



ACIM

Junho/2014
Nº543 - Ano 51
R\$ 5,00

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



É HORA DE SUAR A CAMISA E MOSTRAR MUITA HABILIDADE NO MARKETING ESPORTIVO

Bem-sucedidos em quadras e nos campos, clubes e atletas ainda sofrem com a falta de apoio financeiro, mesmo com as possibilidades de valorização das marcas e aumento da lucratividade



LIDIO CARRARO
VINICOLA BOUTIQUE



© O Emblema Oficial e o Troféu da Copa do Mundo da FIFA constituem marcas registradas da FIFA. Todos os direitos reservados. Produzido sob licença pela Lidio Carraro.



APRECIE COM MODERAÇÃO



VINHO LICENCIADO
OFICIAL DA COPA DO
MUNDO DA FIFA 2014™

ADEGA BRASIL
SHOPPING

Empório
ADEGA BRASIL

Av. São Paulo, 1099 - Maringá Park, 3º Piso | Tel.: 44 3366.2098

Av. Brasil, 6801 - Maringá - PR - Adega Brasil - Empório | Tel.: 44 2103.0222

www.adegabrasil.com



“ É certo que o marketing esportivo ainda pode ser melhor explorado em Maringá, mas há atletas competentes, muita boa vontade e vários caminhos a ser percorridos. Um deles é o patrocínio por meio da Lei de Incentivo ao Esporte, que concede dedução no Imposto de Renda de 1% para empresas e 6% para pessoas físicas

Por que associar a marca ao esporte?

Em três anos, de 2009 a 2012, o volume de recursos captados por meio da Lei Rouanet para os projetos culturais aumentou nove vezes em Maringá. Ponto para a iniciativa privada, para os produtores e principalmente para a cultura, que passa a ser mais difundida na cidade.

Mas se a cultura está ganhando mais visibilidade e parceiros entre a iniciativa privada, o ritmo de investimento não é o mesmo no esporte local. As equipes de alto rendimento têm um desafio extra, em vez de se preocuparem apenas com os adversários em campo e nas quadras: precisam conquistar mais patrocinadores e, com isto, ganharem mais estabilidade financeira.

As equipes de esporte profissional de Maringá (futsal, handebol, futebol e vôlei) têm um ótimo desempenho, mas não raro enfrentam dificuldades para galgar novos apoios e patrocínios. Os dirigentes esportivos alegam vários motivos para a falta de apoio, como exposição de marca menor em modalidades menos populares que o futebol e um número reduzido de empresas dispostas a patrocinar o esporte.

Em que pese a preferência pelas mídias tradicionais, os empresários obviamente querem ter retorno do investimento em divulgação da marca e procuram projetos transparentes e bem elaborados para associar à marca.

É certo que o marketing esportivo ainda pode ser melhor explorado em Maringá, mas há atletas competentes, muita boa vontade e vários caminhos a ser percorridos. Um deles é o patrocínio por meio da Lei de Incentivo ao Esporte, que concede dedução no Imposto de Renda de 1% para empresas e 6% para

pessoas físicas. Para os empresários que têm dúvidas em investir por meio da lei de incentivo, não há motivos para receio, basta escolher uma entidade esportiva credenciada pelo Ministério do Esporte e torcer para os bons resultados da equipe.

Outra necessidade é a capacitação da gestão das entidades desportivas. E a ACIM tem contribuído para isso. A vice-presidência de esportes da entidade está formando um núcleo setorial, por meio do programa Empreender, para ajudar as entidades a elaborar os projetos e, assim, conseguirem mais patrocínios. Outra ação será a sensibilização da classe empresarial para apoiar e patrocinar projetos transparentes e que possam garantir resultados sociais e em marketing – tanto que a entidade realizou no mês passado uma palestra gratuita sobre a lei de incentivo para divulgar as potencialidades deste mecanismo.

Além de Maringá contar com atletas de elite – e os resultados nas quadras e nos campos comprovam -, não há dúvidas dos benefícios sociais que o esporte proporciona ao contribuir positivamente para a formação de crianças e adolescentes. E em Maringá há diversas associações esportivas que oferecem aulas para o esporte de base. Basta encontrar os parceiros que estejam dispostos a investir. Associar a marca a um esporte, além de visibilidade, associa a empresa à saúde e compromisso social. Trata-se de um ótimo investimento.

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



ÍCONE DOS RESIDENCIAIS DE ALTÍSSIMO PADRÃO



- Aquecimento solar de água
- Coleta de água de chuva para irrigação e limpeza
- Infra para aspiração central e automação
- Área comum finamente decorada e equipada
- Gerador instalado

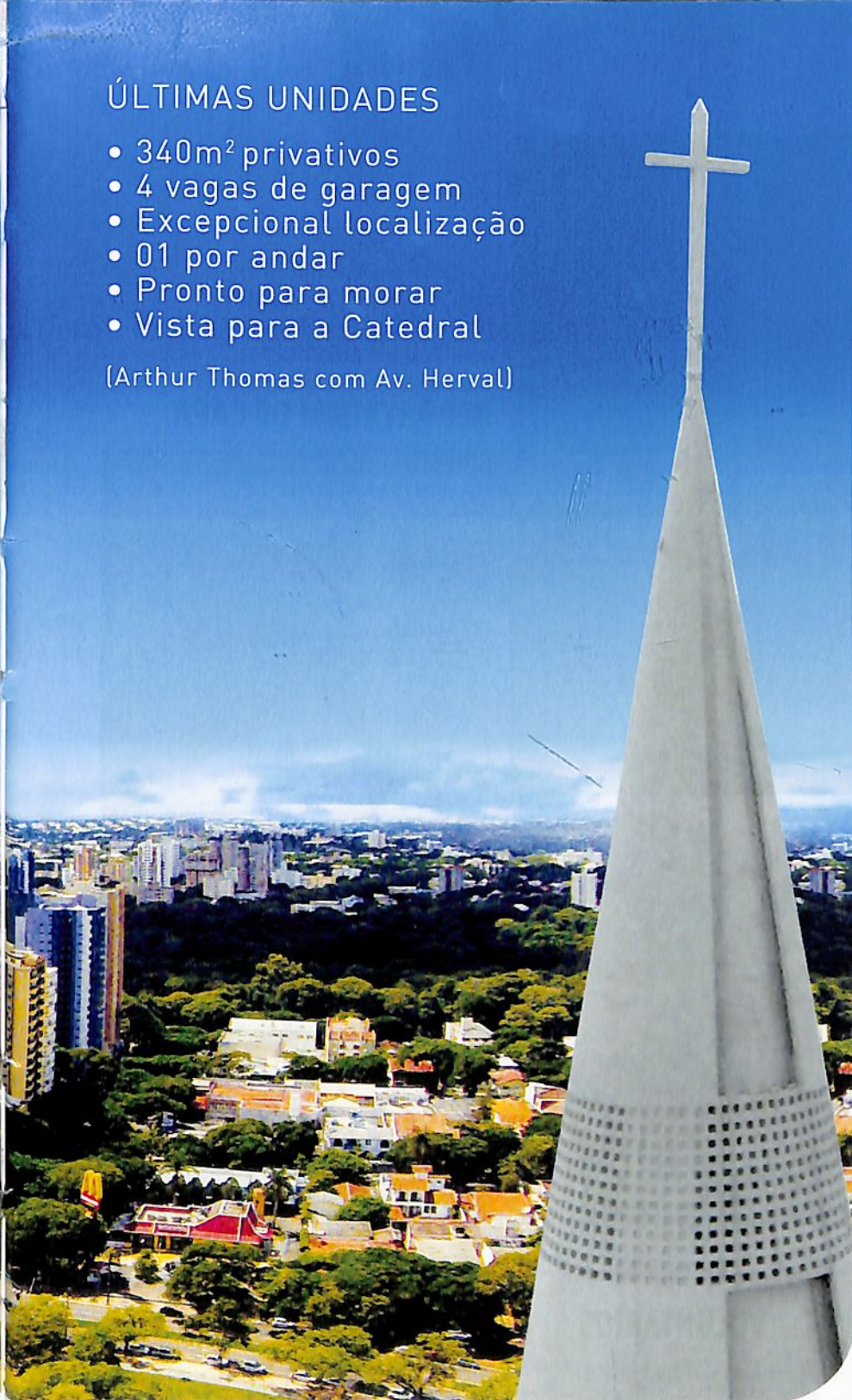
ÚLTIMAS UNIDADES

- 340m² privativos
- 4 vagas de garagem
- Excepcional localização
- 01 por andar
- Pronto para morar
- Vista para a Catedral

(Arthur Thomas com Av. Herval)



ACESSE A PLANTA E ACOMPANHE
A OBRA PELO SITE:
construtoradesign.com.br



VENDAS:

**CASA
MAX**
IMÓVEIS



FONE: 3046.1010 / www.casamaximoveis.com.br

PLANTÃO DE VENDAS NA EXPO DESIGN

Av. São Paulo, 3019 • Tel.: 44 3037 9700

Visitas das 8h às 18h. Inclusive domingos e feriados.

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



design
INOVAÇÃO E QUALIDADE
Desde 1975



16

REPORTAGEM DE CAPA

Uma verba prevista para o Ciagym não chegou a tempo e os atletas do futsal, que estavam registrando um bom desempenho nas últimas competições, foram liberados para negociar com outras equipes; o Ciagym ilustra as dificuldades de patrocínio que as equipes de alto rendimento de Maringá enfrentam e reforçam a necessidade de sensibilização dos empresários no apoio ao esporte



8

ENTREVISTA

O presidente da PwC, uma das principais empresas nas áreas de auditoria e consultoria tributária do mundo, Fernando Alves, é o entrevistado principal do mês; ele explica o motivo da empresa estar se instalando em Maringá, discute governança corporativa, o legado da Copa do Mundo para o Brasil e a atração de investimentos no país



24

VOLUNTÁRIOS

A empresária Alessandra Mossambani, da Accion, é parceira da Rede Feminina de Combate ao Câncer e realiza campanhas de agasalho e doação de sangue, que são ajudas sempre bem-vindas segundo a gerente da Rede, Marta Kaiser; assim como ela, os voluntários são uma mão de obra importante não apenas nas entidades sociais, como nas entidades de classe



28

MERCADO

A prefeitura de Maringá tem cadastrados 150 "carrinhos" de lanches rápidos com ponto fixo, o que é quase o dobro que Londrina e proporcionalmente mais que Curitiba; entre os empresários que decidiram apostar neste segmento estão os irmãos Maicon e Michel dos Santos Silva Matos, do Meu Chef Lanches que em dois anos dobrou de tamanho e ganhou um segundo ponto

36 TECNOLOGIA

A lei permite que as empresas façam o controle do uso da internet no horário de trabalho, mas tão importante quanto não infringir a lei é fazer com que os funcionários entendam e respeitem a política da empresa; na Ingá Flex depois do desconforto inicial da equipe com o bloqueio de alguns sites, houve aumento da produtividade e o entendimento de que a decisão era positiva



46 GESTÃO DE PESSOAS

O feedback é uma ferramenta poderosa para direcionar a equipe e ajudar um funcionário a evoluir e melhorar o desempenho, mas como fazer isto de forma assertiva? Na opinião de especialistas como o gerente de pessoas e relacionamento da Unimed, Marçal Siqueira, o feedback deve acontecer individualmente, com hora e dia marcados e está longe de ser uma sessão de broncas

50 PERFIL

O médico Paulo Saldiva é um dos maiores especialistas do mundo em poluição e seus efeitos para a saúde; ciclista, ele fez os cálculos: ganhará dois anos e meio de vida pela atividade física frequente, mas perderá quatro meses por causa da poluição em São Paulo, e é justamente os prejuízos que a poluição traz a vida atual um dos temas que ele discute no perfil desta edição

APOIO INSTITUCIONAL



REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 50 Nº 543 JUNHO/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, Luiz Fernando Monteiro, Márcia Llamas,
Michael Tamura, Miguel Fernando, Mohamad Ali Awada Sobrinho,
Paula Aline Mozer Faria e Paulo Alexandre de Oliveira

JORNALISTA RESPONSÁVEL
Giovana Campanha - MTB 05255

COLABORADORES
Alan Maschio, Fernanda Bertola, Giovana Campanha,
Giovana Lago, Renata Mastromauro,
Rosângela Gris e Rubia Pimenta

EDITORIAÇÃO
Andréa Tragueta

REVISÃO
Giovana Campanha, Helmer Romero, Rosângela Gris

CAPA
Factory Total

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

FOTOS
Ivan Amorin, Walter Fernandes, Paulo Matias

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: Alcides Siqueira Gomes
COPEJEM - Presidente: Felipe Bernardes
ACIM MULHER - Presidente: Nádia Felipe

CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS
Presidente: Mohamad Ali Awada Sobrinho

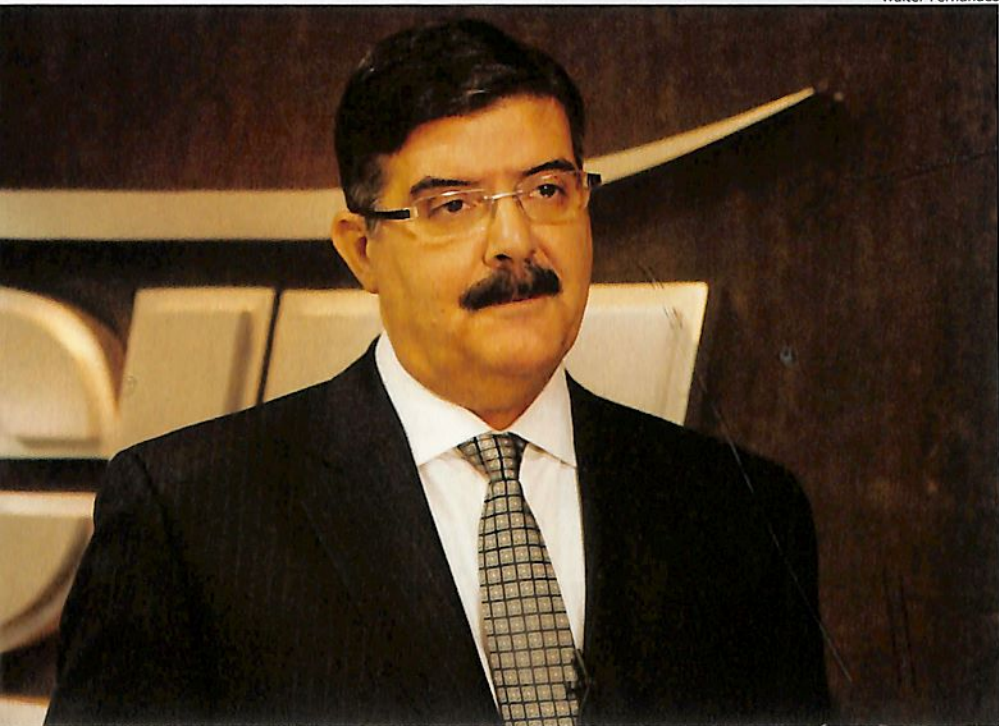
Os anúncios veiculados na Revista Acim são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM

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



O Brasil precisa ser mais liberal nas relações trabalhistas

Walter Fernandes



O administrador de empresas e contador Fernando Alves é sócio-presidente da PwC Brasil há mais de dez anos. Ele ingressou na empresa em 1979 como *trainee* no escritório de Salvador, da qual se tornou sócio quase 15 anos depois. Com mestrado em Administração e cursos realizados em escolas de negócios como a FGV e o Massachusetts Institute of Technology (MIT), Alves integra o Conselho de Desenvolvimento Econômico e Social da Presidência da República e é membro do Conselho de Administração da Câmara Americana de Comércio.

Mas como presidente da renomada empresa de auditoria e consultoria tributária, societária e de negócios, que tem entre os clientes algumas das maiores empresas brasileiras, Alves tem experiência de sobra para discutir economia e gestão. A PwC, que tem atuação em mais de 150 países, conta com 5,3 mil profissionais no Brasil que trabalham em 19 escritórios. Durante a visita à cidade para a inauguração do escritório da PwC em Maringá, Fernando Alves concedeu a entrevista a seguir à Revista ACIM:

O senhor integra a diretoria do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC). As empresas brasileiras estão melhorando a gestão de governança corporativa?

Estamos ativamente envolvidos nesse processo, não só na evolução e prática da doutrina, mas também no maior entendimento e absorção das vantagens que as boas práticas podem trazer para as empresas, sobretudo as de natureza familiar. É um erro imaginar que apenas as empresas grandes, de capital aberto, podem instalar a estrutura de governança corporativa. Toda e qualquer empresa para permanecer competitiva precisa sofisticar suas práticas de governança, e a implantação da governança corporativa é um fator de sustentabilidade para a empresa familiar.

Quais são os principais erros cometidos pelas empresas na gestão de governança corporativa?

O erro mais comum é a falta de transparência, falta de cultura de prestação de contas, assim como a falta de uma atitude de tratar os acionistas que têm diferentes classes de ações de forma equitativa. Então, a equidade, a prestação de contas e a transparência são conceitos que

se não praticados, representam erros grandes quando se pensa em governança corporativa, e isso tem a ver com o estágio de maturidade da empresa. Nós acreditamos que a governança é um fator de sustentabilidade empresarial: quanto melhor a governança, mais chances de sucesso.

Como o senhor avalia a política monetária adotada pelo Banco Central? Usar a Selic como uma das formas de expandir o consumo é uma medida acertada?

É uma medida, não necessariamente a melhor ou a mais acertada. O país precisa revisar seu portfólio de investimentos em infraestrutura, além dos seus contextos tributário, político, trabalhista e previdenciário. O Brasil precisa também ter plena consciência da necessidade de manter a inflação sob controle, porque a população mais pobre é a que mais paga pelo chamado imposto inflacionário. Então, é compreensível a preocupação dos governantes, quaisquer que sejam suas matrizes políticas, em relação ao crescimento da inflação, e a política monetária acaba sendo um instrumento de gestão de curto prazo, mas é um instrumento. Entendo, porém, que a concreta diferença é feita ao pensar as reformas que o país precisa para ser mais produtivo. O Brasil precisa ser mais moderno e liberal no sentido de facilidade de se fazer negócio, sem abrir mão de proteger o trabalhador e de ter um Estado gerenciando a desigualdade natural do sistema capitalista.

O que está evoluindo de concreto no programa piloto do Relato Integrado (trata-se de um novo modelo de relatório discutido em mais de uma dezena de países para agrupar informações

“ **É um erro imaginar que apenas as empresas grandes, de capital aberto, podem instalar a estrutura de governança corporativa. Toda e qualquer empresa para permanecer competitiva precisa sofisticar suas práticas de governança**

contábeis, financeiras e da área de sustentabilidade)?

O relato integrado é uma maneira mais holística que se convencionou, neste início de século, de fazer o relatório de desempenho de uma empresa. É uma proposta de prestação de contas mais abrangente. Isso começou como uma provocação de órgãos reguladores profissionais. No primeiro momento foi visto mais como uma boa prática, ou seja, adotaria quem quisesse. Mas, para mim, é inexorável. Acredito que as empresas precisam se comunicar melhor, de forma mais holística, além do dado meramente financeiro. Trata-se de uma linguagem mais moderna e mais abrangente de reportar o desempenho empresarial.

O Brasil realizará eleições para Presidente da República. Como a PwC avalia o cenário eleitoral no país hoje?

A nossa leitura é de que a presidente Dilma é a favorita, baseada nos índices de popularidade que ela tem até o momento. Mas se a popularidade baixar de 30%, acreditamos que pode haver um segundo turno, e se isso acontecer, a eleição muda radicalmente. Não quer dizer que num segundo turno a Dilma vai perder, mas as condições de reeleição serão determinadas pela manutenção do índice de popularidade abaixo dos 30%, 35%.

Quais serão os principais legados

da Copa do Mundo para o Brasil, na opinião do senhor?

A Copa representou para o país um acelerador de certos planejamentos na área de infraestrutura e mobilidade urbana. Esses projetos foram planejados e estão em execução. Nesse sentido a Copa foi um indutor para que esses projetos acontecessem. Se não existe modelo de transporte rodoviário que alivie o metrô e isso não aconteceu para a Copa, não quer dizer que aquela obra vai deixar de ser feita. Em algum momento ela será entregue. Claro que houve desmandos na execução de certas obras e exageros em alguns gastos, e a população coerentemente reclama. Mas se um governante gastou mais ou menos em um estádio, e isso ficou público, vai gerar uma cobrança política. No geral não vejo a Copa do Mundo como um acontecimento ruim. Ela foi subestimada na sua complexidade e do que seria requerido para preparar o país. Do ponto de vista do efeito da atividade empresarial, depende do segmento: bebidas, entretenimento, lazer e viagens saem ganhando. Quem está no ramo da indústria perde porque terão menos dias trabalhados. Mas o efeito sobre a atividade econômica total, no fim, será positivo.

O senhor acredita que o Brasil é atrativo para investidores?

