



ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Agosto/2014
Nº 545 - Ano 51
R\$ 5,00

PATERNIDADE ATIVA



O DIA A DIA
DOS NOVOS PAIS, MAIS
PARTICIPATIVOS NO
DESENVOLVIMENTO
DOS FILHOS.

AS DIFICULDADES
E COMPENSAÇÕES
DE EMPRESÁRIOS
QUE INVESTEM
MAIS TEMPO E
AFETO NAS
SUAS FAMÍLIAS.

Here's to
INDEPENDENCE

**TO BREAKING
THE MOLD &
SPEAKING YOUR MIND.**



ADEGA BRASIL

Av. Brasil, 6801 | Maringá-PR | 44 2103-0222

adegabrasil.com

Se beber, não dirija.



“ Esta mesma lógica de contribuir para a qualidade de vida da comunidade e para o desenvolvimento de forma ordenada do município fez com que a ACIM cedesse espaço físico e apoio institucional para várias entidades

Muito além das consultas de crédito

A atleta paralímpica Terezinha Guilhermina é um exemplo de determinação e superação. Deficiente visual e vinda de uma família sem muitas posses, ela encontrou no esporte profissional a oportunidade de superar desafios, fazer amizades e conhecer o mundo. Também quebrou recordes mundiais, cursou uma faculdade, a de Psicologia, e agora quer proporcionar a outras pessoas o mesmo que o esporte lhe deu. Por isso, ela criou um instituto para formar atletas com deficiência.

E a sede do Instituto Terezinha Guilhermina fica na ACIM. Isso porque somos uma entidade que trabalha além dos interesses da classe empresarial. Trabalhamos em prol da comunidade. E como o projeto da Terezinha é fantástico, nada mais natural do que ajudar a torná-lo viável e ajudar a angariar apoiadores.

Esta mesma lógica de contribuir para a qualidade de vida da comunidade e para o desenvolvimento de forma ordenada do município fez com que a ACIM cedesse espaço físico e apoio institucional para outras várias entidades, a exemplo do Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg), Observatório Social e Noroeste Garantias.

Outros projetos ganharam solo fértil na Associação Comercial. Um dos mais recentes é o Ponto de Atendimento ao Empreendedor, que é uma parceria entre a entidade, Sebrae e Noroeste Garantias, onde empresários e empreendedores têm acesso a consultorias e cursos com preços diferenciados, bem

como a linhas de crédito com melhores condições.

Mas trabalhar em prol da comunidade não significa deixar de lado os interesses da classe empresarial. Pelo contrário, os empreendedores encontram uma ACIM cujo trabalho vai além das consultas de crédito. Oferecemos uma ampla gama de cursos, treinamentos e palestras gratuitas, como as que realizamos em 12 bairros com Nailor Marques Júnior e a que vamos realizar no mês que vem, em parceria com a Coopercard, com Paulo Storani, ex-capitão do Bope que inspirou o personagem capitão Nascimento do filme Tropa de Elite.

Os pequenos empresários recebem atenção especial. Temos orgulho de ser uma das associações comerciais que mais tem núcleos do programa Empreender. São núcleos que unem empresários de um mesmo segmento para discutir obstáculos e a ampliação de negócios. As reuniões acontecem semanalmente ou quinzenalmente com o acompanhamento gratuito de um consultor.

Há ainda convênios com operadores que garantem preços muito diferenciados em planos de saúde e uma série de outros produtos e serviços. Se você, empresário, ainda não conhece todos os benefícios de ser associado, pode solicitar a presença de um consultor ou conhecer a sede da ACIM. Será um prazer recebê-lo em sua própria casa.

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



ÍCONE DOS RESIDENCIAIS DE ALTÍSSIMO PADRÃO

Últimas unidades do
empreendimento com a
melhor vista da cidade.



FACCHINI/PHOTOS

ACESSE A PLANTA E
CONHEÇA MAIS
construtoradesign.com.br



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

(Arthur Thomas com Av. Herval)

- 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

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.

VENDAS:

**CASA
MAX**
IMÓVEIS

FONE: 3046.1010 / www.casamaximoveis.com.br

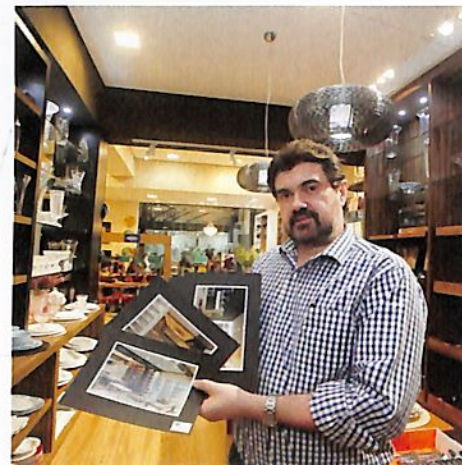

design
INOVAÇÃO E QUALIDADE
Desde 1973



16

REPORTAGEM DE CAPA

Depois de perder a esposa, Rafael del Col teve que tornar a agenda mais flexível para ficar mais próximo de Raísa; assim como ele, pais se desdobram para ajudar na criação dos filhos e até mudam a rotina; para psicoterapeuta, "pais omissos têm maiores chances de ter filhos dependentes químicos, marginais, perversos e com mau rendimento escolar"



8 **ENTREVISTA**

Eleito Empresário do Ano 2014, Ilson Rezende, sócio da DB1 Informática, é o entrevistado principal desta edição; além de contar sobre o início da carreira e da trajetória como empresário, Rezende fala sobre a falta de mão de obra no setor de Tecnologia da Informação, união do segmento e associativismo

24 **INTERNET**

Como lidar com as reclamações dos consumidores e fazer uma boa gestão da imagem nas redes sociais? Com a palavra, empresários e especialistas como a consultora do Sebrae Paraná Patrícia Santini, que coordenou um trabalho de capacitação junto ao setor turístico e detectou que muitos empresários não se atentavam para o poder de influência da internet

28 **MERCADO**

Se bem planejadas e executadas, reformas em lojas, com melhoria da disposição dos produtos e novo leiaute, ajudam a melhorar o desempenho comercial; Eduardo Silva, da World Importados, financiou metade da reforma, e com as alterações ganhou um movimento 35% maior de clientes

www.acim.com.br



38 PERFIL

Depois de trabalhar com chefs europeus reconhecidos como Gordon Ramsey e Pierre Gadnaire, Alberto Landgraf abriu na capital paulista o restaurante Epice, que ganhou importantes prêmios da gastronomia brasileira; Landgraf, que passou a infância e a adolescência em Maringá, conta sobre os desafios que enfrentou na abertura do próprio negócio, além dos motivos que levam 80% dos bares e restaurantes a não sobreviver a três anos de mercado



46 MERCADO

As clientes da Aklo, de Magda Egoroff, não pagam pelo ajuste das peças que compram na loja e ainda ganham serviço de *personal stylist*; estes são exemplos das comodidades que as lojas têm oferecido, e há também quem deixa de forma condicional as peças nas casas dos clientes e outros mimos para conquistar e fidelizar o consumidor

52 TURISMO

Pelos cálculos do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, a cidade deixa de arrecadar mais de R\$ 20 milhões por ano devido à falta de um centro de eventos e por isso foi criada uma comissão que está unindo esforços para a criação deste equipamento turístico; entre as ações previstas está uma petição para a adesão da população ao projeto

REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 50 Nº 545 AGOSTO/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, Renata Mastromauro e
Rosângela Gris

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 Amorim, 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 1085 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.

APOIO INSTITUCIONAL



O empresário que trabalha para estar entre os 10 maiores grupos de TI

O letreiro estampado na fachada da sede da DB1 Informática é a marca do triunfo do visionário jovem que, no início da década de 1990, trocou a pacata cidade de São Tomé, no interior do Paraná, por Maringá para cursar Processamento de Dados na Universidade Estadual de Maringá (UEM) e iniciar uma trajetória bem-sucedida no mercado de Tecnologia de Informação (TI). “Foi paixão à primeira vista”, resume Ilson Rezende, 41 anos, ao lembrar o primeiro contato com um computador. “Naquele momento não tive dúvida sobre a carreira profissional que iria seguir”.

O projeto de ter um negócio próprio surgiu ainda na faculdade, mas só virou realidade cinco anos após a conclusão da graduação, porém já com as características “grandiosas” almeçadas por seu idealizador. “Queria trabalhar com projetos grandes”, recorda o empresário, hoje realizado com a trajetória alcançada pela DB1 Informática. Fundada em 2000, a empresa tem a matriz em Maringá e duas filiais em Presidente Prudente, São Paulo, e em Hyderabad, na Índia. São mais de 150 colaboradores - para atendimento a empresas com projetos personalizados, software de gestão empresarial, nota fiscal eletrônica e software de gestão pecuária - e mais de 500 clientes, entre eles as 20 maiores empresas do Brasil. Não surpreendentemente, a DB1 figura entre as maiores fábricas de softwares do interior do Paraná e entre as melhores empresas para se trabalhar segundo o The Great Place to Work.

Rezende foi eleito Empresário do Ano 2014, prêmio que receberá este mês. Em entrevista à Revista ACIM, o empresário, que é casado com Cláudia Collachitt Rezende e pai de Arthur César e Julia Gabriela, fala sobre a trajetória à frente da DB1 e da ambiciosa meta de estar entre os dez maiores grupos de TI do Brasil nos próximos anos. Confira:



Walter Fernandes

Como a DB1 foi idealizada?

Quando me formei, em 1995, já planejava ter uma empresa na área de desenvolvimento de software, mas não queria trabalhar com projetos pequenos, almejava algo maior. Então, antes de empreender, trabalhei em prefeituras e empresas de médio e grande portes, onde aprendi mais sobre a profissão, desenvolvimento de software e gerenciamento de projetos. Foram cinco anos até a DB1 se tornar realidade, mas quando surgiu foi como empresa de serviço de projetos grandes, com foco no desenvolvimento de software personalizado, tal como eu projetava.

A DB1 se tornou uma das maiores fábricas de software do interior do Paraná. Como foi esta trajetória?

Softwares são desenvolvidos há apenas 40 anos. A DB1 surgiu em meio a uma revolução digital. Até pouco tempo usávamos a internet para mandar email e divulgar sites, hoje são inúmeros sistemas na *web*. Nesta transição, algumas tecnologias e marcas ficaram pelo caminho. Ou seja, além das dificuldades comuns a qualquer negócio, enfrentamos desafios tecnológicos. Fizemos apostas em tecnologias de vanguarda, em determinados momentos tivemos êxito, em outros não. Essas oscilações tecnológicas e de mercado fazem parte do meio corporativo. Outro desafio foi implantar um sistema de gestão eficiente e adequado após um período de expansão. Enquanto éramos pequenos, empresa e equipe estavam sob meu controle, eu conhecia todos os clientes. Porém, descobri que para ganhar mercado, não bastava fazer bons softwares, era preciso gestão. O ano de 2007 foi muito difícil, por pouco não quebramos. Tínhamos ótimos produtos, vendíamos bem, mas não sobrava dinheiro, e não entendíamos o porquê. Para retomar o rumo, foi preciso deixar de ser “dono

“ Em 2009 um empresário contratou um jovem recém-aprovado em primeiro lugar no vestibular. Na época achei loucura, afinal o rapaz ainda não tinha formação. Hoje estamos contratando jovens do ensino médio e temos um projeto de formação de futuros profissionais voltado para crianças de dez anos, para contratar esses meninos daqui dez anos

da empresa” e me tornar “empreendedor”, mudança que exigiu estudo e novos conhecimentos sobre conceitos de gestão empresarial. Em 2008, já com um sistema de gestão funcionando, iniciamos uma curva de crescimento. Já hoje eu diria que a maior dificuldade do setor de TI é a mão de obra.

O setor de TI também sofre um apagão de mão de obra?

Em 2009 um empresário contratou um jovem recém-aprovado em primeiro lugar no vestibular. Na época achei loucura, afinal o rapaz ainda não tinha formação. Hoje estamos contratando jovens do ensino médio e temos um projeto de formação de futuros profissionais voltado para crianças de dez anos, para contratar esses meninos daqui dez anos. Essas iniciativas resumem a realidade do nosso mercado: existem vagas e serviços, mas faltam profissionais. A nossa região forma, em média, cem profissionais por ano, e a demanda é de 500. Para suprir a escassez de mão de obra regional, precisamos trazer gente de fora. Superada a fase da contratação vem o desafio de manter o profissional atualizado e motivado a buscar novas tecnologias.

Foi o gargalo na mão de obra que levou a DB1 a instalar filiais em Presidente Prudente e na Índia?

Em Presidente Prudente e na Índia funcionam as fábricas de softwares, não estamos lá para vender, e sim para produzir. No caso da cidade paulista, conhecida como polo universitário, a

oferta de mão de obra jovem favoreceu a implantação da unidade, embora já tivéssemos relações com a cidade através de clientes. Na Índia chegamos em 2009 em meio a um processo de tentativa de exportação. Precisávamos entender o que era preciso para ultrapassar as fronteiras. Em busca deste conhecimento participei de um evento na Índia com a intenção de contratar empresas para prover serviços à DB1 no Brasil. No ano seguinte voltei à Índia e chegamos a contratar um projeto pequeno. No processo de seleção para contratação de funcionários, alguns candidatos me chamaram a atenção e a partir daí descobri que a Índia é um país que se destaca no serviço de tecnologia de informação. Lá os pais orientam os filhos a seguir a carreira de engenheiro de computação. A partir desta experiência passamos a desenvolver softwares também na Índia.

Cometer e reconhecer os erros fazem parte do processo para se obter sucesso empresarial?

Errar faz parte, desde que você erre somente uma vez. Muitas empresas não avançam porque repetem o mesmo erro e, na maioria das vezes por incompetência inconsciente, não conseguem identificá-lo. Outros empresários acreditam que está tudo bem enquanto o fluxo de caixa está positivo, e ignoram os problemas. Porém em momentos de crise não dá tempo de reagir, identificar e consertar em tempo hábil o que está dando errado. Como qualquer empresa, a

DB1 enfrenta problemas, a diferença é como lidamos com eles. Temos a filosofia de agir rápido, identificando e procurando soluções para o que está dando errado, independente de departamento, processo ou serviço.

Desde 2010 a DB1 está entre as melhores empresas para se trabalhar no Paraná. Quais fatores colocaram e mantêm a empresa nesta posição?

Chegamos a estar entre as 20 melhores do Brasil, e espero que este ano possamos estar novamente neste ranking. Esta posição está associada aos valores da empresa. Defendemos que é preciso criar uma trajetória de sucesso e gerar fluxo de caixa positivo, afinal mais do que resultado, é preciso dinheiro. Porém é preciso também gerar prosperidade àqueles que estão a nossa volta, e isso começa pelos colaboradores.

Nas novas instalações da DB1 os colaboradores dispõem de um ambiente de trabalho que foge do comum, com áreas de lazer e convívio comum, jogos e puffs. Como tem sido a experiência de aliar trabalho e diversão?

Temos um conjunto de metas e indicadores bem definido. Desta forma não precisamos nos preocupar com o tempo que o colaborador permanece sentado em frente ao computador, até porque o fato de estar ali não significa que esteja produzindo. A nossa ideia ao criar este espaço é oferecer um apoio à produção. Quando a pessoa está com dificuldade de concentração, independente do motivo, ela para o que está fazendo, passa um tempo nesses ambientes onde pode se distrair e espairecer, e depois retorna para o computador com foco no trabalho. Essas áreas também servem para confraternização, descanso



Walter Fernandes

e compartilhamento de experiências profissionais.

O senhor idealizou e abriu a DB1 sozinho, mas hoje tem dois sócios, Cássio Augusto Serea e Alexandre de Souza Doná. Como é essa relação?

Recebemos salários e 13º salário pelos cargos e atividades desenvolvidas na empresa, como qualquer outro funcionário. Para conseguir separar os papéis de acionistas e executivos, realizamos reuniões separadas e contamos com a ajuda profissional de um *coaching*, porque realmente não é uma tarefa fácil. Felizmente a relação tem se mantido em um âmbito bem profissional.

Quando olha para o futuro onde vê a DB1?

Entre os dez maiores grupos de TI do Brasil. Nossa ideia era alcançar esta posição até 2022, porém refizemos os cálculos e agora a nossa expectativa é próximo a 2030. Isso porque não apostamos em nenhuma grande sacada ou produto revolucionário, mas no crescimento consistente. Para chegarmos a nossa meta será preciso crescer em torno de 30%, obrigatoriamente, ao ano.

O senhor é bastante atuante no meio associativista. Qual a importância deste trabalho?

Meu primeiro contato com o universo associativista foi através da

ACIM, e na época fiquei impressionado com o trabalho da entidade e a dedicação dos envolvidos. Então comecei a me envolver com alguns projetos e percebi que isto trazia conhecimento, estreitava relações profissionais e favorecia a troca de ideias. A partir da experiência na ACIM, surgiu a iniciativa de mobilizar o setor de TI buscando a estruturação no mercado e o crescimento através da união de forças e fundamos a Software By Maringá. O associativismo é o trabalho de alinhamento de interesse coletivo ao interesse individual, e foi com este pensamento e propósito que presidi entidades como a Caciner e fui um dos fundadores da Noroeste Garantias.

Qual é o maior desafio hoje como executivo, pai de família e adepto de práticas associativistas?

Gestão de tempo. Tenho conseguido equilibrar os compromissos e obrigações por estar cercado de pessoas boas e competentes, tanto em casa quanto no trabalho. De um lado conto com o apoio incondicional da minha esposa que, quando é preciso, me “puxa” para o convívio familiar. Do outro, há um grupo de colaboradores comprometido com a DB1 e colegas de setor, companheiros de entidades, que compartilham da ideia de que é preciso união para atingir objetivos.

Como recebeu a notícia de ter sido eleito Empresário do Ano?

Sinto-me honrado pelo reconhecimento. Dada a quantidade de empresários atuantes e bem-sucedidos em Maringá, estar entre os indicados já seria um prêmio, ganhar é uma grande honra. Penso no prêmio como um reconhecimento a um grupo que trabalha pelo desenvolvimento e crescimento do setor de TI, que hoje emprega entre três e quatro mil profissionais em Maringá. ■

O MERCADO DE TRABALHO ESCOLHE OS MAIS PREPARADOS.

PÓS-GRADUAÇÃO UNICESUMAR CURSOS MODULARES

CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS

A ARTE NA CONTEMPORANEIDADE
COMÉRCIOS E NEGÓCIOS INTERNACIONAIS
DIREITO CIVIL, DIREITO PROCESSUAL CIVIL E DIREITO DO
TRABALHO
DIREITO EMPRESARIAL
DOCÊNCIA NO ENSINO SUPERIOR
EDUCAÇÃO ESPECIAL (CURSO NOVO)
GERENCIAMENTO DE PROJETOS
GESTÃO DA COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL
LINGUAGEM AUDIOVISUAL E CINEMA (CURSO NOVO)
MBA - EXECUTIVO - GESTÃO EMPRESARIAL E DE NEGÓCIOS
MBA - QUALIDADE E PRODUTIVIDADE
MBA - EXECUTIVO - GESTÃO EMPRESARIAL E DE NEGÓCIOS
MBA - FINANÇAS - AUDITORIA E CONTROLADORIA
MBA - MARKETING, COMUNICAÇÃO, MERCADO E MÍDIA
MBA - RECURSOS HUMANOS: GESTÃO DE PESSOAS E
DESENVOLVIMENTO DE EQUIPE
PROJETO DE INTERIORES
PSICOPEDAGOGIA (CURSO NOVO)

CIÊNCIAS BIOLÓGICAS E DA SAÚDE

ANÁLISE AMBIENTAL
APERFEIÇOAMENTO EM ENDODONTIA EM MOLARES COM
ÊNFASE EM ROTATÓRIO
ATIVIDADE FÍSICA PARA SAÚDE E TREINAMENTO
AUDIOLOGIA CLÍNICA E OCUPACIONAL
AVALIAÇÃO PSICOLÓGICA
CIRURGIA E TRAUMATOLOGIA BUÇO-MAXILO-FACIAIS
CLÍNICA MÉDICA DE PEQUENOS ANIMAIS
ENDODONTIA COM ÊNFASE EM TÉCNICAS AUTOMATIZADAS
E CIRURGIAS PARENDODONTICAS
ESTÉTICA FACIAL E CORPORAL
FARMACOLOGIA APLICADA À CLÍNICA
HIGIENE, INSPEÇÃO E TECNOLOGIA DE PRODUTOS DE
ORIGEM ANIMAL
IMPLANTODONTIA
NUTRIÇÃO E ESPORTE

CIÊNCIAS EXATAS, TECNOLÓGICAS E AGRÁRIAS

ADMINISTRAÇÃO EM BANCO DE DADOS
ENGENHARIA DE EDIFICAÇÕES
ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
ENGENHARIA DE SEGURANÇA DO TRABALHO (CURSO NOVO)
FONTES RENOVÁVEIS DE ENERGIA (CURSO NOVO)
MBA EM GERENCIAMENTO E EXECUÇÃO DE OBRAS (CURSO
NOVO)
WEBDEV - DESENVOLVIMENTO DE APLICAÇÕES WEB

Inscrições Abertas | 44 3027 6222

Av. Guedner 1610 Jd. Aclimação - Maringá - Paraná | www.unicesumar.edu.br

 UniCesumar

INVESTIMENTOS EM PUBLICIDADE DEVEM CRESCER 4,4% ATÉ 2018

A PwC projeta que os investimentos em publicidade no mundo aumentarão nos próximos cinco anos. A estimativa é feita com base na 15ª edição do Global Entertainment & Media Outlook Overview 2014-2018, estudo que abrange 54 países, que representam 80% da população mundial.

