano de amor à vida!

- ✓ Hospital padrão alta complexidade, 60 anos de história;
- ✓ Cobertura para acidentes de trabalho;
- ✓ Pronto atendimento Adulto, Infantil e Maternidade 24 horas;
- ✓ Centro Médico próprio para atendimentos nas mais diversas especialidades;
- ✓ Centro de diagnósticos com laboratório, ultrassom, raios-x, tomografia, ecodopplercardiograma, endoscopia e mamografia;
- ✓ Mais de 300 médicos credenciados para atendimentos aos beneficiários Santa Casa Saúde;
- ✓ Melhor custo-benefício ao empregador/ excelência no atendimento aos colaboradores;

Fone: (44) 3033-5656

REPORTAGEM DE CAPA

mércio exterior vem se reduzindo consideravelmente. Antes de começar a prestar assessoria no segmento, Marcelle trabalhava numa empresa que exporta equipamentos de impressão e importa matéria-prima para industrialização. A ideia de criar uma assessoria para comércio exterior surgiu justamente porque ela notou que outros empresários precisavam de ajuda para iniciar negócios fora do país. A M3Sul tem como sócios Jackson Marega e Marcelo Scomparin.

Obstáculos

A burocracia enfrentada para estabelecer negócios internacionais sempre é citada como a maior dificuldade por empresários. Contudo, Maringá conta com estruturas de apoio para quem pretende iniciar negociações no mercado internacional.

Uma delas é o Porto Seco, recinto alfandegado que oferece como principal vantagem tirar das grandes filas dos portos tradicionais os produtos importados pelo empresário maringense. Na prática, quando um contêiner chega ao Porto de Paranaguá, por exemplo, precisa entrar na fila para desembarço junto com volumes de todas as partes do país. Com o Porto Seco, o contêiner maringa-



Walter Fernandes

Porto Seco opera com 80% da capacidade e ainda tem uma área para expandir as atividades; operações compartilhadas ajudam a baratear os custos de transporte, ressalta o superintendente, Edson Lara

ense ganha liberação para trânsito aduaneiro até Maringá, onde uma equipe da Receita Federal realiza a liberação da carga.

Também há vantagens logísticas, já que o dono do material não precisa fazer a liberação de uma vez só, mantendo seus produtos em estoque e cuidando da nacionalização de forma mais próxima, conforme a demanda. E ainda é possível citar vantagens fiscais inclusive para a cidade, já que parte do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) será recolhido no local, promovendo reflexos indiretos

no aumento do repasse do Fundo de Participação dos Municípios (FPM).

O Porto Seco já opera com boa capacidade, mas a análise do superintendente, Edson Lima Lara, é de que o terminal pode ser melhor aproveitado pelos empresários da região. “Hoje operamos com 80% da nossa capacidade, com alguns picos. Significa que ainda temos potencial a ser explorado, além de possuímos uma área que nos permite expansão das atividades”, cita.

Para operar plenamente, Lara acredita que ações compartilhadas, com parcerias e mais associativismo, possam baratear ainda mais os custos de transporte para quem deseja fazer o desembarço de produtos importados em Maringá. “Sabemos que o custo do frete ainda é uma das maiores dificuldades neste negócio. Os trabalhos em parceria entre empresários poderiam ajudar neste aspecto”, avalia.

Ivan Amorim



Por falta de demanda, aeroporto não tem recebido cargas internacionais; com novos equipamentos e taxas de serviços menores, Fernando Camargo acredita que haverá 2 ou 3 voos quinzenais

Instituto Mercosul oferece assessoria e treinamentos

Entidade sem fins lucrativos, o Instituto Mercosul oferece suporte para os empresários que querem explorar oportunidades no comércio internacional. Com mais de dez anos de atuação, o instituto tem sede na ACIM, que foi a sua idealizadora.

A entidade está autorizada pelo Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior a emitir certificados de origem para as exportações, atestando que a mercadoria tem origem brasileira

e que atende o acordo comercial entre o Brasil e o país importador, o que garante benefícios tributários.

O instituto também busca potenciais clientes e fornecedores no exterior, realiza missões empresariais, rodadas de negócios, treinamentos e palestras, além de oferecer assessoria em comércio internacional. Para mais informações, o telefone é o (44) 3025-9616.



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

A segunda estrutura de apoio, também operada pelo Porto Seco, é o Terminal Internacional de Cargas do Aeroporto Regional Silvio Name Júnior. O terminal ganhou uma área alfandegada em 2009, e até o ano seguinte fez somente nove voos, segundo informações da Receita Federal. As atividades foram paralisadas em setembro de 2010, simplesmente por falta de demanda. À época, os custos com transporte foram citados como o principal obstáculo para o uso do sistema, justamente por não haver então iniciativas associadas: os poucos que utilizaram a modalidade o fizeram sozinhos, absorvendo todas as despesas.

Desde então, a Receita fez pedidos de adequações à SBMG, empresa de economia mista que administra o aeroporto, e a expectativa é de que a área alfandegada volte a receber voos internacionais ainda em março. “Estamos providenciando a instalação de dois escâneres, a pedido da Receita, que inclusive doou os equipamentos. Teremos dois em

funcionamento, para verificação de cargas, e mais um de reserva”, conta o superintendente do aeroporto, Fernando Camargo. Para ele, o fato do terminal operar fora do sistema Infraero é um fator que tem entusiasmado os operadores dos voos. “São taxas de serviços menores, o que vai nos permitir realizar entre dois e três voos quinzenais”, afirma.

A estrutura do terminal também está ganhando reforço: a primeira etapa de reformas está em fase final e consiste na ampliação da pista de pouso dos atuais 2,1 mil metros para 2.380 metros, construção de uma “taxiway” e de um pátio para estacionamento de aeronaves. O aeroporto também está incluído em um programa federal para investimentos em terminais regionais, o que deve garantir aporte de R\$ 62 milhões para nova ampliação da pista e instalação de um “Instrument Landing System”, que é um equipamento para operação de pousos por instrumentos.

Nos dois casos, cabe à equipe da

REPORTAGEM DE CAPA

Receita Federal em Maringá a tarefa da nacionalização dos produtos importados. Quem trabalha diretamente com os servidores do Fisco, por sinal, faz elogios à agilidade e comprometimento do pessoal. A rapidez foi citada tanto pelo superintendente do Porto Seco quanto pelo gerente de desenvolvimento e importação da Ribeiro Comércio de Pneus.

O delegado da Receita Federal em Maringá, Wagner Lopes da Silva, atribui a rapidez dos trabalhos na cidade especialmente à proporcionalidade do volume de serviços em comparação aos dois portos mais utilizados pelos empresários da região - Paranaguá e Itajaí (SC). “Temos uma equipe altamente especializada, o que faz com que o tempo médio para desembaraço seja menor. Também precisamos levar em conta que, apesar de nossa equipe ser menor, o volume de cargas para nacionalização que chega até nós é bem menor do que a quantidade nos dois outros portos”, explica.

Profissionalização

Com as estruturas à disposição, o que falta ao empresariado maringaense é não abrir mão da chance de internacionalizar seus negócios, levando-se

em conta a necessidade de se montar e manter uma gestão profissionalizada da empresa. A análise é do professor Anderson Freitas Toregeani, delegado do Conselho Regional de Administração do Paraná (CRA-PR). “Ainda é possível encontrar muitas deficiências de gestão nas empresas de Maringá, em especial no aspecto contábil. Entre os fatores que mostram a importância da gestão profissionalizada está o fato de que clientes em potencial vão querer conhecer detalhes do funcionamento da empresa. Só assim é possível firmar contratos longos, que vão diluir os custos logísticos do processo de importação ou exportação”, explica.

Sem espaço para improvisações, o empresariado começou a desenvolver a percepção de que é preciso profissionalizar a gestão. “Já há procura por mão de obra na própria universidade. A Unicesumar forma cerca de 50 tecnólogos em Comércio Exterior por ano, e como muitos já estão envolvidos com empresas familiares ou projetos já conhecidos, o restante acaba tendo trabalho garantido”, conta o professor, fazendo a ressalva de que alguns quesitos como segunda língua são obrigatórios para profissionais desta área.

O coordenador do curso de Ad-



Walter Fernandes

Em Maringá o tempo de desembaraço é menor do que nos portos de Paranaguá e Itajaí; na foto o delegado da Receita Federal, Wagner Lopes da Silva

ministração da Faculdades Maringá, Giancarlo Lucca, destaca ainda que entre as demandas de conhecimento exigidas para a introdução no mercado exterior estão as de logística internacional, normas técnicas de comércio exterior, trâmites burocráticos, padronização e categorização - informações que exigem nível técnico a ponto da presença de um profissional de gestão em comércio exterior ser quase obrigatória. “Por isso estamos estabelecendo parcerias com empresários de Maringá e da região. Nossos alunos de Administração têm a opção de fazer o curso com linha de formação em Comércio Exterior, e nestas parcerias poderemos conhecer as necessidades técnicas do nosso mercado. De forma geral, estamos vendo que as empresas de Maringá se mostram receptivas à necessidade de profissionalização”, diz o professor. ■

“Clientes em potencial vão querer conhecer detalhes do funcionamento da empresa. Só assim é possível firmar contratos longos”, afirma Anderson Toregeani, delegado do CRA



Walter Fernandes

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

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

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

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

SICOOB

Giro **ACIM**

O crédito alinhado as suas necessidades.

Ouvidoria | 0800 725 0996



SICOOB

ASSOCIADO A VOCÊ.



Comer, comer... para as empresas poderem crescer

Oferecer alimentação na empresa ajuda a atrair e reter funcionários, contribui para a integração e facilita a vida dos funcionários; já as empresas que oferecem alimentação coletiva comemoraram o aumento da demanda pelo serviço

Rubia Pimenta

Fornecer alimentação aos funcionários é uma prática que tem se fortalecido no mercado. Mais do que cumprir encargos trabalhistas, a medida é encarada por empresários como positiva por diversos aspectos: motivação, qualidade de vida do colaborador, melhora da imagem da corporação e, principalmente, ajuda a atrair e reter mão de obra, que anda escassa. E existe uma gama de opções na hora de oferecer a alimentação, como entrega de refeições no local de trabalho, vale-refeição ou construir um restaurante para os funcionários.

O grupo O Diário de Comunicação implantou um refeitório em 1998. O setor é terceirizado e serve almoço e jantar a cerca de 130 funcionários por dia. “Temos mais de 300 colaboradores, mas como estamos localizados em uma área central, muitos preferem aproveitar a pausa para o almoço em casa”, conta o gerente de RH da empresa, Rivelino Roberto de Souza.

O jantar é uma refeição importante no jornal, em função dos funcionários que trabalham no parque gráfico. “Há também jornalistas e diagramadores que possuem horários diferenciados, além dos colaboradores que estudam à noite e se



No O Diário 130 funcionários se beneficiam das refeições coletivas: “um colaborador bem nutrido falta menos e fica mais motivado”, diz o gerente de RH, Rivelino Roberto de Souza

beneficiam desta refeição”, explica.

Pelo acordo, é descontado do empregado 20% do valor da refeição, cerca de R\$ 1,58 por pessoa. O restante, R\$ 6,30, é custeado pela empresa. Para a implantação, o jornal construiu a estrutura do refeitório, enquanto a empresa terceirizada fornece as quatro co-

zinheiras, uma nutricionista e os aparelhos necessários da cozinha. “Todas as refeições são balanceadas. Há os pratos *light* e opção de lanche às sextas-feiras”, explica Souza.