Lógico que sim. No ano passado, o Brasil recebeu R\$ 65 bilhões de

investimentos estrangeiros. Entretanto, o país está crescendo muito menos do que deveria e poderia, e isso é uma frustração não só para os brasileiros, mas para quem investe no país. Esse crescimento baixo tem a ver com a falta de condições: infraestrutura, falta de reforma tributária e trabalhista e de uma base educacional mais ampla. Isso cria impedimentos ao crescimento acelerado. Não dá para ignorar o Brasil no mundo moderno. Quando se compara o Brasil com seus competidores naturais, que são Indonésia, Turquia, África do Sul, Rússia e China, há vantagem competitiva naturais que vão gerar dividendos. Podemos questionar o Estado, o gasto na eficiência e a corrupção, mas temos um Estado livre, uma democracia plena. Liberdade é um fator que gera desenvolvimento sustentável, e acho que nossa própria frustração como Estado já é um indutor de mudanças. Por exemplo, o Observatório Social, que é uma experiência de Maringá e deve ser imitada pelo resto do Brasil, é um grande exemplo de como se transforma insatisfação em algo concreto. Outros países não têm a liberdade que nossos competidores naturais têm. O Brasil é um país viável, e continuará sendo daqui 10, 20 ou 30 anos. O que é lamentável é o custo que estamos pagando para chegar nessa posição, que é maior do que deveria, mas isso também faz parte da nossa história de aprendizado. E acho que em Maringá o exemplo de articulação pública-privada, o associativismo, o cuidado que se tem com a cidade, a maneira de pensar estrategicamente soma exemplos que devemos seguir em nível nacional, para fazer as coisas acontecerem de maneira diferente. O legado que Maringá começa a deixar para o país é que é possível fazer as coisas de



Walter Fernandes

“ O Brasil precisa ser mais moderno e liberal no sentido de facilidade de se fazer negócio, sem abrir mão de proteger o trabalhador e de ter um Estado gerenciando a desigualdade natural do sistema capitalista

forma diferente, mais barata.

Maringá é a primeira cidade do interior do Paraná a receber um escritório da PwC. Por que a escolha?

Temos uma estratégia no Brasil de crescer a taxas superiores ao crescimento do país. Para que isso seja possível, é preciso escolher os clientes e os setores da economia que acreditamos que possam crescer mais. Isso depende, entre outros fatores, da localização dessas empresas. E não temos a menor dúvida de que

a geografia de Maringá viabilize o crescimento acima da média do país. Maringá, hoje, está entre as 20 cidades brasileiras mais importantes para se fazer negócio. É um polo atacadista, universitário, de agronegócio e está em uma região muito rica, cheia de potencialidades. Já temos um grupo importante de clientes aqui e vemos em Maringá um exemplo de associativismo, de sociedade civil organizada, de articulação entre poder público e iniciativa privada que é raro no Brasil. Portanto, também nos interessa estar próximos dessas experiências de desenvolvimento. Existe outro vetor de natureza de aprendizado: acreditamos que uma tendência do mundo moderno seja o aumento exponencial da urbanização, o que significa dizer que as cidades serão mais determinantes na nossa qualidade de vida do que propriamente o país ou estado em que vivemos. As cidades vão competir para atrair investimentos, habitantes e serviços. Os municípios com mais de 500 mil habitantes vão mais que dobrar nos próximos 10,15 anos. Vamos vivenciar em Maringá uma experiência de operar em uma cidade que é competitiva e diferenciada na gestão de articulação entre o público e o privado.

O senhor conheceu o projeto do Masterplan (planejamento urbanístico e socioeconômico), que deverá ser contratado para Maringá?

Sim, tivemos uma apresentação sobre o Masterplan. É uma iniciativa ousada, ambiciosa e que tem tudo a ver com a história dessa mobilização cidadã. A Associação Comercial e as entidades têm uma marca de pensar a cidade estrategicamente. E esse plano é mais uma etapa de se pensar a cidade. ■



UM **UNIVERSO** DE CONHECIMENTO
PARA VOCÊ **TRANSFORMAR**
POSSIBILIDADE EM REALIDADE.

VESTIBULAR

INSCRIÇÕES
ABERTAS ATÉ

24/6

PROVA DIA

29/6

Inscrições pelo site
unicesumar.edu.br/vestibular

 UniCesumar

PROGRAMA DE SEGURANÇA ALIMENTAR DE MARINGÁ É DESTAQUE NACIONAL

O Programa Segurança Alimentar na Cota de Alimentos, desenvolvido pela Secretaria de Assistência Social e Cidadania de Maringá (Sasc), foi um dos semifinalistas no prêmio "Boas Práticas de Gestão". O prêmio é concedido pelo Colegiado Nacional de Gestores Municipais de Assistência Social.

Maringá concorreu na categoria "Benefícios Assistenciais e Programas" com Cuiabá (MT), Caruaru (PE), Limeira (SP), Pindamonhangaba (SP), Santos (SP), São José dos Pinhais e Vitória (ES).

Hoje são distribuídas 693 cestas básicas por mês ao custo unitário de R\$ 42, o que representa um gasto de pouco mais de R\$ 29 mil por mês - há dois anos eram entregues mais de duas mil cestas ao mês.

A redução no número de cestas distribuídas foi possível depois da realização de um trabalho de acompanhamento que mostrou que algumas famílias doavam os alimentos, vendiam e até alimentavam animais de estimação ou trocavam por drogas. "Adotamos critérios técnicos para a concessão das cestas", diz o secretário municipal Flávio Vicente, que responde pela Sasc.

Por orientação de nutricionistas, a cesta básica passou a ter dez itens - antes eram seis. A economia gerada com a redução da distribuição de cestas, de cerca de R\$ 650 mil por ano, é destinada ao Lar dos Velhinhos e ao Asilo São Vicente de Paulo.

JORNALISTA LANÇA LIVRO SOBRE FUTEBOL

O jornalista Antonio Roberto de Paula lançou, em 26 de maio em Maringá, o livro "Futebol - Recortes de uma Paixão". Em formato de livro de bolso, com 164 páginas, a obra reúne crônicas, poesias, pensamentos e transcrições de narrações históricas de rádio e de TV. O livro é, antes de tudo, uma homenagem aos craques da bola que imortalizaram seus nomes nos gramados e aos mestres dos microfones, que souberam imprimir emoção aos feitos realizados pelos jogadores.



BALAROTI APRESENTA NOVO SHOWROOM DE MÓVEIS

A Balaroti lançou a coleção de móveis planejados em um coquetel para arquitetos, profissionais do segmento e clientes em 27 de maio. O novo *showroom* apresenta produtos diferenciados e fabricados com novas tecnologias, consolidando a qualidade e o alto padrão da marca que está há 14 anos em Maringá. Atualmente são 12 lojas franqueadas. Após mudanças, a fábrica que fica em Umuarama passou a contar com 22 mil metros quadrados. O *showroom* está aberto para visitaçã na avenida Curitiba, 160.



Walter Fernandes

SICOOB ENTRE AS MELHORES EMPRESAS PARA SE TRABALHAR NA AMÉRICA LATINA

Membros do quadro de colaboradores do Sicoob Metropolitano receberam em 7 de maio o prêmio de 37ª Melhor Empresa para se Trabalhar da América Latina. A cerimônia de premiação, que aconteceu em Miami, é uma iniciativa do Instituto Great Place to Work (GPTW). O Sicoob Metropolitano já havia sido eleito a 8ª melhor empresa para se trabalhar no Paraná e 17ª no Brasil em 2013. O prêmio é consequência de um trabalho intenso que a cooperativa de crédito vem realizando em prol do desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores. O Sicoob investe em treinamentos de alta performance e o estilo de gestão favorece o desenvolvimento de lideranças e competências inovadoras. Além da premiação, os representantes da cooperativa participaram do Great Place to Work Conference America Latina, trocando experiências com as principais empresas da América Latina.

PwC BRASIL INAUGURA FILIAL EM MARINGÁ

Maringá já conta com uma unidade da PwC Brasil. O escritório – o primeiro do interior do Paraná e o 19º do país – foi inaugurado em 14 de maio em uma solenidade que reuniu representantes da empresa, empresários e autoridades na sede da ACIM. A PwC Brasil é considerada uma das principais empresas nas áreas de auditoria, consultoria tributária, societária e de negócios.

Presente na solenidade, o sócio-presidente da PwC Brasil, Fernando Alves, exaltou a estrutura da cidade e destacou o poder de mobilização dos maringaenses como um dos atrativos. "Maringá é o Brasil que dá certo. Queremos levar o exemplo daqui para outras cidades e ajudar a resolver os gargalos que impedem um crescimento e desenvolvimento ainda maior", destacou.

Além de empresários da região noroeste, a unidade instalada em Maringá pretende expandir o atendimento aos municípios de Londrina e Cascavel. A empresa já presta serviços para grandes companhias instaladas em cidades das regiões norte, noroeste e oeste do Paraná.

A PwC atua em 157 países, reúne 184 mil profissionais e fatura US\$ 32 bilhões anualmente. No país, as 19 unidades geram aproximadamente 5,2 mil empregos. No escritório de Maringá são 20 profissionais.



Divulgação

PSICÓLOGAS CLÍNICAS SE TORNAM EMPREENDEDORAS

Observando a necessidade de uma formação continuada para psicólogos de Maringá e região, as psicólogas Juana Ester Kogan e Rosana Parré fundaram, em 2012, a Escola de Psicoterapia Psicanalítica de Maringá (EPPM). Elas aceitaram o desafio de abrir uma escola que unisse conhecimentos práticos e teóricos, mas não imaginavam o potencial empreendedor que poderiam desenvolver e perceberam um mercado ainda não explorado na região: o de estudos de psicoterapia psicanalítica em cursos de pós-graduação ou de menor duração. A EPPM tornou-se um centro de referência na área, pois é a única do Paraná com essa abordagem, e oferece aulas presenciais e por videoconferência. Uma das grandes dificuldades enfrentadas por Juana e Rosana foi compreender a burocracia da administração, que vai além da área de formação delas, no entanto, as psicólogas garantem que estando na terceira turma da especialização, essa dificuldade se transformou em um desafio que vem sendo superado.

A EPPM fica na rua Neo Alves Martins, 2.789. O telefone é o (44) 3227-0252.

EXPOINGÁ: R\$ 342 MILHÕES EM NEGÓCIOS

Quase 520 mil pessoas estiveram na 42ª edição da Expoingá, realizada de 8 a 18 de maio, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, em Maringá. Foram gerados e prospectados R\$ 342 milhões em negócios. E nos dois dias de shows gratuitos foram arrecadados mais de 15 mil produtos de higiene pessoal e roupas e 59 toneladas de alimentos.

A feira agropecuária contou com mais de 900 expositores, teve mais de 50 eventos técnicos e 70 apresentações culturais. Cerca de 12 mil animais foram expostos. A feira está entre as cinco maiores do Brasil em relação à movimentação financeira e à circulação de pessoas.

AQUÁRIO LANÇA REPETIDORES DE SINAL DE CELULAR

Mesmo com a grande estrutura das operadoras de telefonia móvel no Brasil, muitas áreas permanecem sem a cobertura adequada, tendo sinal de celular e conexões de internet móvel afetadas. A Aquário, empresa maringaense especializada em soluções para telecomunicações, desenvolveu aparelhos que distribuem sinal para vários celulares ao mesmo tempo em locais que não têm a cobertura ideal. Os chamados Repetidores de Sinal de Celular garantem total qualidade nas ligações e também em conexões de internet. Prático, o aparelho pode ser utilizado em áreas afastadas ou urbanas em instalações residenciais e comerciais, como escritórios, galpões, subsolos, galerias e shoppings. Na loja online da Aquário estão disponíveis dois modelos: o Mini Repetidor de Sinal, que cobre uma área de até 1 mil metros quadrados, e o Repetidor de Sinal, que cobre uma área maior, de até 2 mil metros quadrados. Saiba mais em www.aquario.com.br.



MCDONALD'S MARINGÁ ENTRE AS QUE MAIS PROMOVEM IGUALDADE DE GÊNERO

Em solenidade ocorrida em 31 de março em Curitiba, a Cahetel-TG Comércio de Alimentos Ltda, empresa maringaense franqueada do McDonald's Brasil, foi eleita uma das três melhores empresas de médio porte do país no tratamento da igualdade de gênero entre os funcionários. Os resultados da avaliação e consultoria do Prêmio WEPS Brasil revelam que a Cahetel-TG se destaca nos princípios de promoção de educação, treinamento e desenvolvimento profissional para as mulheres, além do estabelecimento de uma liderança corporativa de alto nível para a igualdade de gênero e na promoção de igualdade de oportunidades.

A sócia da Cahetel-TG, Tânia Kleinschmidt, conta que o prêmio é o reconhecimento de um trabalho que sempre foi priorizado pela empresa e mostra que a cidade pode ser de vanguarda. "Não é porque não estamos em uma capital que não podemos realizar um trabalho de alto nível", afirma.

RÁDIO CADILLACS INAUGURA CAFÉ CULTURAL EM MARINGÁ

Walter Fernandes



Uma das web rádios de rock alternativo mais ouvidas do país, a Rádio Cadillacs chega a Maringá com um estúdio-café, oferecendo espaço para lazer. Inaugurado no final de abril, o Café Cultural Rádio Cadillacs é a nova casa da web rádio criada em 2012 pelo casal de empresários Ji Ramos e Paulão Mohawk. Quem frequenta o café pode conferir a programação recheada de rock *retrô*, *soul* e *blues*, além de shows ao vivo e entrevistas realizadas no estúdio. A Cadillacs mantém a sede em São Paulo, mas a vinda a Maringá traz novidades para a programação da web rádio, que agora conta com dois novos programas comandados por maringaenses. A casa funciona das 10 às 22 horas, de terça-feira a sábado, oferecendo café da manhã e *happy hour*. O Café Cultural Rádio Cadillacs fica na rua Arthur Thomas, 288.

ANS - Nº 31526-5



fametsui

▶ PLANOS DE SAÚDE ◀



FAMILIAR e EMPRESARIAL

PLANOS EMPRESARIAIS A PARTIR DE 3 PESSOAS POR UM PREÇO MUITO VANTAJOSO.

- COM OPÇÕES DE:
- SUBSÍDIO DE 100% PELA EMPRESA
 - SUBSÍDIO PARCIAL PELA EMPRESA
 - UTILIZAÇÃO DO CNPJ SEM SUBSÍDIO EMPRESARIAL

PAM FIT LIGHT A PARTIR DE:


SEM OBSTETRÍCIA
VALOR A PARTIR DA 1ª FAIXA (00 -18)
NA REGIÃO DE MARINGÁ

*(VÁLIDO ATÉ 26 junho 2014)

R\$ **60,97***

NÃO PERCA MAIS TEMPO,
INVISTA EM BENEFÍCIOS!

FAÇA JÁ SEU PLANO!

 PAM Saúde
Mais que plano de saúde



Vendas: 44 3218-1515

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



/pamsaude



www.drpam.com.br

Esporte, universo que paga o preço da paixão

Equipes de esportes profissionais em Maringá mostram bom rendimento técnico, mas dificuldades para manter as contas; planejamento e sensibilização da classe empresarial podem ajudar a mudar este quadro

Alan Maschio

Histórias bem-sucedidas no mundo dos negócios permitem fazer uma análise simples do que pode garantir a continuidade de um projeto: se bem elaborado e executado, tende a atrair investidores e, com mais recursos, tem, em teoria, a própria continuidade viabilizada.

Na prática, tais histórias nem sempre seguem um padrão de coerência. Assim como em outras áreas, o sucesso no universo dos esportes está sujeito a características como planejamento, transparência, credibilidade e competência. No entanto, este mesmo mundo veleja em mares mais obscuros, graças a ventos soprados pela paixão, carisma e capacidade de se fazer o inesperado.

Tomando o maior símbolo esportivo nacional como exemplo, a maré de incertezas ganha leitura mais fácil. Sabe-se, por exemplo, que a final da Copa das Confederações, disputada no ano passado entre as seleções brasileira e espanhola, bateu recorde de audiência para eventos esportivos nos dois países - foram 42 milhões de telespectadores

no Brasil e outros 10 milhões na Espanha. Ambos foram os maiores registros de audiência esportiva em 2013 nas nações envolvidas.

Ainda assim nada garante que este apoio vá se repetir nos jogos da Copa do Mundo. De lá para cá, as maiores esperanças de sucesso dos dois times atravessaram momentos conturbados. Neymar, craque brasileiro, viu-se envolvido em uma nebulosa negociação com o Barcelona. O clube catalão, por sua vez, base da seleção espanhola, atravessa crise gerada pela perda da própria identidade futebolística.

A instabilidade, no entanto, não se resume ao futebol, ou a instituições de tamanha repercussão, como as seleções de Brasil e Espanha. O mundo esportivo não poupa os pequenos, como bem mostra, por exemplo, os clubes de futebol, futsal, handebol e vôlei de Maringá.

O desempenho dos times em cada modalidade é positivo. Por outro lado, as condições financeiras destas organizações ameaçam - ou em algum momento chegaram a ameaçar - a participação dos times em seus campeonatos.

Finanças

Como exemplo deste contexto está a nova paixão do maringaense - o Maringá Futebol Clube. Nascido em 2010, o time viveu ascensão meteórica: apenas quatro anos depois já disputou a final do Campeonato Paranaense - vencido pelo Londrina - e conquistou vagas na Série D do Campeonato Brasileiro e na Copa do Brasil de 2015.

A disputa da Série D do Brasileiro, contudo, via-se ameaçada até meados de maio, quando, junto com a diretoria do clube, o diretor de Futebol do Maringá FC, Paulo Regini, negociava patrocínios para a continuidade do projeto. O elenco vice-campeão paranaense, com 28 jogadores, estava com os contratos suspensos, no aguardo da confirmação do uso da vaga. Neste intervalo, ao menos três atletas foram negociados. Os demais esperaram, em casa, por notícias sobre a confirmação da participação ou não no Brasileiro, que finalmente veio no final do mês passado. O campeonato começa em 27 de julho, o que significa que um mês que poderia ser aproveitado para planejamento e treinos foi perdido.



João Paulo Santos



Rafael Silva



João Paulo Santos

Com atletas de ponta, equipes esportivas maringenses se destacam em suas áreas, mas enfrentam dificuldades para encontrar patrocinadores

R\$ 3 bilhões

é o total investido em marketing esportivo no Brasil em 2013

↑ 10%

deve ser o crescimento anual deste valor até 2016, quando deve desacelerar, mas seguir em alta

Fonte: Pesquisa Portas /Sportpar 2013

DESTAQUES

O futebol é o esporte que mais recebe recursos, capitalizando 74% das verbas de marketing esportivo no país

Na sequência aparecem as corridas de rua, esportes motorizados, tênis e MMA

50% dos brasileiros consideram mais provável comprar e contratar produtos ou serviços de uma marca que investe no esporte

Na Europa, este índice fica na casa dos 20%

Arte: Wellington Vainer

REPORTAGEM DE CAPA

No caso do futsal, a ameaça de um segundo semestre sem a participação na Liga Nacional ainda existia para o Ciagym até o final de maio. A associação, que vinha disputando o campeonato há dois anos seguidos, precisou trocar de franquia para garantir a continuidade do trabalho, e em função disso, precisaria pagar uma taxa de R\$ 50 mil à Confederação Brasileira de Futsal. O orçamento, contudo, ficou comprometido depois que o município promoveu alterações na lei que rege o Programa Municipal de Incentivo ao Esporte Amador. O projeto demorou a tramitar e a verba prevista para o Ciagym não chegou na data necessária. Os atletas - que disputam a Série Ouro do Campeonato Paranaense com chances de título - foram liberados para negociar com outras equipes.

A esperança de reorganizar o orçamento reside na chance da di-

retoria do Ciagym conseguir captar recursos por meio da Lei de Incentivo ao Esporte. Pelo sistema, projetos aprovados pelo Ministério do Esporte conseguem a chancela para captar recursos com pessoas físicas e empresas, em troca de abatimento proporcional no imposto de renda.

Já a Associação Maringaense de Handebol enfrenta consequências geradas por mudanças na política esportiva promovidas pelo governo do Estado em 2014. As alterações impediram que a entidade conseguisse a captação de R\$ 600 mil para investimentos no projeto técnico do time. Hoje os principais mantenedores da associação são a prefeitura e a Unimed Maringá.

Em quadra, o panorama é diferente. O time masculino ganhou os dois jogos da primeira fase do Campeonato Paranaense, disputada em Cascavel, no começo de maio. As meninas trouxeram na baga-



Ivan Amorim

O Ciagym espera reorganizar o orçamento com a ajuda da Lei de Incentivo ao esporte; "é difícil encontrar empresários dispostos a investir no esporte simplesmente porque gostam", diz Adolpho Amorim



Ivan Amorim

Vice-campeão paranaense, o Maringá FC viu a participação na disputa da Série D do Brasileirão ameaçada por falta de patrocínio; na foto, o diretor Paulo Regini

gem uma vitória e uma derrota. O grupo dos homens, formado por 17 atletas - três deles convocados para a seleção brasileira - também tem vaga assegurada na Copa Brasil, a ser disputada em agosto.