O gasto médio com publicidade em televisão, sites, jornal, revista, mídia *out-of-home* e rádio deve crescer 4,4% até 2018. A TV continua sendo o canal com mais investimentos publicitários, responsável por 32% dos gastos em 2013 e com previsão de aumento global de 34% até 2018.

Já a internet está em segundo lugar global em investimentos em publicidade. O crescimento foi de 17% em 2013 e deve atingir 21% até 2018. Neste ano o Brasil deve ser o quarto mercado global em gastos com acesso à internet, com expectativa de crescimento de 85%, podendo faturar US\$ 3,3 bilhões.

Na projeção global da publicidade veiculada em TV, o aumento de cerca de 5% deve levar a um faturamento de US\$215 bilhões nos próximos cinco anos. Segundo a pesquisa, o mercado em países emergentes, como Brasil e Rússia, aumentará praticamente em 50% o faturamento no período de 2014 a 2018.

Em sua 15ª edição, o levantamento avalia os gastos dos consumidores e investimentos com publicidade. A análise foi realizada em 13 segmentos do entretenimento. Neste ano foram incluídos no estudo Egito, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos e Peru.



Divulgação

OBRAS DE ARTISTA PLÁSTICO LOCAL ESTÃO EXPOSTAS EM AEROPORTOS

Os corredores do recém-reformado aeroporto de Brasília estão exibindo as obras do artista plástico maringaense Paolo Ridolfi, graças a uma parceria entre a Sim Galeria, que representa o artista, e a Via Mais, especializada em mídia aeroportuária. As obras podem ser vistas também no aeroporto Afonso Pena, em São José dos Pinhais.

Trata-se do projeto Arte nos Aeroportos, que apresenta as obras dos artistas representados pela galeria em painéis que eram usados para publicidade. Outros aeroportos receberão as obras Ridolfi.

ENCONTRO DA CONSTRUÇÃO SOCIAL EM MARINGÁ

A Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC), em parceria com o Sesi Nacional, realiza anualmente ações voltadas aos trabalhadores do setor no Dia Nacional da Construção Social. O evento acontecerá simultaneamente em várias cidades brasileiras em 23 de agosto. E pela primeira vez Maringá participará das comemorações.

A organização será feita pelo Sesi, onde acontecerá a programação, com participação do Sinduscon, Seconci, prefeitura, entre outras instituições. O evento terá como tema principal a família e estão sendo preparadas atividades relacionadas à saúde, lazer, educação e cidadania. Os trabalhadores e familiares participarão de palestras, jogos, debates, gincanas e receberão lanches.

MARINGÁ SEDIARÁ 2ª EDIÇÃO DO TICNOVA

Será realizada em Maringá, entre 27 e 29 de agosto, a segunda edição do maior evento de Tecnologia da Informação e Comunicação do Paraná, o Ticnova, que apresentará três trilhas temáticas: *startup*, educação e negócios. O evento será composto por palestras, workshops e minicursos.

A abertura será no teatro Calil Haddad no dia 27 com palestra de Antonio Pedro Osório Tabet, que é publicitário, autor, roteirista e possui um quadro no programa Caldeirão do Huck, da Rede Globo. Ele falará sobre a criação do blog de humor Kibe Loco e do canal Porta dos Fundos, que rapidamente ultrapassou um milhão de inscritos em sua página do Youtube.

No dia 29 a programação será realizada no Sebrae com apresentação de temas como *Startup Weekend* no mundo, tendências e tecnologias em *Cloud* e *Mobile* e principais erros jurídicos para startupeiros.

Outra grande ação do setor em agosto, nos dias 16 e 17, será a realização da Maratona de Programação Hackathon. Durante 24 horas, programadores terão o desafio de desenvolver soluções para a área educacional e para o Observatório Social de Maringá.

UNICESUMAR OFERECERÁ CURSOS GRATUITOS DE FORMAÇÃO TÉCNICA

Por meio do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec), a Unicesumar e a Faculdade Cidade Verde (FCV) oferecerão cursos de formação técnica gratuitos. Podem participar do programa pessoas de 16 a 59 anos.

A Unicesumar oferecerá 1,7 mil vagas, em 18 cursos com duração de 800 e 1,2 mil horas/aula. O critério de seleção serão as notas do Exame Nacional de Desempenho do Ensino Médio (Enem). Para trabalhadores que não possuem a nota do exame, será aberto período especial de inscrição após a finalização das duas primeiras chamadas. O curso de Enfermagem exige idade mínima de 18 anos. Até o material didático é gratuito. Os cursos terão duração de 18 meses, com aulas de manhã, tarde ou noite e início em 18 de agosto.

Já a FCV está oferecendo 200 vagas para o curso técnico em Logística. As inscrições são em três etapas. Para se inscrever nas duas primeiras, a nota do Enem é obrigatória. Já para a terceira chamada, as inscrições devem ser feitas entre 11 e 20 de agosto e o único critério é ter concluído ensino médio. Interessados devem se inscrever pelo www.facapronatec.com.br.

SOFTWARE CONTROLA PAUSAS DE TRABALHO EM CÂMARAS FRIAS

Sancionada pelo Ministério do Trabalho e Emprego, a Norma Regulamentadora nº 36 trata, entre outros requisitos, do horário de permanência de trabalhadores que exercem funções em câmaras frias de empresas de abate e processamento de carnes e derivados. A norma estabelece um período mínimo de 20 minutos de repouso a cada uma hora e quarenta minutos de trabalho contínuo.

A empresa maringaense Atak, em parceria com a Rfcontrol, desenvolveu o software RFID Pessoas para registrar no sistema, de forma rápida, a entrada e saída dos colaboradores que trabalham em áreas refrigeradas. O registro é feito por meio de um chip preso à roupa, crachá, capacete ou outro equipamento de proteção. Com a ferramenta, o funcionário pode usufruir o tempo de intervalo previsto em lei e o empresário ganha agilidade, já que o sistema permite a passagem de vários colaboradores ao mesmo tempo pelo equipamento de monitoramento; na foto o diretor da Atak Sistemas, Roberto Pavan.



MARINGÁ TERÁ CAMPUS DA UTFPR

Maringá deverá receber o 15º campus da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Fruto de um trabalho iniciado há quase dois anos numa parceria entre a ACIM e o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), o projeto ganhou forças em maio quando o reitor da universidade, Carlos Eduardo Cantarelli, e representantes das duas entidades se reuniram com o prefeito Carlos Roberto Pupin, que manifestou aprovação da prefeitura e sinalizou a disponibilização de terreno para a instituição.

A UTFPR tem como escopo a formação tecnológica superior, sendo a única universidade tecnológica pública do país. Com 97 cursos de graduação, a UTFPR poderá oferecer em Maringá cursos como Engenharia Aeronáutica, Engenharia de Materiais, Tecnologia em Vestuário e Tecnologia Gráfica, embora a demanda da comunidade determinará a oferta de cursos. A concretização da implantação do campus Maringá poderá acontecer ainda em 2015.

O próximo passo é a aprovação do projeto em Brasília, o que deverá acontecer nos próximos meses, com o apoio dos políticos que representam a região.



Walter Fernandes

NOVO HOTEL EM MARINGÁ

A rede Accor inaugurou, em Maringá, o 16º hotel brasileiro com bandeira Ibis Budget - a inauguração foi em 15 de julho. São 190 apartamentos e três tipos de acomodações: três camas de solteiro, uma cama de casal mais cama de solteiro e uma cama de casal. A tarifa é R\$ 99 por apartamento, válida para até três hóspedes. O café da manhã e o estacionamento são opcionais.

Com categoria supereconômica e foco no público de negócios, o hotel não disponibiliza frigobar e telefone nos quartos. Mas há uma loja de conveniência que funciona 24 horas e os hóspedes ganham agilidade, já que não há necessidade de *checkout*.

As três salas de eventos, com capacidade para 40, 59 e 130 pessoas, serão inauguradas em setembro. O hotel está localizado na avenida Horário Raccanello Filho, 5.105, anexo ao Shopping Avenida Center, inclusive há acesso pelo centro de compras. O telefone é (44) 3302-2400.

NOROESTE GARANTIAS GANHA TÍTULO DE UTILIDADE PÚBLICA

A Câmara Municipal de Maringá concedeu, em 15 de julho, em segundo turno de votação, o título de utilidade pública à Noroeste Garantias – trata-se de uma espécie de atestado de credibilidade que confere habilitação jurídica para receber recursos do poder público.

A iniciativa partiu do presidente da Câmara Municipal de Maringá, vereador Ulisses Maia, que apresentou o Projeto de Lei (PL) nº 12.541/2013. A primeira votação aconteceu em 10 de julho e teve a aprovação unânime dos parlamentares.

O superintendente executivo da Noroeste Garantias,

Rafael Thibes, considera que a concessão do título de utilidade pública servirá como argumento para a prefeitura de Maringá sancionar o PL nº 9.279/2012, que autoriza o governo municipal a repassar R\$ 1 milhão ao fundo da sociedade garantidora. O PL nº 9.279 foi aprovado em julho de 2012 para estimular o acesso ao crédito e a capitalização das micro e pequenas empresas. De acordo com o texto assinado e publicado pelo presidente do Poder Legislativo municipal à época, vereador Mário Hossokawa, o repasse deveria ser feito em agosto de 2012, ou seja, um mês após a decisão dos vereadores.

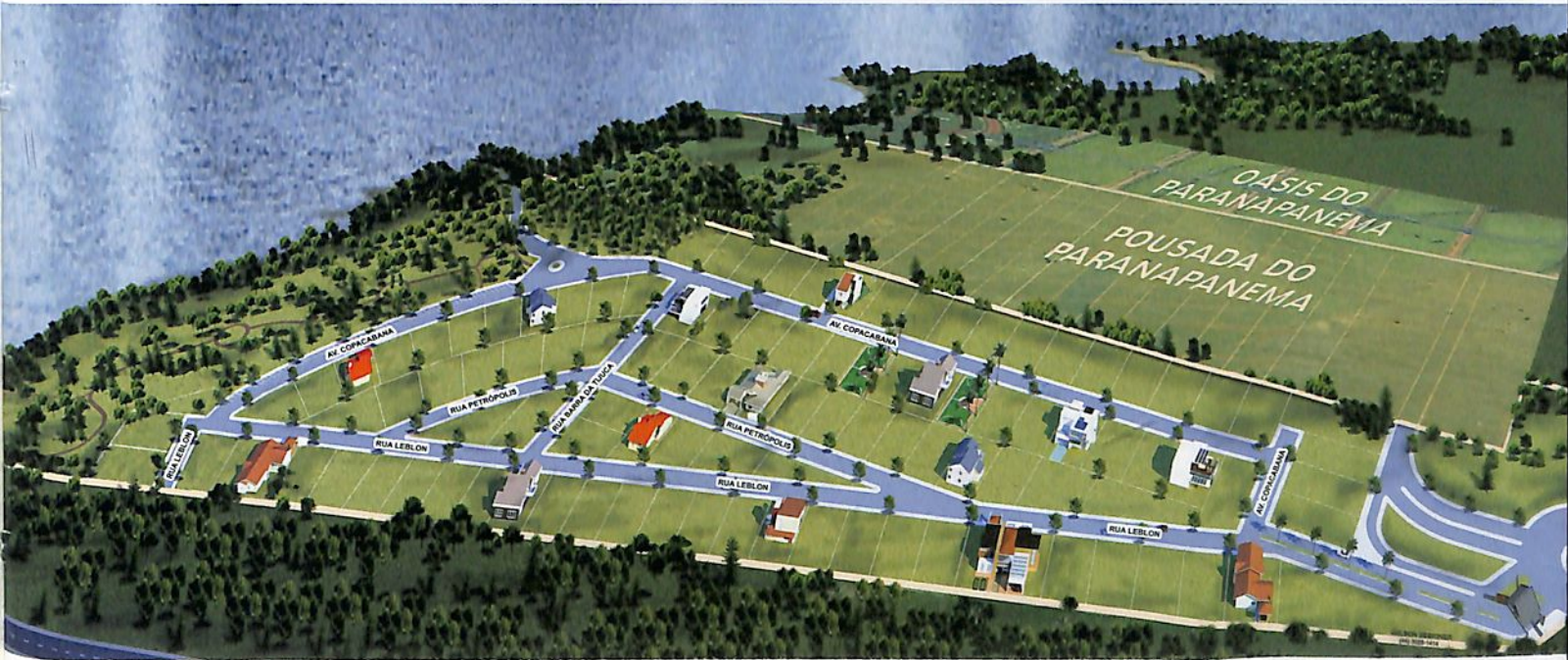
Viva com qualidade, viva com prazer!

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

Condomínio

Totalmente parcelado

Apenas a
90km de Maringá
em Santo Inácio



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



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



CONSTRUTORA
TRANSAMÉRICA
3222-1512



Av. XV de Novembro, nº 696
FONE/FAX: (44) 4009-2000

Prefeitura de Santo Inácio - Licença de Instalação do Instituto Ambiental do Paraná - IAP / Nº 9893
Cartório de Registro de Imóveis da Comarca de Colorado - Pr - Matrícula Nº 19.912 / Lote: Nº 80-A-1-A

Vida de pai: bom senso, afeto e referências

O mundo profissional exige mais de todos. Às vezes, homens podem abrir mão de ser empresários, mas nunca de ser pais: aqui estão personagens que se dedicam a esta vida dupla com orgulho, luta e amor

Alan Maschio

Emanipação, independência, carinho, liberdade. O leitor com certeza conhece estes conceitos. E diante deles, mais cedo ou mais tarde vai associá-los a um gênero, a um sexo.

Mas antes de fazer isso, aceite um desafio. Responda a pergunta: o quão difícil é ser pai?

...
Pois é.

A dificuldade para se pensar em respostas para esta questão, em parte, tem origem no comportamento dos próprios homens. Criados para prover, muitos não têm tempo, se esquecem, ou abrem mão de uma vida que eles ajudaram a criar - a dos filhos. E a legítima luta da mulher pela emancipação social e profissional só fez aumentar a res-

ponsabilidade dos homens em casa, diante da família - não no aspecto financeiro, para o qual hoje eles têm uma parceira, mas nas esferas afetiva, sentimental e educacional.

Enquanto ser mãe é dar o peito, o carinho e o abraço, ser pai, muitas vezes, é dizer o não querendo o bem.

Importante destacar que esta definição não é aleatória. Em entrevista concedida ao programa Educar para Crescer (www.educarparacrescer.abil.com.br), a psicóloga e professora da Universidade de São Paulo Belinda Mandelbaum afirma que "de maneira bem genérica, a função materna é a do acolhimento, do cuidado, da contenção das angústias do filho. Quem exerce a função materna pode atender às necessidades da criança e promover uma situação de conforto



Walter Fernandes

Viúvo, o empresário Rafael del Col virou duas vezes pai de Raisa: agenda mais flexível e um blog em que conta a rotina dos dois: "com este amor, descobri que eu posso ser quem eu quiser"

e bem-estar. Toda essa vivência é incorporada pela criança que desenvolve a sensação de segurança, de confiança. Já a função paterna, em linhas bem gerais, envolve tanto a função de acolhimento quanto a imposição de limites e regras cla-



ras. A criança precisa saber conter seus impulsos, voracidade, desejos e ansiedade, para a sua própria segurança. Todo esse cuidado é muito importante para o desenvolvimento da criança”.

Figura paterna

A psicoterapeuta Elizabeth Maio reforça a importância da figura paterna no desenvolvimento da criança. “A figura do pai ocupa um

lugar de referência importante para o desenvolvimento emocional do filho. O lugar do limite na vida do filho deve vir do pai, como autoridade, e confirmado pela mãe. Um ‘não’ bem dito, com segurança, explicação e afeto é sinal de amor e interesse pelo bem-estar do filho. Serve como um organizador psíquico”, explica.

Muitas mães vivem sozinhas. Criam os filhos, assumem múlti-

plos papéis. A luta é árdua, mas sempre digna.

Muitos pais também. Com a diferença, contudo, de que poucos têm a coragem para buscar apoio. Os que buscam, pouco encontram.

O empresário Rafael del Col é um destes personagens. No final do ano passado, ele perdeu a esposa, Tatiane, em um acidente de carro no Rio Grande do Sul. Advogada, ela viajava para uma audiência



Walter Fernandes

Para a psicoterapeuta Elizabeth Maio, “o lugar do limite na vida do filho deve vir do pai, como autoridade, e confirmado pela mãe. Um ‘não’ bem dito, com segurança, explicação e afeto é sinal de amor”

quando outro carro atravessou a pista. Eles eram casados há quatro anos, e Tatiane estava grávida de dois meses.

Rafael, formado em Marketing, responde pela RDC Representações há dois anos e dedica de nove a dez horas por dia ao trabalho. Com a perda da esposa, virou duas vezes pai de Raisa, a filha que, há época do acidente, tinha dois aninhos.

Os dois buscaram forças um no outro.

Com a capacidade de recuperação que é comum às crianças, Raisa se adaptou de forma um pouco mais rápida. Por ser pequena, teve atenção especial de toda a família, já que os pais e os sogros de Rafael vivem em Maringá. Às vezes pergunta por Tatiane, às vezes questiona se a tia será a nova mamãe.

Rafael, por outro lado, percebeu no dia seguinte ao sepultamento que precisaria de ajuda. Teve apoio profissional, com uma psicóloga. Também buscou na internet, e ali descobriu que quase todo o material disponível é dirigido a mulheres.

Foi quando, incentivado pelos primos mais novos, decidiu criar um blog, no qual descreveria sua rotina com Raisa. O resultado foi muito, muito além do esperado.

Os laços com a filha se fortaleceram. A rotina de Rafael ganhou cores, com a presença constante da menininha no dia a dia. Rafael almoça todos os dias com Raisa, leva-a para o trabalho, às vezes. Em casa, aprendeu a fazer tranças. E brinca de boneca.

O empresário, que não tinha, até

então, o hábito de escrever, passou a narrar o cotidiano vivido mais intensamente com a filha. A simplicidade do texto expõe ainda mais o carinho entre os dois. Não há metáforas, não há figuras de linguagem. É o dia a dia de um viúvo de 31 anos, criando uma menininha que fez três no dia 1º de julho.

“O final de semana da Raisinha foi bem agitado... Sexta, logo após a escolinha, ela foi para a casa da Juju, amiguinha da escolinha, e depois as encontrei numa pizzaria com a turminha da escola... Sábado passou o dia na vovó Vilma e no vovó Mar, e à noite foi para a vovó Mazé e vovó Doni... Menina bajulada, né? Imagina se não volta manhosa, rs... Aí o papai tem que pegar firme, rrsrs... No domingo à tarde, fomos até a casa da Luísa, amiguinha da

escola... Ela se divertiu muito... Não pararam um minuto sequer e, claro, acabou dormindo cedo.

Final de semana junto dos familiares e amiguinhos... Que essas amizades durem longos anos”.

(Trecho de diariodaraisinha.blogspot.com.br)

Na internet Rafael também revela surpresas vividas a partir do relacionamento mais intenso com a filha. Em um dos posts, ele descreve a sensação de ter visto, pela primeira vez, explosões de egoísmo da filha - um sentimento absolutamente natural em uma criança de três anos.

O choque comportamental, no entanto, não foi diante das reações dos leitores à rotina do pai com a filha - com pouco mais de um mês de existência, o blog já havia atingido 133 mil acessos -, mas o início de uma procura que Rafael não imaginava acontecer.