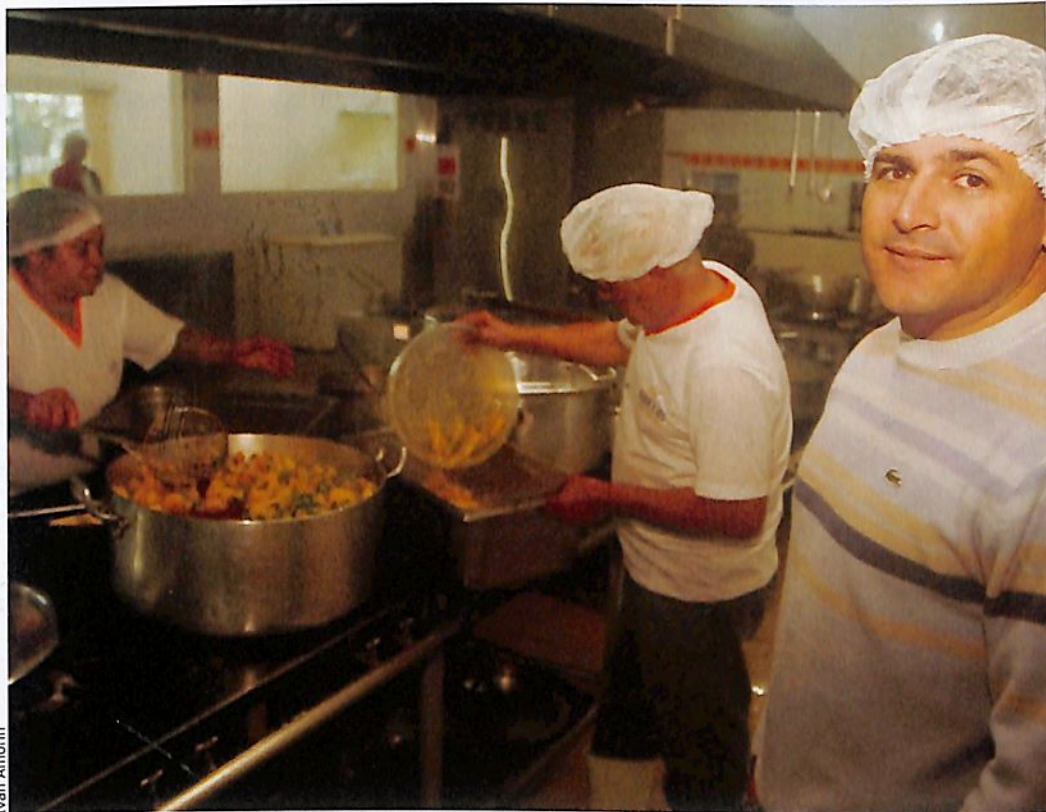
Ao oferecer alimentação aos funcionários, o grupo se cadastra junto ao Programa de Alimentação do Trabalhador (PAT), do Governo

Federal, e pode abater parte do valor destinado às refeições no Imposto de Renda. Para o gerente de RH, esse, no entanto, não é o maior benefício. “O ponto mais positivo é perceber que um colaborador bem nutrido falta menos e fica mais motivado no trabalho, produzindo melhor. Quando há refeitório na empresa melhora-se também a pontualidade e a integração dos funcionários. Tudo isso gera uma rotatividade menor e um ambiente melhor de trabalho”, afirma.

Oportunidade de negócio

Por outro lado, empreendedores perceberam o crescimento deste nicho e alavancaram bons negócios vendendo refeições coletivas a empresas, indústrias, escolas, hospitais, entre outros. Os números da Associação Brasileira das Empresas de Refeições mostram que o setor faturou R\$ 14,7 bilhões em 2012, ante os R\$ 13 bilhões em 2011, um crescimento de 13%. A estimativa é que no ano passado o setor crescerá entre 10% e 20%.

Entre os empreendedores que apostaram neste segmento está Josemar Rodrigues Alves, da Sabor e Art Cozinha Industrial - Buffet. Como muitos empresários do setor, ele começou o negócio, há 18 anos, vendendo refeições feitas em casa. “Minha mãe e minha avó passaram a vida vendendo refeições. Ao mudar para próximo da casa delas, comecei a oferecer refeições a seis funcionários de uma empresa, que vinham almoçar na minha casa. Eu era gerente de uma loja, mas queria ter uma renda extra. Quando um mercado entrou em reforma, ofereci o serviço aos trabalhadores da construção civil. Deu certo e começamos: eram 150 marmitex por dia. Foi difícil, pois trabalhávamos em



Para ter renda extra, Josemar Rodrigues Alves passou a fornecer refeições a funcionários de uma empresa vizinha; o negócio prosperou e deu origem a Sabor & Art, com mais de 40 clientes

uma cozinha caseira, mas a gente aprende a superar os obstáculos”, lembra.

A visão sobre o negócio mudou após Alves conhecer uma grande empresa do setor, em São Paulo, que fornecia cinco mil refeições por dia. “Pesquisei sobre cozinhas industriais e a venda de refeições coletivas. Fiz uma estruturação com bons equipamentos e comecei vendendo para empresas de pequeno porte, e aos poucos fomos crescendo”, conta.

Hoje a Sabor & Art tem mais de 40 clientes e 50 funcionários trabalhando na realização de refeições coletivas em restaurantes internos ou com a opção de levar a alimentação à empresa. “Não é marmitex. Fazemos a comida e levamos à empresa, onde ela é servida em um refeitório”, explica.

Em 2013 a Sabor & Art faturou R\$ 7 milhões ante os R\$ 4 milhões

de 2012, um crescimento de 75%. A expectativa para 2014 é faturar R\$ 8 milhões. “É difícil expandir mais, por conta da dificuldade de encontrar mão de obra, especialmente as cozinheiras”, comenta.

Frutas na empresa

O publicitário maringáense Cleiton Gustavo Jubin também decidiu investir no setor de alimentação. Como ele havia morado em Uberlândia, polo exportador de frutas, percebeu o sucesso de empresas que faziam entregas desses alimentos a funcionários. “Logo imaginei que fosse dar certo em Maringá”, conta.

Assim nasceu a Koma Fruta, em maio de 2013. A ideia não era apenas levar frutas aos funcionários, mas proporcionar uma alimentação diferenciada. “O cliente recebe todos os dias uma fruta inteira e uma salada de frutas picadas com io-



Ivan Amorim

Cleiton Gustavo Jubin criou a Koma Fruta que leva diariamente frutas fresquinhas e com iogurte a mais de 500 clientes

gurte. Temos acompanhamento de nutricionista. Cada dia fornecemos frutas de uma cor diferente”, conta. O custo do serviço é de R\$ 50 por mês, em média, incluindo a entrega.

Uma semana após a criação, o Koma Fruta já tinha 20 clientes. Hoje são mais de 500, a maioria empresas. Seis pessoas trabalham com Jubin. “Temos bons contatos com fornecedores de frutas e sabemos negociar os preços. Isso é essencial para que o negócio prospere”, conta.

Entre os clientes do Koma Fruta estão sete funcionários do Grupo Souza Contabilidade. “Na empresa temos vale-alimentação e oferecemos bolacha, leite, achocolatado e café aos colaboradores, mas percebemos que muitos sentiam falta de

uma alimentação mais saudável, por isso procuramos a opção das frutas”, conta a coordenadora do departamento financeiro, Daniela Barros Franco.

A contadora Larissa Cicere aderiu à novidade e aprovou a mudança. “Deixo de lado o pão de queijo e as bolachas recheadas para comer algo mais saudável e que engorda menos”, brinca. Ela afirma que sentiu melhoras no trabalho após a mudança na alimentação. “Ficamos mais dispostos, pois é uma alimentação mais leve”.

Para ela, o sucesso de empresas como o Koma Fruta está na praticidade. “Se a fruta chega cortada ou embalada na mesa, você acaba comendo e melhorando, consequentemente, sua qualidade de vida”.

A alimentação do funcionário e a lei

Pela legislação, o empresário é obrigado a fornecer alimentação ao funcionário quando este benefício estiver incluído em convenção coletiva da categoria. “A empresa pode descontar um percentual da refeição do funcionário, mas esse valor deve ser discutido também na convenção”, explica o advogado Francisco Osório Porto.

Mesmo sem acordos coletivos, o empresário pode oferecer alimentação e descontar um percentual. Para isso, ele tem que se vincular ao Programa de Alimentação ao Trabalhador (PAT). Uma parte do valor destinado às refeições pode ser abatida no Imposto de Renda da empresa.

O advogado frisa que ao oferecer alimentação no local de trabalho é necessário autorização do Ministério do Trabalho. “Existe uma legislação que preconiza o acompanhamento nutricional, o cumprimento das normas de vigilância sanitária, entre outros pontos que precisam ser respeitados para garantir o oferecimento de alimentos saudáveis”, ressalta Porto. ■



LUGAR

1º LUGAR NO PRÊMIO SINDUSCON.
OBRAS TERCEIRIZADAS

TAKY
empresendimentos



RRU
engenharia

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

Ascensão profissional planejada pelas empresas

Para os funcionários, uma possibilidade de progressão na carreira; para os empregadores, fidelização e comprometimento dos colaboradores: estes são alguns benefícios de se implantar um de plano de cargos e salários

Ivan Amorin



Leilões Serrano implantou plano de cargos e salários em 2008; os resultados foram tão positivos, segundo Débora Zamberlan, que a empresa contratou novamente uma consultoria para incrementar e aplicar novas estratégias

Fernanda Bertola

“Falta de plano de carreira é queixa de quem pretende trocar de empresa”. A manchete do portal de notícias G1, em 30 de janeiro, chama a atenção para um problema comum. A reportagem divulgou resultados de uma pesquisa sobre mercado de trabalho realizada pela

consultoria Boucinhas. Dos 337 profissionais entrevistados, 80% pretendem mudar de empresa neste ano e 73% buscam um novo posto – a falta de um plano de carreira na empresa atual motiva a troca segundo 48% dos entrevistados. Se quase metade dos pedidos de demissão poderia ser evitada com a implantação de um plano de car-

reira, por que mais empresas não investem nisso?

Na opinião do consultor Gustavo Lopes Pelissari, da Set Consultoria, Soluções & Treinamentos Empresariais, as empresas têm medo de implantar o sistema porque associam o plano ao aumento de salários. “Ajustar a remuneração dentro de uma prática aplicada no mercado



Walter Fernandes

“Ajustar a remuneração dentro de uma prática aplicada no mercado pode sujeitar a um aumento salarial, mas esse não é o objetivo do plano de cargos e salários”, afirma o consultor Gustavo Lopes Pelissari

pode sujeitar a um aumento salarial, mas esse não é o objetivo”, explica. Para ele, a finalidade é criar, sistematicamente, uma possibilidade de crescimento, para reter e comprometer o colaborador.

Apesar de ressaltar que aumentar salários não é o foco de um plano de carreira, Pelissari afirma que a questão financeira é, sim, uma grande preocupação. “Não adianta querer criar um mecanismo perfeito de plano de carreira se for causar um desajuste muito grande no caixa da empresa. Entretanto, sabemos que a competitividade é grande e que o empregado por R\$ 50, R\$ 100 sai da empresa e vai trabalhar para o vizinho. Então, a questão salarial também é importante”, completa.

Para a advogada trabalhista Simone Boer Ramos, a gestão de cargos e salários ocupa uma posição-chave no recrutamento e manutenção dos recursos humanos. “As empresas precisam propiciar um ambiente de motivação e produtividade, gerando expectativas de crescimento profissional e eliminando as inco-

erências e distorções que possam causar desequilíbrios salariais ou a insatisfação das pessoas”, ressalta.

Segundo Pelissari, que já implantou planos de carreira em várias empresas, o primeiro passo é promover uma auditoria trabalhista, pois é preciso, antes, ter uma estrutura jurídica sólida para evitar passivos.

Simone explica, porém, que não existe uma legislação que trate especificamente da gestão de cargos e salários. No entanto, há princípios que protegem o trabalhador de incoerências ou distorções que possam ocorrer em relação à função desempenhada e à remuneração. “É preciso tomar muito cuidado, pois temos uma legislação trabalhista descolada das necessidades atuais do mercado, que acaba engessando alguns pontos da estruturação dos salários”, completa.

Empresa auditada, é hora de construir o alicerce para um plano de carreira bem-sucedido, que leva como materiais primordiais o organograma e a descrição de cargos. De acordo com Pelissari, por meio do

organograma é possível organizar a hierarquia, para que o funcionário possa identificar de qual setor faz parte, quem é seu superior e seu subordinado. Depois dessa etapa, é elaborado um descritivo de cargos, que traz as atribuições de cada função e requisitos. “Nesse descritivo trabalhamos com competência (parte técnica) e habilidade (parte comportamental), além do nível de educação que o cargo exige”, diz.

A advogada considera a boa comunicação uma ferramenta essencial nesse momento: “Mesmo com um bom processo de comunicação, é muito comum que as pessoas gerem a expectativa de ganhar um aumento salarial ou achem que serão demitidas com a implantação do plano”.

Tamanho não importa

Não há um número mínimo de funcionários para se implantar um plano de cargos e salário. “Até com um único funcionário é possível, porque o plano nada mais é do que fazer um acompanhamento



A advogada Simone Ramos diz que o plano de cargos ajuda a gerar definições de salários e promoções, evitando que este tipo de decisão seja unilateral ou sem embasamento; na foto, ao lado da sócia Renata Monteiro de Andrade

técnico e comportamental desse empregado”, explica o consultor. Nas empresas pequenas, porém, o cenário se torna mais difícil, pois geralmente não há profissional apto a gerenciar o plano. “Empresas que não possuem um RH estruturado vão sentir mais dificuldade, pela falta desse profissional”, considera Pelissari.

Outra característica do plano de cargos e salários é detectar habilidades para extrair o melhor que cada pessoa tem a oferecer. Para Pelissari, há duas linhas a ser seguidas: a parte técnica e a gestão. “Tem pessoas que são muito boas tecnicamente, mas pecam na parte de gestão. Ao contrário, há outros que se destacam na gestão. Cabe ao departamento de Recursos Humanos detectar essas diferenças”, coloca.

Ascensão

Há diversas maneiras de avaliar o crescimento da carreira de um funcionário. Geralmente, o profissional

de recursos humanos que gerencia o plano de cargos e salários é quem faz essa avaliação, baseado em metodologia pré-estabelecida. “O grande pulsar do plano de carreira é a avaliação. É aproximar o avaliador e o avaliado com o *feedback* e ambos caminharem juntos para construir o conhecimento”, diz o consultor. Entretanto, Pelissari conta que, muitas vezes, é nesse momento que começam as dificuldades, pois os colaboradores não estão acostumados a receber *feedback*. E fazer com que os gestores comprem a ideia do plano é outro desafio, porque eles terão que realizar uma tarefa que não estavam acostumados a fazer. “Depois a equipe se acostuma e tudo fica mais fácil, porque começa a ver resultado. O plano incentiva o colaborador a buscar conhecimento, porque ele sabe que terá resultado futuro”, pondera.