Do ponto de vista financeiro, talvez o vôlei seja o clube de alto rendimento com a situação mais confortável em Maringá. Depois de ter confirmado a continuidade do patrocínio da Copel Telecom, o time montado pelo ex-levantador recentemente seu novo parceiro para a temporada: a Ziober Brasil, empresa que trabalha com soluções em metalurgia ligadas à saúde e bem-estar. A partir de agora o time passa a se chamar Ziober Maringá.

Com jogadores como Ricardinho e Lorena, com passagens pela Seleção, o clube conseguiu, na temporada 2013/2014, a classificação para os playoffs da Superliga de Vôlei,

fase em que perdeu para o Sada Cruzeiro. As atuações fizeram com que o maringense redescobrisse a paixão pelo vôlei, tanto que o time da cidade foi o que registrou maior média de público no campeonato.

Exposição de marcas

Mesmo diante de bons resultados - e que garantiram a exposição das marcas dos patrocinadores na TV, em rede nacional -, Ricardinho avalia como grandes as dificuldades para se conseguir apoio em meio à iniciativa privada. "Nossos empresários não investem como os americanos, por exemplo, que veem o esporte como uma grande ferramenta de divulgação para suas empresas. É uma pena", diz.

Diante de tal dificuldade, a mo-

dalidade inclusive criou uma nova entidade. Um dos objetivos da Associação de Clubes de Vôlei (ACV), um antigo anseio dos clubes do país, é justamente ajudar na captação de recursos. "Maringá ficou com a presidência da entidade, mas como continuo atuando como atleta, indiquei o ex-deputado Ricardo Barros para nos representar, embora ele não faça parte da diretoria do clube. Sua experiência e trânsito em Brasília serão muito úteis", acredita Ricardinho.

Com exceção do vôlei, fica claro que as dificuldades dos clubes de alto rendimento de Maringá devem-se muito mais a fatores extra-esportivos. Dificuldades para se conseguir patrocínio, por exemplo, foram citadas por todos os envolvidos no segmento.

No caso do futebol, o problema ganhou inclusive discussão mais ampla, com a criação, por parte de um grupo de jogadores, do movimento Bom Senso Futebol Clube, que pede a criação de um calendário mais racional para a modalidade. Na prática, isso implicaria melhor distribuição de jogos ao longo do ano, em especial para os pequenos clubes, que passam cerca de três meses sem disputar partidas oficiais, entre o fim dos campeonatos estaduais e o começo da Série D do Brasileirão. "Isso é um dificultador na hora de negociar um patrocínio. É muito difícil convencer um empresário a participar de um projeto que não vai expor a marca dele por um período tão longo", avalia Paulo Regini, do Maringá FC.

PROTEJA SEU MAIOR PATRIMÔNIO... A SUA MARCA



PATENTES & MARCAS
ASSESSORIA E CONSULTORIA EMPRESARIAL
BRASIL & EXTERIOR
YNGÁ DO BRASIL PATENTES E MARCAS LTDA.

44 3226-6590 / 3226-6990

Rua Santos Dumont, 2166 - 1º Andar - Salas 104/105 - Ed. Intercenter - Maringá
ynbras@yahoo.com.br • www.ynbras.com.br

BUSCAS

- Anterioridades de marcas
- Levantamento geral de marcas, por CNPJ
- Levantamento geral dos pedidos de patentes

NATUREZAS DA MARCA - A QUE SE APLICA

- **Marca de Produto** Distinguir produtos de outros idênticos, semelhantes ou afins
- **Marca de Serviço** Distinguir serviços de outros idênticos, semelhantes ou afins
- **Marca Coletiva** Identificar produtos ou serviços provenientes de membros de um determinado grupo ou entidade
- **Marca de Certificação** Atestar a conformidade de produtos ou serviços a determinadas normas ou especificações técnicas

FORMAS DE APRESENTAÇÃO DA MARCA - A QUE SE APLICA

- **Nominativa Sinal** constituído apenas por palavras, ou combinação de letras e/ou algarismos, sem apresentação fantasiosa
- **Mista** Sinal que combina elementos nominativos e figurativos
- **Figurativa** Sinal constituído por desenho, imagem, formas fantasiosas em geral
- **Tridimensional** Sinal constituído pela forma plástica distintiva e necessariamente incomum do produto

DIREITO AUTORAL

- Biblioteca Nacional - Setor de Direito Autoral

DEPARTAMENTO JURÍDICO

- Propriedade Industrial e Intelectual

CONTRATO DE TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA

- Marcas e Patentes

CONTRATOS DE LICENCIAMENTOS / CONTRATOS DE FRANCHISING

- Marcas, Patentes e Direitos Autorais

SERVIÇOS



Walter Fernandes

"Hoje realmente temos a prefeitura como nosso principal mantenedor. Mas são as circunstâncias que nos obrigam a isso, não é uma opção", diz Valmir Fassina, da Associação Maringaense de Handebol

O técnico do Ciagym, Adolpho Amorim, faz uma análise um pouco mais local, e ao mesmo tempo mais ampla, das causas para as dificuldades orçamentárias encontradas pelas associações que mantêm atletas de alto rendimento em Maringá. Para ele, a paixão motivada pelo esporte ainda não é transformada em ações práticas por parte do empresariado. "É difícil encontrar empresários dispostos a investir no esporte simplesmente porque gostam. A busca é por exposição de marca e isso nem sempre é possível no nível desejado em modalidades menos vistas na comparação com o futebol, por exemplo", acredita.

A opinião é compartilhada pelo técnico da Associação Maringaense de Handebol, Valmir Fassina. "Geralmente somos bem recebidos para uma conversa sobre patrocínio. Mas a liberação de recursos, por outro lado, ainda é difícil em Maringá. Exemplo disso é que quase sempre vemos as mesmas empresas apoiando

vários esportes", cita.

O outro lado

Para a coordenadora de comunicação da Ziober Brasil, Geisa Telles Frutuoso, de fato os investimentos em mídia na cidade ainda são mais direcionados a meios tradicionais. "O marketing esportivo ainda não recebe a devida atenção em Maringá. Acredito que haja realmente o hábito de se investir em mídia tradicional", avalia.

Procurada com frequência por representantes de várias modalidades esportivas - inclusive de MMA, do qual a Ziober patrocina dois atletas - Geisa diz que a quantidade de projetos de mídia esportiva mal elaborados por quem deseja suporte financeiro é grande. "Faltam assessoria, planejamento e profissionalismo", cita.

Para o secretário municipal de Esportes e Lazer, Afonso Fernandes Martins Neto, as associações esportivas ainda carecem de melhor estruturação, organização e fomento à

formação de atletas. "Sabemos que o empresariado maringaense já viveu experiências não muito boas com algumas modalidades. Isso afugenta um pouco e esse fantasma, por mais que não nos ameace mais, sempre volta para nos atormentar quando alguém se depara com um projeto pouco transparente, não no sentido de uma eventual falta de honestidade, mas quando falamos em falta de foco e de visibilidade", explica.

Martins Neto cita como exemplo o fato de que a maioria das associações administra os recursos provenientes do Programa Municipal de Incentivo ao Esporte Amador como a principal fonte mantenedora das entidades. "O nome diz: o programa é de incentivo, e não de patrocínio. Não se pode fazer um planejamento orçamentário com base em uma lei que veio para incentivar, e não para manter um esporte" - as 23 associações esportivas, que agregam cerca de 400 atletas, cadastradas pela secretaria recebem R\$ 2,9 milhões por ano por meio do programa muni-

cial. Somado ao suporte oferecido por meio de disponibilização de estrutura, organização de eventos e transporte este valor sobe para cerca de R\$ 3,4 milhões.

Tal modelo de gestão realmente faz parte da realidade do esporte em Maringá. Adolpho Amorim, do Ciagym, e Valmir Fassina, do handebol, reconhecem que as estruturas organizacionais poderiam ser otimizadas. “Sabemos que a gestão pode e deve ser melhorada. Mas só conseguiremos fazer isso quando tivermos condições. No ano passado, por exemplo, recebemos um bom apoio da empresa Oppnus, mas o patrocínio cessou antes que tivéssemos tempo de nos reorganizar”, explica Amorim. Fassina reforça: “hoje realmente temos a prefeitura como nosso principal mantenedor. Mas são as circunstâncias que nos obrigam a isso, não é uma opção”.

Círculo vicioso

Em meio a este sistema, fica clara a atuação de um círculo vicioso: os clubes precisam de apoio para se organizar, mas não terão este apoio enquanto não estiverem organizados.



Walter Fernandes



Walter Fernandes

Para o secretário de Esportes, Afonso Fernandes Martins Neto, as associações esportivas não podem fazer um planejamento com base em uma lei que veio para incentivar, e não para manter um esporte

As iniciativas para romper este ciclo, contudo, já estão sendo organizadas. A própria ACIM está preparando um projeto de apoio às entidades esportivas, por meio do Núcleo Empreender - um programa criado para fortalecer o associativismo através da troca de experiências e para incentivar a busca por novos mercados e inovações.

De acordo com o vice-presidente para assuntos de Esportes da ACIM, Paulo Lima, o objetivo é reunir as associações desportivas e discutir formas para a oferta de capacitação em gestão, oferecida pelo núcleo. “O foco é promover a melhoria na organização de projetos, aumentando a credibilidade dessas entidades e, por consequência, facilitando a captação de recursos”, explica. O primeiro encontro acontece em 3 de junho.

Também deve ser feito um trabalho de orientação ao empresariado. Com os projetos organizados com a ajuda da ACIM, as associações terão apoio para procurar empresas que

ACIM ajudará na capacitação da gestão das entidades desportivas e na captação de recursos; para o vice-presidente Paulo Lima, existe um grande interesse do empresário em patrocinar projetos esportivos

tenham manifestado interesse em investir em esporte. Lima acredita que com a capacitação das entidades para a elaboração de melhores projetos, haverá garantia de maior adesão das empresas a propostas de patrocínio e apoio a iniciativas deste segmento. “Recentemente fui procurado por um representante de uma associação que relatou que os empresários não têm interesse em patrocinar programas esportivos. Disse a ele que a situação é justamente a inversa: o interesse existe e é grande. Mas os empresários querem associar suas marcas a projetos de credibilidade, com a confiança de que os resultados, tanto sociais quanto esportivos aparecerão”, conta.

O vice-presidente acredita que, com o apoio do Núcleo Empreender, este trabalho possa não só ajudar a aumentar o volume de recursos da iniciativa privada em direção ao financiamento do esporte de alto rendimento, como pode provocar impactos sociais, já que muitas associações desportivas atendem crianças.

Lei de incentivo

As associações poderão se beneficiar da Lei de Incentivo ao Esporte, que

REPORTAGEM DE CAPA

concede dedução no Imposto de Renda (1% para empresas e 6% para pessoas físicas) para quem apoia projetos. O consultor de marketing esportivo Alison Gustavo Pereira destaca que a adesão à lei ainda é baixa, em virtude do potencial para apoio. “Ainda há pouca divulgação a respeito dos benefícios. Tanto proponentes como o empresariado desconhecem seu funcionamento. Com relação ao empresário, atrapalha muito o ‘mito da malha fina’. Quem pensa em colaborar teme ser retido no momento da declaração”, conta.

Pereira recomenda que os empresários busquem informações. “A partir do momento em que uma entidade esportiva consegue o credenciamento do Ministério do Esporte, não há riscos. O empresário só precisa confirmar que o projeto existe, e para isso, basta buscar a informação no Diário Oficial da União, no site da Imprensa Nacional (www.in.gov.br)”, explica.

Exemplos

Em Maringá, a despeito de uma alegada resistência do setor empresarial em apoiar o esporte, não são poucas as marcas que podem ser vistas estampando camisas de times



Walter Fernandes

“Mito da malha fina” é um empecilho para maior uso da Lei de Incentivo ao Esporte, segundo o consultor Alison Gustavo Pereira

ou de atletas.

O próprio Maringá FC carregou, por todo o Campeonato Paranaense, a logomarca do Santa Rita Saúde, plano de saúde dirigido por Hiran Castilho. “Este tipo de apoio precisa ser estimulado. Além das questões como retorno de mídia, precisamos levar em conta o nosso compromisso social, e o que podemos gerar em benefícios nesta área quando apoiamos um atleta ou um time”, defende.

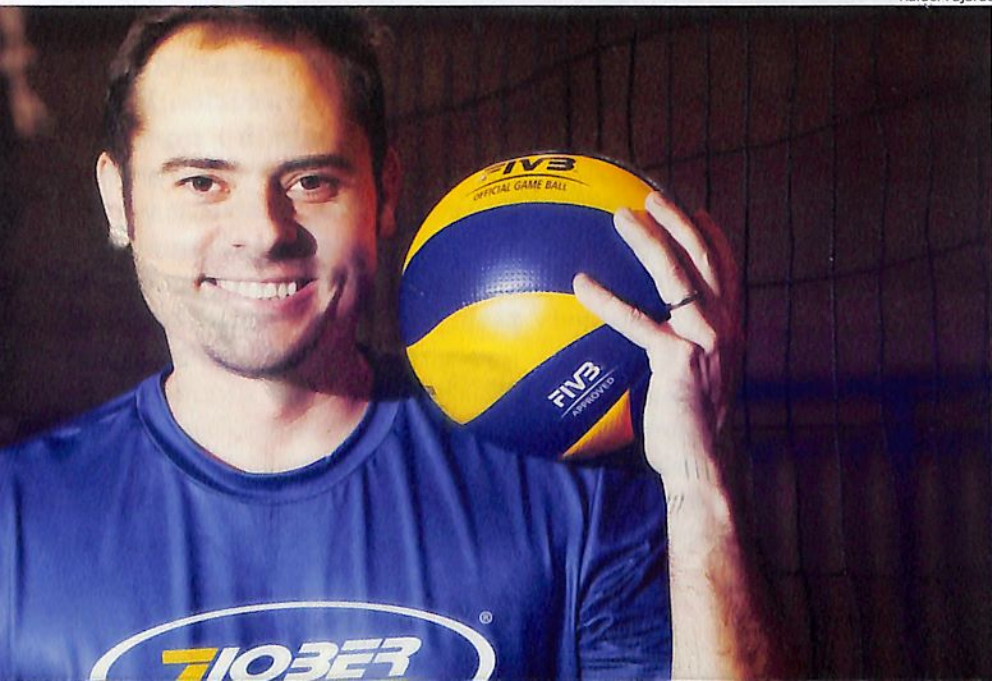
Mesmo no caso do clube de futebol, Castilho enxerga benefícios de ordem social quando fala dos investimentos em patrocínio. “Estimula-

-se um sentimento positivo. Vimos um time da nossa cidade superar os grandes da capital e chegar à final do Campeonato Paranaense, contra um grande rival. Isso cria um sentimento de positivismo. As pessoas passam a acreditar que bons projetos podem dar certo”, afirma o diretor do Santa Rita Saúde.

E a empresa não limita seus investimentos esportivos à chance de exposição - “Sejamos realistas: o Santa Rita Saúde não precisa mais consolidar sua marca na região”, diz Castilho. O apoio se estende a vários atletas, como a ciclista Gabriela Yumi, o tenista Flávio Tonon e o nadador Vinícius Araújo.

A Ziober, por sua vez, busca metas definidas metricamente pela coordenadoria de comunicação da empresa para determinar onde

Rafael Fajardo



“Nossos empresários não investem como os americanos, por exemplo, que veem o esporte como uma grande ferramenta de divulgação”, diz o jogador Ricardinho; time de vôlei passa a se chamar Ziober Maringá

investir. Os patrocínios aos lutadores Rafael Feijão (do UFC) e Jonas Speed (da brasileira Jungle Fight) garantem retorno de mídia medido por modelos implantados no sistema de comunicação via web.

A parceria com o time de vôlei segue a mesma lógica. “Da mesma forma que exigimos a apresentação de um projeto em modelo profissional para que possamos avaliar a possibilidade de apoio ou patrocínio, temos como meta atingir patamares de retorno de mídia que ajudem a consolidar a Ziober como uma marca associada à saúde e bem-estar. A parceria com um time que tem um ex-levantador da seleção brasileira de vôlei à frente gera esta associação de forma automática”, avalia Geisa.

“Gol de Solidariedade” arrecadará alimentos

O esporte também serve como apoio para eventos solidários em Maringá. A população terá a chance de assistir ao “Gol de Solidariedade”. O primeiro jogo beneficente seria realizado em 6 de junho, entre os times dos atacantes Marcelo (Atlético-PR) e Robinho (Coritiba). “Cobrando” 1 kg de alimento não-perecível como entrada, o objetivo do evento é arrecadar 15 toneladas de doativos, contando, para isso, com a ajuda de empresas. Uma parceria como o Provopar

também deve garantir a doação de roupas, calçados e cobertores para a Campanha do Agasalho. O empresário Nelson Júnior, organizador do evento, conta que planeja realizar uma segunda edição no final do ano. “Vamos aproveitar momentos de folga no calendário do futebol para trazer jogadores interessados em nos ajudar. Também contamos com o apoio da população”, diz. O Gol de Solidariedade tem o apoio da Acim. ■



PROGRAMAÇÃO REGIONAL
RICTV RECORD 2014

TUDO MUNDO GOSTA



TV ABERTA - CANAL 13
NET - CANAL 6

Rubia Pimenta

Todas as noites de quarta-feira Marcela Moreira, sócia da Catamarã Engenharia, deixa a família e afazeres para ir à Associação Maringá Apoiando a Recuperação de Vidas (Marev), entidade que auxilia dependentes químicos. O objetivo é levar uma mensagem de apoio e esperança aos mais de 50 pacientes que estão internados em recuperação. “Faço esse trabalho há 17 anos, desde que a Marev foi fundado. Levo textos e filmes para debatermos com o grupo”.

Marcela faz parte de um grupo de 50 voluntários que trabalha diretamente na Marev. “Temos médicos, estudantes de Psicologia e enfermeiros voluntários que estão sempre conversando com os pacientes, falando sobre saúde. Outros vêm para dar apoio e incentivo, seja por meio da religião ou de uma palavra de conforto. Qualquer um que tiver a intenção de ajudar é bem-vindo”, diz o gerente geral da Marev, Romeu Lopes Filho.

O trabalho dos voluntários tem um peso importante para as entidades sociais. “Sem eles não conseguiríamos manter a instituição”, conta a coordenadora da Associação de Apoio ao Fissurado Lábio-Palatal de Maringá (Afim), Ana Cláudia Tofalini. Os pacientes atendidos pela Afim nascem com uma fissura no lábio ou no céu da boca e a disfunção pode ser corrigida com uma cirurgia. A Afim faz o encaminhamento aos hospitais de referência para a operação, além de oferecer serviço social, fonoaudiologia, psicologia e odontologia. Atualmente são 50 pessoas atendidas em Maringá e outras 80 na região.

A entidade conta com mais de

Fazer o bem não importa a quem

Pessoas e empresas que são voluntárias em entidades sociais e de classe contam que também saem ganhando com a experiência; para a psicóloga, não se trata de ajuda e sim de compartilhamento



Walter Fernandes

“Quem tiver a intenção de ajudar é bem-vindo. Mas muitos começam e não concluem o projeto”, diz Romeu Lopes Filho, da Marev, que conta com 50 voluntários

150 voluntários que auxiliam, especialmente, em eventos e na organização de bingos e chás beneficentes. “Sozinhos nunca conseguiríamos, por exemplo, promover uma barraca na Festa das Nações, preparando e comercializando os pratos culinários”, conta Ana. No dia a dia, a Afim tem quatro dentistas, um recreacionista e toda

a diretoria que prestam serviço voluntariamente.

Entre os dentistas voluntários está o cirurgião e professor da Uningá, Michel Zine Moreira da Silva. “Estou há oito anos na entidade. Quando comecei, reservava uma tarde e uma manhã da semana, pois a fila de atendimento era grande. Felizmente conseguimos

zerar a demanda e agora trabalho só quando sou solicitado”, explica. “Ajudar quem não pode pagar é compensador. Faço cirurgias porque adoro, e ver o olhar de gratidão, saber que consegui resolver o problema que afligia a vida de alguém, me deixa feliz, realizado”, ressalta.

O auditor da Receita Estadual em Maringá, Claudimar Nunes, concorda. Todas as sextas-feiras ele vai com a esposa a Marev. “Fazemos reflexões sobre ensinamentos cristãos. É um trabalho espiritual”, explica. A preparação para o encontro começa na segunda-feira à noite. “Para cada reunião fazemos uma preparação especial, buscamos temas diferenciados, algo que mexa com o emocional”, diz.

Nunes diz que a maior satisfação é quando encontra dependentes químicos que se recuperaram. “Eles vêm nos abraçar, mostram fotos da família, contam que estão bem e trabalhando. É muito gratificante saber que colaboramos, nem que seja um pouquinho para que a vida do outro melhore”. O auditor



Walter Fernandes

O dentista Michel Zine Moreira da Silva é um dos voluntários da Afim; “sem eles não conseguiríamos manter a instituição”, conta a coordenadora, Ana Cláudia Tofalini

conta que ao se preparar para os encontros, ele também aprende novos conhecimentos, que melhoraram a relação com os amigos, no trabalho e na família.