“Criei o blog como uma forma de desabafo. Com o tempo, comecei a ser procurado por outros pais, na mesma situação que eu. Até atendi uma família que me pediu que visitasse um rapaz que também havia ficado viúvo há pouco tempo. Vi que os textos poderiam ajudar outras pessoas, para que elas passassem a enxergar seus problemas de uma forma um pouco diferente”, conta.

Hoje Rafael tem a liberdade para criar os próprios horários, flexibilizando a agenda de forma a manter presença constante junto à filha. “Meus horários flexíveis realmente ajudam a ser pai”, afirma.

Omissão X sobrecarga

Elizabeth Maio destaca a importância desta presença. Segundo ela, se o homem supervaloriza seu papel profissional em detrimento do de

Um bom pai faz isso: *(mas não só isso!)*

1. Participa ativamente da vida dos filhos

Mostre que você se interessa pela vida dos filhos o tempo todo, e não somente quando eles precisam de uma bronca. A figura paterna é essencial para a construção dos limites, mas isso não pode impedir o pai de ser carinhoso ou atencioso. Presença se faz com participação efetiva

2. Sabe que dar atenção é diferente de dar presentes

Entenda a diferença entre ser atencioso e mimar. Se o seu filho tem todos os brinquedos que pede e se não lhe falta comida em casa, isso não significa que ele tenha tudo que precisa

3. Sabe que ser homem não é a mesma coisa que ser bruto

Muitas vezes o papel do pai é brincar, mas a presença paterna não pode ser resumida a isso. O filho espera do pai o mesmo que espera da mãe: isso inclui beijos e abraços, por exemplo

4. Não confunde autoridade com autoritarismo

Muitos pais reclamam que não são compreendidos pelos filhos, mas nunca pararam para avaliar se deixam claras as regras e limites da casa. Na hora de negociar, trate seu filho como ele merece: deixe claros os motivos pelos quais está tomando uma decisão, e não apele para o “Não porque não”.

5. Não confunde amor com permissividade

Muitos pais têm medo de ser mal interpretados pelos filhos quando dizem “não”, mas a perda da coragem nestes momentos pode gerar uma ausência extremamente prejudicial. Use o bom senso. Um “não” dito na hora certa e de moto afetuoso é um ato de amor

6. Sabe que também pode - e deve - educar

Mulheres também podem sofrer com uma educação preconceituosa, acreditando que o papel do pai é simplesmente proibir. Ocupe seu espaço e não permita que isso aconteça

7. É uma boa pessoa e um bom cidadão

Se você respeita regras de trânsito, é um bom marido e é educado com estranhos, tudo isso vai servir como exemplo para seu filho. Lembre-se sempre que você é o primeiro ídolo da pessoa que põs no mundo. O velho ditado “faça o que eu digo, não faça o que eu faço” está ultrapassado. Os filhos aprendem com os modelos que eles observam.

Fonte: Quadro composto sob supervisão da psicoterapeuta Elizabeth Maio

pai, delegando à esposa funções que deveriam ser dele, pode estremecer inclusive sua relação conjugal. “É comum ver relacionamentos desgastados por causa disso. A mulher se sente sobrecarregada em seus múltiplos papéis, sentindo-se cansada e frustrada na responsabilidade dos cuidados e educação dos filhos”, diz.

Por outro lado, a omissão carrega consequências em muitos casos irreversíveis. Se a presença do pai destaca a importância do desenvolvimento de princípios ligados a caráter e moral, a ausência implica riscos graves na outra ponta. “Pais omissos têm maiores chances de ter filhos dependentes químicos, marginais, perversos, com mau rendimento escolar. Uma educação que transmite valores éticos preserva o filho desses comportamentos”, avisa Beth.

Pai e mãe

Experiência parecida com a de Rafael foi vivida pelo diretor da Nação Propaganda, Josimar Moura Farias. A esposa, Paula Andreia, morreu durante uma cirurgia em julho do ano passado.

Superado o sofrimento pela perda, Josimar viu-se transformado em pai e mãe de Kerollyne, 22 anos, Karollyne, 20, e Catarine, 16.

Grande parte das dificuldades enfrentadas neste momento foi devido ao fato de que a família Farias é bem pequena em Maringá. Nascido na cidade paraibana de Campina Grande, Josimar veio ao Paraná a trabalho, acompanhado da esposa e das duas filhas mais velhas: Kerollyne tinha 1 ano e 7 meses; Karollyne era recém-nascida.

O relativo isolamento fortaleceu os laços familiares, que ganharam contornos ainda mais estreitos após



Josimar Moura Farias, da Nação Propaganda, ficou viúvo há um ano, com três filhas: “tinha que conversar com elas assuntos ligados à adolescência feminina”

a morte de Paula. “Tenho três meninas. Seria natural que, no começo, me sentisse um pouco perdido. Afinal, tinha que conversar com elas assuntos ligados à adolescência feminina, o que é bem complicado para um homem. Por isso virei mãe”, conta.

Rotina de privilégios

Homens podem ser transformados em pais pela realidade a qualquer momento. E nem sempre esta realidade é dura. No começo do ano passado, o empresário Beto Haddad, 47 anos, proprietário da Singratur Turismo, viveu, por exemplo, a sua segunda transformação.

Beto tem um filho de 18 anos, Pedro Henrique. O rapaz está próximo de se mudar para Londrina, onde fará faculdade. Com um filho já de entrada na fase adulta, era de se esperar que o empresário tivesse

sua rotina de pai só na lembrança.

Pois Ana Luisa, de 3 anos, não lhe deixa esquecer.

O marco temporal desta lembrança se deu quando a esposa, Alessandra, foi chamada para trabalhar em uma vaga para a qual havia passado em concurso, há cerca de um ano e meio. Neste momento, Beto colocou a tecnologia para trabalhar a seu favor.

Dedicando de nove a dez horas por dia às atividades profissionais, ele passou a organizar a manhã de forma a cumprir boa parte de suas tarefas em casa, por meio da internet. Estuda o mercado de câmbio, recebe cotações e elabora atividades - isso tudo, claro, depois de preparar o café da manhã para Ana Luisa.

Enquanto trabalha, Beto se faz presente nas brincadeiras da filha, em uma rotina que ele considera

um privilégio. “Tenho um cotidiano que facilita o meu contato com a família. Considero importantíssimo estar presente neste momento da vida dela, dando-lhe apoio e marcando posição, confirmando decisões”, afirma.

Os afazeres profissionais são frequentemente interrompidos com uma dança ou uma pausa para o chá com as bonecas. Às vezes, Ana Luisa também quer ir ao clube, ou à casa da avó. Beto deixa o turismo de lado e dedica seu tempo a outra forma de lazer.

Terminada a manhã, hora de almoçar com a família - rotina sagrada na casa dos Haddad. À tarde, Beto cumpre compromissos profissionais na agência de turismo, enquanto Ana Luisa vai para a escolinha.

“Morar em casa”

Parece pleonasma, mas Leonardo Ramos Fabian, 32 anos, gerente regional da Plaenge, só passou, de fato, a morar em casa há dois anos. Até então, quando havia acabado de ser transferido de Curitiba, dedicava até 14 horas por dia às operações da maior empreiteira do sul do país. Dava início à rotina profissional por volta das 9 horas e saía da empresa perto das 23 horas, muitas vezes.

O casamento com Adriane, há cinco anos, alterou um pouco esta rotina: a presença da esposa em casa o estimulava a voltar mais cedo. No entanto, a mulher que realmente o convenceu a trocar de domicílio foi Caroline, a filha, nascida em 2012.

No começo da vida da menina, as cólicas fizeram com que Leonardo se transformasse em um parceiro de Adriane. Sem babá, os pais se revezavam nos cuidados com a



Walter Fernandes

Beto Haddad tem dois filhos, e como a esposa foi aprovada em um concurso público, ele passou a trabalhar de casa no período da manhã para ficar com a filha mais nova

filha. O fato de ter uma pessoa totalmente dependente de adultos em casa transformou a visão de Leonardo. “Com a esposa, por mais que gostemos e queiramos estar presentes, a companhia ainda é uma contingência. O filho muda tudo. Como pai, você se torna plenamente responsável por alguém, que depende de você para tomar banho, se alimentar”.

Caroline cresceu, as cólicas se foram. Talvez por causa do chá, que ela, assim como Ana Luiza, serve quase que diariamente às bonecas - na companhia do pai, claro. E quando a menina não está organizando seus encontros sociais com os brinquedos, promove festas em que ela é a principal bailarina. Adivinha quem a acompanha?

Leonardo confirma uma hipótese já levantada e comentada por muitas famílias. Ele sabe que, por

mais que se estude ou se esforce, só se aprende a ser pai quando se transforma em um. “Você abre mão de algumas rotinas, muitas vezes sem sequer perceber. Muito do que aprendi foi vindo como a Adriane lida com a nossa filha. As mães parecem ter uma agilidade muito natural para isso, e podemos aprender muito com elas”, diz.

Ídolos fictícios

Estereotipada pela mídia e pela própria sociedade, a figura paterna ganhou um status exclusivo de autoridade e imposição, o que, felizmente, vem se desfazendo graças ao aumento do espaço da mulher no mundo social e profissional. O efeito colateral desta mudança, por outro lado, eventualmente aparece com a fragilização de alguns homens, que podem não saber lidar com a perda de espaço. No



Walter Fernandes

Leonardo Ramos Fabian também reduziu a rotina profissional para ficar mais próximo da filha, Caroline: "você abre mão de algumas rotinas, muitas vezes sem sequer perceber"

universo dos filhos, isso pode ser bastante perigoso, como reforça a professora Belinda. "Na ausência de uma figura paterna em casa, as crianças podem acabar buscando essa referência em uma figura idealizada. As crianças correm o risco de se identificar demais com os ídolos da mídia, os jogadores de futebol, a celebridade da vez, e com um grande líder político. Quando escolhemos uma pessoa dessas como exemplo, o que conhecemos realmente como figura humana é uma criação midiática. Isso torna difícil para as crianças fazerem a distinção dos verdadeiros limites e possibilidades do ser humano".

Se você é pai, não finja que está vendo seu filho brincar, ou sua filha dançar: veja, comente, elogie. "É preciso se dedicar, interagir", aconselha Leonardo, destacando ainda uma mudança comportamental importantíssima para o sucesso da empreitada como pai - e por que não, como marido. "Não se pode comparar épocas, pois os costumes eram diferentes.

Mas a dedicação que os homens precisam ter hoje à vida como pais é diretamente proporcional a que as mulheres passaram a ter na vida profissional. Sei de homens que se dedicam à educação e formação dos filhos, mas ser pai não é só isso. Ser pai também é trocar fraldas todos os dias", exemplifica Leonardo.

"O pai precisa investir tempo e energia na família. A família não pode ser apenas fonte de afeto; requer também investimento afetivo. E o afeto é reativo, como uma terra fértil, que bem tratada reage bem, e de onde brotam boas sementes; já maltratada, reage mal, crescem ervas daninhas", afirma Beth Maio.

A recompensa pela entrega é paga na forma de retribuição em carinho, como faz o pequeno Benjamin, de apenas dois anos. O garoto sabe que o pai, Allan Antonio Cardoso, dedica sete horas - e apenas sete - ao trabalho na empresa da família, a Grupo Cardoso Loteamentos e Incorporações. O restante do dia do pai pertence a ele.

Allan leva o filho à escola pelo menos três vezes por semana e busca mais uma vez. Independentemente desta rotina, os dois sabem que diariamente, as atividades reservadas após as 17h30 são para pai e filho. "Eu o vejo acordar todos os dias. Poucas coisas na vida valem tanto a pena quanto ser pai. Nosso filho está em primeiro lugar, e não há dinheiro ou realização profissional que valha mais do que isso", afirma.

Em troca desta atenção, Benjamin dedica ao menos três momentos do dia para um gesto que sempre mexe com o coração do pai. "Ele toca o meu rosto e diz: 'papai, te amo'".

Rafael também descreve o impacto que a vida intensa com os filhos pode provocar. "A Raisa sabe o quanto eu preciso dela. Ela adquiriu muito cedo o conceito de que tem uma casa, uma família, mesmo com a perda da mãe. Isso me fortaleceu demais. Com este amor, descobri que eu posso ser quem eu quiser". ■

DUDALINA
Moda e beleza em harmonia



**GAMA
FASHION**
MODA MASCULINA

Shopping Avenida Center
11168 / 44.3227-0958
Shopping Catuaí Maringá
1176 A / 3262-0830
Maringá / PR
gama@gamafashion.com.br



DUDALINA

Renata Mastromauro

Insatisfeita com o atendimento de um bar badalado de Curitiba, uma consumidora postou uma reclamação no Facebook. Ela citou a desorganização da lista de espera, despreparo dos funcionários, a cerveja quente, a pouca quantidade de comida das porções e a conta "salgada" na saída, o que, segundo ela, não condizia com o serviço que recebeu.

Após o desabafo, a consumidora recebeu uma resposta mal educada vinda do perfil do dono do bar, que dizia, entre outras ofensas "este bar não é para 'mana' e se você não tem R\$ 11 para pagar uma cerveja, passe no Extra e tome em casa, custa R\$ 3".

A declaração do empresário desencadeou uma discussão na rede social que repercutiu nacionalmente e gerou mais de duas mil curtidas, 500 compartilhamentos e quase 900 comentários. Ao perceber as proporções, o dono do bar disse que um funcionário havia acessado indevidamente seu perfil para responder comentários de clientes.

O episódio ocorrido em abril de 2013 envolveu uma série de erros que poderiam fazer parte de uma cartilha sobre "como abalar a imagem de um estabelecimento" ou "como não se relacionar com clientes".

Controle da imagem

De acordo com uma pesquisa realizada pela Universidade de Oxford, a reputação de uma empresa pode corresponder a 40% do seu valor de mercado, por representar a percepção que os consumidores, fornecedores, empregados, investidores e a comunidade têm sobre a credibilidade, objetivos, gestão,

Bem cotado nas redes sociais

O boca a boca ganhou ainda mais poder com a internet; saber administrar críticas negativas e utilizar as ferramentas virtuais a favor do negócio são o caminho para uma boa imagem no mundo online



Walter Fernandes

"Acreditamos que a imagem precisa ser trabalhada da mesma forma em todos os nossos canais de comunicação", diz o coordenador da Unimed Maringá, João Noris

qualidade de produtos ou serviços e responsabilidade social, entre outros.

Por outro lado, impactos negativos podem gerar danos muitas vezes irreparáveis. Em tempos de redes sociais e com a velocidade impressionante com que a informação é disseminada pela internet, os empresários se deparam com

mais uma preocupação: é preciso estar atento à reputação online das empresas. E surge uma dúvida: até que ponto é possível ter controle da imagem corporativa na internet?

A maneira como a empresa é vista na sociedade é de inteira responsabilidade de seus gestores, colaboradores, produtos e serviços. De acordo com a coordenadora



Os comentários nas redes sociais, são segundo a consultora Patrícia Santini, “um tipo de pós-venda. Não estruturado, mas é. O empresário precisa usar isso a seu favor”

da pós-graduação de Gestão da Comunicação Empresarial da Unicesumar, Janiclei Mendonça, o que as pessoas dizem a respeito de uma empresa vem do comportamento dela no mercado. “A corporação precisa estar atenta a todos os sinais que emite ao público-alvo, pois é a partir desses sinais que os clientes formarão sua impressão e opinião”, destaca. Isso, sim, é fazer gestão de imagem, ou seja, trabalhar estrategicamente como uma empresa quer ser reconhecida.

E isso começa do lado de dentro. De acordo com Janiclei, o discurso externo deve estar alinhado ao que se fala nos corredores. Para ela, de nada adianta a empresa querer desenvolver uma boa comunicação com o público externo e não contemplar a comunicação interna. O mecanismo é lógico: uma corporação não se faz apenas de direção e gerência, ela é composta desde o responsável pelo cafezinho à presidência. Nesse intervalo, há um leque de colaboradores que

estão diariamente em contato com o cliente e, invariavelmente, serão eles que conversarão com o público externo.

Assim, se esses colaboradores não se entendem e não compreendem os objetivos da empresa, a falha será refletida na comunicação com o cliente. “É uma ação decorrente e em cascata da falta de comunicação interna. Os colaboradores levam para fora sua impressão sobre a empresa, ou seja, se for ruim ou boa, o cliente receberá essa impressão e, conseqüentemente, formará sua impressão”, explica a especialista. “A comunicação é uma das principais razões do sucesso ou fracasso da empresa no mercado”, completa.

Online

E faltam agilidade e consistência na comunicação online. “É comum a empresa sugerir uma abordagem nas redes sociais ao solicitar uma nova campanha publicitária. No entanto, não é comum as empresas

manterem o diálogo constante e transparente junto ao seu público via redes sociais”, comenta.

“Elas têm sites, canais no YouTube, fanpages e Twitter, mas na maioria dos casos não respondem os e-mails e mensagens dos clientes”, adverte. Dessa forma, o que eram para ser ferramentas que impulsionariam a empresa positivamente, acabam auxiliando a denegrir a imagem. “Não dá para dizer que há uma fórmula para o sucesso nas redes sociais, mas o que deve reger o trabalho é o diálogo constante com o público. De resto, bom senso, seriedade e transparência são princípios que tornarão saudável o relacionamento entre empresa e clientes”, orienta.

A Unimed Maringá está presente nas redes sociais, e quem faz a gestão de imagem são os colaboradores do departamento de marketing. “São profissionais jovens, antenados às novas tendências”, diz o coordenador de Marketing e Relacionamento, João Noris. Por meio da

internet os clientes podem interagir de maneira prática, rápida e efetiva, porém é preciso mais cuidado ao checar informações para evitar situações delicadas. “As críticas e elogios que recebemos são direcionados pessoalmente ou virtualmente, por isso acreditamos que a imagem precisa ser trabalhada da mesma forma em todos os nossos canais de comunicação. No mundo virtual, no entanto, é preciso uma atenção especial, pois algumas pessoas não averigam os fatos”, pondera.

No Reclame Aqui, site voltado para consumidores exporem insatisfações com empresas, a Unimed Maringá registra 96,9% das reclamações atendidas, e 85,7% dos reclamantes dizem que voltariam a fazer negócio com a empresa. O alto índice de aprovação é fruto de um trabalho intenso de gestão de informação e imagem, uma parceria dos setores de marketing e ouvidoria.

Para Noris, a implantação da ouvidoria possibilitou atender melhor os clientes, cooperados, prestadores, colaboradores e sociedade. “É um canal democrático de comunicação e serve para acolher, registrar e dar respostas, buscando as melhores alternativas para entender e atender as expectativas dos envolvidos”, conta.

Ao receber reclamações, a Unimed coleta os dados pessoais de quem fez a crítica para averiguar e garantir que é real.

Turismo

Há alguns anos encontrar informações sobre viagens era restrito a guias de turismo e indicações de amigos. Hoje os amigos são autores de blogs e os guias são sites que reúnem conteúdo sobre milhares de estabelecimentos, com a impor-



Ao se comunicar nas redes sociais, saiba que...

Clientes consultam a avaliação de outros clientes e confiam nela

Seja profissional sempre, saiba trabalhar com as ferramentas de internet a seu favor

Quando publicar algum posicionamento é a resposta da empresa, e não a sua

Trate comentários negativos da forma correta, preferencialmente no individual. Avalie até que ponto isso deve ser tratado nas redes sociais

Deve haver integração do que se vende e o que se entrega ao cliente

Estimular avaliações positivas é válido, mas lembre-se de cuidar sempre da legislação

A empresa deve SER social, não simplesmente ESTAR nas redes sociais; a cultura da empresa deve estar alinhada com este conceito

Fonte: Consultora Patrícia Valente Santini, do Sebrae

tante opinião de usuários.

O mais conhecido é o TripAdvisor, que oferece dicas de viajantes, e opera em 42 países, formando a maior comunidade de viagens do mundo. São quase 260 milhões de visitantes exclusivos por mês e mais de 150 milhões de avaliações e opiniões sobre mais de quatro milhões de restaurantes, hotéis e

pontos turísticos.

Um estudo conduzido pela PhocusWright, encomendado pelo TripAdvisor, mostra o nível da importância que as avaliações e a reputação no site possui no processo de reservas online. O estudo descobriu que 53% não reservariam um hotel que não possui avaliações no site, e 87% concordam que as avaliações de hotéis ajudam o usuário a se sentir mais confiante ao tomar decisões. E o que mais chama atenção é que 84% dos participantes concordam que uma reposta apropriada do administrador a uma avaliação ruim melhora a impressão que têm do estabelecimento.