Na Leilões Serrano, os resultados começaram a ser observados já nos primeiros seis meses após a implan-

tação, segundo a supervisora de Recursos Humanos, Débora Zamberlan. Em 2008, a empresa contratou uma consultoria para ajudar na implantação. “Os colaboradores reagiram com muito otimismo, pois tinham a perspectiva de onde poderiam chegar na carreira profissional. Por isso, eles trabalharam para alcançar as metas”, diz.

O plano deu tão certo que a empresa sentiu necessidade de incrementar ainda mais. A Leilões Serrano contratou novamente uma consultoria, agora para implementar a construção de conhecimentos, habilidades e ferramentas para aperfeiçoar desempenhos e para aplicar novas estratégias.

A empresa tem cerca de 130 funcionários, divididos em dez faixas salariais. Em cada departamento há seis níveis de cargos que vão de assistente a supervisor, além do gerente e do diretor. Todo ano o funcionário sobe uma faixa salarial, mas não antes de passar por avaliações de

desempenho – tempo de serviço e meritocracia caminham juntos.

Junto com a política do plano de cargos e salários, as empresas podem oferecer pacotes de benefícios, como bolsas de estudo, treinamentos e aperfeiçoamentos. “O plano de cargos e salários é o início. Com base nele, as empresas começam a extrair outros programas. E tudo melhora: o recrutamento, seleção e a organização interna”, enumera Débora.

De olho na CLT

De acordo com Gustavo Pelissari, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) prevê que o plano de cargos e salários seja homologado no Ministério do Trabalho.

Simone explica que a falta do

plano de cargos e salários em uma empresa pode gerar definições de salários, promoções ou enquadramentos sem uma adequada avaliação para este reconhecimento, deixando de se basear nos critérios de competência e desempenho (mérito) para basear-se em afinidades pessoais, parentesco, grupo social ou qualquer outro critério que gera desequilíbrio organizacional. “Muitas vezes as decisões de aumento salarial ou de promoção são unilaterais e sem embasamento, onde o superior imediato ou o gerente, por decisão própria, reconhece um empregado e não o outro ou até deixando de reconhecer o empregado que possui maior merecimento”, adverte a advogada.

Ela explica que tais situações

costumam complicar as empresas perante a Justiça do Trabalho. “Um ex-empregado que se sentiu lesado, por exemplo, pode pedir a equiparação salarial com o colega de trabalho do mesmo setor ou até de setor diferente, mas que tinha atribuições e responsabilidades iguais, mesmo com cargos nominalmente diferentes”.

Para ela, a importância do plano de cargos e salários está justamente na possibilidade de garantir esta isonomia, por meio do exercício da avaliação da estrutura funcional, separando tarefas e responsabilidades que corresponderão a cada cargo. “Atribuir aos funcionários valores justos e coerentes faz com que eles possam demonstrar maior habilidade e produtividade”, conclui. ■

OUTONO · INVERNO · 2014

JB JORGE BISCHOFF



Maringá Park Shopping | 3º Piso

Fone: 44 3222.9189 | jorgebischoff.com.br/blog

Rosângela Gris

Empresa aposta em mídias ecológicas

Papel de propaganda que ao ser plantado floresce? Essa é uma das mídias oferecidas pela Green Mark Brasil, uma empresa criada por um estudante de Administração que poderá ganhar franquias

Quem tem o costume de rasgar papel e jogar em qualquer lugar precisa tomar ainda mais cuidado. Ele pode germinar e se “transformar” em árvores, flores ou ervas. Ecológicamente correto, o papel semente está ficando raízes (com o trocadilho) no mercado, principalmente no publicitário. O material 100% reciclado e artesanal - com sementes na composição - ganha forma em envelopes, convites, cartões de visita, panfletos, crachás e outros materiais. Quando plantado e regado, os pedacinhos do papel florescem.

O papel semente é desenvolvido pela empresa maringense Green Mark Brasil, idealizada pelo estudante de Administração Fernando Curt Hubel Júnior. “Sempre me interessei por ações de sustentabilidade. Pesquisando na internet descobri uma empresa em Londres que desenvolve ações ecológicas e passei a acompanhar o trabalho dela”, conta.

Quando precisou criar um projeto inovador, numa atividade da disciplina de Empreendedorismo do curso de graduação, Hubel Júnior apostou na ideia da mídia ecológica e foi incentivado pelos professores a investir no negócio. A empresa se tornou realidade há pouco mais de um ano e tem feito sucesso.

De fabricação 100% artesanal, o papel semente é quatro vezes mais caro do que o tradicional. “Infelizmente essa mídia ecológica ainda é elitizada no Brasil, mas estamos trabalhando pela sua popularização. Queremos aumentar e mecanizar a produção para baratear o custo”, assegura o empresário, que planeja transformar a Green Mark Brasil em franquia. “Já temos uma filial em Curitiba, mas a intenção é levar a marca para o maior número de



Ivan Amorim

Fernando Curt Hubel Júnior criou a Green Mark Brasil: “queremos aumentar e mecanizar a produção para baratear o custo”

idades brasileiras”.

Atualmente o processo de reciclagem do papel, introdução da semente e secagem do material é feito em laboratórios “improvisados” na casa do empresário e dos colaboradores. Só na hora da impressão é que o papel é enviado para a gráfica.

A equipe da Green Mark também trabalha na produção de tinta natural à base de musgo que serve

de matéria-prima para a mensagem verde, outra mídia ecológica disponível no portfólio da empresa e que faz sucesso. As gravações de logomarcas, nomes ou campanhas geralmente são feitas em parede e a durabilidade depende da manutenção. Se bem cuidadas, as mensagens se transformam em verdadeiras obras de arte naturais.

Outra forma de divulgar a marca e criar uma boa imagem em relação às questões ambientais é a mensagem limpa. Em vez de tinta, é a água que faz a logo da empresa ou da campanha publicitária ou institucional aparecer nas calçadas. “Reutilizamos água e uma máquina de alta pressão para lavar a calçada e deixar a mensagem solicitada pelo anunciante”, explica.

Diferentemente do papel semente, a mensagem limpa tem um custo bem inferior a mídias tradicionais. “O custo médio de uma aplicação de 1,8 por 1,5 metro é de R\$ 250, ou seja, um quarto de um outdoor. Outra vantagem é o tempo de exposição, já que a mensagem limpa dura, em média, entre três e quatro meses”.

Serviço: Green Mark Brasil
Rua Pablo Neruda, 114 - Jardim
Cidade Monções
Telefone: 3259-1594
www.greenmarkbrasil.com.br



Planos de Saúde FAMILIARES e EMPRESARIAIS



Seja para **cuidar da saúde** e bem estar da nossa **família** ou da nossa **empresa**, o **PAM SAÚDE** está **presente sempre!**

Qualidade, agilidade, ampla rede credenciada, atendimento regional e nacional pela rede ABRAMGE, melhor corpo clínico com diversas especialidades e uma clínica própria que possibilita atendimento agendado até as 23 horas. Uma exclusividade IMI/PAM SAÚDE.



Faça já seu **plano de saúde!**

Preços especiais para planos empresariais a partir de 3 pessoas.

Vendas: **44 3218-1515**

Cascavel: 45 3218-1314 | Campo Mourão: 44 3017-0051 | Ubatã: 44 3543-4186



/pamsaude



www.drpam.com.br

O futuro chefe pode estar entre os funcionários

Falta de profissionais para ocupar cargos mais altos faz empregadores olharem para o quadro de colaboradores; e se na equipe não há quem possa ocupar as vagas no topo do escalão, o jeito pode ser recrutar em outras cidades

Fernanda Bertola

Um estudo da Fundação Dom Cabral intitulado “Carência de Profissionais no Brasil”, divulgado no início do ano, aponta que 91% das empresas encontram dificuldades para contratar profissionais qualificados. A pesquisa, que teve como base a consulta a 167 companhias de diversos setores da economia, aponta que a escassez de administradores atinge 65% das organizações.

E o pior: mais da metade das empresas sofre para contratar mão de obra qualificada. E se encontrar pessoas para exercer funções que não exigem tanta especialização já está difícil, a busca por profissionais preparados para ocupar cargos de níveis mais altos tem se tornado uma verdadeira batalha. De um lado, a exigência de altos salários, de outro, empresas precisando de especialistas.

Segundo o *headhunter* associado da De Bernt Entschew, João Paulo Dal’Mas, um dos motivos da falta de profissionais no mercado é o aquecimento da economia, mais especificamente por causa do crescimento da classe C, que consome carro, roupas, mais alimentos e casa nova. O resultado é um número maior de empresas, produzindo



Divulgação

Faltam gerentes: segundo um estudo da Fundação Dom Cabral, mais da metade das empresas tem dificuldade para contratar mão de obra e a escassez de administradores atinge 65% delas

mais e precisando de mais mão de obra. “O país passa a produzir mais de tudo para suprir a expansão do consumo. E enquanto aumenta a demanda, a formação e o número de profissionais disponíveis no mercado continuam os mesmos”, explica.

O avanço da tecnologia e a criação de cargos mais específicos dificultam o processo de recrutamento,

especialmente para os níveis executivos. Principalmente no interior, onde operam poucas empresas de grande porte. “Em Maringá e Londrina, por exemplo, é mais difícil encontrar esses profissionais”, conta Dal’Mas. Profissionais que investem em capacitação, às vezes com cursos no exterior, podem migrar para os grandes centros e as vagas perma-



Divulgação

“Cargo mais alto requer um nível de preparo a partir do técnico para o mais aprofundado. Os colaboradores são os que apresentam melhor desempenho técnico”, diz o headhunter João Paulo Dal’Mas

necem vazias.

Por essas razões, Dal’Mas explica que o mercado passou a ter uma nova visão: a de olhar para o profissional generalista que tenha capacidade de crescer na carreira. E muitas empresas têm apostado na ascensão do profissional que já integra o quadro de funcionários. “Assumir cargos mais altos requer um nível de preparo sempre a partir do técnico para o mais aprofundado. Os colaboradores da empresa são os que apresentam desempenho técnico melhor dentro da atividade”, explica o *headhunter*. Ele acrescenta, no entanto, que nem sempre o melhor técnico é o funcionário que evolui, porque é necessário ter também visão de gestão.

Outras vezes não é possível recrutar entre os colaboradores aqueles que vão ocupar cargos mais elevados, porque nem todos se prepararam para ascender, aprendendo uma segunda língua ou se especializando. E às vezes não sobra outra solução a não ser buscar profissionais fora da praça de atuação, o que poderá

exigir maior cesta de benefícios e salários. Para o *headhunter*, quando a empresa oferece um salário menor do que a média de mercado, a tendência é encontrar gente com menos capacitação ou será preciso contar com a sorte para encontrar um profissional menos ambicioso. E as possibilidades são pequenas de encontrar um profissional que se encaixe no perfil e atenda todas as exigências por um salário aquém do que exige o cargo.

De acordo com o *headhunter*, a maior demanda por profissionais de alto escalão se deu em 2011 e 2012 e no ano passado houve uma acomodação, o que fez com que organizações dispensassem grandes salários. Mesmo assim, numa cidade da capital a faixa salarial de um coordenador vai de R\$ 6 mil a R\$ 12 mil. Em centros menores, essa faixa é um pouco menor, partindo de R\$ 5 mil. No nível de gerência, a variação capital/interior chega a R\$ 2 mil, sendo R\$ 15 mil uma remuneração de bom patamar, segundo Dal’Mas. Essa média muda de acordo com o tamanho e política das empresas.

Treinamento

Preocupados com a falta de profissionais alinhados ao cargo, além de olhar com mais atenção para o quadro de funcionários, empregadores têm oferecido treinamento aos que têm potencial para assumir posições mais elevadas. É o caso da Rivesa, empresa que pertence ao Grupo Ribeiro, que conta com 15 cargos de chefia na matriz, mais dez nas filiais.

Segundo o diretor de Marketing e Desenvolvimento, Henrique Feio Ribeiro, cargos de níveis mais altos exigem mais do que competências administrativas genéricas. Para ele, é necessário conhecimento da cultura organizacional e do estilo de gestão,



Instituto Maringá de Imagem

INSTITUTO MARINGÁ DE IMAGEM
AGORA AINDA MAIS ESPECIAL,
COM UM ESPAÇO
TODO FEITO PARA VOCÊ,
MULHER!

Espaço
Saúde da

Mulher

**VALORIZANDO
A SAÚDE DA MULHER.**



**Mamografia Digital
Medicina Fetal
Ultrassom 4D
Densitometria Óssea
Ultrassom com Doppler Colorido**

Av. Curitiba, 195
Maringá - Paraná

Fone: (44) 3033-5500

www.institutoimagem.med.br



ANOS
1954 • 2014

Como crescer na organização?