Segundo Lopes Filho, da Marev, faltam pessoas para trabalhar voluntariamente, mas antes de se candidatar, é necessário ter consciência de que se trata de um

Cirurgias Ortognáticas

Implantes e Enxertos

Extração de terceiros molares

Possibilidade de sedação para o paciente dormir durante o procedimento

Liogi Iwaki
CIRURGIA BUCOMAXILOFACIAL E IMPLANTES

Av. Dr. Luis Teixeira Mendes, 2418
1º andar - Zona 05 - Maringá - PR
(44) 3224-0119

www.acim.com.br

compromisso. “Sempre deixamos os voluntários escolherem a data e o horário dos trabalhos, mas muitos começam e não concluem o projeto. Quando a pessoa se dispõe a fazer um trabalho voluntário, os pacientes se mobilizam, querem conhecer o que aquela pessoa tem de bom para ensinar. Quando isso não acontece é uma decepção”, frisa.

Nas entidades de classe

Não são somente as entidades assistenciais que contam com o trabalho valioso de voluntários. Associações de classe também são movidas pelo trabalho de pessoas que não recebem remuneração. Só na Sociedade Rural de Maringá (SRM), por exemplo, cerca de 50 pessoas, entre elas o presidente, Wilson de Matos Silva Filho, prestam serviço voluntariamente. São diretores e conselheiros, todos ligados à área rural, que pensam as principais diretrizes da entidade e organizam eventos de forma espontânea.

O engenheiro civil e empresário Paulo Cordeiro Júnior presta serviço para grandes construtoras da cidade. Há cinco anos ele é voluntário no Sindicato da Indústria da Construção Civil do Noroeste do Paraná (Sinduscon Nor/PR), onde já atuou na diretoria de materiais e atualmente responde pela área de política de relações trabalhistas. “Comecei como filiado. No sindicato fui conhecendo pessoas e tendo afinidade em relação a ideias e objetivos, e isso foi me estimulando a participar mais”, conta.

Como representante do Sinduscon, ele atua em duas comissões municipais, a de Acessibilidade e da Planta Genérica de Valores, onde diferentes setores da socie-



Alessandra Massucato Mossambani, da Accion, mobiliza funcionários, clientes e outros empresários para ajudar a Rede Feminina, que tem Marta Kaiser como gerente

dade se reúnem.

Cordeiro Júnior relata que muitas de suas noites são tomadas por reuniões. “Já tive que deixar afazeres da empresa. Às vezes tenho que fazer viagens. É um tempo precioso que dedico a essas entidades, sem receber nenhum benefício financeiro. Mas ao estar em um sindicato como o Sinduscon estou lutando pelos interesses dos meus negócios, podendo debater e dar uma contribuição efetiva, além de ajudar colegas de profissão. Nas comissões municipais tenho a satisfação de dar uma colaboração ao município e tornar a vida das pessoas melhor”. Ele também ressalta que ao ser voluntário nas entidades é possível

fazer amizades e contatos profissionais. “O voluntário sai um pouco do mundinho restrito do trabalho diário e tem uma visão mais abrangente da sociedade”.

O presidente do Sinduscon, José Maria Paula Soares, afirma que o trabalho dos voluntários ajuda na tomada de decisões da entidade. “Primeiro porque eles representam os associados e, assim, sabem os problemas que afetam a classe, conhecem as necessidades e indicam com mais facilidade os melhores caminhos que o sindicato deve tomar. Segundo porque, sendo voluntários, eles se envolvem nos problemas pela vontade de trabalhar, pelo altruísmo. E quando se trabalha com abnegação, colocan-

do os interesses coletivos acima dos pessoais, os resultados são ainda melhores”.

Empresas também ajudam

A correria diária muitas vezes impede o convívio frequente junto às entidades sociais, mesmo assim a proprietária da Accion, Alessandra Massucato Mossambani, busca formas de auxiliar a Rede Feminina de Combate ao Câncer (RFCC). “Começamos nossa parceria com a entidade em 2009, com a campanha do agasalho e de doação de sangue. O trabalho que a entidade realiza é muito sério e senti um impulso maior em ajudar”.

Uma das formas que a Accion encontrou para auxiliar é mobilizar funcionários, clientes e empresas parceiras da Software by Maringá (que congrega empresas de tecnologia da informação na cidade) na arrecadação de produtos que a entidade necessita. Alessandra ajuda também na divulgação de

eventos e na arrecadação de fundos. “Sempre estou monitorando se a entidade precisa de algo e estou disposta a ajudar. É compensador saber que ajudamos, nem que seja um pouquinho”, frisa.

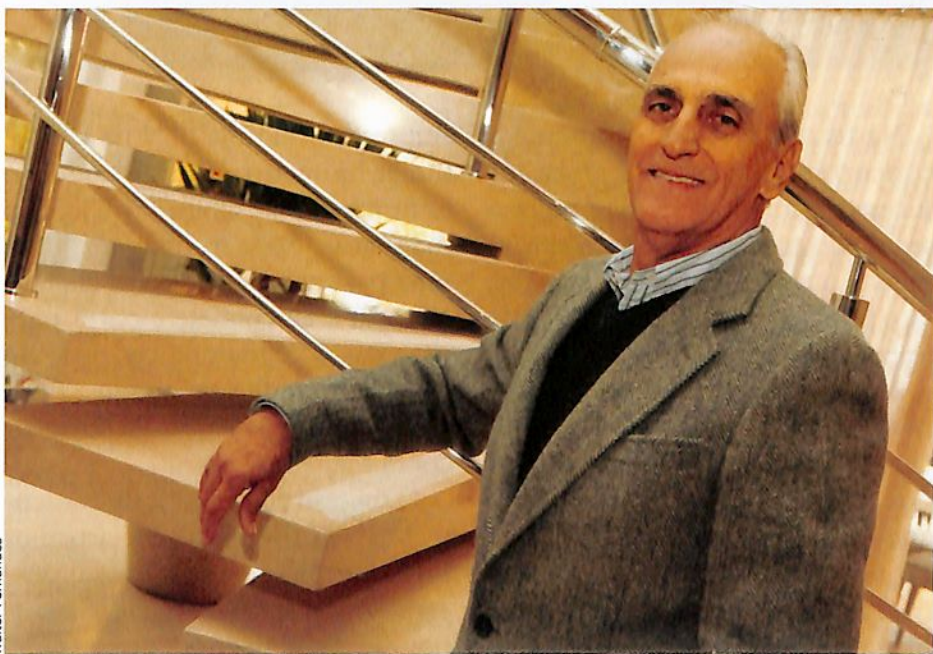
Para a gerente da RFCC de Maringá, Marta Kaiser, o apoio de empresas como a Accion e dos voluntários é “absolutamente relevante. Sem eles não conseguiríamos fazer nosso trabalho”. A entidade atende mais de 270 pessoas com câncer, especialmente de baixa renda, auxiliando com cestas básicas, medicamentos, assistência social e psicológica, além de hospedar cerca de 30 pessoas diariamente que vêm de diversas cidades para realizar tratamentos nos hospitais de Maringá.

Além das empresas, trabalham na RFCC mais de 150 voluntários, que ajudam a montar cestas de alimentos, na horta, no jardim, na confecção e venda de artesanatos e nos eventos.

Em vez de ajudar, compartilhar

A psicóloga Alessandra Delatorre é voluntária da Igreja Católica em Maringá e atesta por experiência e como profissional que o voluntariado traz benefícios à saúde física e emocional. “A psicoimunologia comprova que quando estamos ajudando o próximo, liberamos substâncias como a endorfina e a imunidade melhora. Ver que outros se beneficiam de algo que sai das nossas mãos e que podemos fazer alguém feliz significa encontrar coisas positivas em nós. Por isso, se ajudamos o outro, acabamos nos ajudando também” diz.

Alessandra se considera uma “viciada” em ajudar o próximo. Ela presta atendimento psicológico para pessoas que não podem pagar e já ajudou várias vezes uma entidade na barraca da Festa das Nações. “Gosto de saber que alguém está melhor porque eu o ouvi com atenção e carinho. Essas pessoas ajudaram a me desapegar das minhas certezas. Neste dilema eu pergunto: quem ajudou quem?”. Segundo ela, a palavra ajudar não é a mais adequada. “O que fazemos é compartilhar. Não sou melhor porque ofereço ajuda e nem o outro é menos porque recebe: compartilhamos a vida”. ■



Walter Fernandes

O engenheiro Paulo Cordeiro Júnior é diretor do Sinduscon: “estou lutando pelos interesses dos meus negócios, podendo debater e dar uma contribuição efetiva, além de ajudar colegas de profissão”

Vai um cachorro-quente?

Maringá tem quase o dobro de carrinhos de lanches rápidos que Londrina e proporcionalmente mais que Curitiba; apostar neste segmento é um bom negócio, mas é preciso oferecer qualidade, variedade e ter muita disposição para o trabalho

Rubia Pimenta

Há quem diga que Maringá é a capital do “cachorrão”, ou que o prato tradicional da cidade seja o cachorro-quente prensado. E não é à toa. A prefeitura tem registrados 150 vendedores ambulantes de lanches rápidos, os chamados “carrinhos” com ponto fixo. O número é quase o dobro dos cadastros de Londrina, onde há cerca de 80. Em Curitiba, são 577 autorizados. Proporcionalmente a Cidade Canção tem mais ambulantes que a capital: aqui existe um trailer para cada 2,5 mil habitantes, enquanto em Curitiba há um para 3,2 mil habitantes.

Na terra do cachorro-quente a concorrência é grande. Para ter sucesso, não há segredo: é preciso ser rápido, trazer novidades e, obviamente, oferecer um sabor especial. Isso sem contar que a rotina de trabalho é intensa.

Um dos exemplos de sucesso neste mercado é o do Meu Chef Lanches, dos irmãos Maicon e Michel dos Santos Silva Matos, que há dois anos investiram cerca de R\$ 60 mil no negócio. “Ninguém acreditava que daria certo, pois abrimos em uma rua sem muito movimento no Jardim Aclimação”, conta Maicon. O estabelecimento tinha metade do tamanho atual. Com o sucesso, a

empresa abriu uma filial na Uniceumar, há quatro meses. Ao todo são 67 funcionários, sendo 35 no Jardim Aclimação, onde há duas cozinhas: uma para atendimento aos clientes que vão à lanchonete e outra para entregas. “Vendemos cerca de 34 mil lanches por mês, sendo 22 mil só na unidade do Jardim Aclimação”, conta Maicon.

O sucesso não veio aleatoriamente. Michel é formado em Gastronomia e Administração e possui pós-graduação em Gestão em Gastronomia. “Sempre gostei de cozinhar. Desde os 14 anos sonhava em fazer lanches. Conhecia todos os trailers e lanchonetes da cidade. Onde me di-



Ivan Amorim



Walter Fernandes

Os irmãos Maicon e Michel dos Santos Silva Matos são donos do Meu Chef Lanches, que tem 67 funcionários: em dois anos o estabelecimento dobrou de tamanho e ganhou outra unidade

Capital do cachorro- quente prensado? Maringá tem 150 vendedores de lanches rápidos com ponto fixo, que precisam de alvará de funcionamento

ziam que havia um cachorro- quente bom, lá estava eu provando. Até hoje faço isso. Saio pela madrugada vendo o que a concorrência está oferecendo”, conta.

Michel trabalhou em restaurantes por 23 anos. Começou lavando prato e foi *chef* de estabelecimentos em Maringá. Ele também administrou o restaurante-escola da Unicesumar

durante anos. Mas o sonho de ter uma lanchonete permanecia. Há dois anos, quando resolveu investir no negócio, recebeu ao mesmo tempo uma proposta tentadora de emprego. “Mas meu irmão me incentivou e investiu comigo. Logo no primeiro mês a lanchonete ‘bom-bou’. Minha renda aumentou mais de cinco vezes e hoje conseguimos proporcionar às nossas famílias um padrão de vida classe A, graças a Deus”.

Sabores diferentes

Mas Michel não conta só com a ajuda divina. Para conquistar a clientela, ele investiu em inovação e qualidade: são mais de 70 tipos de lanche no cardápio, alguns com carne de avestruz, em baguetes quentes, entre outras variedades. “O cliente quer conhecer sabores novos, mas é

essencial caprichar no tradicional. O x-salada é o que mais vende, mas o nosso é feito com hambúrguer que nós mesmos fazemos, alface americana, que não murcha, produtos de qualidade e um molho especial que é segredo da casa”, brinca Michel.

A qualidade e a rapidez são as características que marcam um dos trailers de lanche mais conhecidos da cidade, o do Leonel Eugênio Bernardeli, localizado na praça dos Expedicionários, na Zona 4, desde 1996. Aos 17 anos quando os pais se separaram, ele foi morar com uma tia. Tinha concluído apenas o Ensino Fundamental e começou a trabalhar na associação do antigo Banestado. “Fazia de tudo e lá aprendi a fazer lanche. Em seguida entrei na área, trabalhando com um amigo, e percebi que poderia ter meu próprio negócio”.



Leonel Bernardeli tem um carrinho de cachorro-quente desde 1996: nos primeiros sete anos trabalhou sozinho e hoje tem três funcionários

Bernardeli vendeu algumas vacas que possuía no sítio da tia e comprou um *trailer*. “O começo foi difícil. Foram sete anos trabalhando sozinho na madrugada”. A qualidade dos lanches, no entanto, fez sucesso. Hoje ele tem três funcionários. “Mas toda a preparação é por minha conta, especialmente a maionese, que é minha marca registrada. Só uso produtos bons. Não adianta tentar comprar mais barato, o gosto não fica igual e o cliente percebe”, ressalta.

Com o *trailer*, Bernardeli conseguiu comprar uma boa casa. “Mas é árduo. Não é fácil ficar oito, nove horas em frente a uma chapa fervente. No fim de semana à noite todos se preparam para sair, se divertir, mas a gente se arruma para trabalhar. Ficamos até 5 horas da manhã abertos”, conta.

Por conta disso, uma dificuldade do setor é encontrar funcionários que permaneçam no ramo. “A ro-

tatividade é grande, pois a rotina de trabalhar em frente à chapa não é fácil. Para manter o empregado é preciso pagar bem. Um chapeiro ganha cerca de R\$ 3,3 mil por mês atualmente”, conta.

Família unida

Nesta rotina está o empresário Sérgio Júnior Viana. Desde os 14 anos ele trabalha na lanchonete do pai, uma das mais antigas e conhecidas de Maringá, o Kikão Lanches, na avenida Herval. O estabelecimento foi fundado em 1972. O pai comprou o Kikão e Viana tornou-se sócio em 2002. São 42 anos no mercado e o segredo, segundo ele, é a rapidez e a qualidade do lanche.

A rotina de Viana começa por volta do meio-dia e só termina quando a lanchonete fecha as portas, na madrugada. “Já estou acostumado a ter um horário diferente da maioria das pessoas. Às vezes só consigo passar o dia com a família

nos dias de folga”. O trabalho na lanchonete, no entanto, começa às 7h30, com a compra dos mantimentos e a separação dos ingredientes. “Temos que deixar tudo previamente organizado: o bacon cortado e os produtos separados em saquinhos, para que a preparação seja rápida. É como uma linha de produção e a agilidade é essencial”, explica. São dez funcionários, além dos familiares que entraram no negócio. “Todos vivem do lanche e conseguimos manter uma boa renda, felizmente”.

Há tanto tempo no mercado, Viana conta que procurou variar o cardápio para se atualizar. Hoje há até sanduíches *lights*, com pão integral e carne de frango. Todos, segundo ele, vendem bem, mas nenhum vence o tradicional x-salada. O dia de maior movimento é o domingo. “Entre as 18 horas e meia noite de domingo tenho um movimento igual ao de sexta e sábado juntos”, conta.

NOVOS CARTÕES E NOVOS ADESIVOS.

Tudo para uma vida melhor!



Concorrência

Variedade é a chave da Old Dog Dogueria, aberta há um ano e meio, na avenida Independência, na Zona 4. Jorge Egawa, que é de Campo Grande/MS, investiu R\$ 200 mil na franquia em Maringá, e outros R\$ 160 mil em Umuarama. “Conheci a empresa e achei que era uma opção diferente em um mercado que recebia tão bem os lanches. Em Umuarama o retorno foi bem rápido e em Maringá, devido à concorrência, um pouco mais lento, mas está indo bem. Vendemos de 100 a 150 lanches por dia”, conta.

A lanchonete oferece cachorro-quente *light*, com salsicha de frango, lanches com carne-seca e até com chili mexicano. Os sanduíches custam entre R\$ 5 e R\$ 13.

A reportagem perguntou aos entrevistados se, mesmo fazendo lanches todos os dias, eles ainda comem cachorro-quente e x-salada. A resposta foi unânime: só quando não há muito tempo para fazer uma refeição. Leonel Bernardeli confessou que nunca foi muito fã de lanches: “gosto de cozinhar em casa. Mas quando preparo um lanche, faço como se estivesse fazendo para mim, acho que é por isso que faz sucesso: sou muito rigoroso”, brinca.

Vigilância Sanitária faz fiscalização severa

Todas as lanchonetes e trailers de lanche são fiscalizados periodicamente pela Vigilância Sanitária. O fiscal Eduardo Alcântara Ribeiro explica que não é permitida a venda ambulantes de alimentos. “Mesmo os trailers têm que ter um ponto fixo”, ressalta. Este ponto precisa de autorização prévia da prefeitura. “Todos são obrigados a ter um alvará de funcionamento. É a administração que regulamenta os locais onde eles poderão ser instalados”.

Após a obtenção do alvará, a Vigilância Sanitária faz uma série de exigências para que os trailers funcionem. A principal é que os alimentos não sejam preparados no carrinho. O responsável precisa ter uma cozinha própria, específica para o preparo dos alimentos, como a confecção da maionese, do vinagrete, molhos, o corte do bacon e do presunto. “Ele

deve ter local adequado para armazenar os alimentos, possuir água encanada, além de fazer higienização constantemente”, explica Ribeiro.

Apenas a fritura da carne é permitida no trailer. A chapa deve ser limpa permanentemente, as paredes e o teto devem ser lisos, impermeáveis, resistentes e de cor clara, com até dois metros de altura. O ambiente deve ser limpo e ter recipientes adequados para a manutenção dos alimentos, como refrigeradores.

A fiscalização é feita no período noturno nos trailers e durante o dia nos locais de preparo. Ao encontrar irregularidades, o responsável é notificado e tem um prazo para se adequar às exigências. Caso descumpra, o estabelecimento pode ser interdito. ■

Walter Fernandes



Sérgio Júnior Viana, do Kikão Lanches, um dos mais antigos de Maringá: “já estou acostumado a ter um horário diferente da maioria das pessoas”. Na foto, ao lado do pai José Viana



*Dia dos
Namorados.*

Uma data para comemorar o melhor
de todos os investimentos: o amor.

Giovana Lago

A cultura feita de forma transparente e profissional

Plataforma digital lançada por produtores culturais facilita captação de recursos via Lei Rouanet; ainda neste ano será disponibilizado um sistema de *crowdfunding*

A Lei de Incentivo à Cultura, conhecida como Lei Rouanet, é uma das formas mais utilizadas para captação de recursos destinados a projetos culturais, devido aos benefícios da renúncia fiscal. Nos últimos anos houve um aumento considerável de eventos realizados com recursos vindos da Lei Rouanet em Maringá. Em 2009 o montante de captação somou pouco mais de R\$ 200 mil, e em 2012 atingiu R\$1,8 milhão. A expectativa é que neste ano sejam captados por renúncia fiscal R\$ 2,5 milhões.

O aumento considerável de recursos injetados na cultura da cidade deve-se ao trabalho de sensibilização da classe empresarial e dos produtores culturais. Trabalho este que tem em Marcelo Seixas e Edson Pereira como dois dos maiores mobilizadores. Eles são fundadores do Captarte, que foi lançado em 2010 como uma iniciativa do Instituto Memória e Vida e do Sincontábil.

O Captarte é um programa que promove a construção de uma plataforma social digital voltada ao incentivo e ao financiamento da economia criativa. O objetivo é que produtores culturais, empresários e a classe contabilista estreitem relações, possibilitando novas parcerias para a realização de eventos culturais.

Seixas conta que a ideia surgiu em 2009, quando ele e Pereira conheceram o processo de captação destinado ao Fundo para a Infância e Adolescência (FIA). Os dois perceberam que a captação de recursos por renúncia fiscal era eficiente, mas ainda não era uma prática popular em Maringá. “Queríamos trazer essa cultura de responsabilidade social”, afirma Seixas.

Segundo os coordenadores, o uso

da tecnologia possibilitou maior integração entre os envolvidos. Uma nova plataforma está sendo aperfeiçoada para auxiliar a gestão e captação de recursos, e possibilitará a venda de projetos para empresários, funcionando como um *e-commerce* para produtos culturais.

A plataforma contém informações sobre a complexa metodologia da Lei Rouanet e as contrapartidas sociais. As empresas também poderão filtrar projetos no banco de dados do Captarte, encontrando facilmente eventos que mais atendam seus interesses. “Essa nova plataforma dará muito conforto e tranquilidade aos usuários”, conta Seixas.