A consultora do Sebrae Paraná, Patrícia Valente Santini, coordenou os trabalhos em Maringá de um projeto de capacitação para promover o turismo de negócios nas principais cidades do estado. Entre os tópicos abordados com as empresas participantes, na maioria hotéis e restaurantes, foi incentivar a interação em sites de avaliação. “Muitos empresários e colaboradores não se atentavam para a internet. Tentamos mostrar que estar bem avaliado no mundo online é essencial para alavancar reservas”, diz.

A consultora conta que, ao se deparar com avaliações negativas na rede, muitas empresas ficaram surpresas. “‘Estão falando isso de mim?’ me questionavam. Foi um impacto.” Nesses casos, ela recomenda sempre responder de forma cuidadosa. “É um tipo de pós-venda. Não estruturado, mas é. O empresário precisa usar isso a seu favor”, diz.

Ela acredita que a tendência do turismo é trabalhar mais profissionalmente com ferramentas online. Após o término do programa, as

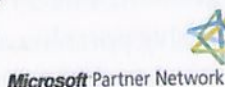
empresas que não faziam gestão de imagem na internet passaram a fazer e, segundo a consultora, tiveram resultados positivos.

O Bristol Metr pole Hotel é o mais bem avaliado da cidade no TripAdvisor. De acordo com o gerente comercial, William Golfieri, todos os comentários são respondidos, tanto os elogios quanto às críticas. O segredo para o sucesso da imagem online, assim como a offline, é nunca omitir informa es, tratando o cliente com respeito. "Quando recebemos críticas, além de responder, repassamos a todos os departamentos. Se realmente houver erros, admitimos e trabalhamos para que não aconteçam novamente", revela. ■



Paulo Matias

"Se houver erros, admitimos e trabalhamos para que não aconteçam novamente", diz o gerente do Bristol Metr pole Hotel, William Golfieri



www.docutech.com.br
FONE: (44) 3269-1234

www.acim.com.br

Reforma: não espere pelo concorrente

Experiências de empresários maringenses mostram que intervenções para melhoria de funcionalidade e novo leiaute vêm acompanhadas de bom desempenho comercial

Alan Maschio

Em meio às discussões sobre quais seriam os impactos causados às vendas do comércio na avenida Brasil depois da retirada dos estacionamentos dos canteiros centrais da via - as conhecidas “espinhas de peixe” -, o empresário José Pedro Sanches, conhecido como “Gaúcho”, tomou uma decisão.

Proprietário de duas lojas da marca Mini Preço e com quase 20 anos de experiência no comércio de bijuterias e acessórios populares, ele investiu R\$ 100 mil em reformas e na ampliação dos estabelecimentos. A loja da rua Santos Dumont - a mais antiga, com 18 anos - ganhou novas paredes, ar-condicionado, iluminação e sistema de informática, além de novas “ilhas” para a exposição dos produtos.

Na unidade da avenida Brasil, aberta há 12 anos, a intervenção foi maior. Lá também foram trocados piso e vitrines e até a fachada ganhou um novo visual. “É praticamente uma nova loja”, define o empresário.

Como resultado dos investimentos, Gaúcho diz já ter percebido alta de ao menos 20% no movimento das duas lojas. Além de oferecerem um visual mais atraente, a ambientação ficou mais funcional, com melhor exposição de produtos. O trabalho é o primeiro de grande porte deste tipo realizado na Mini Preço, e terminou há cerca de 90 dias.

Os resultados obtidos na Mini Preço são um exemplo da importância que o empresariado deve dedicar à necessidade de reformas, ampliações ou readequações no comércio. Geralmente estas intervenções são provocadas pela concorrência: na expectativa de não perder espaço no varejo, o empresário corre para não permitir que sua loja fique “parada no tempo”. Mas isso não significa que este tipo de decisão deva ser tomada exclusivamente com base no comportamento da loja ao lado: o empresário deve perceber no que pode melhorar, quando se discute oferta de conforto, atratividade



Walter Fernandes

Dois lojas da Mini Preço foram reformadas para garantir melhor exposição de produtos

e até funcionalidade à disposição dos colaboradores.

“Sabemos da importância de se aceitar ideias novas. Por isso decidimos melhorar o visual das lojas, não só para acompanhar o mercado, como para garantir uma melhor exposição dos produtos”, conta Gaúcho.

Comércio de rua x shoppings

Na análise do arquiteto, professor da Universidade Estadual de Maringá (UEM) e membro do Conselho de Arquitetura e Urbanismo (CAU), Aníbal Verri Júnior, o nível de sensibilidade do empresariado maringense é positivo para a



Walter Fernandes



“Os lojistas passaram a entender que não só a marca, mas a própria edificação em que estão instalados também remete à imagem da empresa”, diz o arquiteto Aníbal Verrir Júnior

... importância de intervenções deste tipo. Para ele, o advento dos shoppings na cidade contribuiu para o amadurecimento.

“Frente ao comércio de rua, os shoppings passaram a oferecer ‘calçadas’ limpas e decoradas, ar-condicionado e mais segurança. Isso forçou os lojistas a se modernizar. Eles passaram a entender que não só a marca, mas a própria edificação em que estão instalados também remete à imagem da empresa”, afirma Verri.

Nova fachada

Faz pouco tempo que o também arquiteto Marcos Kenji foi procurado por diretores de uma escola maringense, preocupados com o retorno que haviam obtido dos pais dos alunos.

“O colégio tem o melhor índice de aprovação proporcional no vestibular da UEM. A fachada do prédio, no entanto, não transmitia aos pais a sensação de qualidade que havia no ensino. Isso fez até com que o colégio perdesse alunos, em função da qualidade de vida das famílias atendidas por eles - de classes média e alta - e pelo fato dos jovens vestibulandos passarem a maior parte do dia ali”, conta Kenji. O trabalho do arquiteto está ajudando o estabelecimento a adquirir uma nova identidade, graças a um novo leiaute para apresentação da fachada.

Kenji concorda com Verri na avaliação de que, de forma geral, tanto o comércio tradicional quanto os prestadores de serviços de Maringá passaram a entender melhor a importância da revitalização constante dos locais onde estão instalados. “A disputa acirrada no varejo fez com que o conforto deixasse de ser um diferencial de



Walter Fernandes

Para o arquiteto Marcos Kenji, “hoje já não há mais aquela visão que dizia que ‘lojas chiques são mais caras’. Atualmente o diferencial atua como fator de atração”

segmentação. Hoje já não se há mais aquela visão que dizia que ‘lojas chiques são mais caras’, por exemplo. Atualmente o diferencial atua como fator de atração”, explica.

Quebra de barreira

Com esta perspectiva em mente, o empresário Eduardo Silva, da World Importados, também promoveu uma grande intervenção na loja, instalada no Shopping Avenida Center, onde está há 14 anos.

Na reforma foram investidos R\$ 700 mil, com 50% financiados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). A loja foi ampliada, ganhou um novo leiaute, setorização de produtos e nova iluminação, mais econômica. O resultado? “Em uma época de resultados não tão bons para o comércio, vimos nossa movimentação aumentar 35%, com base no mapeamento de clientes que fazemos”, afirma.

O empresário também se coloca como exemplo de que não é preciso esperar a concorrência para tomar

iniciativas. Silva viaja constantemente, e nos passeios adquiriu o hábito de visitar shoppings. Identificou uma tendência. “Uma boa operação exige alteração de leiaute a cada cinco anos”, garante.

Na World Importados, a funcionalidade também foi valorizada. A dimensão das portas, por exemplo, foi ampliada a ponto de não se perceber a existência de batentes. “Isso faz com que o cliente entre no estabelecimento sem sequer perceber que já está lá. Funciona como uma quebra de barreira. Ele não pensa que está entrando em um lugar para gastar; simplesmente está caminhando e, de repente, está na loja”, explica.

A teoria do empresário ganha contornos de tese nas palavras do também arquiteto Eduardo Paulino. Ele destaca evidente importância da oferta de conforto para o cliente antes mesmo de ele entrar na loja, citando como exemplo uma grife maringense que, recentemente, buscou ajuda.

“O dono já havia definido uma

reforma mais incisiva, mas a nossa primeira intervenção foi promover a ampliação das portas de uma das unidades, instalada em um shopping. Com um leiaute mais aberto, sem a ‘barreira’ vista em uma porta simples, o movimento já subiu consideravelmente, a ponto do empresário não ver mais a necessidade urgente de uma reforma mais drástica”, conta o arquiteto.

As intervenções, contudo, não ficaram por aí. Paulino também identificou falta de funcionalidade para os colaboradores da grife, em uma situação relativamente comum no comércio. “Os lojistas têm o hábito de deixar os estoques em mezaninos ou outros lugares meio isolados, longe dos olhos dos vendedores. Sem contato visual, a oferta ao cliente acaba ficando limitada ao que está ao alcance do funcionário”.

Com base na identificação deste problema, os estoques se transformaram em “expositores”, de forma que os próprios clientes podem visualizar o que mais está à venda na loja. “É importante destacar



LE VILLE RESIDENCE
BOTUCATU - SP

TRANSFORMANDO HORIZONTES



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

que a funcionalidade de uma loja não se aplica só nesta situação. Quando um funcionário tem seu trabalho facilitado por soluções de design, ele se sente valorizado, e isso é mais um fator de retenção de colaboradores”, diz.

Além da funcionalidade

Outro fator igualmente importante no momento de se repaginar uma loja é não restringir a funcionalidade à parte interna do estabelecimento. Kenji recorre ao exemplo de um cliente instalado também na avenida Brasil para destacar esta importância.

Com o fim das espinhas de peixe, o empresário decidiu locar e reformar um galpão, que seria oferecido como estacionamento para os clientes. O resultado foi que a movimentação na loja ficou ainda mais intensa do que antes da retirada das vagas de estacionamento dos canteiros centrais. “É preciso ficar atento a qualquer oferta que possa surgir como um diferencial. Um posto de gasolina já não pode mais ter aquele aspecto de oficina velha, sujo ou perigoso. Precisa ser atraente também para o público feminino”.

Verri, com o respaldo de Eduardo Paulino e de Marcos Kenji, destaca a importância de se atentar a aspectos técnicos que envolvem uma reforma. Além da necessidade explícita de se contar com um profissional qualificado devidamente formado e registrado no respectivo conselho de classe, Verri lembra da norma técnica NBR 16280/2014, que estabelece que, para qualquer trabalho de reforma é preciso apresentar um laudo técnico desenvolvido por empresa ou profissional habilitado, de maneira a assegurar que a edificação não perca suas características originais e não sofra prejuízos estruturais. ■

Para reformar o estabelecimento



Não leve em conta somente o quanto será gasto

É preciso considerar quais os ganhos em faturamento podem ser gerados após a reforma. Para isso, procure lojistas que fizeram intervenções recentes para tentar medir qual o impacto da reforma no seu negócio



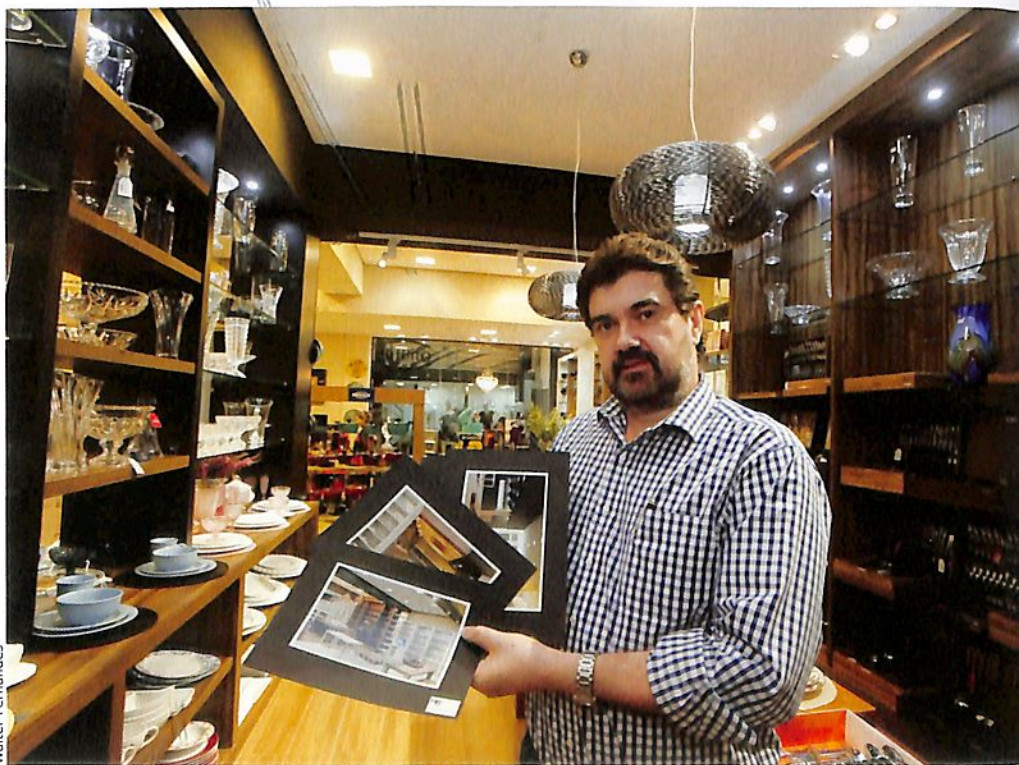
Você pode buscar financiamentos para as intervenções na loja

Os bancos oferecem opções com prazos para pagamento que variam até 360 meses, e juros de 8% a 58% ao ano



Cartão BNDES

O Cartão BNDES, por exemplo, é uma boa opção para compra de materiais para construção civil. Você pode obter mais informações em www.cartaobndes.gov.br.



Eduardo Silva fez uma grande reforma na World Importados: aumento de 35% no movimento com base no mapeamento de clientes

UM ESPAÇO PARA VOCÊ
RELAXAR E SER FELIZ
PRONTO PARA MORAR!



Edifício
madre paulina

APARTAMENTO

02 DORMITÓRIOS
(01 SUÍTE COM SACADA)

SALA 2 AMBIENTES

COZINHA E ÁREA DE SERVIÇOS

BWC - SOCIAL



Campanha **Sala**
Completa

Na compra de um apartamento,
você ganha uma sala equipada:

- ✓ TV LED 32"
- ✓ Sofá 3 lugares com assento retrátil
- ✓ Rack com painel para parede
- ✓ Persianas para janelas

Localizado:
Rua Mandaguari,
603 - Zona 07

EDIFÍCIO

01 VAGA DE GARAGEM
(POR APARTAMENTO)

AMPLO ESPAÇO
GOURMET

ESPAÇO FITNESS

COMPROU, GANHOU!

A MELHOR OPÇÃO DA REGIÃO!



Pesquise Compare Escolha

Área Útil: 66m²
Área Total: 107m²



33 ANOS
SCOBIN
Engenharia

INFORMAÇÕES/VENDAS:
(44) 3224-6072 / 9914-9978
www.scobinengenharia.com.br

REGULAMENTO - PROMOÇÃO SALA COMPLETA: 1. DA PROMOÇÃO - a) Para o cliente que realizar a compra de um apartamento no Ed. Madre Paulina, receberá sem sorteio, a premiação de uma sala equipada. b) Os itens a serem fornecidos na promoção, constam de: I. 01 sofá três lugares, com extensor de pernas, ou similar - Modelo e marca à definir. II. 01 rack de sala, com painel para fixação de televisão - Modelo e marca à definir. III. 01 televisão de LED, 32 polegadas - Modelo e marca à definir. IV. 01 Venetiana para instalação na janela da sala - Modelo, cor e marca à definir. c) Promoção válida para apartamentos adquiridos no ed. Madre Paulina, dentro do prazo vigente da promoção. 2. DA ENTREGA DOS BENS - a. A entrega dos itens acima é feita somente no ato de entrega das chaves da respectiva unidade adquirida, respeitando as condições de contrato de compra e venda da unidade, depois de ocorrido o desembargo documental, e quitação da unidade pelo cliente, ou repasse de financiamento pelo agente financeiro. b. A comprovação da entrega dos itens da promoção ocorrerá mediante recibo assinado pelo cliente. c. A instalação e montagem dos itens, será de responsabilidade do cliente, devendo o mesmo ser responsável pela correta montagem e manutenção dos bens recebidos. d. A construtora não fornece garantia pelos itens fornecidos, sendo que a garantia e relacionamento do consumidor final, deverá ser tratado diretamente com o fabricante de cada item. 3. VIGÊNCIA - a) Promoção válida de 01/07/2014 a 30/09/2014, podendo ser interrompida ou prorrogada pela construtora, sem aviso prévio. 4. CONDIÇÕES GERAIS - a. O modelo, descrição, valores, e marca dos itens a serem fornecidos, podem variar entre cada sala a ser fornecida, dependendo da disponibilidade e data de fornecimento com o fornecedor, ou loja que a construtora venha adquirir os itens. b. O cliente que optar por substituir os itens da promoção, por desconto equivalente no valor da unidade a ser adquirida, poderá fazer, desde que preenchendo tal opção no ato de assinatura da proposta comercial. c. O desconto a ser repassado, será do valor dos bens da promoção, quando feita a cotação no dia da assinatura da proposta comercial.

Em Maringá, a prática esportiva para deficientes

A atleta paralímpica Terezinha Guilhermina quer realizar mais um sonho e proporcionar que deficientes pratiquem atletismo, mas o projeto precisa de mais parceiros; sede do instituto fica na ACIM

Giovana Campanha

Quando criança, Terezinha Guilhermina tinha um desejo: comer uma sobremesa láctea sabor chocolate (Danette), mas com a renda da família apertada e dez irmãos – hoje são 11 – ela só conseguiu saborear o alimento com mais de 20 anos. E o dinheiro para comprar a sobremesa, assim como para adquirir uma casa para os pais, veio do esporte. Terezinha é a deficiente visual mais rápida do mundo desde 2012 e tem colecionado títulos e recordes mundiais. Agora ela está tirando outro sonho do papel: a criação de um instituto para formar futuros atletas com deficiência.

Os primeiros passos já foram dados: o instituto já tem estatuto social e diretoria (composta por Terezinha, Betty Catuyama, Luiz Ajita, Josimar Farias e Emanuelle Soares), foi lançado no mês passado e funcionará na ACIM. Também conta com os primeiros atletas: Scheila Karine dos Santos, Benoni Pires Luiz Pinto, Vinicius Gonçalves Rodrigues e Natan Silva Santos.

Mas é preciso encontrar mais parceiros. Inicialmente o Sicoob Metropolitano, Instituto Sicoob, Nação Propaganda, Academia Auê e a Associação Paranaense de Atletis-

Walter Fernandes

Terezinha Guilhermina e o atleta-guia, Guilherme Santana, na pista do estádio Willie Davids: a dupla treina diariamente em Maringá



mo, além da ACIM estão apoiando o projeto. As empresas poderão ser parceiras de várias formas: por meio de patrocínio; destinando recursos por meio da lei de incentivo ao esporte após o projeto ser aprovado no Ministério do Esporte; pela contratação de Terezinha para ministrar palestras motivacionais ou patrocinando atletas em cumprimento a lei de cotas (graças a uma parceria entre os ministérios do Trabalho e do Esporte as empresas com cem ou mais funcionários podem cumprir a cota de 2 a 5% das vagas de trabalho para deficientes patrocinando atletas com deficiência).

Além da contratação de dois professores de educação física, um motorista e um funcionário para trabalhar na sede do instituto, será necessária a aquisição de materiais esportivos, próteses e um automóvel para transportar os atletas, já que muitos têm limitação física.

Atletismo

O objetivo, segundo Terezinha, é que o instituto ofereça a prática de atletismo, inicialmente, para 20 portadores de deficiência auditiva, intelectual, física e visual. Com a evolução do projeto poderão ser beneficiadas mais pessoas e oferecidas outras práticas esportivas. O treinamento será feito no estádio Willie Davids.

No atletismo paralímpico há provas de corrida, saltos, lançamentos e arremessos. Os competidores são divididos de acordo com o grau de deficiência. Nas corridas os atletas com deficiência visual mais alta podem ser acompanhados por guias, ligados por uma corda. Já entre os deficientes físicos, há corridas com o uso de próteses ou cadeiras de rodas. Aos atletas do instituto serão ofertadas a prática de todos os tipos de prova.



Walter Fernandes

A sede do instituto será na ACIM, onde foi feito o lançamento do projeto no mês passado

Neste mês Terezinha iniciará a divulgação do instituto junto a escolas para que os deficientes e seus familiares possam conhecer o projeto. “Sou uma pessoa sonhadora, mas diferente de um recorde mundial, este é um sonho que está sendo construído com a ajuda de muitas pessoas”, diz ela.