Se cargos de nível mais alto na hierarquia exigem salários melhores, os candidatos também precisam de mais capacitação. O *headhunter* associado da De Bernt Entschew, João Paulo Dal'Mas, explica que para galgar postos mais elevados, é preciso que o funcionário entenda como funciona a companhia, se aprofunde em todo o escopo da administração e conheça as etapas técnicas e de gestão.

Também é preciso aproveitar as oportunidades de treinamento oferecidas pela empresa, além de se manter antenado até em eventos sociais. "Nesses momentos há troca de informações onde todos falam sobre negócios", destaca Dal'Mas. A faixa mais comum para se chegar a um cargo de chefia é entre 30 e 40 anos. "Normalmente esses profissionais concluem a graduação por volta dos 22 anos e levam em torno de oito anos para chegar à direção", afirma.

lharam na empresa para ocupar cargos gerenciais nunca deu certo. Isso porque na visão dele, o candidato tem outra forma de trabalhar e seria necessário moldá-lo às políticas da empresa, o que leva tempo.

Gouveia reforça que não há dificuldade apenas em contratar profissionais para os cargos de gerência, mas para todos os cargos no varejo. "Tenho lojas em shopping e na falta de profissionais, a equipe precisa dobrar o horário de trabalho", afirma. ■



Rivesa conta com 15 cargos de chefia na matriz; conhecimento da cultura organizacional, do estilo de gestão e do mercado de atuação são imprescindíveis nos cargos mais elevados

além do conhecimento que os profissionais trazem sobre o mercado de atuação da empresa e de seus produtos. "Outro fator importante é a confiança no perfil do candidato à vaga, pois a convivência no médio e longo prazos nos permite conhecer o verdadeiro profissional por trás do currículo e do seu potencial. Assim, evitamos a situação em que a contratação é feita por questões técnicas e a demissão por questões comportamentais", completa.

Na Rivesa o treinamento é feito por meio de um programa de desenvolvimento profissional, estruturado e gerenciado pelo setor de Recursos Humanos, o Programa Trainee Rivesa. O processo tem início com a seleção, em que os participantes fazem uma avaliação de conhecimentos gerais e específicos sobre a função que querem atuar. Na próxima etapa os dois melhores candidatos de cada função são avaliados conforme o perfil, para então iniciarem o período de desenvolvimento profissional. Depois, eles recebem treinamentos específicos e têm a oportunidade de participar de reuniões, eventos e períodos de vivência prática. Ribeiro explica que

ocupará o novo cargo aquele que mais se destacar nas diferentes fases de desenvolvimento.

O diretor destaca que a Rivesa busca profissionais que trazem consigo características e ideias que contribuem para os processos de inovação. As chances de contratação aumentam se o candidato, além de qualificado, apresentar boas referências e conhecer profundamente as características do segmento em que busca a vaga.

Política da empresa

Na Gouveia, que atua no segmento varejista em Maringá e região, a solução também tem sido encontrar gerentes no quadro de colaboradores, que conta com 75 pessoas. "Nem sempre um bom vendedor desempenha bem o papel de gerente", explica o proprietário, Dayton Gouveia. Ele verifica se o funcionário realmente tem interesse em ocupar um cargo que exige mais responsabilidade e se está apto, afinal, é preciso ter visão de gestão e conhecer bem a organização. A empresa conta com oito lojas.

O empresário diz que a contratação de profissionais que não traba-

Giovana Campanha

O consumidor que encontrar um produto fora do prazo de validade em um supermercado de Maringá e região receberá outra unidade do mesmo item gratuitamente. A proposta é simples, mas mostra como os supermercados estão tornando os consumidores seus aliados. A campanha “De olho na validade,” lançada pela Apras em 11 de fevereiro, já conta com a adesão de 60 supermercados de Maringá e região, o que representa 90% das redes da região noroeste do estado. Proprietários, diretores e gerentes destes estabelecimentos assinaram na ACIM um termo de cooperação técnica aderindo à campanha.

Para ganhar o produto igual, mas dentro do prazo de validade, o consumidor precisa avisar o gerente do estabelecimento antes de pagar pela compra, ou seja, a medida é válida apenas para mercadorias encontradas na área de vendas.

Todas as grandes redes de supermercados aderiram à campanha, assim como pequenos estabelecimentos, incluindo os da região. “É de interesse dos supermercados manter o padrão de qualidade. Sempre estamos dispostos a oferecer o que há de melhor aos clientes”, afirma o presidente da Apras Regional Noroeste, Maurício Bendixen. A campanha já está em vigor e foi bem aceita pelos estabelecimentos, que estão identificados com materiais publicitários.

A campanha tem o apoio da ACIM, Procon Maringá e Ministério Público. Ela já existe em Santa Catarina e São Paulo. No Paraná o termo de implantação foi assinado em dezembro do ano passado pelo governador e pela Apras, em Curitiba.

Fiscais voluntários nos supermercados

Campanha “De olho na validade”, da Apras, incentiva consumidores a trocar produtos vencidos em supermercados; iniciativa tem apoio da ACIM e Procon

**Exija qualidade.
Confira a validade dos produtos.**



Material publicitário da campanha “De olho na validade”, que tem a adesão de 90% das redes supermercadistas da região noroeste

Aliado das empresas

Para o diretor do Procon Maringá, João Luiz Regiani, a campanha deve ajudar a diminuir o número de reclamações no órgão. “É um modo inteligente de fazer do consumidor

um aliado no processo de fiscalização de produtos com validade expirada”. Regiani também ressalta a importância de sempre conferir o prazo de validade dos produtos antes de colocá-los no carrinho de compras. ■

Renata Mastromauro

Em 7 de fevereiro Maringá perdeu um importante personagem de sua história. O pioneiro Joaquim Romero Fontes morreu aos 97 anos, por falência múltipla de órgãos, em decorrência de problemas relacionados à idade avançada. Recentemente, ele sofreu uma pneumonia que o deixou com a saúde debilitada e há alguns anos vinha se submetendo a sessões de hemodiálise. O velório ocorreu na Câmara Municipal de Maringá e reuniu centenas de pessoas, entre familiares, amigos e autoridades. Em sinal de respeito, o prefeito Carlos Roberto Pupin decretou três dias de luto oficial na cidade.

Em 1949, “Seu Joaquim”, como era conhecido, trocou a compra e venda de cereais em Lucélia, no oeste paulista, pelas terras vermelhas de Maringá, quando ainda era distrito de Mandaguari. Trouxe a família e um enorme compromisso: tinha de pagar um empréstimo feito no banco para comprar seus primeiros hectares de terra com 50 mil pés de café. Graças às boas safras e aos preços expressivos do grão na época, Fontes conseguiu quitar a dívida em dois anos. E ainda comprou mais terras e trouxe os pais e os dez irmãos que viviam humildemente em Taquaritinga/SP, sua cidade natal.

Desde então, Seu Joaquim participou ativamente dos momentos mais decisivos da vida política, econômica e social da Cidade Canção. Em 1951, batalhou pela emancipação do município e, no início da década de 1960, trabalhou pela fundação de um de seus maiores legados, a Cooperativa Agroindustrial de Maringá (Cocamar) – foi ele quem cedeu a estrutura da própria máquina de café para que a cooperativa começasse a funcionar.

Adeus ao pioneiro Joaquim Romero Fontes, um dos fundadores da Cocamar

Agropecuarista participou de alguns dos momentos mais importantes da história da cidade: da emancipação política e construção da catedral à criação da Cocamar, SRM e ACIM



Joaquim Romero Fontes recebeu da ACIM a Comenda Américo Marques Dias em 2008; na foto com Marco Tadeu Barbosa, ex-presidentes da entidade e o arcebispo Dom Jaime Luiz Coelho

A construção do maior ícone maringense, a Catedral Basílica Menor Nossa Senhora da Glória, também teve Fontes como um dos protagonistas. Convidado pelo primeiro bispo da cidade, Dom Jaime Luiz Coelho, o pioneiro aceitou o desafio e ajudou na conclusão da obra, entregue em 1972. Também foi sócio-fundador e presidente da Sociedade Rural de Maringá, entre os anos de 1979 e 1981 e, mais tarde de 2004 e 2008. Voluntariamente trabalhou pela estruturação do Parque Internacional de Exposições e pela consolidação da Expoingá no cenário nacional.

A história de trabalho e de paixão pela cidade rendeu ao pioneiro homenagens e condecorações. Em 2008, recebeu da ACIM, entidade que ajudou a criar e da qual era associado, a Comenda Américo Marques Dias, uma distinção de ordem honorífica concedida a apenas quatro pessoas desde sua concepção, em 2002. Naquele ano tornou-se cidadão Honorário do Estado e Cidadão Benemérito de Maringá e teve sua trajetória contada na biografia “Seu Joaquim, um brasileiro de coragem”, assinada pelo jornalista Rogério Recco.

LANÇAMENTO
ALTO PADRÃO
NA ZONA 8



MAISON
MONTALCINO

AVENIDA GUEDNER, 683

MUDE,
PERMITA-SE
MAIS...

3 SUÍTES

213M²*
ÁREA TOTAL

VISITE
DECORADO

119M²*
PRIVATIVA

2 VAGAS GARAGEM
(OPÇÃO P/ 3 VAGAS)

**LAZER
COMPLETO**

SHOW ROOM A.YOSHII
Av. São Paulo, 2828 (Antiga Gurucuia) | www.ayoshii.com.br

Informações:



OPÇÃO
IMÓVEIS

Construção e
Incorporação:



A.YOSHII
ENGENHARIA
Referência de Qualidade

O empreendimento será comercializado após registro de incorporação no cartório de imóveis. *Áreas aproximadas

Atrair um grande evento não é o único desafio

Sediar eventos em Maringá com centenas de turistas exige logística e programação antecipada junto a restaurantes; falta de um centro de eventos é o principal empecilho apontado por promotores e outros integrantes da cadeia turística



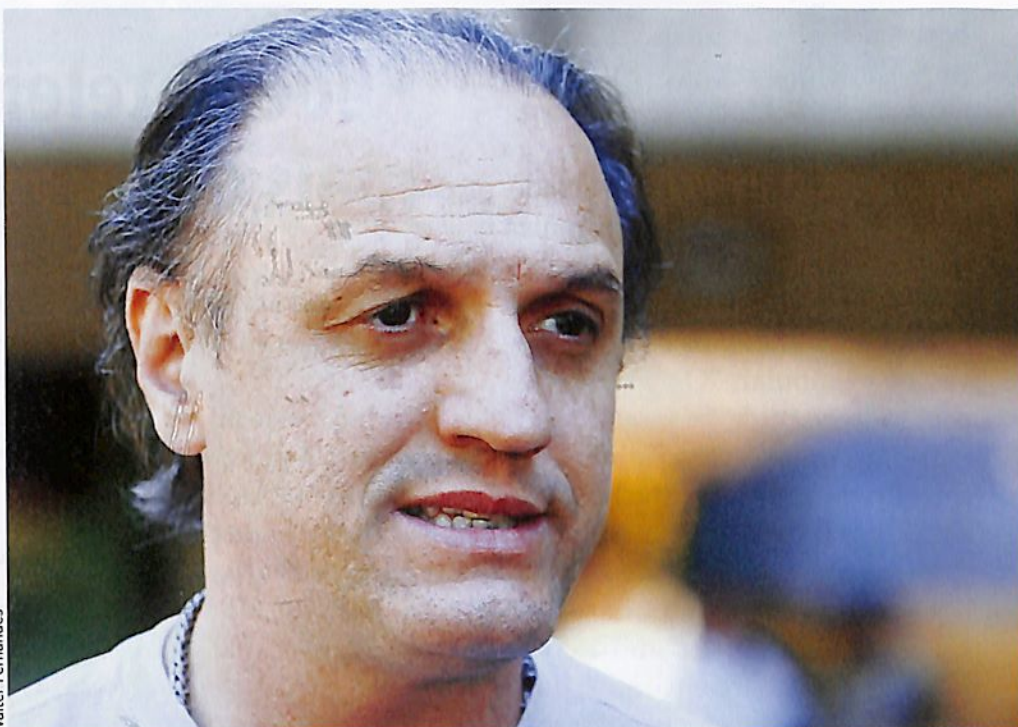
Além da falta de um local que acomode mais de mil pessoas sentadas, promotores de eventos dizem que a cidade não conta com empresa que ofereça aparelhos de tradução simultânea

Maringá sediou quase 1,5 mil eventos em 2013. Só a Universidade Estadual de Maringá (UEM) foi responsável por 12 de grande porte, com concentração de aproximadamente mil pessoas em cada. O fato da cidade ser um polo de comércio, educação, saúde e, agora, esportivo tem movimentado o setor turístico.

Com o projeto de construção de um centro de convenções para duas mil pessoas no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, o objetivo é intensificar o turismo de eventos, atraindo grandes congressos para a cidade - há expectativa de que o edital de construção do centro seja lançado no segundo semestre.