Outra novidade é o lançamento do primeiro sistema digital de *crowdfunding*, no qual será possível financiar projetos culturais, inclusive ajudar a custear a vinda de projetos para a

cidade, a exemplo de shows. Caso estes projetos não sejam viabilizados, os recursos serão devolvidos para os financiadores, que podem ser pessoas físicas ou jurídicas.

Em pouco tempo o trabalho inovador do Captarte já foi reconhecido nacionalmente. Em 2012 a iniciativa foi a melhor classificada do sul do país no Prêmio Economia Criativa do Ministério da Cultura, além de ocupar a nona posição no prêmio nacional. Entre os eventos da cidade com projetos elaborados através do Captarte estão o Auto de Natal, Mostra de Teatro Contemporâneo e Paixão de Cristo, além do projeto-âncora do programa, o Museu da Família.

A gestão do Captarte fica por conta do Instituto Cultural Ingá (telefone 44-3025-9625). Mais informações no www.captarte.com.br.



Marcelo Seixas e Edson Pereira, do Captarte: em 2009 a captação de recursos para a cultura local via Lei Rouanet atingiu pouco mais de R\$ 200 mil; neste ano a estimativa é que sejam R\$ 2,5 milhões

Walter Fernandes

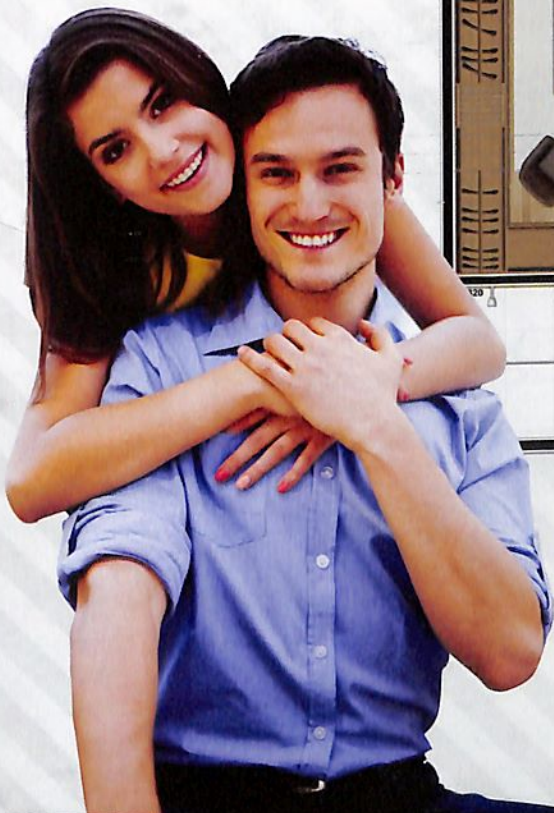
LANÇAMENTO
ALTO PADRÃO
NA ZONA 8



MAISON
MONTALCINO

AVENIDA GUEDNER, 683

MUDE.
PERMITA-SE
MAIS...



3 SUÍTES

213 M²*
ÁREA TOTAL

119 M²*
PRIVATIVA

2 VAGAS
GARAGEM
(OPÇÃO P/ 3)

**LAZER
COMPLETO**

VISITE DECORADOS NO
SHOW ROOM A.YOSHII:

Av. São Paulo, 2828 | Fone: 3344 1000
Diariamente das 9h às 18h

Vendas:



OPÇÃO
IMÓVEIS



Construção e
Incorporação:



A.YOSHII
ENGENHARIA
Referência de Qualidade

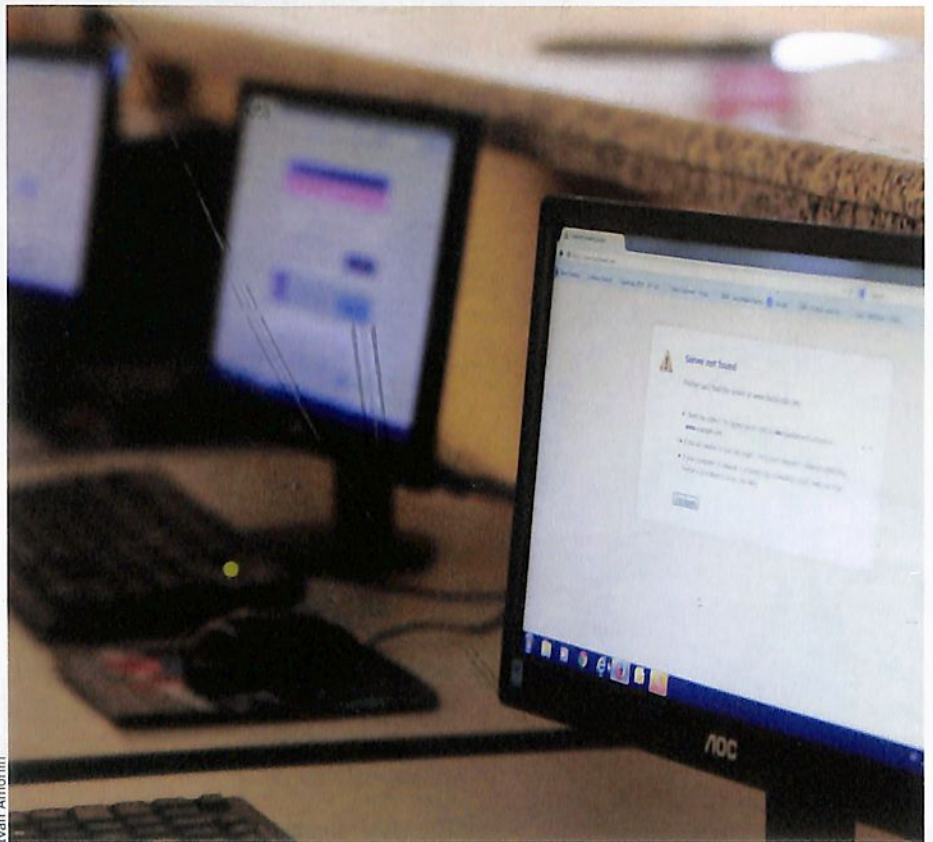
Renata Mastromauro

Internet no trabalho: é proibido proibir?

Empresas que se preocupam com a segurança de seus dados não raro restringem o uso de internet entre os colaboradores: redes sociais, jogos, sites de fofocas e downloads estão na lista dos mais restritos. Mas bloquear o acesso a sites não é exclusividade de empresas que temem pelo vazamento de dados sigilosos. Há a preocupação com outro fator: a produtividade. O que pode parecer exagero para alguns, para outros é necessidade.

Fazer uma análise do tipo de trabalho realizado na empresa é essencial para decidir se é necessário restringir o uso de internet entre os colaboradores; bom senso e diálogo são sempre a melhor solução

Para o consultor empresarial Artur Fernandes, antes do gestor decidir pela restrição do uso da internet é preciso fazer uma reflexão para esclarecer a natureza do trabalho desenvolvido e se há real necessidade da restrição. Perguntas como “quais os objetivos da empresa, dos trabalhos e ações em torno dela?”, e “o que fazem as pessoas contratadas pela empresa?” são essenciais para entender o sentido da relação entre empresa, trabalho e colaboradores. “Creio que há distorção no entendimento dos papéis dos envolvidos, dos objetivos e também da forma como essas relações podem ser estabelecidas em prol dos objetivos”, pondera Fernandes.



Ivan Amorim

Os mais bloqueados

A Syma, empresa maringense de tecnologia da informação, produz softwares bloqueadores de conteúdo para empresas. Ela trabalha com soluções baseadas em software livre, na qual um servidor é colocado entre a internet e a rede do cliente. “Como as informações acessadas pelos funcionários passam pelo servidor, conseguimos realizar bloqueios”, explica o gerente de TI, Fábio Henrique Schorro.

De acordo com ele, os websites mais bloqueados pelas empresas são redes sociais, de vídeos, de conteúdo pornográfico, de downloads e de fofocas. Há também uma ferramenta de relatórios que mostra todos os

sites que os funcionários tentaram acessar. Na lista das empresas atendidas pela Syma o campeão de tentativas frustradas é o Facebook.

Se do ponto de vista tecnológico,

fazer o bloqueio é simples, para a gestão de pessoas não é uma tarefa tão fácil. Para Artur Fernandes, o primeiro passo é os gestores terem consciência de que talvez estejam lidando com a questão pelo caminho errado. “No fundo a relação entre empresa e funcionário é um contrato”.

Conscientização

Qualquer pessoa que trabalhe ou preste serviços para uma empresa deve saber que a empregadora (contratante) é, na verdade, cliente, e o funcionário, seu fornecedor. Já a empresa, por meio de seus representantes, deve tratar os funcionários como um colaborador, um fornecedor.

Por isto, práticas restritivas colocadas de forma autoritária tendem a gerar mais problemas. “Qualquer norma imposta de forma alienante tende a ser ineficaz”, ressalta Fernandes. Como a empresa tem metas e objetivos a ser cumpridos, toda a equipe deve estar alinhada e, principalmente, motivada a atingi-los.



Ivan Amorim

Na Ingá Flex alguns sites são proibidos de ser acessados: no início houve resistência, mas depois a equipe entendeu como positiva a nova regra, segundo o sócio Douglas Scomparin

Ocupar-se com distrações, seja nas redes sociais, fofocas ou cafezinhos demorados, indica que a lição de casa não está sendo feita por todos: gestores e colaboradores.

De acordo com o consultor, os

gestores precisam desenvolver ferramentas, capacidades e estratégias que visem educar, conscientizar e instigar os colaboradores na busca desafiadora de objetivos, como se fossem deles próprios. Os contratados, por sua vez, precisam ampliar sua visão e se responsabilizar por cumprir o “contrato”. “O colaborador precisa assumir uma atitude mais madura e escolher se quer se envolver ou não com os objetivos da empresa, para crescer profissionalmente e ter os retornos merecidos”.

Uma restrição que faça sentido não reduz desempenho e, consequentemente, resultados. “Existem



Syma produz softwares bloqueadores de conteúdos; segundo o gerente de TI, Fábio Schorro, o Facebook é o campeão de tentativas frustradas de acesso

regras sociais que nos restringem e nem por isso limitam o desenvolvimento da sociedade. É uma questão de amadurecimento de todas as partes”, coloca Fernandes.

Para o bem da empresa

Na Ingá Flex, gráfica especializada em rótulos e etiquetas, desde 2010 há bloqueio de acesso à internet, visando restringir a possibilidade de vírus na rede e aumentar a produtividade. Foram bloqueados sites de conteúdo erótico, vídeos, *downloads*, redes sociais, entre outros.

De acordo com o sócio-diretor, Douglas Scomparin, a mudança gerou um desconforto inicial, mas com o tempo e o aumento da produtividade todos entenderam que a decisão foi positiva. Porém, os bloqueios não são engessados: há diálogo entre gestores e colaboradores. “Quando um colaborador nos pede para acessar um site bloqueado, analisamos o conteúdo. Se for de pesquisa e de interesse profissional, liberamos a página”, explica Scomparin.

Distração na palma da mão

Mas de que adianta bloquear sites na rede da empresa se os funcionários

A restrição, segundo a lei

Por ser um tema recente, ainda não há leis trabalhistas específicas sobre o uso da internet no ambiente de trabalho. Entretanto, os tribunais já entendem que o empregador pode restringir total ou parcialmente o uso da internet, pois o computador é uma ferramenta disponibilizada pelo empregador aos colaboradores para o bom desenvolvimento das atividades. Mesmo assim qualquer restrição criada pelo empregador, e que seja baseada no seu poder de estabelecer o modo de trabalho da empresa, deverá ser aplicada de forma razoável e proporcional, sem ferir o direito à personalidade e privacidade do empregado.

Segundo o advogado trabalhista Alan Machado Lemes, o funcionário que descumprir as regras previstas em lei ou no regulamento interno da empresa poderá ser dispensado por justa causa, mas com ressalvas. “Se o empregador criar restrições ao uso de

internet e o empregado infringir alguma regra, provavelmente praticará ato de insubordinação ou indisciplina, que a lei trabalhista prevê expressamente como justa causa para a rescisão do contrato de trabalho pelo empregador”, diz.

Entretanto, reforça o advogado, o empregador deve se atentar ao fato que a demissão por justa causa é uma medida que deve ser aplicada como última forma de sanção. “É importante que o empregador esgote todos os meios punitivos (advertência verbal ou escrita e depois suspensão), sob pena de ter a demissão por justa causa anulada na Justiça”, explica Lemes.

Para evitar transtornos, é recomendável que as empresas criem regulamentos internos sobre o uso da internet no trabalho, limitando e prevendo sanções em caso de descumprimento, e que informem e conscientizem os empregados sobre a existência destes regulamentos. “Embora em determinadas situações seja permitido por lei o acordo verbal entre as partes, no caso de relação de trabalho é recomendável que tais regras sejam elaboradas de forma escrita e entregues ao empregado no momento da contratação, mediante recibo, pois muitas vezes essas questões acabam sendo discutidas na Justiça do Trabalho e o empregador necessita comprovar que o empregado tomou conhecimento das regras internas”, recomenda.

“Se o empregador criar restrições ao uso de internet e o empregado infringir, provavelmente praticará ato de insubordinação ou indisciplina”, explica o advogado Alan Machado Lemes



podem ter acesso à internet pelo smartphone particular? O sócio da Ingá Flex comenta que realmente é difícil controlar o uso de smartphones. Nesse caso, para ele, a ética e o bom senso dos colaboradores devem prevalecer. “Nossa equipe está de parabéns em relação a isso”.

Fernandes explica que quando há objetivos claros e desafiadores, e os colaboradores estão comprometidos e tomam as metas da empresa como se fossem deles, pode-se ter à mão qualquer distração que, certamente, o mais estimulante será se concentrar para atingir os resultados. “Isso promove uma satisfação mais duradoura, pois a sensação de colocar em prática as competências e atingir resultados é altamente estimulante”.

Ivan Amorin



“Existem regras sociais que nos restringem e nem por isso limitam o desenvolvimento da sociedade. É uma questão de amadurecimento de todas as partes”, diz o consultor Artur Fernandes

O QUE VOCÊ TEM FEITO PARA QUE SEUS PLANOS SEJAM REALIZADOS EM MENOR TEMPO E EMPREGANDO MENOS RECURSOS?

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?
Convide-nos a conhecer sua empresa!



DALE CARNEGIE TRAINING®

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



www.acim.com.br

Renata Mastromauro

Organizar o terceiro setor sem fazer filantropia: este é o principal objetivo do Instituto de Responsabilidade Social de Maringá, a Fundacim. Idealizada na gestão de Jefferson Nogaroli, entre 2000 e 2001, e colocada em prática na administração de Ariovaldo Costa Paulo no ano seguinte, a Fundacim foi concebida pela diretoria da ACIM, que identificou a necessidade de criar uma entidade que funcionasse como um elo entre os empresários e as organizações sociais da cidade.

O objetivo inicial era promover a integração entre empresas e organizações sem fins lucrativos, para que as entidades pudessem captar investimentos mais facilmente. Com o tempo entendeu-se que trabalhos sociais demandam investimentos altos, e que a maioria dos associados da ACIM era composta de pequenas empresas.

Também durante o processo de

Dois reais que valem ouro

Entenda como a doação de apenas R\$ 2 mensais pode contribuir com as entidades sociais de Maringá e ampliar o trabalho da Fundacim, o instituto de responsabilidade social da ACIM

implantação da entidade foi identificada outra necessidade essencial: o aprimoramento da gestão das organizações, para que aí sim elas pudessem captar recursos, inclusive governamentais. "Acreditamos que seria interessante disponibilizar às entidades ferramentas para proporcionar uma gestão adequada, para que pudessem buscar recursos onde eles realmente existem, seja na esfera municipal, estadual ou federal", conta o assessor executivo do instituto, Alexandre Cedran. E

foi nesse momento que a Fundacim encontrou a verdadeira vocação, a de fomentar a educação, cultura e gestão do terceiro setor por meio de cursos, campanhas, programas, premiações e educação continuada.

Mas isso tem um custo. Para que o trabalho fosse possível, era preciso investir. A atual presidente do instituto, Cleide Noronha, conta que foi preciso pedir uma contribuição de um valor simbólico para os associados da ACIM, para gerar uma receita para a Fundacim rea-

Ivan Amorim

Cleide Noronha, presidente da Fundacim:
"não estamos pedindo muito, só queremos que os associados saibam da importância da doação e nos ajudem"



lizar sua proposta. “É uma colaboração voluntária de R\$ 2, cobrada no boleto da mensalidade, mas só paga quem quer”.

A receita arrecadada sempre foi usada para pagar os salários de três colaboradores e colocar em prática os projetos. Ao longo de sua história, o instituto criou programas importantes e gratuitos para a comunidade, como o Prêmio Geração, para estimular boas práticas de gestão e o processo de profissionalização das organizações sociais, e o Prêmio Fundacim de Jornalismo, para fomentar a temática de responsabilidade social na mídia. Em 2009 surgiu o Núcleo Empreender, no qual consultores especializados orientaram e assessoraram o desenvolvimento de

gestão social das organizações do terceiro setor. No ano seguinte foi criada a Universidade Paranaense de Responsabilidade Social – UNI-PR, um ciclo de palestras para disseminar a cultura e a identidade da responsabilidade social.

Como ajudar

Porém, em 2011, esses projetos tiveram que ser interrompidos por falta de recursos. A partir de 2012 a Fundacim precisou desenvolver serviços para gerar receita para se manter, independente das doações. Foi o caso do MBA em Gestão Social, em parceria com a Faculdade Cidade Verde. Em sintonia com a filosofia do instituto, a mensalidade paga pelos alunos apenas cobre as despesas com

professores e materiais.

Atualmente dos cerca de 4,6 mil associados, 1.621 contribuem com R\$ 2 todo mês. “Sempre quisemos propagar o conhecimento gratuitamente, usando apenas o dinheiro das doações, mas hoje isso não é possível. Quem perde é a comunidade, porque as organizações sociais tendem a regredir”, lamenta Cleide.

Sobre a doação mensal dos associados da ACIM, Cleide explica: “não temos intenção de aumentar esse valor. E não estamos pedindo muito, só queremos que os associados saibam da importância dessa doação e nos ajudem”.

Para mais informações sobre o trabalho da Fundacim e como ajudar, o telefone é o (44) 3025-9676.

Inteligência e Qualidade para o Cliente

Data Analysys
Home & Systems



INSTALAÇÃO E ASSISTÊNCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA



- Sistemas de áudio e Home Theater
- Projetores e telas automatizadas
- Cabeamento estruturado (dados, voz e imagem)
- CFTV - Circuito fechado de TV
- Controle de acesso (biometria, cartão, sensores de proximidade ou tags para veículos)
- Controle de iluminação
- Entretenimento (imagens, TV a cabo, som ambiente)
- Rede de dados condominial
- Sistema Alternativo de Energia (No-breaks)

COMUNICAÇÃO

SEGURANÇA

CONFORTO

ENTRETENIMENTO

SONY SAMSUNG LG PlayStation XBOX 360 WiiU Pioneer HITACHI JVC Panasonic. TOSHIBA PHILIPS SANYO SHARP

Fone: 44 3255-6207

Av. Gastão Vidigal, 1088 - Maringá - Paraná

Renata Mastromauro

Vila Operária recebe Acim em Ação

Projeto repete sucesso do ano passado e leva informação para comerciantes e funcionários de empresas dos bairros: mais de 200 pessoas prestigiaram a palestra do mês passado

A Associação Comercial promoveu em 22 de maio a terceira palestra do ACIM em Ação 2014, projeto que passou por vários bairros de Maringá e foi um grande sucesso no ano passado. O evento reuniu mais de 200 empresários e colaboradores no Salão Paroquial da Igreja São José, na Vila Operária.

Com o tema “Olhar e ver: a oportunidade mora ao lado”, as palestras são conduzidas pelo professor Nailor Marques Júnior. Graduado em Direito e em Letras, ele tem no currículo quase 2 mil palestras e 28 livros publicados. Nos encontros o professor propõe uma reflexão acerca dos problemas de gestão, treinamento, competências e, principalmente, qualidade do atendimento.

Apesar do mesmo tema, as palestras nunca são iguais. “Os conceitos que apresento são os mesmos em todas as edições, mas a cada dia aprendo coisas novas e gosto de compartilhá-las. Afinal, sou professor”, explica Marques Júnior.

Na última palestra, além de dicas de leituras e de como atender bem, ele chamou atenção para a importância das redes sociais no mundo dos negócios. “Hoje o cliente não recorre mais apenas ao Procon. Ele vai ao Facebook e ao Reclame Aqui e posta uma reclamação. É preciso estar preparado para lidar com isso”, recomenda. Para isso, saber se comunicar é essencial, bem como atender prontamente as reclamações.

Aproveitamento

As dicas de como usar as redes sociais chamaram atenção de Patrícia Cella, professora que recentemente trocou as salas de aula para comandar um *delivery* de roupa infantil. Ela, que ficou sabendo da palestra



“Hoje o cliente não recorre mais apenas ao Procon. Ele vai ao Facebook e ao Reclame Aqui. É preciso estar preparado”, recomendou o professor Nailor Marques Júnior na palestra gratuita

por meio da página do Facebook do professor, disse que não enxergava o real potencial das novas mídias, e agora pretende utilizá-las de forma mais eficiente para se comunicar com os clientes.