O Sicoob Metropolitano é um dos primeiros parceiros. A ideia, segundo o presidente da cooperativa, Luiz Ajita, é que além de oferecer a prática esportiva para os deficientes, o instituto também forme campeões mundiais.

Superação

Terezinha ficou cega devido à retinose pigmentar, uma deficiência congênita que também vitimou alguns de seus irmãos. Ela começou a praticar atletismo em 2000 na cidade mineira de Betim. Após ficar sabendo de um projeto da prefeitura voltado para deficientes, Terezinha se matriculou nas aulas de natação, não porque tivesse mais aptidão para este esporte, mas porque tinha um maiô, e não tinha tênis. Ao contar sobre o desejo de praticar atletismo, a irmã a presenteou com um tênis. Um ano depois ela já disputava os Jogos Pan-americanos nos Estados Unidos. Em 2004 veio a primeira medalha paralímpica (de bronze) e desde então Terezinha, que é formada em Psicologia, coleciona medalhas e recordes. “Sempre quis ser a melhor do mundo em alguma coisa e o esporte

Uma lição de parceria

Nas Paralimpíadas de Londres, em 2012, a atleta Terezinha Guilhermina abriu mão de ganhar uma medalha na prova de 400 metros para ser solidária ao seu guia, Guilherme Santana. No final da prova, Santana caiu e Terezinha se jogou na pista do Estádio Olímpico e, assim, não conseguiu ganhar a medalha, nem bater o almejado recorde mundial. Mas segundos depois os dois cruzaram a linha de chegada juntos, sob muitos aplausos. “Quando vi que o Guilherme soltou a cordinha e caiu, resolvi cair junto com ele. Eu o perdoo, com certeza”, disse na época.

Terezinha e Santana treinam de três a seis horas diariamente em Maringá e a atleta faz questão de elogiar tanto a estrutura oferecida pela cidade para a prática esportiva quanto a população, que lhe acolheu tão bem. “Quero que Maringá se torne um centro paradesportivo”, planeja.

me proporcionou isto. Graças ao atletismo conheci pessoas e lugares, fiz amigos e realizei sonhos”, conta a atleta, que acredita que com o Brasil sediando os Jogos Olímpicos daqui dois anos, o esporte ganhará mais evidência, inclusive em setembro de 2016, após o fim das Olimpíadas e o início da Paralimpíada.

ACIM em Ação: palestras gratuitas para 5 mil pessoas

Projeto levou conhecimento e reflexão para empresários e colaboradores de 12 bairros de Maringá

Renata Mastromauro

Chegou ao fim o segundo ciclo de palestras do ACIM em Ação, projeto que em 18 meses proporcionou, a empresários e colaboradores, 12 palestras gratuitas do professor Nailor Marques Júnior. Cerca de 300 pessoas participaram da última edição, realizada em 24 de julho no auditório do Conselho Regional de Agronomia e Engenharia (Crea-PR).

O presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, esteve no evento, agradeceu os participantes e fez um balanço positivo do projeto. “É uma honra encerrar este ciclo na Zona 7, um bairro tão importante para a cidade”, disse.

Marques Júnior, que tem no currículo 30 anos de docência, quase duas mil palestras realizadas no Brasil e no exterior e 28 livros publicados, fez questão de agradecer a Associação Comercial pela oportunidade de ministrar palestras na cidade onde vive. “Fiquei feliz com o sucesso que o evento teve no ano passado e pela ACIM ter me escolhido para continuar este ano. Atingimos cinco mil pessoas”.

Em todas as edições o tema foi “Olhar e ver: a oportunidade mora ao lado”, com o objetivo de propor uma reflexão acerca dos problemas de gestão, treinamento, competências e, principalmente, qualidade no atendimento aos clientes. Em cada



Nailor Marques Júnior na última palestra deste ano do ACIM em Ação, no auditório do Crea, com participação de 300 pessoas

palestra, Marques Júnior escolheu, ainda, um mote para conduzir sua fala. Na última edição o assunto foi compromisso.

De acordo com o Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM, o tema foi aprovado por 96% dos participantes, e a campanha geral do ACIM em Ação foi positiva para 89%. Entre os presentes, quase 40% ficaram sabendo da palestra por meio de amigos.

Atendimento

A assistente social Denise Gama Moreschi ficou sabendo do evento pelo filho, dono de uma agência de publicidade. Para ela, a palestra serviu para rever conceitos. “Achei excelente. O que Nailor Marques Júnior falou sobre compromisso está muito relacionado à minha profissão, no atendimento a outra pessoa. Fez

refletir sobre como eu acolho, envolvo e recebo as pessoas que procuram o meu trabalho”.

A empresa que produz copos acrílicos em que a vendedora Andressa Ganacin trabalha se tornou associada da ACIM há pouco tempo. Pela primeira vez participando de um evento da entidade, ela disse ter gostado muito da palestra e que pretende aplicar o que aprendeu no dia a dia no trabalho.

Já Patric Pereira Ferreira é estudante de publicidade e colabora na gestão de um dos restaurantes dos pais, em Cianorte. Satisfeito com o evento, ele concorda com o palestrante quando o assunto é bom atendimento. “Para mim, o melhor ensinamento é que as pessoas são mais importantes que produtos. Para melhorar as vendas e o atendimento, é preciso primeiro entender os clientes”.

Nossa maior
satisfação é ver
pessoas felizes
e realizadas.

COOPER
card

Para uma vida melhor!

COOPER
Alimentação



0000 0000 0000 0000
Nome do Estabelecimento
André Rodrigues C. Souza
Val. 07/15

Para uma vida melhor!

COOPER
Refeição



0000 0000 0000 0000
Nome do Estabelecimento
André Rodrigues C. Souza
Val. 07/15

Para uma vida melhor!

Maringá e Região | 44 3220-5454 e 44 3033-0654
Demais Localidades | 0800-200-6263

www.coopercard.com.br

O "pé vermelho" que é o melhor chef latino-americano

Inaugurado há pouco mais de três anos, o restaurante Epice, localizado na charmosa Haddock Lobo, na capital paulista, coleciona importantes prêmios da gastronomia brasileira. Recentemente seu chef e sócio, Alberto Landgraf, foi premiado como o melhor da nova geração da América Latina pela revista britânica "Four", considerada uma das publicações mais respeitadas da área no mundo. Nascido em Cornélio Procópio e criado em Maringá, Landgraf, hoje com 33 anos, jura que até os 20 não sabia preparar sequer macarrão instantâneo. Ele só descobriu a verdadeira vocação quando abandonou a faculdade de Física, na Universidade Estadual de Maringá (UEM), para estudar inglês em Londres, e começou a trabalhar em restaurantes. Durante cinco anos de trabalho e estudos na Europa, cursou a escola de gastronomia londrina Westminster e trabalhou sob os olhos de chefs como Gordon Ramsey e Tom Aikens, na capital inglesa, e Pierre Gagnaire, em Paris. Já no Brasil comandou cozinhas de resorts na Bahia e em Campinas, e atuou como executivo de novos projetos de um importante grupo de alimentos e bebidas de São Paulo. Mas o melhor de si guardou para a primeira casa: sua cozinha contemporânea, inovadora e autoral lança mão de técnicas apuradas para valorizar o que, para ele, é a grande estrela da cozinha, o ingrediente. Em Maringá para visitar os pais, o chef concedeu esta entrevista na sede da ACIM:

Em apenas três anos, você se tornou um dos mais aclamados chefs da nova geração. A quais fatores credencia esta ascensão tão rápida?

Acredito que isso se deu pelo fato de ter me preparado bastante. Mas o mercado emergente, em ascensão e com muita necessidade de notícia, assunto e pessoas novas, também ajudou. Abrimos o restaurante no momento certo. A gastronomia no Brasil teve um boom nos anos 1980, com a chegada de chefs franceses como Laurent Suaudeau, Claude Troisgros e Erick Jacquin. Depois veio Alex Atala, que ficou muito tempo sozinho; em segui-

da a Heleza Rizzo criou seu espaço, e também apareceu o Rodrigo Oliveira, que na época ainda não fazia cozinha autoral. Quando abri o Epice o setor estava meio morno. Acredito que estar em São Paulo, em meio a um mercado forte, e também pelo fato de restaurante ter começado tão bem, abriu muitas portas. No fim de semana de inauguração do Epice abri só para os amigos. E um deles ligou para o Luís Américo, crítico de gastronomia do jornal Estadão, e ele almoçou e jantou no restaurante na terça-feira, e almoçou novamente na quarta-feira. Na quinta-feira foi publicada no Paladar, o caderno de gastronomia do jornal,



Fotos/Walter Fernandes

uma crítica excelente do restaurante e em uma semana tive que recusar 50, 60 reservas por dia. Trabalhamos muito: na época, éramos apenas cinco cozinheiros - hoje somos 14. No primeiro fim de semana acabaram saco de lixo, sal, azeite, carne, tudo. Depois dessa correria, nos estruturamos. E o mais importante é que melhoramos a cada dia. Se você for hoje ao Epice, garanto que será melhor que da última vez. Foram 12 anos para conquistar o que tenho e mesmo tendo trabalhado em grandes empreendimentos nunca quis que meu nome aparecesse. Essa estratégia criou um fator surpresa. Sempre tive uma estratégia muito clara de

como lidar com a mídia. Tinha muita gente se intitulando chef. Então pensei: vou mostrar um lado diferente, vou mostrar que sou cozinheiro. Muita coisa foi planejada, mas muita aconteceu por acaso. E Deus deu uma mãozinha.



Quais as principais dificuldades que você enfrentou?

A grande dificuldade no começo foi lidar com a expectativa das pessoas. Precisava estar preparado para surpreender, e quis abrir um restaurante desconhecido para criar esse fator surpresa e as pessoas não terem expectativa. No começo tinham dias em que a “coisa” saía mais ou menos, mas como as pessoas não sabiam o que esperar, ainda surpreendia. Hoje a situação mudou, ganhamos vários prêmios, as pessoas falam bem, dou palestras, entrevistas e ficamos conhecidos. Se no começo precisava surpreender, hoje preciso suprir algo que é quase impossível, que é criar experiências únicas. As pessoas ligam para fazer reserva e dizem: “olha, li na revista que você é bom. Vou comemorar aniversário de 25 anos de casamento, então tem de ser o melhor jantar da minha vida”. Desligo o telefone e fico sem saber o que fazer. Há outra dificuldade, que é continuar criando. Hoje, no Epice, 30% do meu trabalho é buscar ingredientes e fazer a seleção de fornecedores, o que demanda muito tempo e energia. Em segundo, cozinhar no dia a dia do restaurante e liderar a equipe; e o terceiro é criar. O restaurante existe há três anos, e não se passa um dia sem um cliente perguntar: “E aí, Alberto, alguma novidade no cardápio?”. Um amigo tem um restaurante há dez anos com o mesmo cardápio, e não é cobrado por isso. Essa foi a escolha dele, e eu fiz a minha. Quando crio pratos, vou incluindo aos poucos no cardápio. Como é um restaurante pequeno e São Paulo é uma cidade muito grande, o prato fica de oito meses a

“ Quando se abre um restaurante não se pode pensar só em você, tem de pensar no cliente que escolheu atender. Ainda falta profissionalismo no nosso ramo, e não só por parte dos funcionários. Isso começa pelo empreendedor

um ano no cardápio, o que é um tempo justo. Outra dificuldade é em relação ao giro de funcionários. Com dois ou três anos de casa, muitos começam a buscar outras experiências. Mas tenho muita sorte, porque há fila de pessoas querendo trabalhar lá.

Segundo a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), 80% dos bares e restaurantes quebram, fecham, desistem ou vão à falência antes de completarem dois anos. Por que o índice é tão alto?

São três fatores principais. O primeiro é a falta de preparo. Isso está ligado à segunda causa, que é o excesso de gente amadora no setor. Muita gente ganha dinheiro em outro ramo e decide investir em restaurante sem ter ideia do que está fazendo. Mas quando se abre um restaurante não se pode pensar só em você, tem de pensar no cliente que escolheu atender. É preciso pensar no ambiente, música, iluminação e comida para o público escolhido. Ainda

falta profissionalismo no nosso ramo, e não só por parte dos funcionários. Isso começa pelo empreendedor. Por último, acredito que é pelas pessoas acharem que gastronomia é um negócio de conceito e de produto, mas não é. Trata-se de um negócio de pessoas. Se sou empresário e não sou cozinheiro, não posso abrir um restaurante sem saber quem vai cozinhar. Só vou abrir outro restaurante no dia que identificar alguém da equipe que esteja preparado para liderar outro time. Restaurantes e bares têm uma peculiaridade: não são nada mais que uma loja que vende comida, e comida estraga. Se eu comprar R\$ 1 mil em sapatos e não vender até o fim do mês, coloco em promoção. Se comprei R\$ 1 mil de comida e não vendi no dia, no outro dia jogo fora porque estará estragada. O problema é que muitos empresários não conseguem identificar isso, que é o capital de giro.

Maringá está preparada para receber um restaurante de alta gastronomia?

Ter na cidade um curso superior de gastronomia ajuda bastante. Acredito que Maringá viverá isso, mas esse momento ainda não chegou: há de se entender que não só o restaurante precisa funcionar bem, é preciso existir uma cadeia muito forte. É fundamental investir nos fornecedores. Na região há muitas propriedades rurais pequenas, e é preciso buscar essas pessoas e ajudá-las a crescer, criar parcerias com fornecedores e agricultores. Enquanto o dono do restaurante achar que o negócio dele é uma ilha, que só ele deve ganhar dinheiro, não vai crescer. É impossível fazer comida de qualidade sem matéria-prima de qualidade. É isso que está faltando: o fortalecimento da cadeia. Mas isso vai ter um custo, envolverá tempo e dedicação, e acredito que falem pessoas determinadas e dispostas a fazer isso.

Giovana Campanha

Um apoio para os empreendedores

A professora Silvana Cristina Bitencourt Ribeiro Mariano se aposentará em breve, e ela e o marido, Ailton Mariano, que é motorista, fazem planos de ter o próprio negócio. O casal planeja abrir uma empresa de carnes assadas e lanchonete no Jardim Aurora, nas proximidades do shopping Catuaí Maringá.

No bairro não há um estabelecimento do gênero, e em conversas com vizinhos o casal detectou que o negócio pode ser viável. Indicada por uma amiga, Silvana se dirigiu ao Ponto de Atendimento ao Empreendedor, que fica na sede da ACIM. Lá recebeu orientações, conheceu linhas de crédito para a abertura da empresa e foi orientada a elaborar um plano de negócios. “Estou fazendo um levantamento dos custos dos equipamentos e mobiliário para a abertura da empresa, despesas fixas, estimativa de faturamento e prazo de retorno do investimento”.

Silvana também participará de cursos na área de gestão oferecidos pela ACIM e Sebrae. “As orientações foram muito importantes. Eu desconhecía como funciona o processo de abertura de uma empresa e a importância da elaboração de um plano de negócios”, diz. Se tudo der certo, a empresa deverá ser aberta neste ano.

Empresário e futuro empreendedor

O Ponto de Atendimento é voltado para empresários e futuros empreendedores. Lá eles têm acesso a consultorias, grade de cursos e informações sobre linhas de crédito. A partir do atendimento inicial, são direcionados para a solução mais adequada.

Ponto de Atendimento ao Empreendedor, que funciona na ACIM, oferece cursos e consultorias, além de acesso a linhas de crédito; serviço é uma parceria da Associação Comercial, Sebrae e Noroeste Garantias

Opções de capacitação

Confira a programação de cursos do Ponto de Atendimento ao Empreendedor (os cursos e atendimentos são realizados na sede da ACIM)

PLANO DE MARKETING AVANÇADO

- 29 e 30/7, das 19 às 23 horas: encontro de iniciação e entrevista
- 18 e 19/8, das 8 às 18 horas: atendimentos individualizados I
- 22 e 23/9, das 8 às 18 horas: atendimentos individualizados II
- 20 e 21/10, das 19 às 23 horas: encontro de encerramento

MINHA IDEIA É UM BOM NEGÓCIO?

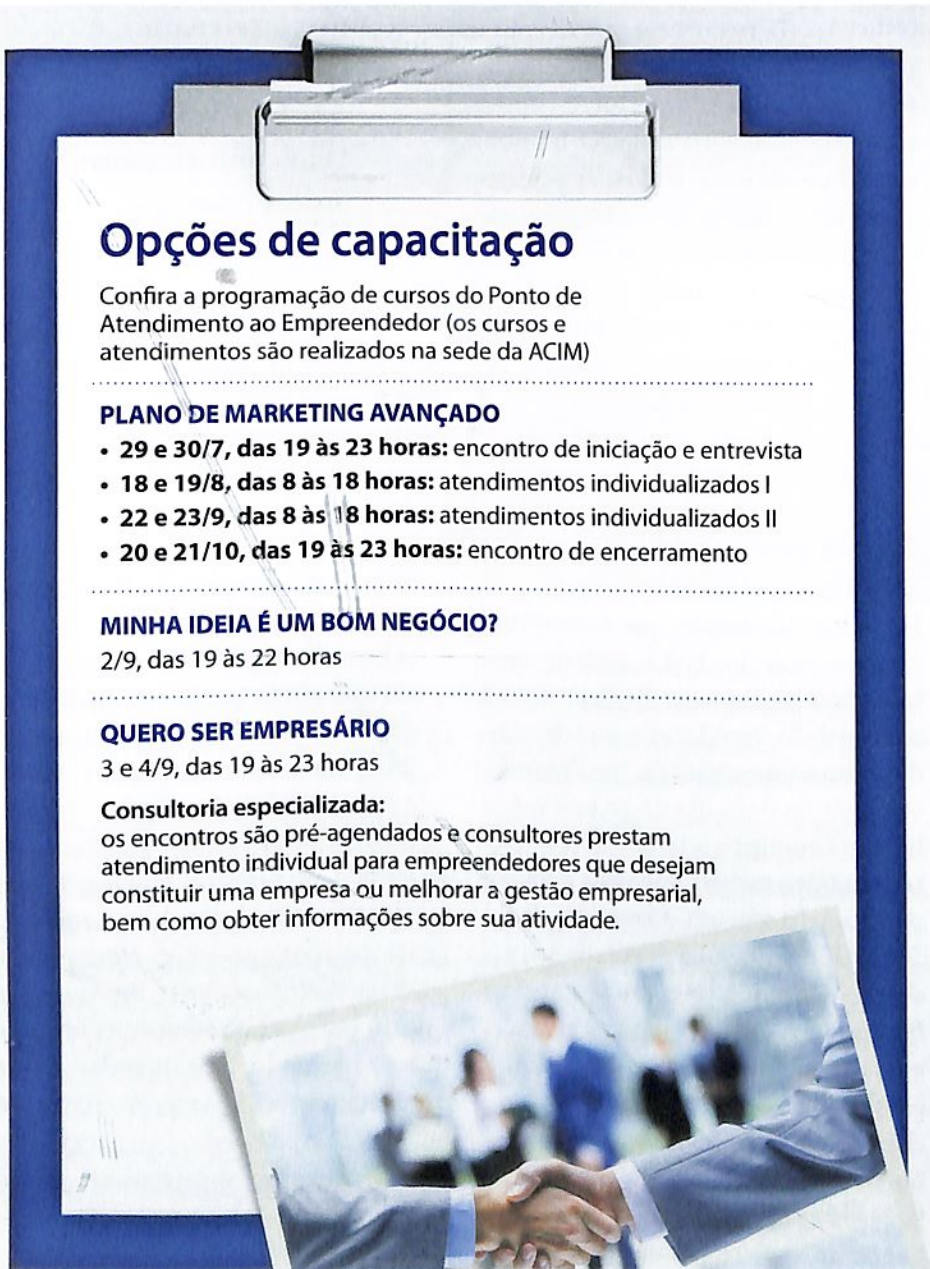
2/9, das 19 às 22 horas

QUERO SER EMPRESÁRIO

3 e 4/9, das 19 às 23 horas

Consultoria especializada:

os encontros são pré-agendados e consultores prestam atendimento individual para empreendedores que desejam constituir uma empresa ou melhorar a gestão empresarial, bem como obter informações sobre sua atividade.