Mas receber um incremento grande de turistas em datas concentradas exige planejamento. Os promotores apontam como dificuldades, para a cidade sediar eventos com mais de mil visitantes, a falta de locais que comportem grande quantidade de pessoas sentadas, transporte, horário de fechamento de restaurantes e dificuldade de encontrar empresas especializadas em tradução, em caso de eventos internacionais.

A falta de locais que comportem grande público, com infraestrutura adequada para receber congressos e eventos técnicos, tem sido o principal empecilho. A secretária do programa de Pós-graduação de História da UEM, Gisele Moraes e Silva, organiza o congresso internacional do curso há oito anos. Ela conta que já teve que limitar o número de participantes. “No ano passado realizamos um evento para 1,1 mil pessoas e sentimos dificuldade de encontrar locais adequados, além disso, os teatros



Walter Fernandes

Falta de demanda e de transporte coletivo para os funcionários na madrugada inviabilizam ampliação do horário dos restaurantes, segundo Genir Pavan, do Sindhotel

e locais para eventos que temos sempre estão com a agenda cheia. Neste ano vamos ter que limitar as inscrições em no máximo 800 pessoas”, conta.

Outro empecilho são os tradutores. “Trouxemos historiadores importantes dos Estados Unidos e não encontramos na região empresa que oferecesse aparelhos de tradução simultânea. Tivemos que contratar em Curitiba”, lembra.

O assessor de Cerimonial e Protocolo da UEM, Ricardo Scoarize, que tem 13 anos de experiência na organização de eventos, conta que a universidade realiza cerca de cem eventos por mês, que vão de pequenas recepções a congressos de maior porte, com mais de mil participantes.

Em 2013 o maior foi o XX Encontro Brasileiro de Ictiologia (estudo dos peixes), que reuniu cerca de 1,4 mil pesquisadores de todo o país. Para ele, a maior dificuldade

foi o transporte. “Como as passagens aéreas para Maringá são mais caras do que as com destinos para Londrina e Curitiba, tivemos que disponibilizar ônibus no aeroporto dessas cidades para trazer os participantes. Isso são percalços, pois os promotores priorizam cidades que proporcionam fácil acesso”.

Scoarize conta que o maior evento organizado por ele foi uma convenção estadual de estudantes do programa de Iniciação Científica, em 2012, da UEM. “Eram mais de quatro mil jovens. Ocupamos todos os leitos de hotéis da cidade e tivemos que alojar em hotéis de Mandaguaçu e Sarandi, mesmo sem nenhum outro evento ocorrendo na mesma data”.

A logística para o fornecimento de alimentação também precisou ser bem planejada e ofertada em três locais. Segundo ele, eventos que reúnam mais de 400 pessoas poderão encontrar problemas de

hospedagem e alimentação, daí a importância de muita organização.

Essas dificuldades se acentuam durante o vestibular da UEM, que atrai até 15 mil jovens para a cidade. Heverthon Mariani, que organiza casamentos há dez anos, orienta os noivos a não realizar festas nas datas que coincidam com as provas do vestibular. “Os convidados correm o risco de ficar sem hotel, os restaurantes ficam lotados e o trânsito, complicado. Maringá não comporta uma grande quantidade de pessoas de uma única vez”.

O horário de fechamento dos restaurantes pode ser outro complicador, pois é raro encontrar estabelecimentos que sirvam refeições após as 23 horas. “Há alguns anos tivemos professores que não conseguiram jantar após o encerramento das palestras do Congresso de História. Depois disso, começamos a nos planejar melhor e agendar previamente com os restaurantes”, conta Gisele.

Falta demanda

De acordo com o presidente do Sindicato dos Hotéis, Bares e Restaurantes de Maringá (Sindhôtel), Genir Pavan, há empecilhos para que os estabelecimentos funcionem até mais tarde: dificuldade de encontrar transporte coletivo para os funcionários que trabalham de madrugada e a impossibilidade de ultrapassar duas horas-extras por dia, por conta da lei trabalhista. Também não há demanda constante que justifique a ampliação de horário. “Em dias normais raramente um cliente entra em um restaurante após as 23 horas. Para que a cozinha funcione até mais tarde, precisaríamos contratar duas equipes, além de ter que levar os funcionários para casa. Com a demanda atual,

Rede hoteleira conta com mais de 4,3 mil leitos

A estrutura turística local na opinião do presidente do Maringá e Região Convention e Visitors Bureau, Jonas Demóstene Ramos:

Maringá investe no turismo de eventos. O setor está preparado para receber turistas de forma concentrada?

No ano passado Maringá recebeu quase 1,5 mil eventos, sendo que 30% atraíram um público de fora, gerando impacto estimado na economia de R\$ 23 milhões. Neste ano temos mais de 90 eventos cadastrados no Convention Bureau. Acredito que Maringá dispõe de empresas qualificadas para atender eventos de todos os portes. A malha aérea e o conjunto de restaurantes também estão preparados e o mesmo se aplica aos empreendimentos hoteleiros. Segundo levantamento do Convention, são mais de 4,3 mil leitos.

O que precisa ser aprimorado?

A melhora do setor passa invariavelmente pela aquisição de locais para a realização



Walter Fernandes

de eventos, como o centro de convenções. Outro ponto é o melhor uso da Agenda Integrada de Eventos, ferramenta já oferecida pelo Convention. A intenção é que os promotores de eventos façam o cadastro na agenda, evitando conflito de datas e a divisão de público e de autoridades.

isso é inviável”, frisa.

Por isso, a importância do planejamento. “Os restaurantes precisam ser avisados com antecedência em caso de grande número de pessoas ou para servir refeições em horários diferenciados para que possam planejar as compras de suprimentos e organizar

a logística de funcionários”.

Se houver demanda, mudanças podem acontecer. “Com a construção do Centro de Convenções e uma demanda mais constante por restaurantes, com certeza as empresas se adaptarão, mas desde que haja público suficiente”, diz Pavan. ■



WHAT DID YOU LEARN IN SCHOOL TODAY?



O QUE VOCÊ APRENDEU NA ESCOLA HOJE?

É bom treinar para conversar com seus filhos.

A Prefeitura de Maringá implantou o Inglês nas Escolas desde o 1º ano em toda a rede municipal. Por isso, não estranhe se eles chegarem falando em outra língua com você. E muito menos se eles tiverem um futuro brilhante.

Educação cada vez melhor em Maringá:
mais um compromisso da prefeitura com você.

CULTURA EMPRESARIAL



VALE A PENA OUVIR

Andréa Traqueta - diagramadora



Djavan - Djavan Luz

Lançado em 1982, o CD, na minha opinião, é o melhor álbum do cantor. Djavan é o eterno "Samurai" da Música Popular Brasileira, um mestre da poesia cantada. O disco reúne as clássicas "Samurai", "Capim", "Sina", "Pétala", que são músicas de excelente qualidade. Criatividade e bom gosto em um único disco



Marisa Monte - Infinito particular

Marisa Monte é sempre atual. Numa entrevista que concedeu ao lançar o disco, ela diz que a música que dá nome ao álbum é tudo o que sentia, tudo que queria que alguém percebesse e a amasse do jeito que ela sonhava. Fiquei pensando: no fundo todos queremos ser tocados, ser compreendidos sem palavras, ser amados sem dizer uma só palavra. Perfeito.



VALE A PENA ASSISTIR

Regina Daefiol - jornalista



Blue Jasmine – Woody Allen (2013)

Numa atuação memorável, Cate Blanchett é Jasmine, uma mulher obrigada a mudar para a casa da irmã depois que o marido é preso e sua fortuna é confiscada. A mão do diretor Woody Allen aparece a todo momento na personalidade perturbada e à beira da loucura de Jasmine. Ela não consegue vislumbrar uma vida diferente e vai arrastando os que estão a seu redor no turbilhão de emoções negativas e delírios, inclusive a generosa irmã (Ginger). A direção de Allen e a magnífica interpretação de Blanchett constroem uma protagonista complexa, que retrata a futilidade e a superficialidade que pode existir no mundo dos endinheirados.



The Way – (O Caminho de Santiago) – Emilio Estevez (2010)

Martin Sheen é Tom, um médico norte-americano que vai a França para lidar com a trágica perda do filho, Daniel. Como Daniel morre durante uma tempestade enquanto percorria o Caminho de Santiago de Compostela, Tom decide também realizar a jornada. Por trás desta decisão, o desejo de compreender a sede de conhecer o mundo que Daniel tinha, já que a relação dos dois era complicada. Uma história tocante sobre amizade, autoconhecimento e lições que as dificuldades podem ensinar. E de como determinadas situações podem trazer profundos impactos na vida se nos abrimos os outros e para as mudanças.



O QUE ESTOU LENDO

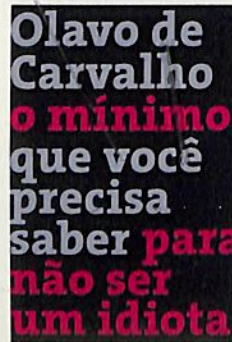
Itamar Flávio Silveira - professor mestre do curso de História da UEM



Guia Politicamente Incorreto da História do Mundo

Leandro Narloch
Editora Leya
320 página
2013

O autor mostra informações que desmentem aquilo que geralmente é ensinado pelos professores de História. A Revolução Industrial que a literatura marxista sempre mostrou como o flagelo da humanidade é destacada como a redenção dos miseráveis, o melhor acontecimento para os pobres de todos os tempos. Narloch também responsabiliza os próprios africanos pela pobreza da África e mostra que o pacifista Mahatma Gandhi tinha um estranho hábito de ter como penitência dormir nu com suas jovens sobrinhas



O mínimo que você precisa saber para não ser um idiota

Olavo de Carvalho
Editora Record
616 páginas
2013

São 193 artigos publicados entre os anos de 1997 e 2013 em jornais e revistas do Brasil. Entre os diversos temas abordados por Carvalho destaca-se Globalismo, Marxismo cultural e Mentalidade revolucionária. Os assuntos são sempre tratados de forma contundente e arrasadora. É um livro fundamental para quem quiser entender a situação que o Brasil vive hoje. Com uma visão direitista, a obra é um best-seller, sempre na lista dos mais vendidos do país.



VALE A PENA NAVEGAR

www.taofeminino.com.br: em dezembro do ano passado o portal feminino francês aufeminin.com ganhou uma versão em português; há reportagens de moda, comportamento, beleza, boa forma e culinária, tudo produzido no Brasil

www.destemperados.com.br: mais de cem pessoas dividem suas experiências gastronômicas vividas em mais de 15 regiões do Brasil e da América do Sul; a ideia não é fazer crítica gastronômica profissional, mas apresentar os estabelecimentos de um ponto de vista local

www.abcgallery.com: é uma espécie de museu de arte online; há obras de mais de 300 pintores de 17 países, representantes dos movimentos góticos e bizantinos do século XIV, às vanguardas europeias do fim do século XIX como cubismo e surrealismo

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

CONDOMÍNIO

Este paraíso espera por você!

Esporte, lazer, descanso, bem-estar, contato com a natureza e momentos inesquecíveis com amigos e familiares!

Tudo isso em um só lugar!



Porto Rico
Paraná

Matrícula 27.732 / Condomínio de Registro de Imóveis nº 1.000.000 - Curitiba, 16

Plantão de vendas ☎ 9118-1749  9881-4800
FONE : (044) 4009-2000 Agende uma visita



Aqui a natureza faz parte da sua vida! Adquira seu lote com uma pequena entrada e **TOTALMENTE PARCELADO.**

Investimento seguro, a preços acessíveis, que cabe dentro do seu bolso, adquira já o seu!

Infraestrutura completa - Portaria - Rede de água - Rede de energia elétrica - Pavimentação - Galeria de águas pluviais - Arborização - Demarcação de quadras e lotes.



THEODORADO
IMÓVEIS

AV. XV DE NOVEMBRO, 696 - MARINGÁ - PR
4009-2000
CRECI 3514-J



Desivaldo Imóveis
44 3427-1693
CRECI - PR - J4498



Fada
Imóveis 44 3427-1013
CRECI - J 5051

Mecenas locais

Instituto Cultural Ingá ajuda diminuir a distância entre empresas e projetos culturais, fomentando patrocínios por meio da Lei Rouanet; todos saem ganhando: empresas, produtores culturais e, principalmente, a população

Renata Mastromauro

Produtores e empresas ganharam uma ponte que encurta caminhos e promove a cultura. Trata-se do Instituto Cultural Ingá (ICI), que nasceu em 2011 como uma associação sem fins lucrativos e atua como uma agência de fomento e incentivo à cultura, ou seja, busca projetos culturais prontos para receber patrocínios e, do outro lado, empresas que queiram patrocinar esses projetos por meio de renúncia fiscal.

De acordo com presidente do ICI, Orlando Chiqueto, a ideia é criar um ciclo que traz benefícios para todos. “Queremos que os patrocinadores saiam satisfeitos da experiência de viabilizar projetos culturais e que os produtores possam executar projetos, gerando renda, receita e empregos. No fim, quem ganha é a sociedade, porque trabalhamos para que esses eventos cheguem à população gratuitamente”, explica.