E não apenas os comerciantes são atraídos para a palestra. Viston Aroldo de Andrade é servidor da Justiça Federal e disse que aprendeu sobre pequenas ações que podem ser feitas todos os dias. “Mesmo trabalhando em um órgão público, me preocupo muito com a qualidade do atendimento. Ser bem

atendido, em qualquer lugar, faz toda a diferença”, disse.

O bom humor é outra marca de Marques Júnior. Essa qualidade fará com que Francisco Alves da Rocha, empresário do ramo de comunicação visual, leve mais pessoas na próxima edição. “A palestra é divertida e cheia de informação. Hoje viemos em três, na próxima vou levar mais gente.”

Estão previstas mais duas palestras, com participação gratuita. Basta comparecer aos locais dos eventos para conferir as dicas do professor Nailor Marques Júnior.

Programe-se para as próximas edições

4 DE JUNHO Fregadolli Eventos, na avenida Gastão Vidigal, 2.793, às 19h30

24 DE JULHO Auditório do Crea, na avenida Bento Munhoz da Rocha Neto, 1.139, às 19h30



RITZ
BOTUCATU - SP

TRANSFORMANDO HORIZONTES



MARINGÁ | BOTUCATU | BAURU | AGUDOS | MARÍLIA | PRESIDENTE PRUDENTE

Conselho em prol do desenvolvimento

Codem foi decisivo na criação da Região Metropolitana de Maringá e na adoção de tarifa telefônica local; foco agora é a elaboração de um masterplanejamento para região

Giovana Lago

Modelo para outras iniciativas Brasil afora, o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) foi criado por meio de lei municipal (nº 4275) em 1996 e desde então tem desenvolvido um amplo trabalho.

Trata-se de um órgão criado para propor e executar políticas de desenvolvimento econômico, em parceria com entidades da sociedade civil e do poder público. Entre os objetivos está a elaboração de estudos de potencialidades e propostas de médio e longo prazos, sendo o guardião institucional dos grandes projetos de desenvolvimento para Maringá.

De caráter deliberativo e consultivo, outra função do Codem é opinar sobre propostas da prefeitura, ligadas ao planejamento urbano da cidade, e promover a articulação institucional, em especial com organismos governamentais.

As atividades são realizadas por meio de câmaras e comissões técnicas, formadas por representantes voluntários de entidades de diversos segmentos da sociedade. O Codem também elabora relatórios trimestrais das atividades econômicas do município e realiza constantemente



Maringá planejada para o futuro com o trabalho do Codem, que depois de elaborar propostas para a cidade para 2020 e 2030, discute e tenta viabilizar o Masterplan

reuniões com membros de suas câmaras e diretorias da prefeitura.

Região Metropolitana

O engenheiro civil Wilson Tomio Yabiku, atual presidente do Codem, afirma que fazer parte do conselho é uma honra, mas também uma grande responsabilidade. “Desde a fundação o Codem, representando a sociedade civil organizada, realizou

trabalhos fundamentais para o que colhemos de positivo no desenvolvimento de Maringá”, afirma Yabiku.

Entre esses trabalhos destacam-se a criação da Região Metropolitana de Maringá, instituída por Lei Estadual em 1998, e a adoção de tarifa telefônica local para todos os municípios da região – projeto iniciado aqui e expandido para todo o território brasileiro. O conselho também colaborou

com o projeto de rebaixamento da linha férrea e da criação da avenida Horácio Raccanello, possibilitando uma via moderna que uniu a cidade de leste a oeste.

O Codem foi ainda parceiro na elaboração da transferência de dois armazéns do Instituto Brasileiro do Café (IBC) para a prefeitura de Maringá, e na consequente cessão do IBC II para a instalação da nova sede da Incubadora Tecnológica, assim como na cessão do IBC III para a instalação do futuro Armazém Digital, um ambiente de empresas de tecnologia da informação com a finalidade de gerar patentes, criando um ecossistema de inovação em Maringá.

Centro de convenções

Entre as atuais iniciativas está a campanha pela instalação de um centro de convenções em Maringá, credenciando a cidade a receber congressos nacionais e internacionais de maior porte. O Codem também possui projeto com a Emater para formar um polo regional exportador de piscicultura, além de apoiar o Núcleo Regional de Educação no apontamento das demandas por cursos profissionalizantes.

Mas o maior trabalho do Codem sempre esteve no planejamento de longo prazo. Foi assim quando o conselho elaborou uma das visões econômicas para o futuro da cidade, denominado "Maringá 2020". O documento elegeu como as principais áreas a ser desenvolvidas, até 2020, a comunitária, universitária, investimentos, agricultura e agroindústria, comércio e serviços, comércio exterior e gestão empresarial.

Em 2008, após contemplar várias das metas propostas no documento "Maringá 2020", o poder público e a sociedade civil organizada se



Walter Fernandes

"Desde a fundação o Codem realizou trabalhos fundamentais para o que colhemos de positivo no desenvolvimento de Maringá", afirma o presidente da entidade, Wilson Yabiku

reuniram e traçaram novas metas previstas no "Maringá 2030", que contempla as temáticas: Desenvolvimento econômico, Meio ambiente, Cidadania e Cidades. Esse documento tem como objetivo tornar Maringá com elevados níveis de emprego, riqueza e renda mais equitativamente distribuída.

Seguindo este conceito, o Codem está prospectando o Maringá 2047 - data em que a cidade completará cem anos -, e que consiste na contratação de um masterplaneamento para a área metropolitana, repensando também o desenvolvimento das cidades circunvizinhas, mantendo as diretrizes urbanas em harmonia com a topografia.

"Neste ano o Codem está convocando a Sociedade Civil Organizada a participar do planejamento de médio e longo prazos para um desenvolvimento social, econômico e ambiental, de forma equilibrada e sustentável", afirma o presidente do conselho. O Masterplan será

um grande trabalho em conjunto com o Executivo e o Legislativo, na atração de pessoas e investimentos necessários para o desenvolvimento sustentável de Maringá e região.

O Masterplan será realizado na forma de consultoria e assessoria de escritório especializado de renome. Empresas de consultoria internacional especializadas em planejamento foram convidadas para conhecer a cidade a apresentar propostas. Foram elas: Archi5, Gehl, Arup e Foster and Partners.

Uma comissão técnica irá analisar, avaliar e apresentar cada uma das propostas. A secretária executiva do Codem, Marcia Santin, acredita que o projeto atrairá investimentos nacionais e internacionais, além de proporcionar o desenvolvimento econômico sustentável. "Será uma oportunidade para apontar, discutir e solucionar o que almejamos, corrigir e melhorar o que já temos e apontar o que queremos para o futuro de nossa cidade", afirma.

A portas fechadas, pelo desenvolvimento da equipe

Reuniões de *feedback* devem ser realizadas individualmente, oferecendo dados sobre o desempenho do funcionário, para que se possa traçar um plano de mudanças

Fernanda Bertola

Conhecimento técnico e competência são importantes na profissão, mas se não houver direcionamento, estas qualidades podem não ser exploradas em sua totalidade. E é esse o papel do líder em uma empresa: mostrar o caminho para o desenvolvimento da equipe. E uma das ferramentas utilizadas para direcionar a equipe é o *feedback*.

Embora não exista uma tradução literal para o termo, o significado mais aceito da palavra é retorno. E essa ação inclui a apresentação de dados ao funcionário, para ajudá-lo a evoluir ou melhorar o desempenho. Com base no *feedback* o colaborador pode traçar um plano de mudança e alinhar seus objetivos aos da empresa.

Mas dar respostas a um funcionário não é tarefa tão simples, e está longe de ser uma sessão de broncas ou de lição de moral. Segundo o *master trainer* da Dale Carnegie, Guilherme Amaral, “no *feedback* é preciso revisar o objetivo, ajudar, avaliar o que o funcionário já conseguiu dar conta e pontuar as facilidades que ele tem”, explica.

Para Amaral, os supervisores imediatos e gerentes devem fazer



Walter Fernandes

O *master trainer* da Dale Carnegie, Guilherme Amaral, aconselha: no *feedback* “é preciso usar o respeito, mantendo o tom de voz. Nunca a pessoa ‘é’, e sim ela fez”

feedback semanal ou mensal para obter indicadores e embasar um plano de trabalho. Ele esclarece que não é possível fazer cobranças, se não é dada a oportunidade de apresentar resultados: se um colaborador segue um método de trabalho engessado, fica difícil explorar todo o potencial dele.

O líder precisa conhecer a equipe, o processo, o mercado e realizar reuniões com os funcionários em que se determinem os resultados esperados. Além disso, é preciso questionar a equipe sobre o que e como se chegar aos resultados. Das ideias que surgirem, as que combinarem com os resultados deverão ser aceitas, e as que não combinarem deverão ser ressignificadas. “Assim o funcionário fica do lado da ideia e há engajamento. E é o engajamento que torna as empresas mais competitivas”, explica.

Para se ter uma ideia de como o *feedback* pode ser melhor explorado, uma pesquisa realizada em 2012 pela Page Assessment, da empresa de recrutamento Michael Page, mostrou que 80% das empresas no Brasil não utilizam sistemas de avaliação formais com frequência definida para o *feedback* e documento que registre o histórico da avaliação – foram entrevistados 206 diretores e gerentes de Recursos Humanos de vários setores.

Para realizar ações de *feedback* com sucesso, é preciso ter comunicação de credibilidade com o colaborador. “É preciso usar o respeito, mantendo o tom de voz. Nunca a pessoa ‘é, e sim ela fez’. E o assunto deve tratar sempre daquele momento para frente, com planos para mudança”, aconselha Amaral.

Se as críticas feitas de maneira adequada servem de motor para a mudança, um elogio turbinou o



Walter Fernandes

Para o gerente de pessoas e relacionamento da Unimed, Marçal Siqueira, “todo *feedback* deve terminar com um plano de ação, especialmente o negativo”

potencial do colaborador e contribuiu para o engajamento. Portanto, quando um profissional da equipe tem um comportamento que atinge exatamente o que lhe era esperado, é importante recompensá-lo, “e se o funcionário for vaidoso, vale a pena o restante da equipe ficar sabendo”.

Por meio do *feedback* também é possível descobrir talentos e fazer com que os funcionários pensem em resultados. Se um colaborador não sabe o que a empresa espera dele, realizará tarefas sem pensar como poderia agir para melhorar. Ao garantir que o funcionário tenha consciência dos objetivos da empresa, fica mais fácil emplacar planos de economia, melhorar a reputação da empresa, aumentar as vendas, entre outros ganhos.

Na prática

Tecnicamente o *feedback* deve acontecer em uma sessão individual e ser sistematizado. O gerente de pessoas e relacionamento da Unimed Maringá, Marçal Siqueira, explica que o *feedback* não pode ser público, já que é o momento em que o gestor vai explicar ao colaborador questões em que ele vai bem ou outras

que precisa evoluir em relação ao trabalho.

O *feedback* deve ser organizado. É preciso marcar dia e horário para não atrapalhar uma tarefa do funcionário. Reserva-se uma hora, e nesse período não se deve atender ao telefone ou manter o computador ligado.

Siqueira esclarece que se acreditava que um *feedback* deveria mostrar algo positivo, depois negativo e terminar com algo positivo: o famoso sanduíche era a maneira adequada de se dar retorno. No entanto, esse modelo deve ser evitado, porque o funcionário guardará somente as críticas. É preciso separar positivo de negativo.

O gerente lembra que todo *feedback* deve se basear em um fato que um líder acompanhou por um período. Ao conversar com o colaborador, o gestor precisa ter em mãos as datas de quando o fato aconteceu com exemplos. “Todo *feedback* deve terminar com um plano de ação, especialmente o negativo: o que você, liderado, fará para mudar esse estado de coisas? É preciso ficar claro onde a pessoa errou”, reforça.

Pequenas Empresas

Quando a empresa é de menor porte e os colaboradores têm contato direto com os líderes, a atenção deve ser redobrada. Se o líder erra, os funcionários vão perceber e um *feedback* que trata de uma falha comum entre funcionário e líder cai em descrédito. O caminho talvez seja traçar um plano de ação junto com o funcionário para executar as mudanças.

Além desses cuidados, tudo deve ser colocado no papel. "Entendo que devem ser anotados todos os pontos e prazos de mudança, além de quem poderá ajudar", diz. Siqueira sugere

que um período do dia de trabalho do colaborador seja usado para as mudanças apontadas.

O gerente acredita que se *feedbacks* mensais ou semestrais forem entregues ao funcionário, uma demissão não causará surpresa, porque ele terá consciência de que não está entregando resultados. Mas Siqueira defende que uma pessoa tem que ter tido, no mínimo, a oportunidade de ter feito uma correção no período de três meses. Também é preciso ter consciência de que várias mudanças não serão viáveis ao mesmo tempo, por isso, é preciso eleger as mais necessárias e oferecer apoio para

que o período de modificações não se torne um peso.

As empresas contratam por competência técnica, mas dispensam por comportamento. Então, se existem *feedbacks* claros e alinhamentos estratégicos, a rotatividade diminui. E compensa dar a chance de um funcionário permanecer na empresa, quando se coloca na balança o custo de uma demissão e de treinar outro colaborador para a função.

Modelo de competência

Na Cocamar um modelo de competência foi implantado há um ano e meio com o objetivo de fortalecer



Regras fundamentais para feedback

- 1 Descrição:** descreva o comportamento, não a pessoa
- 2 Seja específico:** quando ocorreram e a sucessão de fatos para que se entenda que aquilo é um gap
- 3 Compatibilidade:** a pessoa que recebe pode fazer algo com aquela informação? Não se pode dar um feedback se não há chance de mudar
- 4 Seja claro:** o gestor deve ser facilmente entendido, utilizando o pronome "eu": "eu fui claro?"; "eu deixei explícito o que quero a partir de agora?"
- 5 Oportuno:** no momento adequado e no local adequado
- 6 Apoio:** o gestor deve demonstrar e oferecer apoio, mas deve deixar claras as obrigações do funcionário. Há líderes que tomam a responsabilidade para si, mas vão construir colaboradores dependentes, e se eles errarem, o principal culpado será o gestor, porque deu as regras. Na liderança coach se devolve para o outro a capacidade de solução

Fontes:

Guilherme Amaral (master trainer da Dale Carnegie),
Marçal Siqueira (gerente de pessoas e relacionamento da Unimed Maringá) e
Rosane Luz (psicóloga organizacional)



ERROS

- Quando se torna o feedback algo pessoal
- Quando o gestor tem resistência ao colaborador
- Quando se quer demonstrar superioridade
- Falta de preparo
- Quando se quer desabafar sobre várias situações acumuladas e que não foram ditas antes
- Parcialidade da leitura

ERROS DE QUEM RECEBE

- Ter postura excessivamente defensiva e sem receptividade
- Ter autossuficiência
- Falta de flexibilidade
- Interpretações voltadas para o lado pessoal
- Falta de escuta e interesse

EQUÍVOCOS DO GESTOR

- Não dividir a glória pelas conquistas
- Culpar a equipe quando algo dá errado
- Não investir na equipe

Arte: Wellington Vainer

uma cultura de *feedback*, que existia, mas não era formalizada. Esse modelo conta com oito competências comportamentais e têm um ciclo que dura cerca de um ano. Nesse período os colaboradores passam por dois momentos de *feedback* com o gestor.

Aproximadamente 230 gestores aplicam o modelo de competência. “Eles recebem *feedback* e também o fazem com sua equipe”, conta a coordenadora de gestão de pessoas, Miriam Salin. O objetivo é atingir todos os 2,4 mil colaboradores da cooperativa. “É importante lembrar que isso não acontece apenas duas vezes por ano. No dia a dia são feitas observações pontuais sobre os comportamentos que são positivos e os que precisam ser desenvolvidos”, comenta.

O *feedback* é feito individualmente, com dia e hora marcados, e ao final o colaborador tem um PDI – Plano de Desenvolvimento Individual, que inclui os pontos que preci-

sam ser melhorados e o prazo para fazer as mudanças, além de receber ajuda para desenvolver competências. Por exemplo: se um funcionário tem como responsabilidade falar em público, mas tem dificuldade, a cooperativa proporciona um curso para desenvolver essa competência e acompanha os resultados. Assim, empresa e colaboradores trabalham juntos, e crescem juntos.



“Quando nos guiamos apenas pelas intuições, a margem de assertividade pode ser comprometida”, diz a psicóloga Rosane Luz

Pessoas têm necessidade de retorno

A psicóloga organizacional Rosane Luz explica que as pessoas recebem estímulos constantes do meio, e é o olhar cuidadoso daqueles que as orientam e educam que aponta o melhor caminho a seguir, exortando comportamentos inadequados e validando aqueles que se encaixam nos padrões estabelecidos por núcleos familiares ou socialmente aceitos.

“Essa necessidade de retorno em relação a nossa forma de agir caminha conosco, pois quando nos guiamos apenas pelas intuições, a margem de assertividade pode ser comprometida”, explica.

Rosane lembra que Freud já alertava para os “pontos cegos” da mente, que por vezes fazem agir sem que se tenha a consciência do impacto das ações. “Daí a importância do *feedback*, seja na esfera pessoal ou profissional”, afirma ela. ■



Cocamar formalizou a cultura do *feedback*: todos os funcionários recebem “retorno” dos gestores e um plano de desenvolvimento individual, diz a coordenadora de gestão de pessoas, Miriam Salin

“Maringá tem mais pneus que sapatos”

Fotos/Walter Fernandes



Professor titular de Patologia da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo (USP) e coordenador do Laboratório de Poluição Atmosférica Experimental, o médico Paulo Saldiva fez as contas: perderá cerca de quatro meses de vida devido à poluição que respira, mas ganhará cerca de dois anos e meio pela atividade física regular, se não for atropelado, já que pedala diariamente pela megalópole São Paulo.

Saldiva é um dos maiores especialistas do mundo em poluição e seus efeitos para a saúde, além de ser diretor do Instituto Nacional de Avaliação Integrada de Riscos do Conselho de Pesquisa Nacional e membro do Comitê Consultivo Científico do Programa de Pesquisa do Ar Limpo da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos. Ele esteve em Maringá em abril para ministrar uma palestra na Sociedade Médica e concedeu a seguinte entrevista à Revista ACIM:

A poluição é um problema de saúde pública?

Em 2012 mais ou menos 7 milhões de pessoas morreram no mundo por causa da poluição do ar. Na região metropolitana de São Paulo 7 mil pessoas morrem prematuramente todos os anos devido a problemas relacionados à poluição do ar. Com esses números podemos dizer que sim, é um problema de saúde pública, e existem evidências. A American Thoracic Society publicou um volume mostrando que a poluição é uma causa importante de adoecimento respiratório. A Associação Americana de Cardiologia coloca a poluição como a causa mais importante, fora o fumo, do infarto do miocárdio. Existe uma estimativa de que um em cada cinco infartos no mundo é atribuível à poluição do ar, e que 16% dos tumores no pulmão e 14% das doenças respiratórias são causados pelo mesmo motivo. Antigamente estávamos preocupados com a febre amarela, chagas, as pessoas morriam de falta de vacinação, de cólera, diarreia, malária. Elas continuam morrendo disso, mas surgiram novos desafios. Passamos a morrer de outras coisas também, que vem do que comemos, respiramos e bebemos. Isso se chama transição epidemiológica.

Quais medidas públicas o senhor sugere para diminuir a poluição?

A poluição das cidades que têm sede históricas da América Latina, mais especificamente no Brasil, é hoje menos da metade do que era nos anos 1980. Naquele tempo o carro poluía quase cem vezes mais do que polui atualmente. Mas agora o número de carros aumentou e eles ficam muito mais tempo ligados sem ir a lugar nenhum. A velocidade dos veículos hoje em São Paulo

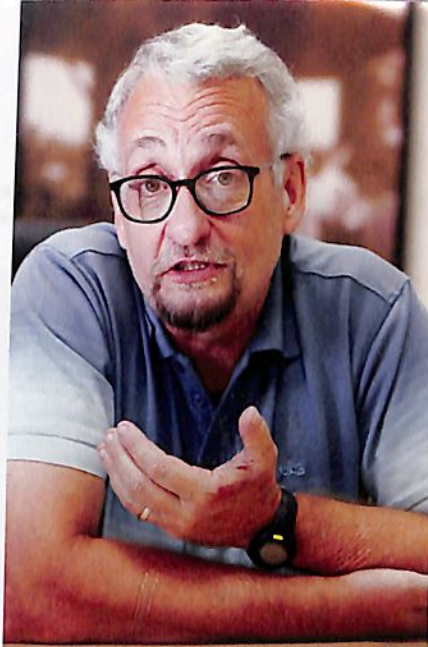
é de cerca de 10 quilômetros por hora – os bandeirantes cavalgavam em torno de 16 quilômetros por hora. Em São Paulo o número de vagas de garagem é quase igual ao número de quartos. Então, a solução não vai se resolver com tecnologia, a solução passa por ordenamento. Os países ricos que resolveram o problema da poluição o fizeram por meio de um transporte coletivo tão eficiente que passa ser mais confortável e mais rápido ir ao trabalho de transporte coletivo do que ir com carro próprio. Por exemplo, para chegar a Manhattan, o cidadão pode ir com o próprio carro, mas é caro e existe uma estrutura ótima de transporte coletivo. Além disso, o táxi é muito barato. Na avenida Paulista já custa de R\$ 40 a R\$ 60 para deixar o carro durante um período de trabalho, mas não existe um plano B, como em outras metrópoles do mundo. Nossas cidades terão de reaprender a cultura do espaço coletivo e não ter relacionamento predatório, como Los Angeles, que chegou a ter 35% da sua área com asfalto.