O gerente regional do Sebrae, Luiz Carlos da Silva, ressalta que o ponto é uma extensão do trabalho do Sebrae e os empreendedores ainda têm acesso às linhas de crédito disponibilizadas com o apoio da Noroeste Garantias e à grade de cursos do Sebrae e da ACIM. “O ponto de atendimento é uma comodidade extra para os empresários, já que fica na região central. E o empresário conhece várias soluções para seu negócio, inclusive têm acesso a consultorias com preços acessíveis”.

O ponto funciona na sede da ACIM em horário comercial. Mais informações pelos telefones (44) 3025-9664 e 9989-0035 ou pelo email vinicius.rodrigues@agentep.com.br.



Walter Fernandes

Ponto de Atendimento é voltado para empresários e futuros empreendedores, que são direcionados para a solução mais adequada

GRADUADOS DALE CARNEGIE QUAL A DIFERENÇA?

DALE CARNEGIE TEM INCREMENTADO O ENGAJAMENTO DOS PROFISSIONAIS POR MAIS DE 100 ANOS. NOSSOS GRADUADOS NÃO APENAS GANHAM HABILIDADES AFIADAS PARA NEGÓCIOS, MAS SÃO ESTATISTICAMENTE MAIS ENGAJADOS NO TRABALHO.



Empresas com **PROFISSIONAIS ENGAJADOS**, superam as concorrentes em mais de



GRADUADOS DALE CARNEGIE SÃO MAIS ENGAJADOS QUE A MÉDIA DOS PROFISSIONAIS

GRADUADOS DALE CARNEGIE

MÉDIA DOS PROFISSIONAIS



TOTALMENTE ENGAJADOS

DESENGAJADOS

TOTALMENTE ENGAJADOS

DESENGAJADOS

DALE CARNEGIE TRAINING®
Igniting the enthusiasm in the workplace
ACTUM TREINAMENTOS ...
www.dalecarnegie.com.br

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!

Fonte: Gallup 2014

Fórmula da beleza e do sucesso

Empresária maringense fundou uma das mais conceituadas redes de cuidados com a pele, que conta com mais de 30 franquias; empresa também fabrica os produtos e tem planos de exportação

Rosângela Gris

Em pouco mais de duas décadas, a empresária maringense Lucienne Souza ergueu uma das mais conceituadas rede especializada nos cuidados com a pele do país. Hoje os produtos do Spa da Pele estão presentes nas principais clínicas de estética, spas e resorts do Brasil. E em breve a marca deve ultrapassar fronteiras. “Estamos iniciando um plano de expansão que prevê a exportação de alguns dos nossos produtos para países da América do Sul e Estados Unidos, provavelmente a partir de 2015”, revela a empresária.

O negócio começou com uma clínica de estética, em Maringá. O investimento na fabricação própria ocorreu tempos depois, a partir da necessidade por produtos mais funcionais identificada no dia a dia da clínica. “Os tratamentos Spa da Pele vão além da estética, promovem o bem-estar do corpo. Foi pensando em melhorar os resultados dos nossos serviços que investimos em inovação. Frequentei vários cursos de cosmetologia e estudei muito. Depois iniciamos a fase de pesquisa e desenvolvimento de fórmulas de produtos funcionais”, conta Lucienne.

Inicialmente o processo de fabricação foi terceirizado. A au-

tonomia industrial veio em 2007, com o início das atividades na indústria instalada em Floresta, cidade vizinha a Maringá. Lá são produzidos os mais de cem itens da linha de cosméticos, entre loção, gel e creme corporal e facial. “Na produção utilizamos ingredientes com princípios ativos naturais e também sustentáveis, como os da floresta amazônica, assim como insumos internacionais consagrados por seu desenvolvimento, pesquisa e biotecnologia”, explica.

Franquias

Paralelamente à busca pela autonomia produtiva, Lucienne viu na crescente preocupação com beleza, saúde e bem-estar uma oportunidade de negócio no mercado de franchising. Durante três anos, ela estudou o mercado até montar a estrutura das franquias. Em 2006, antes de iniciar a fabricação própria dos produtos, a empresária formatou o modelo de franquias, impulso que faltava para a rede se espalhar pelo país.

“O modelo de franquia atende o desejo de ter uma estética plena, em excelência não só em produtos, serviços, mas no atendimento, difundindo um novo conceito de estética funcional com resultados já a partir da primeira sessão”.

Hoje, além da franquia modelo



Lucienne Souza, da Spa da Pele: a partir do ano que vem produtos da marca deverão ser exportados para países da América do Sul e Estados Unidos

em Maringá, a rede Spa da Pele conta com mais de 30 unidades espalhadas pelo país, com uma margem de 92% de satisfação dos franqueados, e gera quase 80 empregos diretos e indiretos.

O Spa da Pele fica na avenida Humaitá, 406, na Zona 4, Maringá. O telefone é (44) 3028-5350.

Para um trânsito melhor,
pratique gentileza.



Motorista que pratica gentileza sinaliza sempre que vai estacionar. E outro que venha no carro de trás espera um pouquinho sem problemas.

Viu como é simples?
Você também pode fazer isso.



**PRATIQUE
GENTILEZA
NO TRÂNSITO**

PREFEITURA DE MARINGÁ

SETRANS
Secretaria de
Trânsito e
Segurança



O saldo do embate entre poder público e CMNP: o fim do Bosque das Essências

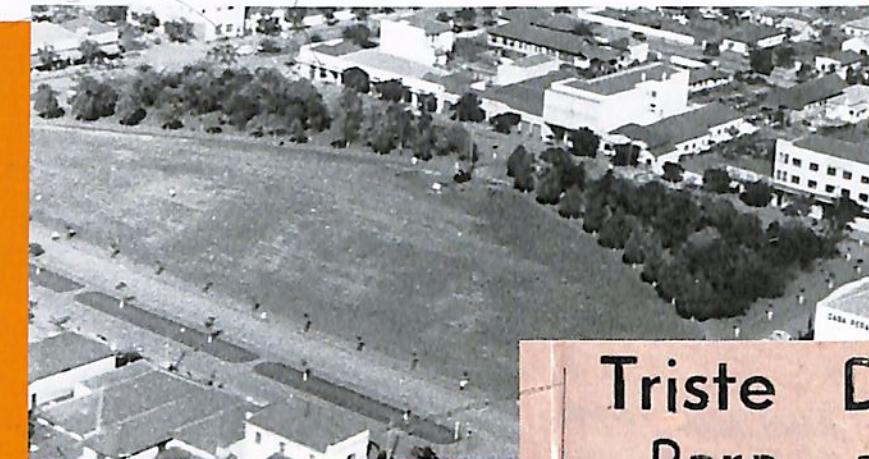
Nas duas primeiras gestões municipais (1953-1960) foram travados debates entre a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná (CMNP) e o poder público local. As pautas eram direito de propriedade, impostos e as responsabilidades em relação a Maringá. Inocente Villanova Júnior e Américo Dias Ferraz, prefeitos eleitos por processo democrático, representavam, acima de tudo, o povo. A Companhia Melhoramentos, por sua vez, representava o direito privado.

Um dos embates mais acalorados foi em relação aos impostos dos lotes que a colonizadora possuía na cidade. Existiram outros, como a utilização de espaços, teoricamente, públicos, como bens particulares. Esse foi o caso da Praça da Rodoviária, hoje nomeada Napoleão Moreira da Silva.

Tanto Villanova Júnior quanto Ferraz desenvolveram projetos importantes, ainda mais porque foram os primeiros prefeitos da cidade e iniciaram as atividades, praticamente, do zero. Foi necessário estabelecer limites ao empreendimento privado constituído na cidade. A partir de 1951, Maringá era um município emancipado.

Uma das situações mais inusitadas dessa disputa ocorreu em meados de 1958, quando Hermann Moraes Barros, que era diretor-gerente da CMNP, publicou uma série de artigos que criticaram posturas da administração do prefeito Américo Dias Ferraz (1956-1960).

O prefeito encontrou uma for-



Bosque das Essências, localizado na praça Napoleão Moreira da Silva (anteriormente conhecida como Praça da Rodoviária)

Annibal Bianchini da Rocha, então diretor da Companhia Melhoramentos e sucessor de Luiz Teixeira Mendes no projeto de arborização de Maringá, criticou a atitude do prefeito Américo Dias Ferraz no Jornal de Maringá

ma de vingança. Como a colonizadora cultivava um bosque de essências nativas (perobas, cedros, palmitos, marfins, alecrins, canjaranas, entre outras espécies) na praça Napoleão Moreira da Silva, Ferraz convocou os funcionários municipais para retirarem essa área verde durante uma madrugada. No dia seguinte, para a surpresa de todos, o bosque privado instalado em área pública havia sido dizimado.

Miguel Fernando

é especialista em História e Sociedade do Brasil

Triste Dia Para a ARVORE

ANNIBAL B. DA ROCHA

Há cerca de um mês atrás Maringá mostrava ao Brasil seu respeito e veneração à árvore, celebrando com invulgar brilho cívico uma Semana comemorativa.

Houve alguém que dela não participou, achando que plantar árvores é dar sombra para vagabundos...

Estranha coincidência, mas hoje, esse mesmo alguém que por incrível que pareça é prefeito de Maringá, em pleno coração da cidade, dando azas a seus instintos, determinou a destruição daquele conjunto de árvores ali plantadas, com elevado significado.

Ao prefeito destruidor, alguns dados sobre sua vítima:

Em 1949, um virtuoso e sábio cidadão chamado Dr. Luiz Teixeira Mendes, agrônomo, silvicultor, de elevados méritos, a convite da diretoria da Cia. Melhoramentos Norte do Paraná, aqui veio para iniciar o Horto Florestal. Aqui chegando, com 68 anos, após brilhante carreira no Serviço Florestal de São Paulo do qual foi Diretor, começou seu verdadeiro apostolado da arborização da cidade e do reflorestamento da região, plantando e ensinando a plantar desde eucaliptos até perobas e jequitibás. Foi este idealista, fruto de boa cepa, que heirando os 70 anos de idade, iniciou a arborização da cidade, dedicando a esta obra toda sua experiência e entusiasmo. Foi assim que, dia após dia, as áreas outrora recobertas por exuberante mata, que cederam lugar à cidade, foram sendo arborizadas nas suas vias públicas.

Como homenagem à flora local, aqui apaixonado pela natureza planejou o plantio de uma coleção de essências nativas na área destinada à futura Estação Rodoviária da cidade, respeitando a reserva para a futura construção. Foi assim que surgiu aquele pequeno arboreto que hoje já oferece ao povo a proteção de uma sombra acolhedora e se constituiu num verdadeiro marco de tradição da cidade, para as gerações futuras. Mas, o prefeito não pensou como o saudoso Dr. Luiz, aliás, isso era de se esperar, pois a árvore leva tempo para crescer e produzir benefícios, quase sempre para quem não as plantou.

E assim neste triste 27 de outubro, perde a cidade aquele recanto de paz e conforto, ao desfechar o machado vingativo, do prefeito seus golpes mortais aquelas árvores indefesas.

Contemplando semelhante atentado a um patrimônio que não é particular, mas sim do povo, pergunto: onde está o respeito ao povo? Onde estão os líderes das classes produtoras? Onde está a mocidade que há um mês apenas vibrava nas ruas em homenagem à árvore? Onde se encontra este povo corajoso que transformou o sertão em cidade?

Pode um homem cometer semelhante crime contra uma coletividade ordeira e laboriosa, sem uma satisfação sequer?

O todo poderoso prefeito, baseado em que direito julga-se dono da cidade?

Seremos dignos de nós mesmos e respeitáveis perante nossos filhos se assistirmos a espetáculos dessa natureza, indiferentes?

Primavera infeliz tiveram estas pobres árvores, as quais após 10 longos anos, crescendo e se preparando para nos amenizar o panorama das estruturas materiais, pagaram num dia, sem culpa alguma, a fúria de um homem sem princípios!



TEM SEMPRE UM A.YOSHII QUE
COMBINA COM VOCÊ!

SOLARIS
CLUB RESIDENCE

80% VENDIDO

ENTREGA: 28/02/2016



2^{ou} 3¹ SUÍTE
DORM.

108m²
ÁREA TOTAL

Varanda com
Churrasqueira

Lazer
Completo



VISITE NOVO PLANTÃO DE VENDAS.
AGORA, NA OBRA.

Rua Garibaldi, 50 | Vila Nova | (À 50m do Supermercado Big)

Vendas
 **OPÇÃO**
IMÓVEIS

Construção e
Incorporação



A.YOSHII
ENGENHARIA
Referência de Qualidade

Mais que um bom atendimento

Inúmeras opções de compra e consumidores mais exigentes levam as lojas a oferecer comodidades extras para estreitar o relacionamento; tem até atendimento com hora marcada e *personal stylist*

Fernanda Bertola

Se o mercado oferece inúmeras possibilidades e a relação de consumo se torna mais complexa, levando os consumidores a serem mais exigentes na hora de escolher um produto, é lógico compreender que esse público também exige mais do atendimento. E quem atende as expectativas sai na frente na corrida pela preferência do consumidor.

É tanta oferta que o cliente acaba se sentindo menos valorizado do que acredita merecer. A psicóloga organizacional Elisa Ornellas explica que ações que valorizam o cliente ajudam a torná-lo um cliente fiel. Segundo Elisa, estudos apontam que cerca de 70% dos consumidores que são recebidos com indiferença ou são, de fato, mal atendidos vão em busca de outra empresa, mas se o consumidor se sentir valorizado, fará o movimento contrário, divulgando positivamente o nome da empresa.

Oferecer um plus no atendimento exige cuidados e planeja-

mento. “É importante a empresa ponderar o que está disposta a fazer e orientar muito bem a equipe sobre a importância disso, para não gerar a impressão, para os colaboradores, de que se trata de um favor para o cliente”, diz. Ela acrescenta que, por outro lado, é preciso deixar claro para os clientes que esse “algo mais” é uma forma de valorizá-lo. Se isso não ficar claro, a empresa corre o risco de alguns deles acreditarem que existe mais a fazer.

Mas como oferecer diferenciais que façam o consumidor se sentir valorizado? É preciso identificar quem é o público-alvo e depois, há várias possibilidades: um ambiente mais atrativo, um serviço que acompanha a compra ou um presente, por exemplo. Na Aklo Egoroff’s os clientes ganham consultoria sobre o visual. Segundo a empresária Magda Egoroff, não apenas o serviço de *personal stylist* é disponibilizado, mas todo o ajuste das peças compradas na loja.

Ao comprar um vestido, as clientes recebem dicas sobre o



Walter Fernandes

sapato, bolsa e brincos que mais combinam, além da maquiagem e outros acessórios que compõem o visual. Tudo de uma maneira que a cliente se sinta à vontade. Magda explica que o atendimento diferenciado evoluiu, mas desde 1992, quando a loja foi fundada, a atenção especial já existia.

Quem dá as dicas e consultoria de moda é Tatiana Egoroff Rodrigues, filha de Magda e braço direito dela na loja. Ela é apaixonada por moda e está sempre atenta às tendências. Para isto, lê e pesquisa muito sobre o assunto. Magda também teve um ateliê durante seis anos em Portugal e, por isso, entende muito de costura.

Algumas vezes as clientes ex-



Magda Egoroff conta o segredo do atendimento: "a maior propaganda é feita boca a boca e isso só acontece se a cliente saiu feliz"

perimentam o *look* completo e pedem a opinião de Tatiana. E Magda garante que a sinceridade é importante para a satisfação. "Tentamos entender o estilo de cada cliente, e com as dicas ela fica mais segura".

O serviço de ajustes também não é cobrado: barras, mangas, sobras, todos os detalhes são corrigidos. E não são raras as vezes que as clientes vêm de outras cidades para comprar na loja e precisam que a peça seja ajustada no mesmo dia. E o pedido, na maioria das vezes, é atendido. Isso graças a uma parceria que a loja mantém com uma costureira, que recebe orientações de Magda e Tatiana e atende a Aklo com exclusividade.

A empresária reforça que a intenção ao oferecer esses diferenciais é entregar a roupa de forma perfeita. "Faço questão que as clientes fiquem lindas, afinal estão levando o nome da marca. Não adianta só vender. A maior propaganda é feita boca a boca e isso só acontece se a cliente saiu feliz da loja. E felizmente somos

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



Walter Fernandes

“É importante orientar muito bem a equipe para não gerar a impressão, para os colaboradores, de que se trata de um favor para o cliente”, explica a psicóloga organizacional Elisa Ornella

muito elogiadas quanto ao nosso atendimento”.

A domicílio

A Morena Rosa, especializada em moda feminina que tem loja exclusiva no Maringá Park Shopping Center, leva as roupas até as clientes. A gerente, Leila Facci, conta que para isso é preciso conhecer o perfil e gostos – conhecimento que vem com a convivência e a frequência. “Esse serviço é para que nossas clientes não tenham trabalho. Apresentamos *looks* completos, para que elas não precisem ficar pensando na combinação das peças”, conta.

E a estratégia é positiva não apenas para estreitar o relacionamen-

to, mas para aumentar a gama de consumidores. “Algumas consumidoras entram em contato com a loja contando quem indicou nosso produto e atendimento. E esse retorno é bem satisfatório. Elas ficam curiosas e vêm conhecer”.

A gerente diz que o atendimento especial é apenas uma parte de um trabalho maior. “Procuramos um relacionamento de amizade. Para isso, os funcionários são treinados de acordo com o padrão da loja. Estendemos o tapete vermelho e tratamos o cliente como gostaríamos de ser tratados. Tudo se resume a carinho”.

Hora marcada

O atendimento personalizado também é característico da Maria

Bonita Noivas, que comercializa vestidos de noiva e roupas de festa de duas grifes importadas e uma nacional. As noivas têm um provedor exclusivo, grande suficiente para a noiva e alguns familiares.

Lá o atendimento é feito com hora marcada. “Cada noiva passa de uma hora e meia a duas horas na loja. Marcamos horário para que possamos dar atendimento exclusivo, pois não é possível atender bem duas noivas ao mesmo tempo” conta Paulo Mazur, que é dono da loja ao lado da irmã Sirley Mazur e da prima Karina Mazur.

Ele, que atuou como *personal stylist* em Londres por cinco anos, oferece o serviço também na loja, inaugurada há um ano. “Quando a



Walter Fernandes

Marcamos horário para que possamos dar atendimento exclusivo”, diz Paulo Mazur, da Maria Bonitas Noivas, ao lado das sócias, Sirley Mazur e Karina Mazur

cliente chega, analiso o tipo físico, o comportamento e faço perguntas para entender o estilo. Assim já sei qual vestido indicar”, conta Mazur. Sua experiência também com cabelos agrega mais um serviço: dar dicas sobre acessórios, véus e os penteados mais indicados para o vestido escolhido.

Ele acredita que esse padrão de atendimento está ajudando na fidelização. “Investimentos em propagandas, mas o que mais funciona é o boca a boca. A maioria das clientes vem por indicação”, diz. Durante o atendimento, a equipe oferece água, café, chá, suco, enfim, tudo para que o momento seja agradável. E após a reforma que a loja está passando, haverá uma novidade: o fechamento de cada novo contrato de locação de vestido de noiva será comemorado com espumante. ■



Walter Fernandes

Se as clientes não podem ir à loja, a Morena Rosa vai até elas: “apresentamos looks completos, para que elas não precisem ficar pensando na combinação das peças”, conta a gerente, Leila Facci

190 mil em busca de descontos em 4 dias

Feira Ponta de Estoque, realizada no mês passado, levou uma multidão às compras; sorte dos 200 expositores que liquidaram os estoques

Acuritibana Ivani Justino da Silva foi às compras nos quatro dias de Feira Ponta de Estoque. Ela veio à Maringá exclusivamente para participar do evento e em todos os dias lotou o carro de compras para uso próprio e para revender. No primeiro dia Ivani chegou quando o acesso foi liberado, às 10 horas, e só voltou para a casa da irmã, onde estava hospedada, às 20 horas. Apenas no segundo dia da liquidação gastou mais de R\$ 2 mil. Comprou de tudo um pouco: colcha, cortina, saia, calça, vestido, pijama, blusas e outras dezenas de peças. “Os descontos valem muito a pena”.

Ivani voltará à Maringá no mês que vem. Dessa vez para participar da Maringá Liquida. “Em Curitiba não há liquidações tão boas como as de Maringá”, compara.

A 24ª edição da Feira Ponta de Estoque, realizada de 16 a 19 de julho, reuniu 190 mil consumidores, em busca dos descontos oferecidos por cerca de 200 expositores, em 300 estandes. E quem fez compras garante que os preços foram compensadores. A auxiliar de professora e estudante Adriana Vitor Dourado, de Maringá, recebeu o salário no dia anterior ao início da feira e aproveitou para gastar parte dele. Comprou camisa, saia, top e outras peças no primeiro dia e pretendia voltar nos outros com a família. “É muito barato”, justificou.