A principal forma de captar recursos é pela Lei Rouanet, uma lei federal que possibilita que uma empresa tributada pelo lucro real destine até 4% do imposto devido a projetos culturais previamente aprovados pelo Ministério da Cultura. “É um imposto que a empresa terá que pagar de qualquer forma. E para convencê-la a investir em projetos culturais, dizemos: ‘não pague tudo

para o governo, deixe um percentual para sua cidade e para valorizar sua empresa”, defende o diretor executivo do ICI, Miguel Fernando.

A estratégia está funcionando. Enquanto houve uma pequena redução nas captações em 2013 no Paraná e no Brasil, Maringá teve um acréscimo significativo de 35%. Na primeira grande empreitada do ICI, o Natal Ingá 2013, 11 empresas viabilizaram 47 ações culturais, totalizando R\$ 440 mil em patrocínio.

Um destes patrocinadores foi o Bancoob, que, por intermédio do Sicoob Metropolitano, praticou renúncia fiscal. Segundo o presidente do Sicoob Metropolitano, Luiz Ajita, a importância da instituição dentro do sistema de cooperativas foi fundamental para que o pedido fosse aprovado, mas o Bancoob tem tentado atender os Sicoobs do Paraná nesse tipo de investimento. “Ouvimos muitos comentários positivos dos cooperados que assistiram às apresentações do Natal Ingá. Todos nos parabenizaram pela participação. É esse retorno institucional, de imagem, que esperamos”, comemora Ajita, que planeja continuar com a parceria.

A diretora executiva da Coopercard, outra patrocinadora das apresentações do Natal Ingá, Jeane Nogaroli Guioti, destaca a importância do trabalho do ICI. “Além de aproximar empresas de grupos cul-



Espectáculo do Natal Ingá; 47 apresentações foram realizadas graças à renúncia fiscal de 11 empresas, que contam com a parceria do Instituto Cultural Ingá

turais, prospectando projetos maravilhosos, auditando e acompanhando a realização dos eventos, o instituto faz o acompanhamento técnico e contábil que, aliás, é simples”.

Na Lowçucar a experiência de investir em cultura não é novidade. Há dois anos a empresa patrocina o Coral Sesi, viabilizado pela Lei Rouanet. De acordo com o diretor executivo da empresa, Cezar Couto, ter o nome vinculado a projetos culturais agrega valores intangíveis à marca, além de reforçar o compromisso da empresa com a sociedade.

Mas o ICI não trabalha apenas para o Natal Ingá e sim para vários projetos e ações culturais. Desde o ano passado o instituto vem promovendo oficinas de capacitação voltadas a produtores culturais que discutem captação de recursos, participação em editais e enquadramento de projetos na Lei Rouanet.

Aprovação federal

De acordo com o vice-presidente do ICI, Edson Pereira, para que um



Natal Ingá 2013: números superlativos

Cinco projetos, 47 apresentações, quase R\$ 440 mil de patrocínio – por meio de renúncia fiscal de 11 empresas – e um público estimado em 300 mil pessoas. Estes são os números dos espetáculos culturais viabilizados pelo Instituto Cultural Ingá (ICI) ao Natal Ingá 2013, um conjunto de ações e eventos organizados pela Prefeitura de Maringá e entidades como o Provopar no mês de dezembro.

Cerca de 80% dos eventos foram viabilizados por meio da Lei Rouanet. Além dos tradicionais presépios, Vila do Papai Noel e decoração de praças, houve peças teatrais e concertos musicais, como o Auto de Natal de Maringá, evento-âncora do final de ano, encenado em cinco datas em diferentes pontos da cidade.

Um convênio entre o poder executivo e o ICI viabilizou a iluminação de mais de 4,3 mil árvores nas vias de Maringá, com direito a luzes de LED em alguns pontos. Foram destinados R\$ 200 mil, valor que o instituto já prestou contas ao município e ao Tribunal de Contas do Paraná.

projeto seja aprovado ele precisa estar enquadrado nas Instruções Normativas do Ministério da Cultura com um planejamento completo, desde a concepção à previsão orçamentária. “Assim que aprovado, o projeto será publicado no Diário Oficial da União, terá contas abertas numa agência do Banco do Brasil e poderá captar recursos”, explica.

E a aprovação de projetos que podem obter recursos por renúncia fiscal não é tão difícil quanto pode parecer. O produtor cultural Márcio Alex Pereira, da Teatro & Ponto, que trabalhou na programação cultural da Casinha do Papai Noel, diz que enquadrar os projetos na Lei Rouanet é uma forma fácil de captar recursos. “A segunda edição da Mostra de Teatro Contemporâneo, em 2012, foi realizada com recursos via Lei Rouanet”, conta ele, que faz planos de obter a chancela do Ministério da Cultura em outros projetos.

Amiga da cultura

Em 24 de fevereiro o ICI prestou contas das ações desenvolvidas ao longo de 2013, onde patrocinadores e produtores foram homenageados. Os patrocinadores receberam a estatueta “Colono do Café”, produzida pelo

artista Zanzal Mattar e o certificado autorizando a utilização do selo “Empresa Amiga da Cultura” ao longo de 2014. Já os produtores culturais receberam a estatueta “Colono do Café”, em reconhecimento aos serviços prestados em favor da cultura regional.

Foram homenageadas as empresa Biazam, CooperCard, Crivalli do Brasil, Ferrari & Zagatto, Grupo G10, I.G. Transmissão e Distribuição, Jardon Export, Sicoob/Bancoob, Rivesa/Volvo, Lowçucar e Construtora Sanches Tripoloni. Os produtores culturais reconhecidos foram Associação Cultural Lirius, Teatro & Ponto, Fantokids, Associação Cultural Banda Branca da Mota Fernandes, Grupos Pau de Fita, Cantos e Encantos e Fogaça.



walter fernandes

Amigos da cultura: produtores culturais e empresas que contribuem com a cultura local, por meio de renúncia fiscal, foram homenageados pelo ICI

www.acim.com.br

Horto Florestal, um legado de Teixeira Mendes

Próximo dos 65 anos, o Horto Florestal de Maringá será pauta, em breve, das discussões entre a prefeitura e a proprietária da área, a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná (CMNP). Depois da finalização das obras de drenagem de água pluvial contratadas pelo município, a CMNP está disposta a estudar a reabertura do Horto Florestal.

Vamos à história deste patrimônio de Maringá. Quando Jorge de Macedo Vieira entregou o projeto da cidade, na segunda metade da década de 1940, a então Companhia de Terras Norte do Paraná contratou o engenheiro agrônomo Luiz Teixeira Mendes para desenvolver o Horto Florestal. A área pode ser considerada um projeto complementar ao projeto urbanístico de Macedo em relação a questões ambientais (fornecimento de sombra e redução das ilhas de calor), ecológicas (inclusão da natureza), estéticas (embelezamento das vias), funcional (formas de orientação) e artística (composição de espécies com flores multicoloridas).

A ideia da implantação do Horto não ocorreu em decorrência apenas de preservar um espaço verde no meio urbano. A Companhia queria que fosse constituído o núcleo de um futuro Instituto Científico de Estudos de Botânica Regional e de Proteção do Meio Ambiente, que teria como foco o reflorestamento e



Entrada do Horto Florestal: a placa abaixo do portal feita com toras tinha o texto: "plantar boas árvores é uma das formas mais expressivas de servir a pátria e a humanidade"



Luiz Teixeira Mendes

arborização de todo o norte do Paraná. Apesar de não ter se transformado em uma instituição dessa envergadura, o equipamento ambiental superou as expectativas dos idealizadores ao ter cultivadas espécies que auxiliavam na arborização homogênea e de crescimento uniforme.

E por que a escolha de Luiz Teixeira Mendes para o projeto? Nascido em 7 de dezembro de 1883 no estado de São Paulo, ele integrou uma das primeiras turmas do curso de Agronomia da Escola Agrícola Prática de Piracicaba. Com especialização em botânica e silvicultura, se tornou professor de horticultura deste centro de ensino em 1908, e participou, na mesma cidade, da implantação do parque da Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz.

Doutor Luiz, como ficou conhecido, trabalhou por décadas como Chefe do Serviço Florestal de São Paulo, departamento ligado à Secretaria de Agricultura. Como tinha parentesco com Hermann Moraes Barros, que foi diretor-gerente da

Companhia, Mendes havia visitado Maringá algumas vezes no final da década de 1940, quando foi convidado a implantar um equipamento ambiental que sustentasse o avanço da colonizadora no norte e noroeste do Estado: o Horto Florestal.

O assistente de Luiz Teixeira Mendes foi Annibal Bianchini da Rocha, que chegou à Maringá em 1952. A dupla viajou para várias regiões em busca de diversidade de mudas e sementes para testes de adaptação e é, por isso, que Maringá foi arborizada com várias espécies.

Em 1957, Doutor Luiz faleceu deixando seu legado no município que ficaria conhecido anos mais tarde como "Cidade Verde". Um ano mais tarde, em 1958, o Horto Florestal e a antiga avenida Independência ganharam o nome do agrônomo. Uma homenagem justa ao cidadão que costumava dizer: "os homens passam, as árvores ficam".

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

**PROFISSIONAIS SÃO DIFERENTES DE AMADORES,
PORQUE SABEM QUE BONS RESULTADOS DEPENDEM
DE SEMPRE MELHORAR O PRÓPRIO DESEMPENHO.**

Z1106A/BUREAU

**JÁ PENSOU QUE SUA EQUIPE PODE TORNAR A SUA EMPRESA
AINDA MAIS PRODUTIVA, RENTÁVEL E REPUTADA?**

Das 500 maiores empresas americanas, mais de
400 são parceiras da Dale Carnegie.
Que tal sua empresa ter acesso aos mesmos
processos que levaram as maiores ao topo?



DALE CARNEGIE TRAINING®

Igniting the enthusiasm in the workplace
www.dalecarnegie.com.br

A sala do café virou feirinha?

Cosméticos, lingerie e bombons estão entre os produtos mais fáceis de encontrar na mesa do colega ao lado, mas criar um comércio paralelo no trabalho quase sempre não é uma prática bem vista

Comercializar produtos no ambiente de trabalho pode até representar uma renda extra no fim do mês, mas na maioria das vezes essa prática, que é bem mais comum do que se pensa, não é bem vista. Bom, na verdade, não é certa. Simplesmente porque todo funcionário é contratado para desempenhar determinada função e, para isso, recebe um salário. Nada mais justo que este funcionário se dedique completamente à empresa durante a jornada previamente estipulada.

Quem aproveita o espaço físico da empresa e as horas de trabalho (mesmo que minutos) para vender qualquer produto, corre o risco de prejudicar e muito a imagem profissional e pode até ter que encarar uma demissão. Sem contar a saia-justa de “dar de cara” com o chefe quando todos os produtos estiverem esparramados na mesa com alguns colegas bem animados em volta. Sim, todo mundo fica bem animado ao fazer compras e pessoas animadas costumam fazer muito barulho, não esqueça disso.

Entre doces, salgados, acessórios, lingerie e catálogos de produtos de beleza ou itens para equipar o lar se firma o comércio paralelo em muitos departamentos. E é neste cenário que mais um ponto negativo pode ser detectado: o constrangimento. Em alguns casos, quem vende pode ser tão insistente que acaba forçando um colega a fazer uma compra apenas pela política da boa vizinhança. Isso pode funcionar uma vez, mas a situação pode causar desconforto entre colegas,



prejudicando a relação e o desempenho das tarefas.

A questão fica pior quando o assunto é o pagamento em dia. Ter todos os clientes pagando à vista ou quitando sempre em dia as prestações é o sonho de todo vendedor. Mas a realidade nem sempre é assim e trabalhar ao lado daquela pessoa que te deve não é a situação mais agradável e vice-versa. Da mesma forma que vender qualquer produto no ambiente de trabalho pode ser embaraçoso, imagine fazer cobranças na salinha do café. Pior ainda, imagine ser cobrado por

aquele perfume que na verdade você nem gostou muito, mas comprou para ser gentil com o colega.

Mesmo que o chefe seja muito compreensivo e aceite que você venda quitutes ou cremes milagrosos direto da sua mesa para toda empresa, tenha bom senso e limites. Negocie de forma direta e rápida, faça as entregas no horário de lanche ou almoço e nunca esqueça que banquinha de camelô no meio do escritório é inaceitável.

Dayse Hess é jornalista especializada em Design de Moda

Sua empresa já desfruta dos benefícios de uma cozinha Industrial?

Cozinha Industrial Aliada a Redução de Custos para Empresas

O que muitos acreditam, é que a cozinha industrial é utilizada apenas em indústrias. O que não é um pensamento correto, pois esse termo é utilizado pelo setor especializado para indicar que a cozinha não é uma cozinha residencial. Dessa forma, qualquer empreendimento que utilize recursos profissionais para a geração de alimentos encontra na cozinha industrial um aliado. Em outras palavras, toda cozinha com funcionalidade de atendimento profissional do ramo alimentício é uma cozinha industrial, em redes de fastfood, restaurantes, marmiteix, bares, hotéis, etc.