A bicicleta é uma forma sustentável de transporte, mas ela não aumenta a exposição à poluição?

Ando muito de bicicleta e quando estou num ambiente poluído, aumento minha dose de poluentes, mas, em contrapartida, ganho benefícios à saúde. Calculei que vou perder uns quatro meses de vida devido à poluição que respiro, mas vou ganhar, teoricamente, se não for atropelado, dois anos e meio, então meu saldo está positivo. Com o ciclismo se ganha tempo, saúde e ainda se deixa de prejudicar a saúde dos outros evitando a emissão de poluentes.

Além das soluções de mobilidade, quais outras medidas podem ser tomadas em relação à poluição?

Criação e manutenção de áreas ver-



“ Como toda cidade que amadurece, Maringá deixa de produzir bens e passa a vender serviços. E como uma cidade sofisticada, vai precisar abrir espaço para os outros a usarem. Será preciso dialogar com mobilidade, com tipo de transporte, com uso e ocupação do solo. São conteúdos que a saúde não está acostumada a lidar

des. Um estudo publicado na revista *Environmental Health*, que acompanhou pessoas por décadas, observou que quem morava a menos de 300 metros ou que era frequentador habitual de um parque tinha 50% menos risco de infarto do miocárdio. Isso é pelo fato de se montar uma rede social. A solidão urbana mata depressa. Construímos toda rede de relacionamentos no emprego. Então, de tudo o que se pode fazer para aumentar a expectativa de vida após os 60 anos, o que é mais associado à expectativa de vida é a manutenção

de relacionamentos afetivos e sociais. É um aspecto importante: construir espaços de convivência, não fazer da cidade um espaço de passagem.

Maringá tem 380 mil habitantes e 281 mil veículos, uma média de 0,7 carro para cada um. Isso é alarmante?

Com média de 0,7 por habitante há mais pneus que sapatos. Mas o problema não é o número de veículos, é a estrutura. A cidade só está aguentando porque foi planejada. Andei em Maringá e a única coisa que não vi foi ônibus em grande quantidade. Em cidades ricas como Maringá e que têm uma estrutura viária grande, todo mundo tem carro ou moto. Mas idosos e crianças não vão sair dirigindo ou pilotando, então se impede a mobilidade das pessoas para usufruir o que a cidade tem de bom. É preciso criar mais espaços de convivência e melhorar o transporte público. Mas para isso é preciso firmar um pacto. É preciso convencer as pessoas através de bairros experimentais, por exemplo, para depois aplicar em larga escala. Os comerciantes devem perceber que se fizerem um jardim em frente ao estabelecimento, com um banco onde as pessoas possam sentar e ficar, eventualmente elas vão entrar e comprar. Como toda cidade que amadurece, Maringá deixa de produzir bens e passa a vender serviços. E como uma cidade sofisticada, vai precisar abrir espaço para os outros a usarem. Se encher de avenidas, vai perder uma de suas qualidades, que é a capacidade de dar uma vida mais digna. Será preciso dialogar com mobilidade, com tipo de transporte, com uso e ocupação do solo. São conteúdos que a saúde não está acostumada a lidar. Será preciso criar o que chamo de Sociedade Protetora do Ser Humano. Existe para todos os outros animais, menos para os humanos.

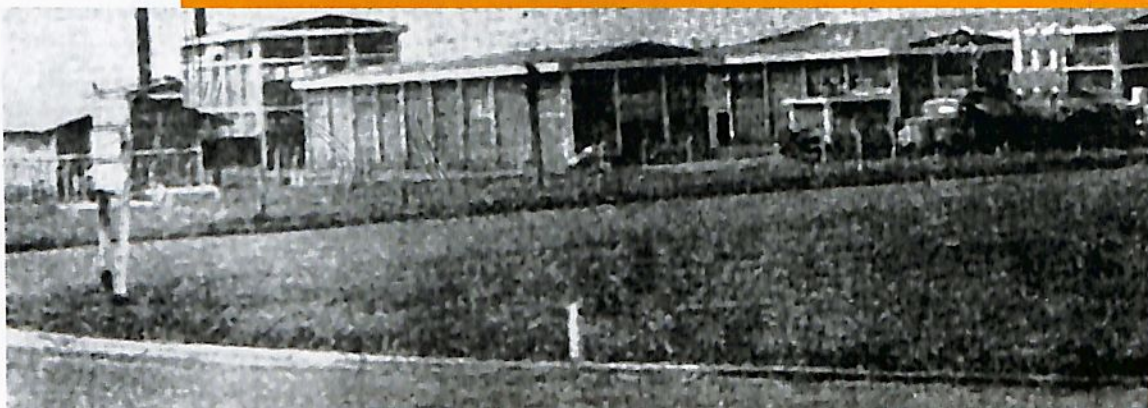
Afronta a Ditadura Militar com greve

Após a instauração do golpe militar, em 1964, uma nova conjuntura política foi implantada no Brasil. Uma das medidas do novo regime foi a “operação limpeza”, que cassou políticos que haviam sido empossados democraticamente e perseguiu líderes sindicais, estudantes, jornalistas e intelectuais que se opunham ao sistema.

O projeto “Brasil: nunca mais” cita que cinco maringaenses foram processados - na verdade alguns foram perseguidos, abandonaram seus cargos e saíram da cidade para evitar a prisão. Mas em depoimentos mais recentes são contabilizados seis maringaenses que foram declarados “procurados”. São: Antônio Cecílio, Bonifácio Martins, César e Salim Haddad, José Lopes dos Santos e José Rodrigues dos Santos.

Em meados de 1965 e 1966, personagens da elite empresarial maringaense foram convidados a se posicionar em relação a suspeitos sitiados na região. Manoel Mário de Araújo Pismel, por exemplo, então presidente da Associação Comercial de Maringá, relatou que recebeu em seu escritório uma caixa contendo arquivos de alguns cidadãos. O nome que mais lhe chamou a atenção foi o de Dom Jaime Luiz Coelho, então bispo da cidade – hoje falecido.

A opressão avançava. Mas as organizações de esquerda começaram a ganhar corpo. Em Maringá a união estudantil passou a encampar a luta. Reginaldo Benedito Dias cita que “um núcleo de estudantes se encontrava organizado em um Centro Cultural, sediado na Biblioteca Municipal. Outro era oriundo do Colégio Gastão Vi-



Cia Norpa, em 1968



Dom Jaime Luiz Coelho, no início da década de 1960

digal, iniciado a política pelo trabalho de promoção social realizado por uma freira, a Irmã Jeanne”.

Entretanto, a organização que gerou maior impacto para a elite militar na cidade foi a Ação Popular (AP). Implantada em 1968, a AP articulou uma grande greve na Cia. Norpa Industrial, que ocorreu em outubro daquele ano. O objetivo era disseminar uma greve geral na cidade. E foi o mesmo Dom Jaime Luiz Coelho, suspeito pelos mi-

litares, que mediou este conflito para evitar um confronto entre a polícia e os manifestantes.

A paralisação não se espalhou como o esperado, mas foi um dos maiores enfrentamentos da extrema esquerda que Maringá presenciou durante a Ditadura Militar.

Miguel Fernando

é especialista em História e Sociedade do Brasil

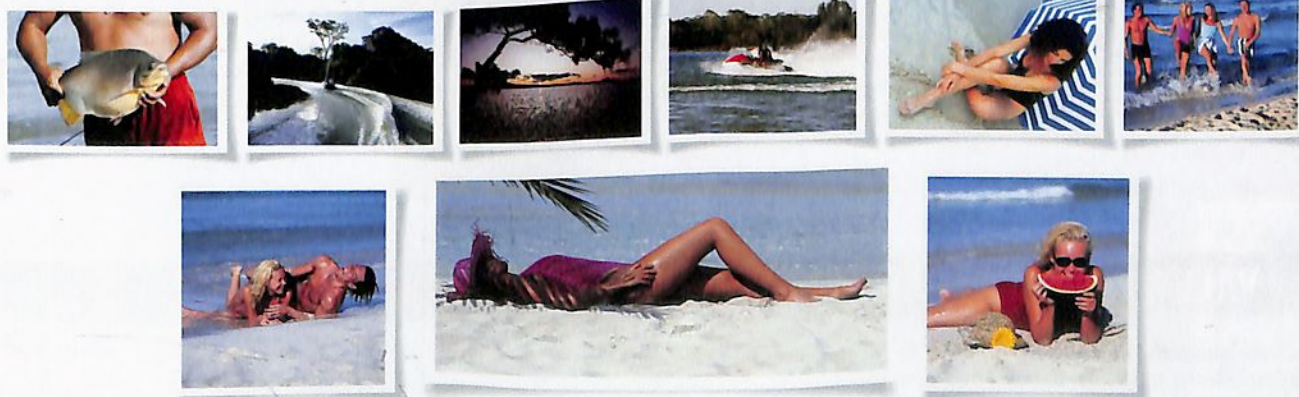
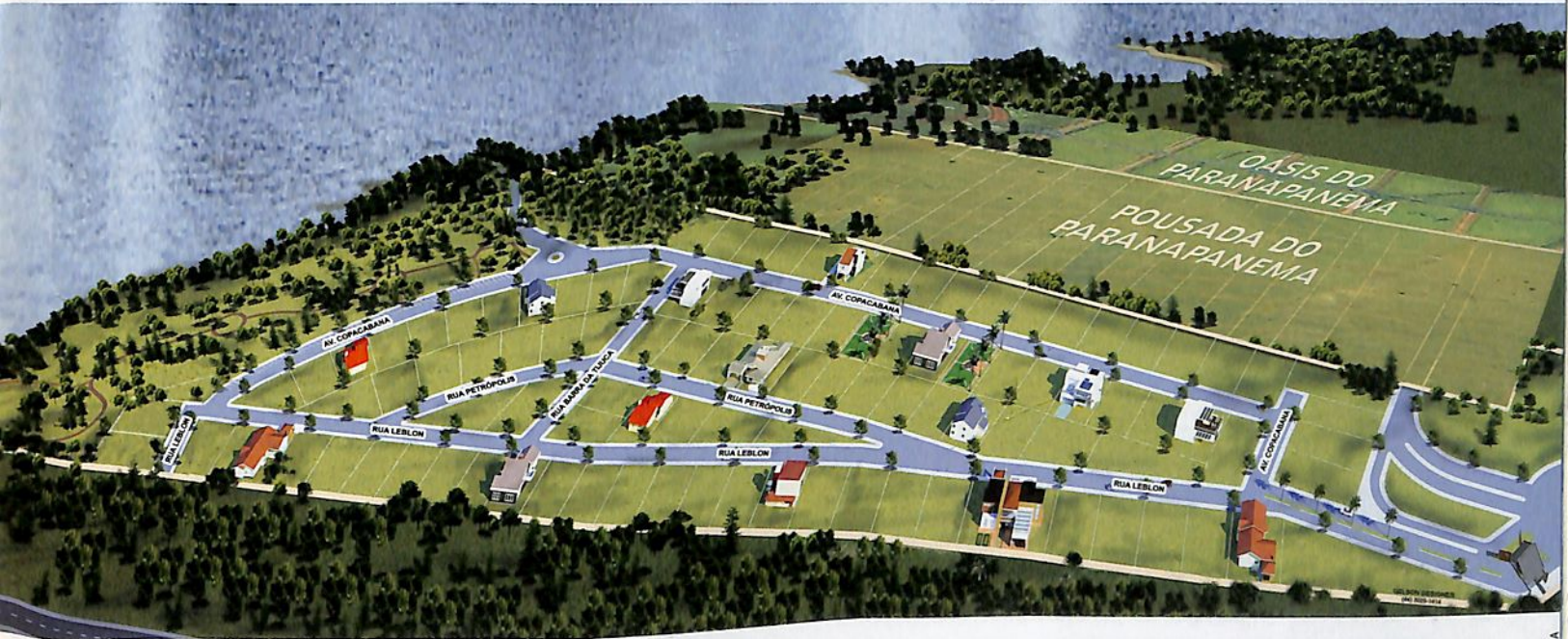
Viva com qualidade, viva com prazer!

Lotes na medida que você necessita a preços e prazos que deseja.

Apenas a
90km de Maringá
em Santo Inácio



Totalmente parcelado



**TRANQUILIDADE - NATUREZA - PESCA - ESPORTE - LAZER
SÃO OS GRANDES ATRATIVOS DESTES LUGAR**



THEODORADO
IMÓVEIS
AV. XV DE NOVEMBRO, 696 - MARINGÁ - PR
4009-2000
CRECI 3614-J



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



Av. XV de Novembro, nº 696
FONE/FAX: (41) 4009-2000
Sala 04 - Centro - CEP 87015-230 - Maringá - PR

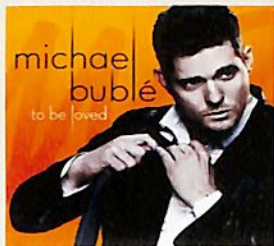
www.acim.com.br
Licença de instalação do Instituto Ambiental do Paraná - IAP / nº 9903
Prefeitura de Santo Inácio - Matrícula nº 19.912 / Lote nº 89-A-1-A
Certidão de Registro de Imóveis da Comarca de Colarado - Pr - Matrícula nº 89-A-1-A

CULTURA EMPRESARIAL



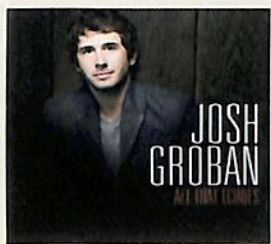
VALE A PENA OUVIR

Diego Cunha - executivo do grupo RICTV



Michael Bublé - To be Loved

O jovem cantor vem se destacando no cenário internacional. Com uma mistura de jazz e pop, a música de Bublé vem cativando também os brasileiros. Este é o oitavo álbum de estúdio e foi lançado no ano passado. "It's a beautiful day" é o destaque



Josh Groban - All that echoes

O sexto e último álbum é o mais brilhante e destacado da carreira de Josh Groban. O norte-americano conseguiu produzir uma música clássica mais popular, atingindo um público maior. "All that echoes" cativou também canadenses e ingleses



VALE A PENA ASSISTIR

Elton Telles - jornalista



Dentro da casa - François Ozon (2012)

A trama acompanha um professor obcecado pelos textos de um aluno, que narra cada visita feita à casa de outro colega de classe. O roteiro é bem articulado a ponto do espectador nem sempre distinguir se tudo condiz com a realidade ou se não passa de uma invenção do garoto para impressionar o professor. Uma questão levantada pelo filme se refere ao relacionamento de ambos, que passa de mestre e aprendiz para cúmplice de uma doentia e prazerosa obsessão. Afundado em ironia e com um humor peculiar em uma história de suspense, "Dentro da Casa" é uma obra instigante e de inteligência ímpar



Nebraska -

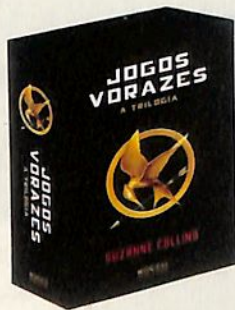
Alexander Payne (2013)

Um idoso recebe um bilhete de uma empresa informando que foi contemplado com um prêmio de US\$ 1 milhão. Crenes de que não é uma pegadinha, pai e filho pegam a estrada rumo a Nebraska para retirar a quantia. No meio do caminho o cineasta Alexander Payne manipula tempo e espaço e enriquece essa surreal fábula com discussões sobre a vida, morte, família e as nossas origens. É um filme comovente e bem humorado que esbarra em questões complexas, mas abordadas de uma maneira simples e encantadora



O QUE ESTOU LENDO

Juliana Fontanella - jornalista



Trilogia Jogos Vorazes

Suzanne Collins
Editora Rocco

Nos três volumes, o leitor é levado ao futuro onde a sociedade se divide entre a rica Panem e 12 empobrecidos distritos. Todos os anos um menino e uma menina de cada distrito são recolhidos para lutar até a morte nos Jogos Vorazes. Apenas um poderá sobreviver. A heroína passa de vítima à sobrevivente no livro um, símbolo involuntário da revolução no livro dois e assume o papel que lhe cabe no livro três. Enquanto os jovens se deixam envolver pelo cenário, seus pais poderão orientá-los sobre as coincidências históricas da obra: guetos, batalhas épicas, arenas, lutas até a morte e a política romana de Pão e Circo

CÍCERO
SABER ENVELHECER
Seguido de A Amizade

Saber Envelhecer e A Amizade, Cícero

L&pm
1997
151 páginas



Em Saber Envelhecer, Cícero apresenta a ideia de que a arte de envelhecer é principalmente encontrar o prazer nas pequenas coisas, porque cada uma delas tem suas próprias virtudes. Em A Amizade, texto na sequência da obra, o autor apresenta um tratado definitivo sobre fraternidade e relações sociais



VALE A PENA NAVEGAR

prazeresdamesa.uol.com.br/: Jorge Lucki e Renato Machado são alguns dos colunistas que falam sobre vinhos, mas neste site há muitos outros assuntos interessantes sobre gastronomia

www.academia.org.br/: Tem dúvida sobre a grafia ou o plural de uma palavra? No site da Academia Brasileira de Letras há um sistema de busca no vocabulário ortográfico que tem 381 mil verbetes

www.soliteratura.com.br/: o site é bem interessante e traz um resumo de como foram os movimentos romantista e barroco no Brasil, biografias, curiosidades e outros conteúdos de literatura

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



O CARTÃO SAÚDE MARINGÁ

AGORA POSSUI ACESSO PELA INTERNET

WWW.MARINGA.PR.GOV.BR/SAUDE

MAIS UM
COMPROMISSO
DA PREFEITURA
COM A SUA
SAÚDE.



**EXAMES
LABORATORIAIS**

**CARTEIRA DE
VACINAÇÃO**

**HISTÓRICO DE
ATENDIMENTO**

A prefeitura está trabalhando para tornar a saúde cada vez melhor em Maringá. O Cartão Saúde, que já funciona perfeitamente, agora também pode ser usado para acessar seu histórico de consultas, exames laboratoriais e dados de vacinação, tudo isso pela internet, do jeito mais simples possível.

Solicite a senha de acesso em seu posto de saúde e confira todas essas informações no novo Portal Saúde Maringá. Se ainda não tem seu cartão, vá ao seu posto de saúde com seus documentos e faça a retirada. Aproveite esta ferramenta inovadora e fique por dentro da sua saúde.

Use seu aparelho celular e acesse:



Contato: (44) 3218-3100
CIS - CENTRO DE INFORMAÇÃO EM SAÚDE
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE DE MARINGÁ
Av. Prudente de Moraes, 885



SAÚDE
Secretaria de
Saúde



Prefeitura de
MARINGÁ
Construindo uma cidade cada vez melhor

Tecidos certos para um inverno elegante

Escolha bem o material das peças da nova estação para não parecer “empacotado” nos dias de temperaturas baixas, e muito menos passar frio

Que todo mundo fica mais elegante no inverno, muita gente concorda, mas tenha cuidado. É bem mais fácil errar no estilo quando não se quer passar frio. Todo mundo sonha com uma roupa de trabalho quentinha, com ares de chique e que seja a tradução do conforto. E como ninguém vai sair de casa para trabalhar com um agasalho de moletom peluciado é mais do que necessário estar atento aos tecidos. Mesmo que verdadeiras delícias como o *fleece* queiram te seduzir para além do portão de casa, seja firme. Não caia na armadilha do conforto óbvio e use o inverno ao seu favor no quesito elegância.

A lã se transforma na queridinha assim que os termômetros começam a despencar. Além de ser um ótimo isolante, das mais finas às mais estruturadas, a lã é sempre elegante e transita muito bem em diversos setores do mundo corporativo. O grande truque deste tecido é manter o corpo aquecido, então é bem provável que um bom blazer de lã, acompanhado de um cachecol, seja o suficiente. Mas se a temperatura do dia estiver próxima a zero grau, a grande sacada são as camisetas térmicas em malha bem fininha. As brancas são perfeitas para os homens, que podem usá-las sob a camisa social (que deve estar abotoada normalmente), acompanhada do blazer.