Bons negócios também fizeram os lojistas. Na Corpo Leve a equipe de oito vendedores trabalhou muito para dar conta de atender a clientela, ávida por comprar tops por R\$ 10 e leggings a partir de R\$ 40 – no último dia os descontos foram ainda maiores. De acordo com a empresária e estilista, Ester Ferdinando, as vendas superaram as do ano passado, com incremento de 10%. E a maioria dos pagamentos foi feita à vista. “A feira é uma oportunidade para liquidarmos os estoques das coleções das nossas quatro lojas de varejo”, conta.

Igualmente satisfeita estava a gerente da Fio Sul Tricô, Iraci Ferreira Lima. O faturamento nesta edição foi 40% superior ao do ano passado. Foi até preciso fazer uma reposição gran-



Walter Fernandes

Mais de 1,5 mil consumidores aguardavam a liberação do acesso ao primeiro dia da Feira Ponta de Estoque

de mercadorias. “Faz seis anos que participamos e o faturamento neste ano foi o maior. Foi maravilhoso”. Segundo Iraci, os dez vendedores mal tiveram tempo para fazer as refeições, dado o volume grande de consumidores para atender.

De acordo com uma pesquisa feita junto aos expositores pelo Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM (Depea), 98% das empresas consideraram válida a participação e 84% pretendem participar da próxima edição (13% não definiram a participação em 2015).

Walter Fernandes



Ivani Justino da Silva veio de Curitiba especialmente para a feira; ela e a irmã, Sueli Justino, foram nos quatro dias de evento e lotaram o carro com as compras



Walter Fernandes

Corredores cheios de gente em busca dos descontos oferecidos nos 300 estandes

Renda para entidades

Além de negócios, o evento beneficiou entidades de Maringá. O acesso à feira foi gratuito, mas o estacionamento foi pago. E quem utilizou o estacionamento oficial, contribuiu com oito entidades indicadas pela Secretaria de Assistência Social e Cidadania (Sasc). Os R\$ 81,7 mil arrecadados foram divididos entre a Associação dos Ostromizados, Legião da Boa Vontade (LBV), Associação Maringaense dos Autistas (AMA), Associação Cultural Beneficente Água Viva, Pastoral da Criança, Albergue Santa Luiza de Marilac, Associação Beneficente Casa de Nazaré e Lar Escola Bom Samaritano.

Outra ação social foi a doação de mercadorias não comercializadas. As entidades beneficiadas com as doações foram: Casa de Nazaré, Provopar, Encontro Fraternal Lins de Vasconcelos Associação Norte Paranaense

de Áudio Comunicação Infantil (Anpacin) e Associação Maringaense dos Autistas (AMA).

A feira gerou, ainda, renda extra para catadores de recicláveis. Foram coletados papel, papelão, plástico e alumínio, que terão a correta destinação.

Já os alunos do curso de cabeleiros do Senac tiveram, no evento, uma oportunidade de aprendizagem, porque realizaram cortes gratuitos. Segundo a professora Eliane Galleti, 12 alunos se dividiram em cada período para dar conta da demanda. “É uma oportunidade para os alunos perderem o receio de fazer os cortes. E ainda ganharam agilidade no atendimento, assim como nos salões de beleza. Já os clientes agradeceram pelo serviço ser gratuito”.

Oportunidade de colocar os conhecimentos em prática também

tiveram os acadêmicos do curso de Nutrição da Unicesumar. Orientados por professores, eles foram responsáveis por vistoriar o manejo e a conservação das delícias servidas na praça de alimentação, como lanches, crepes e sorvetes.

ACIM Mulher

A realização da Feira Ponta de Estoque é da ACIM e do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar), com organização do ACIM Mulher – as conselheiras do ACIM Mulher começaram os preparativos semanas antes, e durante todo o evento se dividiram em comissões para garantir tranquilidade para visitantes e lojistas. A feira teve apoio da Sociedade Rural de Maringá, prefeitura de Maringá e Câmara Municipal de Maringá e o patrocínio do Sicoob e da Unimed Maringá.

Walter Fernandes



Autoridades e conselheiras do ACIM Mulher, que organiza a Feira Ponta de Estoque

Entidades unem forças por centro de convenções

Painéis que mostrarão os valores que Maringá deixa de arrecadar pela falta de um centro de convenções e uma petição para a participação popular estão entre as ações de uma comissão que foi criada em prol do equipamento turístico

Rosângela Gris

Maringá deixa de arrecadar mais de R\$ 20 milhões anualmente devido à falta de um espaço adequado para receber congressos técnicos, workshops e seminários. O cálculo é do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau que, unido a outras instituições e entidades ligadas ao trade turístico, tenta reverter o “prejuízo” através da recém-criada Comissão Pró-Centro de Convenções, instituída por meio do decreto assinado em 15 de abril pelo prefeito Carlos Roberto Pupin e oficializada em 7 de maio na sede da ACIM.

Segundo o presidente do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, Jonas Demóstene Ramos, trata-se de uma união de forças para definir estratégias. “Existem municípios menores que Maringá que têm um centro de convenções. Nossa cidade, por ser um polo regional, necessita deste equipamento para se consolidar como destino de turismo de negócios”, ressalta Ramos, referindo-se ao segmento que movimenta R\$ 5 bilhões, realiza 19,8 mil eventos e atrai 28 milhões de pessoas todos os anos no Brasil, de acordo com dados da Associação Brasileira de Centros de Convenções e Feiras (Abraccef).

“Maringá não tem atrativos



Jonas Demóstene Ramos, do Convention & Visitors Bureau: “nossa cidade, por ser um polo regional, necessita deste equipamento para se consolidar como destino de turismo de negócios”

turísticos naturais, como Foz do Iguaçu, por exemplo. Por isso, o centro de convenções reforçará a vocação da cidade para o turismo de eventos e negócios. Hoje vários eventos de todos os segmentos não são realizados na cidade pela falta desse equipamento turístico”, diz a superintendente executiva do Maringá Convention, Yara Linschoten.

Recentemente, o município deu um passo importante para a instalação do centro de convenções, que

promete movimentar mais de 50 segmentos econômicos. Um estudo para a ocupação de um terreno, ao lado do Aeroporto Regional Silvio Name Júnior, está em andamento com previsão de conclusão ainda para este mês - e dependendo da viabilidade, parte da área poderá ser cedida à implantação do equipamento turístico.

“A área de 40 alqueires foi adquirida pela prefeitura para a construção da estrutura de recepção



QUERO JÁ!

Maringá no Centro dos Grandes Eventos

◀ COMISSÃO PRO CENTRO DE CONVENÇÕES ▶

Arte da campanha em prol do Centro de Convenções que foi desenvolvida pela Jump Comunicação

de aeronaves que participarão da feira de aviação neste mês. Porém, a prefeitura estuda a possibilidade de doar parte do terreno para o centro de convenções. O projeto também prevê a implantação de um condomínio industrial”, explica o superintendente do aeroporto, Fernando Camargo.

Caso a doação seja concretizada, o próximo passo da comissão será a elaboração do projeto e a discussão de como serão viabilizados os recursos para a obra.

Espaço com critérios

A Abraccef define centro de convenções como um empreendimento ou estabelecimento empresarial, público ou privado, fixo, legalmente constituído e que oferece estrutura para eventos sob a forma de locação ou cessão de uso temporário. O espaço deve oferecer salas, auditórios e locais de apoio para pelo menos 300 pessoas; ter espaço adequado para registro e circulação dos participantes; área de alimentação, exposição

e atendimento médico; sistema de comunicação, iluminação, acústica, sustentabilidade, acessibilidade, entre outros itens.

Segundo estes critérios, somente Curitiba, Foz do Iguaçu e Pinhais contam com centros de convenções no Paraná. Para colocar Maringá neste seleto grupo, os integrantes da comissão pretendem mobilizar a sociedade através do movimento “Quero Já! Maringá no Centro dos Grandes Eventos”.

A intenção da campanha desenvolvida pela Jump Comunicação é espalhar em pontos estratégicos da cidade “eventômetros”, painéis que mostrarão em tempo real os valores que Maringá deixa de arrecadar pela ausência do centro de convenções. Outra proposta é disponibilizar uma petição, em versões online e presencial, para que a população possa expressar através de assinaturas apoio ao projeto. Em seguida o documento será encaminhado à Câmara Municipal e à Assembleia Legislativa.

Integrantes da Comissão Pró-Centro de Convenções

Prefeitura de Maringá, Maringá e Região Convention & Visitors Bureau, ACIM, Sindicato dos Lojistas do do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar), Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), Conselho Municipal de Turismo (Cmtur), Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Maringá (Sindhotel), Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá (Sindvest), Associação Maringaense das Agências de Viagem (Amav), Sociedade Médica de Maringá, Sociedade Rural de Maringá (SRM), Universidade Estadual de Maringá (UEM), Unicesumar, Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC), Associação dos Profissionais de Propaganda de Maringá (APP), Câmara Municipal de Maringá, Federação dos Convention Bureaux do Paraná, Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e Material Elétrico (Sindmetal), Instituto Cultural Ingá (ICI), Sebrae, Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Maringá (Aeam), Aeroporto de Maringá, Viapar e Ordem dos Advogados do Brasil (OAB).

Fernanda Bertola

De 6 a 10 de outubro todos os tribunais Federal, Trabalhista e Estadual participarão da Semana Nacional de Conciliação. Coordenada pelo Conselho Nacional de Justiça (CNJ), o evento tem o objetivo de diminuir o estoque de processos na justiça brasileira e fortalecer a cultura do diálogo.

Para os eventos de conciliação, os tribunais selecionam processos que apresentam possibilidade de acordo. Se houver interesse do cidadão ou empresa em participar dos eventos, é possível procurar o tribunal em que o caso tramita para se inscrever, com antecedência. Em Maringá a Justiça do Trabalho selecionou duas mil ações trabalhistas que aguardam execução, cujo valor de liquidação não extrapola R\$ 10 mil, para que as partes façam acordos.

Segundo o diretor do Fórum Trabalhista de Maringá, Marcus Aurélio Lopes, a maioria dos processos desta natureza envolve pequenos empresários e trabalhadores, que podem abreviar uma disputa judicial. Ele conta que em 2013 as cinco varas do trabalho de Maringá obtiveram o índice superior a 50% de conciliação em processos trabalhistas - dos 7,9 mil novos processos, aproximadamente 4 mil foram encerrados por conciliação.

Condições justas e adequadas

O Tribunal Regional do Trabalho (TRT) do Paraná e a ACIM firmaram um acordo: a ACIM divulgará o evento e mobilizará a participação dos associados em eventos de conciliação, além de promover entre eles a busca de acordo em ações trabalhistas. Já o Tribunal disponibilizará servidores e magistrados para atuar nas ações de preparação e realização

Conciliação abrevia conflitos judiciais

Semana da Conciliação será realizada em outubro; ACIM quer estimular a participação de empresários e Sicoob oferecerá linha de crédito



Marcus Aurélio Lopes (Fórum Trabalhista), Luiz Ajita (Sicoob Metropolitano), Ana Carolina Zaina (TRT) e Marco Tadeu Barbosa (ACIM) na assinatura da linha de crédito do Sicoob

das conciliações, promovendo um painel de debates sobre a conciliação em 4 de setembro.

Para o presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, o acordo possibilita que sejam finalizados processos que promovem gargalos na justiça trabalhista. Ele acrescenta que a Semana de Conciliação será o momento de resolver pendências trabalhistas e negociar condições adequadas e justas para ambas as partes.

O Sicoob oferecerá uma linha de crédito aos empresários cooperados, para que tenham condições de efetuar os acordos trabalhistas. O termo de cooperação para a disponibilização deste crédito foi assinado em 25 de julho pela desembargadora e vice-presidente do TRT-PR, Ana Carolina Zaina, presidente da

ACIM, Marco Tadeu Barbosa, presidente do Sicoob Metropolitano, Luiz Ajita, e pelo diretor do Fórum Trabalhista de Maringá.

O presidente do Sindicato das Empresas de Transporte de Cargas de Maringá (Setcamar) e vice-presidente da Federação das Empresas de Transporte de Cargas do Estado do Paraná (Fetranspar), Afonso Shiozaki, explica que os acordos favorecem as duas partes de um processo, porque além de evitar a espera pela resolução de uma ação, permite que os interessados concordem sobre valores e condições. Ele lembra que o Setcamar representa cerca de 1,5 mil empresas na região e a Fetranspar, cerca de 20 mil. "A orientação é para que nossos associados busquem a resolução de problemas por meio de acordos".

O funcionário é parte da imagem da empresa

Por isso, é preciso tomar cuidado com o uso de uniformes e crachás fora do ambiente profissional

Cuidar da imagem profissional é muito mais do que ter um guarda-roupa bem montado. Também não depende apenas de ter ou não um estilo adequado ao cargo, mas estar de acordo com a imagem que a empresa em que você trabalha precisa ser vista. Esta sintonia fortalece o conceito da empresa, por isso um simples escorregão pode abalar a reputação de uma marca sólida. Para se prevenir, evite usar as ferramentas disponibilizadas para o exercício da função para fins pessoais.

O uso do uniforme é adotado como estratégia de fortalecimento do nome de uma empresa. Assim, quando um funcionário usa o uniforme, ou o crachá, de forma incorreta pode comprometer, e muito, a imagem corporativa. Para evitar esta situação, a melhor norma é usá-los apenas em ocasiões profissionais e não na *happy hour*, por exemplo. Usar crachá ou camisa com logomarca não combinam nem com o mais inocente copo de chope.

Usar o carro da empresa fora do horário de trabalho ou para resolver assuntos pessoais também não é uma atitude correta. Pior ainda é usar o carro como se fosse seu no que diz respeito à velocidade ou estacionar em locais não permitidos. Já que o funcionário conta com o carro para facilitar o desempenho de sua função, nada mais justo do que usá-lo de forma adequada e com foco no trabalho. Desrespeitar leis de trânsito, além de gerar prejuízos financeiros, cria no mercado



e na sociedade um sentimento de antipatia.

Outras ferramentas oferecidas pela empresa como celulares, tablets e notebooks também pedem cuidados especiais ao serem usadas. Vale a regra de usá-las apenas para assuntos profissionais, mas caso seja necessário o uso pessoal, que seja rápido e feito com bom senso. E também nada de falar alto sobre negócios na fila da padaria. Postar selfies em redes sociais durante o trabalho por mais ingênuo que possa parecer, provavelmente não faz parte da sua lista de obrigações,

por isso evite.

As empresas também precisam ficar atentas. Quando um funcionário for desligado, assim como o crachá, o uniforme também deve ser recolhido, para que a imagem seja preservada. No caso de troca de uniforme também é prudente que o antigo seja devolvido pelos funcionários. Mas isso só deve ser solicitado quando a empresa fornece as peças, que é a forma mais justa e adequada de impor o uso.

Dayse Hess é jornalista especializada em Design de Moda

CULTURA EMPRESARIAL



VALE A PENA OUVIR



30 anos Multishow ao vivo - Os Paralamas do Sucesso

Os Paralamas do Sucesso estão completando 30 anos e nada mais justo do que um CD de comemoração e uma turnê, que começou em abril e já passou por Curitiba. O CD será comercializado a partir deste mês e traz os maiores sucessos da banda, como Alagados, Lanterna dos Afogados e Uma Brasileira.



Os Mutantes - Os Mutantes

Também com comercialização a partir deste mês, o box Os Mutantes traz os seis álbuns da formação inicial do grupo, entre 1968 e 1972. Destaques para o sucesso Tecnicolor. E o sétimo CD é a coletânea inédita Mande um Abraço pra Velha, que traz canções divulgadas avulsas, em compactos lançados ou em participações em discos de outros artistas



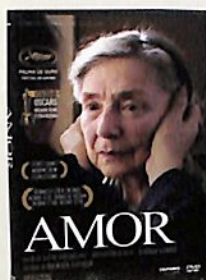
VALE A PENA ASSISTIR

Cibele Chacon - jornalista



Branca de Neve – Pablo Berger (2013)

Em uma das mais belas releituras de Branca de Neve, o diretor Pablo Berger faz uma homenagem ao cinema dos anos 1920 com uma obra em preto e branco e sem diálogos. Ele nos apresenta a uma Branca de Neve toureira e uma madrasta tão perversa e narcisista quanto a da literatura. A astúcia do cineasta se traduz em um espetáculo do cinema silencioso que, combinada com atuações pungentes, não leva o espectador a criar expectativa sobre o que vai acontecer, mas sim sobre como será contado

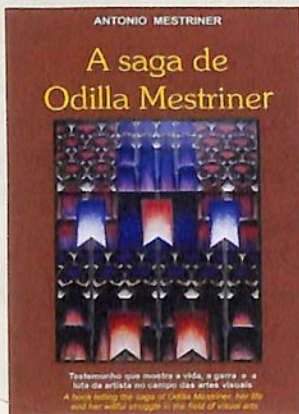


Amor – Michael Haneke (2013)

O cinema do austríaco Michael Haneke sempre nos apresenta uma ótica realista e perturbadora sobre as relações humanas. Neste filme não é diferente. Ele explora uma trajetória terrivelmente honesta que pode ser considerada um retrato sórdido e pessimista, mas também como libertação e, claro, amor. Poucas vezes o cinema de ficção fez um retrato tão duro e tão seco da velhice sem recorrer a nenhum tipo de eufemismo, apenas perturbando o espectador com uma excruciante realidade



O QUE ESTOU LENDO



A Saga de Odilla Mestriner

Editora: Coruja
249 páginas
2014

Tendo sido lançado primeiro no Museu de Arte de Ribeirão Preto, posteriormente na Livraria Cultura de São Paulo e finalmente em 20 de março na Livrarias Curitiba, do Maringá Park Shopping Center, o livro de Antonio Mestriner, com prefácio do *best-seller* Laurentino Gomes, registra em 249 páginas a biografia da artista plástica, desenhista, pintora e gravadora Odilla Mestriner, falecida em 2009, aos 81 anos.

O livro traz documentos e mais de cem fotografias da artista, além de trabalhos que integram o acervo de instituições como a Pinacoteca do Estado de São Paulo, o Museu de Arte Moderna de São Paulo, Museu de Arte Contemporânea da USP e Museu Nacional de Belas Artes. E mostra a garra da artista contra a doença infecto-contagiosa que a acometeu no período pré-escolar e a sua luta para se afirmar profissionalmente como artista plástica fora do eixo Rio-São Paulo.

A biografia, que tem sumário em inglês, aborda ainda a participação de Odilla em sete Bienais Internacionais de São Paulo, no prêmio The Pollock-Krasner Foundation de Nova York e em outras importantes premiações.

O autor, Antonio Mestriner, é irmão da biografada, médico e ex-governador de Rotary International. O email dele é antonio.mestriner@gmail.com



VALE A PENA NAVEGAR

www.convergenciadigital.com.br: trata-se de um dos portais de referência para as áreas de tecnologia da informação e telecomunicações; traz notícias, informações de bastidores, discussões políticas, entre outros assuntos produzidos por jornalistas

www.aplause.imprensaoficial.com.br/novo.php: neste site há biografias de artistas, cineastas e dramaturgos, roteiros de cinema, peças de teatro e histórias de emissoras de tv, tudo acessado gratuitamente

www.periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciHumanSocSci/index: trata-se da revista publicada semestralmente pela Editora da Universidade Estadual de Maringá (Eduem), com artigos das áreas de Ciências Humanas e Ciências Sociais

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

RESILIÊNCIA PARA ATINGIR O SUCESSO

A esteticista e idealizadora da empresa maringense Spa da Pele, Lucienne Souza, ministrou uma palestra em 31 de julho, na sede da ACIM. O evento, cuja participação foi gratuita, foi voltado para os empresários que integram os núcleos setoriais do programa Empreender. Lucienne contou sobre como foi o início e os desafios do Spa da Pele, que hoje tem mais de 30 franquias e distribuidores, e também falou sobre como manter a resiliência e estratégias para atingir o sucesso.

COPEJEM BUSINESS REÚNE 200 PESSOAS

“Vendas em momento de crise” foi o tema do Copejem Business de 2 de julho. Com a participação sendo um litro de leite, o evento realizado pelo Copejem reuniu mais de 200 pessoas na sede da ACIM. Quem ministrou a palestra foi o especialista em vendas Robson Dutra, que tem mais de 30 anos de experiência em vendas e atendimento ao cliente, é especialista em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas e *coach*.