Conheça as vantagens:

- Minimizar custos;
- Melhorar desempenho e eficácia;
- Minimizar riscos;
- Melhorar a qualidade do atendimento;
- Evitar desperdícios;
- Melhorar o retorno do investimento.



SABOR & ART
Cozinha Industrial - Buffet

Av. Pioneiro Antonio Ruiz Saldanha, 778 - Pq Industria
Maringá - PR - Brasil - CEP: 87065-290
contato@saboreartemaringa.com.br
(44) 3224-6396

Alguns de nossos clientes:

ODERCO

VIAPAR

aldo

ALISUL
ALIMENTOS S.A.

COPEL LANÇA INTERNET POR FIBRA ÓPTICA NA ACIM

A Copel Telecom inicia neste mês em Maringá a oferta de internet ultrarrápida por meio exclusivo de fibras ópticas – a cidade é a sexta do Paraná a receber o serviço, cuja velocidade de transmissão chega a 100 Mbps (megabits por segundo).

O lançamento do serviço “Bel Fibra” foi na sede da ACIM em 17 de fevereiro e contou com a participação da equipe do Moda Maringá, que disputa a Superliga Masculina de Vôlei e tem o patrocínio da Copel Telecom.

“Com a expansão da banda extralarga residencial, queremos atender à demanda reprimida por internet de boa qualidade no interior do estado, melhorando a competitividade em mercados que hoje contam com poucas alternativas de conexão”, explica o presidente da Copel Telecomunicações, Adir Hannouche. Do encontro, além de diretores da ACIM, também participaram Maurício Aubertman



Walter Fernandes

(diretor adjunto da Copel Telecom), Paulo Krauss (diretor adjunto da Copel Holding), Sérgio Milani (superintendente de comercialização de operação de telecomunicações) e Christian Schneider (presidente da Sercomtel).

Até o final do ano o serviço deverá ser ofertado em outros 13 municípios. Para conhecer detalhes, o site é www.copeltelecom.com

PALESTRA SOBRE NOVA LEI DE SUBSTITUIÇÃO TRIBUTÁRIA

A partir de 1º de março grande parte dos produtos alimentícios, materiais de limpeza, materiais escolares, utilidades domésticas e brinquedos passará a ter o Imposto de Circulação de Mercadorias e Serviço (ICMS) recolhido na sistemática da Substituição Tributária.

E como o assunto ainda gera dúvidas entre empresários e contadores, a ACIM realizou uma palestra gratuita para “apresentação da nova lei de substituição tributária”. O tema foi discutido em 25 de fevereiro, na sede da entidade, pelo advogado Márcio Frizzo, que é diretor jurídico do escritório Blazius, Frizzo e Lorenzetti Advogados Associados, e por Orlando Chiqueto, presidente do Sindicato dos Contabilistas de Maringá (Sincontábil).

De acordo com Frizzo, o ICMS que era pago em cada etapa de circulação das mercadorias passa a ser recolhido pelo industrial, importador ou arrematante nas operações de saída para empresas revendedoras situadas no Paraná, considerando-se no cálculo uma margem de valor agregado prevista na legislação.

RODADA DE NEGÓCIOS COM EMPRESÁRIOS PAQUISTANESSES

Uma comitiva de 25 empresários paquistaneses estará em Maringá neste mês em busca de parceiros comerciais. As rodadas de negócio acontecerão em 28 de março e terão organização da Terra Roxa Investimentos, Instituto Mercosul e ACIM.

Os empresários são da cidade de Faisalabad, que fica na Província de Pujad, a mais populosa e desenvolvida do país, conhecida como a “Manchester do Paquistão”, pelo desenvolvimento industrial. Segundo estudo de 2009 da PriceWaterCoopers, a taxa média anual de crescimento prevista para a cidade até 2025 é de 5,7%.

O grupo tem interesse em prospectar mercados para exportação de produtos têxteis, mármore, granito, artigos plásticos e artesanato, e interesse de importar algodão, maquinário, caldeiras, óleo de soja, carne autorizada de acordo com a lei islâmica, papel, celulose, ferro, aço, cosméticos, açúcar, autopeças, motos, informática, sementes híbridas, entre outros.

Os interessados em participar das rodadas de negociações devem entrar em contato pelo e-mail megumi@terraroxa.org.br ou eventos@institutomercosul.org.br ou telefone (43) 3255-3131.



SINDUSCON É NOVO ASSOCIADO

O Sindicato da Indústria da Construção Civil da Região Noroeste do Paraná (Sinduscon-NOR) se juntou às mais de 4,4 mil empresas associadas à ACIM. A assinatura de filiação aconteceu em 10 de fevereiro, durante a reunião do Conselho de Administração da Associação Comercial. Na ocasião, o presidente eleito do sindicato, José Maria Paula Soares, apresentou sua diretoria e falou sobre os projetos do Sinduscon e do Seconci, o braço social do sindicato.

A cerimônia oficial de posse do Sinduscon e do Seconci será em 24 de março no Giardino Eventos, em Maringá. Soares sucederá Mauro Carvalho Duarte Júnior, que passará a responder pelo Seconci. O novo presidente é engenheiro civil e participa do trabalho do sindicato desde a fundação, em 1992. Ele dará continuidade à filosofia de trabalho da atual diretoria, que tem privilegiado a criação de novos serviços e tem participado de discussões de assuntos que interferem no dia a dia das construtoras. A gestão será de dois anos.

ELEIÇÃO PARA GESTÃO 2014-2016 DA ACIM SERÁ NESTE MÊS

Está marcada para 24 de março a eleição da diretoria da ACIM que comandará a entidade na gestão 2014-2016. Terão direito a voto todos os associados há mais de seis meses, em dia com a tesouraria, podendo votar por procuração.

A eleição do Conselho de Administração e do Conselho Superior será no auditório Miguel Kfourri Neto, na sede da ACIM, das 10 às 22 horas. Concorrerão ao pleito as chapas inscritas até 15 dias antes das eleições. Para inscrever chapas, é necessário indicar os sócios-candidatos dos dois conselhos com renovação mínima de 15% dos membros. É preciso apresentar pedido de registro em ofício assinado pelo candidato a presidente contendo a assinatura de todos os membros que compõem a chapa. Não podem ser candidatos aos cargos de presidente, 1º vice-presidente e 2º vice-presidente do Conselho de Administração os associados com vínculo de filiação partidária ou que tenham se desligado desta filiação há menos de seis meses.



ACIM GANHA QUADRO COM CONSELHOS DE ROCKEFELLER

O ex-prefeito Silvio Barros presenteou a ACIM com um quadro com um texto de John Rockefeller, que figura entre os maiores empresários e filantropos dos Estados Unidos. Rockefeller fez fortuna investindo na indústria de petróleo e era um empresário admirado por seu tino nos negócios.

Segundo Barros, o texto do quadro traduz o trabalho da ACIM ao longo dos anos. O presente foi entregue em 3 de fevereiro e foi instalado no segundo piso da entidade. Diz o texto: "você não conseguirá proporcionar prosperidade desencorajando a poupança. Você não conseguirá fortalecer os fracos enfraquecendo os fortes. Você não conseguirá fazer crescer os pequenos diminuindo os grandes. Você não conseguirá melhorar a situação de quem recebe salários piorando a situação de quem paga os salários. Você não conseguirá dar ajuda aos pobres destruindo os ricos. Você não conseguirá estimular solidariedade incitando o ódio entre as classes ou promovendo o partidarismo. Você não conseguirá se manter longe dos problemas se continuar gastando mais do que arrecada. Você não vai construir caráter e coragem destruindo homens de iniciativa e independência. Você também não poderá continuar ajudando as pessoas se fizer por elas o que elas mesmas podem e devem fazer por si próprias".

PALESTRA "DE OLHO NO MERCADO"

O presidente do Sistema Fecomércio Sesc e Senac Paraná, Darci Piana, esteve em Maringá para ministrar uma palestra por meio do projeto De olho do mercado, da RPC TV. O evento foi em 27 de fevereiro na sede da ACIM com o tema "Balanço do varejo em 2013 e perspectivas para 2014". A participação foi gratuita.



PRÊMIO ACIM MULHER SERÁ NO DIA 14

A arquiteta Anália Nasser receberá o Prêmio ACIM Mulher em 14 de março, no Clube Hípico. Décima primeira homenageada, ela é casada com o médico Daoud Nasser e mãe de Aline e Kássila. Anália sempre esteve envolvida em questões comunitárias: foi presidente do Conselho Estadual da Mulher Empresária e da Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Norte e Noroeste do Paraná (Cacinor). Também contribuiu com a implantação da Noroeste Garantias, uma sociedade de garantia de crédito com sede em Maringá, e foi presidente da Comissão de Ação Social da Sociedade Médica. Hoje é presidente do Conselho de Administração do Hospital e Maternidade Maringá e sócia da Alka Empreendimentos Imobiliários.

A cerimônia que tem organização do ACIM Mulher está marcada para as 19h30. Os convites podem ser adquiridos com as conselheiras do ACIM Mulher ou na secretaria da Associação Comercial. Esta edição do prêmio terá o patrocínio da Central de Negócios Imobiliários, Centro Comercial Tiradentes, Cocamar, CooperCard, Consórcio Triângulo, Caiuás Gráfica e Editora, Hospital Provisão, Hospital e Maternidade Maringá, Jorge Bischoff, Maringá Park Shopping Center, Noma Motors, Noroeste Garantias, Paraná Vidros, Pneumar, Sebrae, Unicesumar e Uniprime.



ASSOCIADO DO MÊS

A Studio B, empresa instalada desde 2002 em Maringá, iniciou as atividades confeccionando etiquetas e tags para peças de roupa de grandes confecções. A empresa cresceu e expandiu sua atuação, fabricando também agendas feitas exclusivamente com material reciclável, capas de caderno, placas, além de possuir uma linha voltada para estamperia digital para roupas e uniformes. Com nove funcionários, a Studio B atende clientes de cinco estados brasileiros. "Com a modernização das máquinas, conseguimos fazer todo o trabalho com essa equipe", conta Carlos Alberto Maranhão Gomes, que comanda a empresa ao lado de Nancy Lopes de Moraes Gomes.

A preocupação com o meio ambiente é uma característica forte da empresa. As agendas, inicialmente fabricadas com polipropileno, são agora fabricadas com uma tecnologia que reutiliza garrafas pet. "Nossa parceria com a Incubadora Tecnológica de Maringá ajudou nesta inovação", diz Gomes. A empresa também fabrica placas para imobiliária e cadernos utilizando a mesma tecnologia. "Para cada agenda ou caderno que produzimos, reutilizamos duas garrafas pet", afirma Gomes.

A empresa faz ainda etiquetas externas e internas, além de logomarcas em uniformes utilizando a tecnologia de *termotape*, importada da Alemanha. "Substituí a serigrafia e o bordado. O detalhe adere ao pano, dando mais conforto. É possível também colocar fotos, detalhes e degradês. E como não utiliza tinta, o processo é mais ecológico".

A Studio B fica na rua Campo Sales, 1108, Zona 7 de Maringá. O telefone é (44) 3026-3696.

ADESÃO À MARINGÁ LIQUIDA COMEÇOU

Já começou a venda de kits para os comerciantes participarem da 23ª edição da Maringá Liquida. Os kits custam a partir de R\$ 70 para associados da ACIM e Sivamar, que são os promotores do evento. Para não associados, a adesão é a partir de R\$ 120. Os kits contemplam bandeirolas e cartazes com as logomarcas da campanha.

Para mais informações e para solicitar a visita de um consultor, o telefone é o (44) 3025-9621. A campanha, que acontecerá entre 27 e 30 de março, terá apoio da prefeitura e Simatec, o que garantirá mais uma vez a participação de empresas de materiais de construção.



- | | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| Restaurante BIG | Josi Hair Stylist |
| Aimê Lingerie | JP Tecnologia |
| Pit Stop Pneus | O Grilo Confeccões |
| Limoli Cosméticos | Detepar |
| PRF 3 Produtora Multimídia | Kakogawa Imóveis |
| Bandeirantes Loteamento | LN Boots |
| Bellani Móveis e Decorações | Lava Jato Ideal |
| Uniraças Pet Shop | Lucia Paes Culinária |
| CAC Centro de Apoio a Condomínio | Pet Shop Amicão |
| CPC Rio e Mar Central de Cursos | Panificadora Estrela |
| Pita Calçados | Arroz Grego |
| Opção Treinamentos Profissionais | Mizaque Auto Center |
| Dog Toy | Iberah Assessoria |
| Lavanderia American Cleaners | Bella Face Cosméticos |
| Clin Derm | Lambretta Preparações |
| Congresso Decoração | Moura dos Santos |
| Construtora Advanced | Nefesh Cursos |
| Equilíbrio e Sabor | Souza Brindes |
| Cynthia Elena de Campos | Pedrinho Advogado |
| D D Fog | Pesar Automação Comercial |
| Ma Cherry | Petra Gestão Empresarial |
| DDTudo Controle Integrado de Pragas | Plastijet |
| Agroinsetos | Madeira Pontual |
| Casa Sonho Automação | Art e Brilho |
| Dezuri Concept | Rosa Choque Moda Íntima |
| Pharaohs | Jolai Cosméticos – Jolai Cabelos |
| Estação GSM | Restaurant Molduras e Restaurações |
| Exclusiva Assessoria Imobiliária | Mecânica Rodrigues |
| Extinpragas | Construções e Negócios |
| Auto Center Maringá | Santa Rita Cobranças |
| Planeta Festas | Sinduscon NOR |
| Equipe Feras da Estrada | Algodão Doce |
| GE e Lene Moveleira | Steeldek Aço Inoxidável |
| GRP Ind. e Com. de Plásticos Ltda | Osteoderm |
| Espaço Conforto | Tropiso |
| IAF Nascimento Informática | Óptica Tiradentes |
| Imperial Cosméticos | Ultrabrand |
| Incopack | Maria Isadora |
| JB Bento | Studio Bella |
| Judi Lava Car | Xadrez |
| Ativa Dedetizadora | Academia Top Fitness |

ESTANDES DA PONTA DE ESTOQUE SERÃO VENDIDOS NESTE MÊS

Começa em 10 de março, na sede da ACIM, a comercialização de estandes da 24ª edição da Feira Ponta de Estoque. Nos primeiros dois dias a venda será voltada para quem participou da edição 2013 e deseja comprar o estande no mesmo local, com atendimento com hora marcada. No dia 12, das 8 às 12 horas, será a vez dos empresários que participaram da edição anterior e querem comprar estande em outro local (atendimento com hora marcada), e também no dia 12 a partir das 14 horas a comercialização será aberta para novos expositores e para quem perdeu os prazos anteriores, com atendimento por ordem de chegada. O agendamento de horário para atendimento deverá ser feito pelo telefone (44) 3025-9603 ou 3025-9621. Os expositores deverão entregar no momento da aquisição do estande os seguintes documentos: cópia do CNPJ com data de emissão não superior a dez dias; certidão negativa de tributos municipais fornecida pela prefeitura, com data de emissão de até 30 dias; cópia do alvará de localização que comprove que a empresa está situada em Maringá; e relação de funcionários que trabalharão na feira com os respectivos números da CTPS/PIS. Só poderão participar do evento as empresas que são filiadas à ACIM ou ao Sindicato do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar) há mais de seis meses. A Feira Ponta de Estoque será realizada no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá, em julho, e tem organização do ACIM Mulher.



ACONTECEU NA ACIM

Em fevereiro foram realizadas 160 reuniões/eventos na sede da ACIM, entre encontros dos conselhos que integram a Associação Comercial, programa Empreender, entidades que integram o Sistema ACIM e entidades parceiras, como o Sicoob.

Entre as reuniões estiveram temas importantes para o desenvolvimento da cidade, como o projeto de revitalização da avenida Brasil e o aumento de índices de criminalidade em Maringá, além de lançamentos de núcleos do Empreender, como o de Pilates e de Autossocorro. Os diretores da ACIM também receberam a comitiva de empresários do Canadá, entre outras dezenas de eventos. Para conhecer a programação diária da Associação Comercial, basta acessar o www.acim.com.br



CENTRO DE TREINAMENTO

	CURSOS	DATA
MARÇO	Vendas – da prospecção à fidelização	10 a 13
	E-commerce para moda	10 a 13
	Youtube para empresas	10 e 11
	Pronunciamento técnico PME: contabilidade para pequenas e médias empresas	11 a 13
	e-Social na prática	14 (8 às 17h)
	Planejamento tributário para não contadores	17 a 19
	Mídias sociais para uso corporativo	17 a 19
	Líder coach	17 a 20
	Manufatura enxuta	17 a 21
	Formação de consultor empresarial	18 a 21
	Gestão empresarial	21, 22, 28 e 29
	Gestão de estoque	24 a 26
	Logística de distribuição	24 a 27
	Sistema de gestão para microempresas	24 a 28
ABRIL	Legislação de medicina e segurança do trabalho	24 a 28
	Comunicação persuasiva	24, 25 e 31/3; 1º e 2/4
	Prezi: criando apresentações de alto impacto e criatividade	25 e 26
	Preparação sala de corte	7 a 11
	Departamento pessoal completo	7 a 17
	Gestão de custos e formação de preços - curso 100% prático	14 a 16
	Controles financeiros com uso do Excel	22 a 24
	Liderança estratégica com foco em resultados	23 a 25
Técnicas de entrevista	23 e 24	
Excelência em vendas	28 a 30	
Loteamento	29 e 30/4; 6, 7, 13, 14, 20 e 21/5	

WORKSHOP DE COMÉRCIO EXTERIOR

O Instituto Mercosul, a Martinelli Advocacia Empresarial e o Porto Seco Norte do Paraná promovem em 13 de março, às 19 horas, na sede da ACIM, um workshop de comércio exterior gratuito. O objetivo será difundir informações e alterações na legislação aduaneira. Os participantes também poderão conhecer mais sobre o – Sistema Integrado de Comércio Exterior de Serviços (SISCOSERV), que foi recentemente implantado e gerou impactos nas empresas exportadoras e importadoras brasileiras, inclusive com a aplicação de multas para quem não se adequar. Ainda durante o evento será proferida a palestra “Desvendando o regime de Ex-tarifário”, que consiste na redução temporária da alíquota do imposto de importação de máquinas e equipamentos.

A palestrante será a advogada Luane de Mello Tavares. As inscrições devem ser feitas enviando nome completo, empresa, telefone e e-mail para eventos@institutomercosul.org.br



R\$ 200 MILHÕES DEIXAM DE CIRCULAR COM QUEBRA DA SAFRA

A quebra de safra causada pela estiagem ocorrida em dezembro e janeiro pode fazer com que ao menos R\$ 200 milhões deixem de circular na economia na região. A informação foi transmitida em 26 de fevereiro pelo vice-presidente de Gestão da Cocamar, Divanir Higino da Silva, durante visita técnica do Conselho do Comércio da ACIM. Na média, de acordo com Silva, a redução de produtividade das lavouras de soja é estimada em 25%. “O impacto dessa quebra deverá ser compensado, em parte, pelo atual preço da commodity, ainda considerado remunerador”, frisou.

O vice-presidente comentou sobre a recente mudança no processo de gestão da cooperativa, para torná-la mais profissional, e projetou as metas para 2014, que prevê elevar o faturamento de R\$ 2,65 bilhões, alcançado em 2013, para R\$ 2,9 bilhões. São 12 mil produtores associados, 56 unidades de atendimento em três Estados (Paraná, São Paulo e Mato Grosso do Sul) e 2,2 mil colaboradores. A estimativa é receber 1 milhão de toneladas de soja e industrializar o mesmo volume, 730 mil toneladas de milho, 70 mil de trigo, 190mil sacas de café beneficiado e 8,4 milhões de caixas de laranja.

COMISSÃO TÉCNICA DISCUTE REVITALIZAÇÃO DA BRASIL

Uma comissão de engenheiros e arquitetos, ligados a entidades de classe, está analisando o projeto de revitalização da avenida Brasil. O grupo foi formado a convite da ACIM e terá o trabalho acompanhado por comerciantes da maior via comercial da cidade, consultores do Sebrae e por ciclistas, já que o projeto prevê a instalação de ciclovia na avenida.

As duas primeiras reuniões da comissão aconteceram no mês passado e reuniram representantes da ACIM, Sivamar, AEAM, Crea, Sinduscon, Senge, Sebrae, Codem, CAU, IAB, Ame. A intenção é que o grupo analise a proposta de revitalização da avenida Brasil apresentada pela prefeitura e discuta propostas de melhorias.





Feira de
imóveis
de Maringá

Milhares de oportunidades
pra você fechar **negócio.**

De **11** a **13** de abril de 2014.

No Pavilhão Azul do Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro.



Realização:

SISTEMA
SECOVI-PR
SINDICATO DA HABITAÇÃO
E CONDOMÍNIOS
UNIHAB
INPEPAR
SECOVIMED
SINDIMED
CMA-PR

Patrocínio:

CAIXA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

Apoio:

ACIM
Associação Comercial e Empresarial de Maringá

O DIÁRIO
DO NORTE DO PARANÁ

Organização e
Comercialização:

TASA
EVENTOS



Maringá na linha de frente do esporte

O esporte vive um momento diferenciado no Brasil, especialmente porque o país sediará eventos como a Copa do Mundo, neste ano, e os Jogos Olímpicos de 2016. Essa expectativa exerce grande influência para o desenvolvimento do esporte, seja pela oportunidade de assistir aos melhores atletas do mundo se apresentando ou por meio dos investimentos que são feitos para viabilizar a realização desses eventos.

Quando assumi a Secretaria de Esportes e Lazer tinha a certeza de que enfrentaria uma série de desafios. Ao mesmo tempo em que faltam patrocinadores ao esporte de alto rendimento, é fundamental que incentivemos a difusão do esporte e do lazer em todos os níveis.

Por outro lado, trabalhar com a gestão do esporte e do lazer é gratificante. O fruto do nosso trabalho proporciona mais qualidade de vida para todas as idades, formando cidadãos mais conscientes que encontram disciplina e consolidação de valores morais.

Maringá destaca-se no cenário nacional por uma série de fatores. A cidade tem uma política pública efetiva de incentivo ao esporte, com legislação que trata desde o fomento das categorias de base às equipes de alto rendimento e performance. Implantamos um atendimento especializado para o esporte paralímpico, proporcionado por uma gerência própria e qualificada. Para os idosos, a cidade conta atualmente com 53 Academias da Terceira Idade (ATIs), além de 13 centros esportivos.

A cidade dispõe de uma infraestrutura diferenciada, com destaque para o Complexo Esportivo da Vila Olímpica, apto a receber competições nacionais e internacionais, e equipes de alto nível para treinamentos. Essa estrutura tem permitido que eventos de grande porte sejam realizados em Maringá, como o Grand Prix de Futsal, jogos da Liga Futsal, Superliga Masculina de Vôlei, Copa Brasil Masculina e Feminina de Vôlei, Prova Rústica Tiradentes, Copa Brasil de Handebol, Copa Brasil de Tênis de Mesa, Aberto do Brasil de Xadrez, Campeonato Brasileiro de Ciclismo de Pista, Campeonato Brasileiro de Atletismo e etapas do Circuito Brasileiro de Vôlei de Praia.

Maringá também possui uma rede hoteleira, gastronômica e de prestação de serviços à altura. A exposição com os eventos, não apenas pela divulgação, mas pela excelência na organização tem possibilitado que sejamos constantemente procurados para sediar outras competições de nível nacional e internacional.

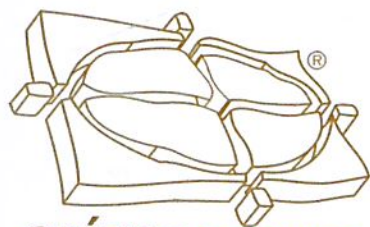
Com o aporte de recursos financeiros e uma equipe de servidores técnicos, administrativos e operacionais, temos garantido a maior parte do apoio logístico às atividades realizadas. Porém, a presença da iniciativa privada é imprescindível no cenário que vem se estabelecendo. As equipes de alto rendimento precisam reforçar seus elencos e garantir outras despesas. Assim, firmar parcerias com as empresas é bastante relevante para quem busca maior desenvolvimento. Por outro lado, os investidores ganham exposição de suas marcas e valorização do público, gerando mais receitas que compensam todo o investimento no esporte de alto rendimento.

Entendemos que o desenvolvimento do esporte na sua totalidade requer união de esforços do Poder Público, da iniciativa privada e dos beneficiários. O grande desafio hoje é fazer a gestão esportiva pautada no profissionalismo, que seja responsável e transparente, que cumpra metas e objetivos e que apresente resultados, proporcionando à sociedade e ao empresário o retorno de seus impostos e investimentos.

Maria Iraclézia de Araújo é Secretária de Esportes e Lazer de Maringá

A presença da iniciativa privada é imprescindível. As equipes de alto rendimento precisam reforçar seus elencos e garantir outras despesas. Por outro lado, os investidores ganham exposição de suas marcas e valorização do público, gerando mais receitas que compensam todo o investimento no esporte de alto rendimento

HISTÓRIA E VISÃO



GRÁFICA REGENTE

Há 45 anos apostando
em novas ideias.

www.graficaregente.com.br

Alô Saúde



0800 729 3003



ORIENTAÇÃO MÉDICA GRATUITA 24 HORAS POR DIA. EXCLUSIVO PARA CLIENTES UNIMED MARINGÁ.

Quem tem Unimed Maringá agora conta com o Alô Saúde, um serviço gratuito de orientação médica 24 horas por dia. Você liga e conversa diretamente com o médico que está pronto para tirar suas dúvidas sobre qual especialidade procurar, o que fazer em casos de emergência e urgência ou qualquer outro assunto relacionado à sua saúde. Alô Saúde Unimed Maringá, orientação que gera tranquilidade. Isso sim é cuidar de verdade.

Unimed 
Maringá

Nosso melhor plano é cuidar de você

ANS - n.º 371254

Serviço de regulação médica - CFM 167103
Responsável técnica: Dr. Valéria Ballardín - CRM/MG: 28251