Vestidos e saias feitas em lã com modelagem estruturada são boas opções para mulheres que querem se prevenir do efeito “casca de ce-



bola”, que é usar várias camadas de roupas confeccionadas em tecidos menos indicados para o inverno. No final de tanta sobreposição, impossível se sentir confortável, quanto mais, bem vestida. Quem sai cedo para trabalhar deve apostar, sem medo, no trio: cachecol, luvas e gorro. Opte por cores neutras, como cinza, preto ou bege, para combinar com a maioria das roupas de trabalho. Chegando à mesa de trabalho, tire pelo menos o gorro e as luvas.

Ainda entre os tecidos clássicos, o *tweed* pode conferir um ar de sofisticação na medida certa. Feito de uma lã grossa, é mais rígido, por isso, ideal para um blazer ou

um vestido. Perfeito para casacos, o gabardine pode ser combinado a um suéter de lã, criando um visual chique e prático. Também com bom desempenho nos dias de frio, o veludo geralmente sofre com as oscilações do mundo fashion: é sempre bom ficar de olho para saber em qual versão ele aparece em cada temporada. Mas fique entre o liso e o cotelê, que são as melhores opções para o guarda-roupa profissional. No mais, é só se deliciar com canecas e mais canecas de cappuccino, chá ou chocolate, que também ajudam a esquentar!

Dayse Hess é jornalista especializada em Design de Moda

COMITIVA DO SEBRAE DO RJ VISITA MARINGÁ

Uma comitiva do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) do Rio de Janeiro fez uma visita técnica à ACIM e ao Sicoob Paraná em 7 de maio.

Além de conhecer os projetos, produtos e serviços da ACIM, os visitantes assistiram apresentações sobre o Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg), Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), Noroeste Garantias e o Observatório



Walter Fernandes

Social de Maringá. Na sede do Sicoob Paraná eles conheceram mais sobre os sistemas Sicoob Paraná e Sicoob Metropolitano. O Instituto Sicoob para o Desenvolvimento Sustentável e a Sancor Seguros do Brasil também foram apresentados ao grupo.

Fizeram parte da comitiva o presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae RJ, Jésus Mendes Costa; o assessor do presidente, Álvaro Albuquerque; e o assessor do superintendente do Sebrae/RJ, Nelson Tavares e a analista técnica Taniara Castro.

FÓRUM PARA PROSPECÇÃO DE MERCADOS INTERNACIONAIS

“Mercado internacional: seu negócio sem fronteiras” foi o tema da 10ª edição do Fórum de Negócios Internacionais, realizado em 8 de maio, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro, durante a 42ª Expoingá. Cerca de 250 empresários e profissionais da área de comércio exterior participaram do evento realizado pelo Instituto Mercosul, ACIM e Sociedade Rural de Maringá (SRM).

Quatro palestras foram ministradas. O diretor geral da Câmara de Comércio Árabe Brasileiro, Michel Abdo Alaby, falou sobre “negociando com o mercado árabe”, apresentando as oportunidades para as empresas brasileiras, com destaque para o setor de alimentos.

As oportunidades de negócios na Europa foram tratadas pelo vice-presidente da Câmara Ítalo-Brasileira do Comércio e Indústria do Paraná, Roberto Colliva. “É um mercado que



Walter Fernandes

mesmo em crise se mantém como referência nos setores de inovação, desenvolvimento e tecnologia”, disse.

O objetivo do representante do Brasil na agência suíça Greater Geneva Berne, Hamilton Belizario, foi apresentar as vantagens que as empresas com ideias inovadoras encontram ao estabelecer negócios na Suíça. Já a palestra “Integração Econômica Brasil

– Paraguai” foi ministrada pelo proprietário do Centro Empresarial Brasil-Paraguay (Braspar), Wagner Enis Weber. De acordo com ele, o Paraguai é o quinto maior importador de manufaturados brasileiros do mundo.

Os conteúdos das palestras podem ser acessados na área de downloads do www.institutomercosul.org.br

500 PESSOAS NA 1ª OFICINA ESPORTE E CIDADANIA

A vice-presidência de esportes da ACIM realizou em 26 de abril a 1ª Oficina Esporte e Cidadania, em parceria com o Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) e o Instituto Cultural Ingá (ICI). Cerca de 500 pessoas se reuniram no Centro da Juventude Antônio Paulo Pucca, no Borba Gato, para conhecer as atividades oferecidas gratuitamente para jovens.

Aulas de futebol, vôlei, capoeira, karatê, *street dance*, DJ, entre outras foram disponibilizadas para crianças e adolescentes entre sete e 17 anos. "O Centro da Juventude conta com um bom espaço físico e professores capacitados, mas haviam poucos alunos. O objetivo era levar a comunidade até lá e mostrar tudo que é oferecido", explica o vice-presidente da ACIM, Paulo Lima.

Para atrair as famílias houve palestras,



Ivan Amorim

recreações, sorteio de brindes e presença de atletas, além da distribuição de pipoca, cachorro-quente e sorvete. E a estratégia funcionou: das 500 pessoas, 122 fizeram a pré-inscrição para participar das aulas.

BOM NEGÓCIO PARANÁ OFERECE TREINAMENTOS GRATUITOS

Por meio do programa Bom Negócio Paraná, a Faciap e o Governo do Paraná estão ofertando capacitações gratuitas como intuito de aumentar a competitividade das empresas. O projeto foi apresentado durante um café da manhã que reuniu autoridades e empresários em 27 de maio na sede da ACIM (foto).

O superintendente da Faciap, Edson Araújo Filho, explicou que os cursos são disponibilizados através do www.capacitando.net/eadfaciap, plataforma de educação a distância da federação. As capacitações são gratuitas e voltadas aos pequenos empresários – no total são 12 mil vagas. Entre as áreas abordadas estão gestão, finanças empresariais e técnicas de negociação.

Para participar das capacitações, o interessado deve utilizar um card, que será oferecido pela Associação Comercial e contém um código-bônus liberando o acesso ao curso escolhido.

Walter Fernandes



Ao acessar o portal e clicar na opção de inscrição, basta inserir o código para ter a gratuidade. O treinamento garantirá aos empresários mais facilidades no acesso às linhas de crédito do Banco do Empreendedor, ligado a Fomento Paraná.

ACIM FIRMA DOIS NOVOS CONVÊNIOS

Durante a cerimônia de posse da ACIM, em 25 de abril, a Noroeste Garantias firmou um convênio com o Sicoob e a ACIM, para ampliar os negócios da sociedade garantidora de crédito. O objetivo é oportunizar acesso ao crédito de maneira mais simplificada e com custos menores, principalmente para as micro e pequenas empresas associadas da ACIM.

Pelo convênio poderão ser realizadas operações de até R\$ 90 mil. As taxas são de CDI + 0,5% ao mês, o que totaliza cerca de 1,3% ao mês - para se ter ideia as taxas praticadas pelo mercado são, em média, de CDI + 1,5%. O crédito pode ser usado para capital de giro e investimento, com até 36 meses e 60 meses, respectivamente, para pagamento. O crédito é tomado junto ao Sicoob e tem garantia da Noroeste Garantias. Para os interessados, basta procurar a Noroeste Garantias pelo telefone (44) 3023-2283.

Ainda durante a cerimônia foi realizada a assinatura de um protocolo de intenções, que estabelece condições de cooperação entre a Agência Paraná de Desenvolvimento, Terra Roxa Investimentos, Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) e ACIM. O objetivo é promover estratégias que contribuam para o desenvolvimento econômico e social do estado, com foco na prospecção de empresas locais, nacionais e internacionais.



Walter Fernandes

ACIM TEM PONTO DE ATENDIMENTO AO EMPREENDEDOR

Os empresários de Maringá contam com o Ponto de Atendimento ao Empreendedor, que funciona no 1º andar da sede da ACIM e é resultado da parceria entre a entidade, Sebrae Paraná e Noroeste Garantias – a inauguração foi em 5 de maio.

Trata-se do primeiro ponto de atendimento instalado em uma cidade-polo do Sebrae Paraná fora da capital. No local os empresários têm acesso à garantia de crédito concedida pela Noroeste Garantias, às consultorias, palestras e orientações prestadas pelo Sebrae e ao Centro de Treinamento da ACIM.

Mais de 85% das empresas associadas à entidade são de micro e pequeno portes. “Esses empresários precisam de suporte, de capacitação e de orientação e é isso o que o ponto de atendimento traz”, diz o presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa. Os atendimentos acontecem em horário comercial.

JOVENS EMPRESÁRIOS VISITAM MÃES DO ASILO SÃO VICENTE DE PAULA

Na véspera do Dia das Mães (10 de maio), membros do Copejem estiveram no Asilo São Vicente de Paula e fizeram a alegria das mães que moram no local. Cada mãe foi “adotada” por um copejeniano e recebeu uma carta, acompanhada de uma flor e de um café da tarde. De acordo com o presidente do Copejem, Felipe Bernardes, a ação foi pensada para levar carinho, além ser uma oportunidade de conhecer a entidade. “Ver de perto a realidade dessas pessoas foi um grande aprendizado”, diz Bernardes. “A estrutura do asilo é ótima. As pessoas vivem bem lá, mas a família faz muita falta, principalmente em datas como o Dia das Mães”, completa.

Walter Fernandes



Ivan Amorin



Walter Fernandes



COPEJEM REALIZA WORKSHOP GRATUITO SOBRE LIDERANÇA

Em 20 de maio o Copejem reuniu cerca de 120 pessoas na sede da ACIM para o workshop "Liderança: como líderes eficazes desenvolvem colaboradores engajados", com participação gratuita. O tema foi discutido por Guilherme Amaral, que é advogado especialista em finanças e master trainer da Carnegie University, com 20 anos de experiência nos processos Dale Carnegie. Com experiência no desenvolvimento da mentalidade, comportamento e habilidades essenciais às funções de liderança, Amaral trouxe exercícios e propôs trocas de experiência entre os participantes. Entre os tópicos discutidos estiveram o engajamento dos colaboradores, o impacto das emoções nesse engajamento e como líderes eficazes podem melhorar o nível de engajamento de seus co-workers.

ASSOCIADO DO MÊS

A Wise Up, criada em 1995, aposta em uma grande novidade na metodologia de ensino de inglês: um curso rápido, dirigido a adultos, com duração de apenas 18 meses.

O diretor comercial da Wise Up Maringá, Henrique Pedro (na foto com o sócio Aníbal Vessoni e Tatiane Letícia da Silva), conta que resolveu trazer a escola para a cidade após enxergar a dificuldade dos empresários, professores de graduação e profissionais que precisam de qualificação em inglês no mercado de trabalho. "É uma metodologia voltada para o público adulto, que não tem tempo para perder em se arriscar por anos para 'talvez' aprender inglês", afirma.

A metodologia da Wise Up utiliza o recorte linguístico, focando no vocabulário, nas expressões e nas regras gramaticais que realmente são utilizadas no dia-a-dia, o que permite que os alunos tenham mais facilidade para se comunicar com um nativo da língua. Outra diferença está no material usado nas aulas: além dos livros didáticos, são utilizados seriados, filmes, músicas e a internet.

A Wise Up Maringá fica na avenida Juscelino Kubitschek de Oliveira, 1.645 e o telefone é (44) 3029-7711.

FEIJOADA ACIM MULHER

A queda nas temperaturas é um convite irresistível para comer feijoada. E quem quiser saborear um prato preparado no capricho ao som de samba, além de curtir boa companhia não pode perder a 10ª edição da Feijoada ACIM Mulher. O evento será a partir das 12 horas de 7 de junho, no Car Wash Chopperia. Convites com as conselheiras do ACIM Mulher, que promovem o evento, ou na Secretaria da Associação Comercial. Mais informações pelo telefone (44) 3025-9644.

Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 21 de maio e 20 de junho

ADM Corretora de Imóveis
Agrosolanum
Aiesec
Alerta Auto Socorro
Armazém da Casa
Arquitetar Todeschini
Art Petro Distribuidora
Artefresa
Arthurfarma
Asseio
Auto Mecânica Guaicurus
Auto Socorro Ademismar
Auto Socorro Brasil Caminhões
Auto Socorro Moura
Auto Socorro Vip Resgate
Bellakasa.com
Ben Limpo
BMM Transportes
Boa Forma Fitness
Brasil Jet
Brasil Mais Vivo
Buffet Royal
Camila Tavares Nutricionista
Canção Aviamentos
Carminatti Transportes
Casa de Bamba
Casa de Carnes do Val
Churrasqueiras Maringá
Condomínio Beira Rio
Cosmo Medicina do Trabalho
Damasio Educacional Maringá
Elisângela Martins Nutricionista
Financial Pedro Taques
Frazato Consultoria
Indústria de Roldanas
Ingacup
Inove
Ivair Tur
Jumper Com Digital
Kotsifas & Gerotti Advogados Associados
Lady & Lord
Lava Car G10
Libra Escritório de Contabilidade

Líder Bordados
Lucas Transportes
Luguifix Encartelados
Madamme Formosa
Madeiraira Rio Branco
Magna Editora
Mil Flores
Mini Mundo Prime
Negri Metalúrgica e Vidraçaria
Nutricionista Ana Julia
Nutricionista Katia Tupinamba
Nutricionista Miriam B.B.
Guerra
Nutricionista Natalia V. Ferreiro
Nutricionista Sabrina Lopes
Nutricionista Vanessa Mariana
R. Corsete
Nutricionista Viviane Cristina de Souza
Pipocom. Com. de Utilidades do Lar
Porto Bergamo
Racheltex (Avenida Fashion)
Racy Confecções
Rede Líder de Farmácia
Rena Moda Bebê (Avenida Fashion)
Revista Conexão
Ricardo Vargas Nutricionista
Stamp Drops
Studio Fotográfico
Chameguinho
Stuff Publicidade
Suele Móveis
Supremo Contabilidade
Tintas Ciaplus
Ultra Sport Academia
Vanderneia Paula da Silva
Nutricionista
Vecchi Treinamento e Tecnologia
Vizzar Digital
Volptur
Vooz Fashion
World Bordados Estamparia



Walter Fernandes

PALESTRA DISCUTIU LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE

“Lei de incentivo ao esporte: um caminho para a viabilização de projetos” foi o tema de uma palestra gratuita realizada na sede da ACIM em 16 de maio. Quem discutiu o tema foi o consultor Alison Gustavo Pereira, da empresa de consultoria para projetos esportivos Athletic Way, que é responsável pelos projetos especiais do time paulistano Corinthians.



CENTRO DE TREINAMENTO



ACONTECEU NA ACIM

O 1º Fórum Cultural: Políticas Públicas para o Desenvolvimento” foi um dos eventos realizados na sede da ACIM em maio. No total aconteceram mais de 200 reuniões e eventos no último mês na sede da Associação Comercial, com destaque também para mais uma edição do Café com Turismo, que foi uma realização do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, no dia 7.

	CURSOS	DATA
JUNHO	Licitações: vantagens para MPE's	2 a 5
	De gerente a líder coach	4, 5, 6 e
	Marketing profissional: uma ferramenta de vendas	9 a 11
	Google Adwords (Search e Display)	9 e 10
	Telemarketing, uma ferramenta de vendas	20 e 21
	Intensivo em cobrança e análise de crédito	21
	Desoneração da folha de pagamento	23
	Análise financeira para pequenas e médias empresa	24 a 26
	Gestão da qualidade	24 a 27
	Técnicas de gestão para liderança operacional	24 e 25
	CAD - como contratar, avaliar e demitir de forma eficaz	24 e 25
	Logística de distribuição	24, 25, 27 e 30
	Entendendo as possibilidades de cálculo para IRPJ e CSLL	25
	Reciclagem de brigadista profissional	25 e 26
	Técnicas de fotografia de imóveis	26
	Estratégias e táticas de vendas	26 e 27
Noções da legislação trabalhista para gestores	26 e 27	



Cheque pós-datado: apresentação antecipada e o dano moral

Apesar da inexistência de previsão legal na legislação, o cheque pós-datado, que é comercialmente denominado de pré-datado, se tornou uma das formas de pagamento mais aceitas e populares em todo o país.

Mas é importante esclarecer dúvidas em relação ao cheque pós-datado, tanto dos comerciantes, como de todos que se envolvem nas atividades reconhecidas como mercantis: Pode-se apresentar o cheque pré-datado antes do prazo? Isso vai gerar dano moral ao emitente? Se o cheque foi apresentado antecipadamente por um terceiro, quem será o responsável?

Há de se destacar que o cheque é um título de crédito regido pela Lei nº 7.351/85, e constitui uma ordem de pagamento à vista. Todavia, por ser instituto do Direito Comercial, submete-se aos usos e costumes comerciais, por meio dos quais surgiu o cheque pós-datado: título emitido na data atual para ser pago em data posterior, decorrente exclusivamente da vontade do emitente e do tomador; um contrato.

Por meio desse acordo, o beneficiário se obriga a não apresentar o título ao banco antes da data aprazada; o emitente, em manter fundos em sua conta em tal data para a quitação. Entretanto, por ser uma ordem de pagamento à vista e inexistir previsão legal quanto ao cheque pré-datado, caso o portador descumpra essa obrigação e apresente o título ao sacado antes da data apostada, o banco o pagará se tiver fundos em conta ou o devolverá por insuficiência. Só que não podemos deixar de observar as consequências desse descumprimento.

Isto porque havendo apresentação antecipada o contrato firmado entre emitente e beneficiário será quebrado. Com isto, somada a insuficiência de saldo para pagamento, gera ao portador originário o dever de indenizar por abalo de crédito, constrangimento e pelo registro nos cadastros de emitentes de cheques sem fundos (dano moral *in re ipsa*, que independe de prova do prejuízo).

Com efeito, o Superior Tribunal de Justiça editou a Súmula 370, dispondo que “caracteriza dano moral a apresentação antecipada do cheque pré-datado”. Além do mais, mesmo que o cheque tenha sido apresentado antecipadamente por terceiro, será o beneficiário (originário) quem terá o dever de indenizar o dano ao emitente, por ter colocado o cheque em circulação e lhe devolvido a qualidade de ordem de pagamento à vista.

O terceiro poderá apresentar o título sem observar o prazo previamente estabelecido no momento de sua emissão, por ser um título de crédito que esboça ordem de pagamento à vista e se submete aos princípios da literalidade, abstração, autonomia das obrigações cambiais e não oposição das exceções pessoais a terceiros de boa-fé.

O pacto gera obrigação somente para as partes que o firmaram. Não vincula ou cria obrigações para terceiros e, conseqüentemente, a regra da citada Súmula 370 é válida só para os pactuantes.

Portanto, é imprescindível que o prazo postado no cheque pré-datado seja rigorosamente observado pelo portador. Caso contrário, poderá sofrer condenação judicial e obrigado a indenizar os danos morais decorrentes da apresentação antecipada. Por conseguinte, terá gastos com custas e despesas processuais, dinheiro este que poderia ser investido de outra forma para alavancar o negócio.

David Marlon da Silva é advogado, proprietário do escritório David Marlon Advocacia, especializado em questões de Direito Civil e Processual Civil, Empresarial, Consumidor, Bancário e Sucessões

Mesmo que o cheque tenha sido apresentado antecipadamente por terceiro, será o beneficiário (originário) quem terá o dever de indenizar o dano ao emitente, por ter colocado o cheque em circulação e lhe devolvido a qualidade de ordem de pagamento à vista

AGILIDADE QUALIDADE CAPACIDADE LUCRATIVIDADE

Foram esses 4 motivos que nos levaram a adquirir mais uma **Heidelberg XL 8 cores** e como se não bastasse, ampliamos nosso parque gráfico em mais **1.500m²** de área útil para produção. Peça um orçamento sem compromisso e veja a diferença que vai fazer essa nova aquisição.

Com números não se discute.

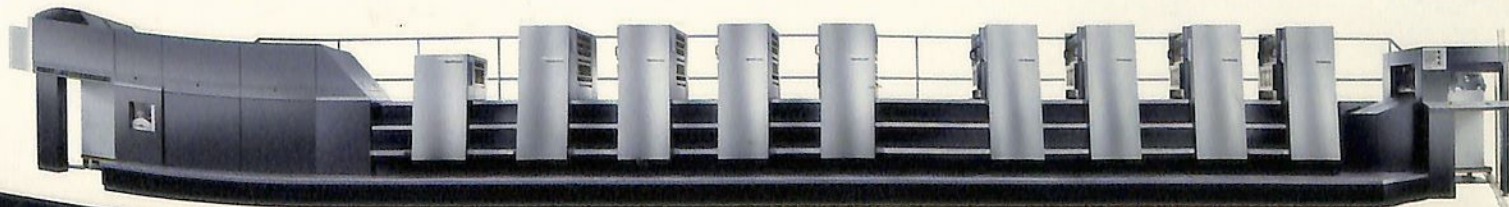


A marca da
gestão florestal
responsável



GRÁFICA REGENTE

www.graficaregente.com.br
44 3366-7000



FEIRA FESTAS & NOIVAS



8ª Edição

Para todas as festas
da sua vida



Desde 2007, a Feira Festas & Noivas une fornecedores para todos os tipos de eventos e consumidores interessados em qualidade e novidades. A 8ª edição promete isso e muito mais. Venha conferir!

5 e 6 de agosto | terça e quarta-feira | 16 às 22 horas | Moinho Vermelho | Entrada gratuita

• www.feirafestasnoivas.com.br •

apoio

realização