Walter Fernandes

SALDO RECORDE NA BALANÇA COMERCIAL DE MARINGÁ

De janeiro a junho o saldo da balança comercial de Maringá foi de US\$ 1.167.405.388, um aumento de quase 20% em relação ao mesmo período do ano passado - os dados fazem parte do levantamento do Instituto Mercosul junto ao Ministério do Desenvolvimento Indústria e Comércio Exterior.

O resultado é devido ao incremento nas exportações, que subiram 9,8% no primeiro semestre de 2014 em relação ao mesmo período de 2013 - no ano passado as empresas maringenses exportaram aproximadamente US\$ 1,187 bilhão, contra US\$ 1,304 bilhão deste ano. O segundo fator é a diminuição nas importações. Enquanto no primeiro semestre de 2013 foram importados US\$ 243 milhões, em 2014 no mesmo período o valor foi de apenas US\$ 137 milhões.

PALESTRA DISCUTIU LEI DE INCENTIVO AO ESPORTE

O diretor da Lei de Incentivo ao Esporte do Ministério do Esporte, Paulo Vieira, ministrou em 9 de julho na sede da ACIM a palestra “Lei de incentivo ao esporte: oportunidades e desafios”. A participação foi gratuita.

A Lei de Incentivo, sancionada em dezembro de 2006, estimula pessoas e empresas a patrocinar e fazer doações a projetos esportivos por meio de incentivos fiscais. O objetivo da palestra foi informar os empresários maringenses sobre como a lei pode ser aplicada em benefício ao esporte local. O evento foi uma realização da ACIM, Instituto Cultural Ingá (ICI) e Ministério do Esporte.

Walter Fernandes



PROCON FISCALIZARÁ POSTOS DE COMBUSTÍVEIS

A venda de gasolina formulada é autorizada pela Agência Nacional de Petróleo (ANP), mas os postos que vendem este produto devem informar o consumidor, de acordo com uma lei estadual - a gasolina formulada é resultado de resíduos de destilação petroquímica e leva solventes.

O Procon Maringá passará a fiscalizar nas próximas semanas os postos de combustíveis para verificar se os estabelecimentos que vendem gasolina formulada informam o consumidor. O órgão também fiscalizará se os postos que não possuem "bandeira"



informam a origem do produto - os postos sem bandeira são conhecidos também como bandeira branca e não apresentam vínculo formal com grandes distribuidoras. E no caso dos estabelecimentos com "bandeira", o Procon fiscalizará se os combustíveis têm a mesma origem de distribuidora.

Partiu dos proprietários de postos a solicitação para que o Procon aumente a fiscalização do setor. Uma reunião foi realizada em 7 de julho entre os empresários que compõem o Núcleo Setorial de Postos de Combustíveis (Nuscom), do programa Empreender, e o diretor do Procon, João Luiz Regiani.

CONHECENDO A ACIM: AS METAS DO CAD

A diretoria da ACIM é composta por cinco conselhos: de Administração (CAD), Superior, ACIM Mulher (empresárias e executivas), Copejem (jovens empresários) e Comércio e Serviços. Para que os associados possam conhecer um pouco mais sobre cada conselho, a Revista ACIM traz a partir desta edição um resumo de suas funções e projetos.

O CAD é composto por 63 diretores, que são responsáveis por colocar em prática a política da entidade. A presidência está sendo ocupada pela segunda vez por Marco Tadeu Barbosa e tem vice-presidentes para assuntos específicos - em alguns cargos os ocupantes não podem ter filiação partidária, conforme estipulado pelo estatuto social da entidade.

As reuniões do Conselho de Administração acontecem todas as segundas-feiras. Nos encontros são apresentados novos projetos e produtos, campanhas, reivindicações da comunidade e apresentação de empresas. Apenas uma reunião mensal é fechada e voltada para discussão de

assuntos internos.

As principais metas estipuladas pelo CAD até abril de 2016, quando se encerra a atual gestão, são: aumentar a interação dos associados, ampliação do programa ACIM em Ação que oferece palestras gratuitas em bairros, aumento da oferta de cursos e palestras para fortalecer os pequenos negócios, aumento do número de núcleos do programa Empreender. Também estão previstos o aumento do número de associados da área industrial e de transportes e a criação de um prêmio para reconhecer as melhores práticas em gestão nos pequenos e médios negócios. E outra ação que está em andamento é que a ACIM contrate em parceria com outras entidades o Masterplan, um projeto que envolve consultoria para balizar o poder público em seus programas de médio e longo prazos no desenvolvimento global da cidade. Profissionais de vários escritórios de arquitetura internacionais já estiveram na entidade para discutir o projeto de planejamento.

JUIZES BUSCAM APOIO DA ACIM PARA CRIAÇÃO DE TURMA RECURSAL

O presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, recebeu em 10 de julho um grupo de juizes da Comarca de Maringá. O encontro marcou a primeira reunião para discutir o pleito junto ao Tribunal de Justiça do Paraná para a criação de uma Turma Recursal na cidade - as Turmas Recursais julgam os recursos das sentenças nos Juizados Especiais, sendo que o Paraná conta com duas turmas, ambas em Curitiba.

O juiz Abílio de Freitas, do 4.º Juizado Especial de Maringá, explica que a criação de uma Turma Recursal na cidade aproximará as partes do processo ao órgão julgador de segundo grau. "O segundo grau é ainda mais importante que a primeira fase, porque é a última palavra. Torna-se oneroso para a parte ou advogado ir a Curitiba para participar de julgamentos", diz.

Um levantamento feito pelo juiz revela que as Turmas Recursais do Paraná estão sobrecarregadas. "De 2011 a 2013 o número de processos em instância recursal mais que triplicou: saltou de 9.358 para 34.108".

Ainda de acordo com o magistrado, está em análise uma proposta que prevê a criação de uma Turma Recursal em Londrina. No entanto, o levantamento demonstra que a quantidade de recursos originados de sentenças proferidas nos juizados especiais de Maringá é igual ou maior a da cidade vizinha. Em 2013 só a região metropolitana de Maringá registrou 5.678 recursos, ante os 5.525 da região de Curitiba e 4.834 de Londrina e arredores.

De acordo com Freitas, um processo que subia para a segunda instância demorava, em 2012, de dois a três meses para ser julgado. Atualmente, a espera ultrapassa seis meses.



Ivan Amorim

BETO RICHA VISITA A ACIM

O governador do Paraná, Beto Richa, participou de um encontro na ACIM em 7 de julho, reunindo cerca de 200 pessoas. Richa apresentou os trabalhos realizados durante seu governo e ouviu propostas para seu plano de reeleição.

Ele abordou temas como eleições e segurança pública, um dos 17 itens presentes na pauta de reivindicações assinada pela ACIM e outras entidades, além da prefeitura de Maringá, que foi entregue a ele. De acordo com o presidente da Associação, Marco Tadeu Barbosa, a expectativa é que o Estado faça mais investimentos em segurança. Richa lembrou que a previsão é de que as contratações para as polícias Militar, Civil e Científica iniciadas em 2011, cheguem a 10 mil até o fim deste ano.

Além do encontro com lideranças empresariais, o governador participou de uma reunião com prefeitos da região, também na ACIM. Antes dos compromissos na entidade, Richa se reuniu com lideranças políticas de Maringá e região na Unicesumar.

CONSELHEIROS VISITAM A GAZIN

Os conselheiros do comércio estiveram na sede dos Móveis Gazin, em Douradina, em 30 de julho. Eles foram fazer uma visita técnica e puderam conhecer a linha de produção, estratégias de marketing e as políticas diferenciadas de recursos humanos.

HALL DA ACIM ABRIGA EXPOSIÇÕES DE ARTISTAS LOCAIS

A artista plástica Andy Ferrari é a primeira a expor no hall da ACIM. Com o tema "raízes", a exposição teve início em 16 de julho e prossegue até 29 de agosto. A artista apresenta máscaras confeccionadas em cerâmica.

O trabalho é fruto de um estudo feito em parceria com o ateliê Oca de Barro e traz máscaras de povos que ajudaram a colonizar o Paraná. São máscaras que representam o Japão, Itália, África e Península Ibérica. O projeto é uma parceria entre a ACIM e o Instituto Cultural Ingá (ICI).

ELLO MAGISTRAL DOA R\$ 2 MIL À REDE FEMININA

O Ello Social, que é um projeto do Núcleo Setorial de Farmácias de Manipulação (Ello Magistral), do programa Empreender, entregou em julho R\$ 2 mil para a Rede Feminina de Combate ao Câncer. Os recursos são fruto do trabalho de dez farmácias de manipulação, que produziram e comercializaram 200 unidades de sabonete líquido e reverteram 100% da renda à entidade. A parceria terá duração de um ano, e a doação se repetirá a cada três meses.

De acordo com a coordenadora do núcleo, Karen Janaina Galina, a parceria com a Rede Feminina garante credibilidade ao projeto. "Antes, a cada três meses doávamos essa quantia para uma instituição. Agora, fica mais fácil de vender o produto, porque o cliente já compra sabendo quem vai ajudar", explica.



Walter Fernandes

ASSOCIADO DO MÊS

Há pouco mais de dois meses em funcionamento, a Clássica Móveis e Decorações é uma sociedade do casal Camila Menegon e Allison Michel de Oliveira. Apesar do nome, os móveis e peças de decoração à venda seguem o estilo contemporâneo tradicional, privilegiando a qualidade da matéria-prima e procedência das peças.

Abriu a loja foi consequência de anos de experiência – o casal já trabalha no segmento há 15 anos. "Decidimos que era hora de termos nossa loja", diz Oliveira. O conhecimento adquirido serviu para que os empresários pudessem conhecer os melhores fornecedores do país e entregarem ao cliente produtos de alta qualidade. "Trabalhamos com moveleiros do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Alguns estão há 70 anos no mercado", conta.

Na Clássica o cliente encontra móveis para salas de jantar e de estar, além de sofás, poltronas e artigos de decoração em geral, como quadros, vasos e castiçais. "O cliente pode comprar o que está em exposição na loja, mas fazendo o pedido poderá escolher a cor, o tecido e a madeira", explica o proprietário. A loja conta a parceria de marceneiros e projetistas próprios para desenhar os móveis. E se houver dúvida se um quadro ou mesa de centro irá compor bem a decoração do ambiente, a loja empresta o item.

A Clássica Móveis e Decorações está localizada na avenida Doutor Gastão Vidigal, 2.685, no Jardim Cidade Alta. O telefone é (44) 3346-4020.

CANDIDATOS A REITOR APRESENTAM PROPOSTAS

Quatro candidatos concorrem ao cargo de reitor da Universidade Estadual de Maringá (UEM) e todos tiveram a oportunidade de apresentar as propostas na sede da ACIM. O primeiro candidato a participar foi o professor Mauro Antonio da Silva Sá Ravagnani, que estava acompanhado da candidata a vice-reitora Maria Célia Cortez Passetti. Eles estiveram na ACIM em 10 de julho.

Em 17 de julho os docentes Mauro Luciano Baesso e Julio César Damasceno apresentaram propostas. Os professores Décio Sperandio e Sandra Marisa Pelloso estiveram na ACIM em 24 de julho. E os candidatos Mário Luiz Neves de Azevedo e Paulo Fernando Soares apresentaram propostas em 31 de julho.

A eleição em primeiro turno será em 18 de agosto e em segundo turno em 1º de setembro. O colégio eleitoral é formado por 24.301 alunos de graduação, pós-graduação e ensino a distância, 1.633 docentes e 2.593 agentes universitários. A solenidade de posse está marcada para 10 de outubro.

Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 21 de junho e 20 de julho

| | |
|--------------------------------------|--------------------------------|
| Abre Agência Brasileira de Estágio | Francielle Henz |
| Adrenalina Moto Peças | Free Stone (Avenida Fashion) |
| Armazem Brasil Produtos Naturais | GB Franchising |
| Arquimóveis | Herval Presentes e Acessórios |
| Auto Elétrica Jacomacci | Hieros Jeans (Avenida Fashion) |
| Barbatto Representações | Hilt Jeans |
| Bertt 2 Hotelaria | Incite Ação Estratégica |
| Boom Mídias | Inga Grill |
| Brazilian Sports | Inova Ingressos |
| Casa dos Calçados | Klinea Med |
| Center Carnes Karina III | KS Jeans (Vest Sul) |
| Centro de Educação Infantil | L.E. Assessoria |
| Gaspazinho | Lady Darling Atelie |
| Cesem | Liafa Representações |
| Chipbras | Madefort Madeiras |
| Condomínio Residencial Costa | Maria Brasileira |
| Azul | Marli Puertas |
| Correa e Lima | Max Telecon |
| CSX Monitoramento | Nitida Som e Imagem |
| Cuenca Administradora | Objetivo Vendas |
| D' Belizze Enxovais para Bebê | Ótica Delux |
| Denacruz Decorações | Protec |
| Diógenes André Tazawa Pepinelli | Rafael Mendes Cotrim Advogado |
| Advogado | RDR Contabilidade |
| Dora Video Locadora | Renova Auto Center |
| Emporio do Nordeste (Avenida Center) | Rezzum (Vest Sul) |
| Essencial Estofados | Sedução Moda Íntima |
| Essere Representações | SI Consórcios |
| Exótica Moda Íntima | Smell Feito a Mão |
| Extremo Exito (Pérola Park) | Tornearia Francozo |
| Fernanda Menegotto Sironi | Trio Propaganda e Publicidade |
| Advogada | Vale Atacado |
| Fibrillare | Verde Maringá |
| | Vilma Modas |

ESTÃO À VENDA OS KITS DA MARINGÁ LIQUIDA

Os kits para a participação na segunda edição do ano da Maringá Líquida já estão sendo vendidos. Assim como nas edições anteriores, eles custam a partir de R\$ 70 e incluem bandeirolas, tags e cartazes com a logomarca da campanha. O preço especial é para associados da ACIM e do Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar), que são os realizadores da promoção. A 24ª edição da campanha acontecerá de 28 a 31 de agosto e deverá contar com a participação de mil lojas dos bairros, centro e shoppings da cidade.



PAULO STORANI MINISTRARÁ PALESTRA GRATUITA PARA ASSOCIADOS

Ele foi capitão do Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope) e inspirou o personagem capitão Nascimento do filme Tropa de Elite. Um dos palestrantes mais requisitados da atualidade no país, Paulo Storani estará em Maringá em 23 de setembro, às 19h30. A palestra será no teatro Calil Haddad, com participação gratuita para os 500 primeiros associados que retirarem o convite na sede da ACIM entre 15 e 19 de setembro. Storani falará sobre "como formar uma tropa de elite". Ele é mestre em Antropologia pela Universidade Federal Fluminense e Mestre de Tiro, com cursos nos Estados Unidos e Israel.

A palestra é uma realização da ACIM e da Coopercard e tem apoio do Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg).

ACONTECEU NA ACIM

Cerca de 170 reuniões foram realizadas na sede da ACIM em julho. Além dos encontros dos conselheiros da entidade e dos empresários que integram os núcleos do Empreender, foram realizadas oficina sobre ISS Tecnológico pela Software By Maringá, em 16 de julho, palestras e reuniões com os candidatos ao cargo de reitor da Universidade Estadual de Maringá (UEM).



| | CURSOS | DATA |
|---|--|---------------------|
| AGOSTO | Formação de analista de recrutamento e seleção | 11 a 19 |
| | Departamento pessoal completo | 11 a 25 |
| | O que é preciso para trabalhar em equipe | 11 e 12 |
| | Gestão de estoque | 18 a 20 |
| | Intensivo em apuração de impostos sobre o lucro: IRPJ e CSLL | 19 a 21 |
| | Wokshop - como reter talentos na empresa? | 19 |
| | Telemarketing: qualidade e excelência | 20 a 22 |
| | Técnicas de cobrança: como cobrar e receber dívidas | 23/jan |
| | O poder do relacionamento interpessoal nas vendas | 25 e 26 |
| | O líder e sua comunicação com a equipe | 25 e 26 |
| | Oratória para vendas | 26 a 28 |
| | Manufatura enxuta | 26 a 29 |
| | Destaque-se em vendas com o pulo do gato | 26 a 29 |
| | Empreendedorismo | 27 a 29/8, 3 e 4 /9 |
| Formação de auditor das normas ISO 9001 | 29/8 a 5/9 | |
| SETEMBRO | Super RH | 11, 12, 13, 15 e 16 |
| | Avaliando o desempenho da equipe com as 7 ferramentas da qualidade | 22 a 24 |
| | Liderar para resultados | 29, 30/9 e 1/10 |
| | PPCP -planejamento, programação e controle da produção | 16 a 19 |
| | Strategic executive coach - SEC | 5 e 6 |
| | Como lidar com as pessoas e seus diferentes temperamentos | 24 e 25 |
| Técnicas de vendas: 8s 8 passos da vendas | 29 e 30 | |



Flanelinhas: há solução?

A ideia do título é provocar reflexões sobre essa figura da realidade brasileira. Sob a perspectiva da assistência social, o flanelinha é um sujeito que tem os mesmos direitos de qualquer cidadão e deve ser tratado com todo o respeito e dignidade.

O perfil do flanelinha, a priori, não envolve uma pessoa em vulnerabilidade social. Ele opta por essa atividade pela renda que pode ser obtida sem obrigatoriedade de cumprimento de horário ou trabalho, complemento a outro trabalho, facilidade de obter recursos ou até razões ligadas a atividades ilegais.

Esse perfil tem mudado bastante: de um grupo que possuía também idosos, mulheres e crianças para um grupo eminentemente masculino e adulto. Outra diferença é entre os que trabalham durante o dia e os que trabalham à noite. Durante o dia as ameaças são menores e mais contidas. À noite inclusive existe a suspeita de que eles são cooptados ou fazem parte do tráfico de drogas, como vetor de distribuição.

Não se pode considerar essa atividade como legalmente constituída na categoria trabalho, pois o local onde ele é prestado é público e não há concessão para que alguém “cuide” do carro de outro. Sob o ponto de vista legal qualquer pessoa pode estar na rua e pedir dinheiro livremente, e é sobre esse ponto que se baseia o entendimento do livre direito de ir e vir. Se houver uma exigência ou ameaça, o flanelinha poderá ser enquadrado como alguém infringindo a lei, mas para que isso aconteça, é necessário que a pessoa ameaçada registre um boletim de ocorrência.

Sob a perspectiva da população, não há como negar que a sensação de impotência é inquietante pelo temor de violência pessoal ou de dano ao patrimônio pessoal. Mas o que legalmente pode ser feito, não esquecendo que o efetivo policial disponível é pequeno e prioriza outras situações mais graves?

Descobrimos, em Maringá, que alguns flanelinhas impedem o estacionamento de carros velhos em detrimento dos mais novos, com o intuito de ganhar mais dinheiro. Segundo um levantamento, alguns chegam a receber mais de R\$ 1,5 mil por mês com a atividade e há o comércio de vagas para exercício do “trabalho”.

Surgem também indagações sobre o papel da iniciativa privada. Algumas empresas pagam um valor fixo ao “seu” flanelinha para atender os clientes do estabelecimento comercial. Outra questão é se no caso das empresas que realizam shows e eventos, a segurança complementar não deveria ser obrigação também do realizador?

Existe lei local que resolva a situação? O problema tem solução? Nessa rápida reflexão não vou conseguir abarcar todas as análises e derivações, mas quando tratamos desse tema em forma de projeto de lei em Maringá, tivemos pressupostos que precisam ser garantidos para que se chegue a uma solução efetiva:

- 1- Uma lei municipal é importante, mas sozinha não resolverá o problema;
- 2- O judiciário precisa participar de todo o processo e da busca de consenso;
- 3- As forças de segurança precisam de uma retaguarda legal para atuar;
- 4- O poder executivo municipal precisa auxiliar nos aspectos de fiscalização e comunicação;
- 5- As empresas privadas precisam participar da solução;
- 6- Comunicar e mobilizar eficazmente a população é fundamental.

Acredito que podemos encontrar uma solução, mas é necessário muito trabalho e articulação de diversos setores, não somente o público, pois envolve uma cultura local de tolerância da atividade, e se essa atitude não mudar, não existe legislação e ação pública ou privada que resolverá o problema.

Flávio M.G.Vicente é professor universitário e administrador com Mestrado em Administração pela Universidade Estadual de Maringá. É vereador licenciado e ocupa o cargo de secretário de Assistência Social e Cidadania

Algumas empresas pagam um valor fixo ao “seu” flanelinha para atender os clientes do estabelecimento comercial. Outra questão é se no caso das empresas que realizam shows e eventos, a segurança complementar não deveria ser obrigação também do realizador?

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.

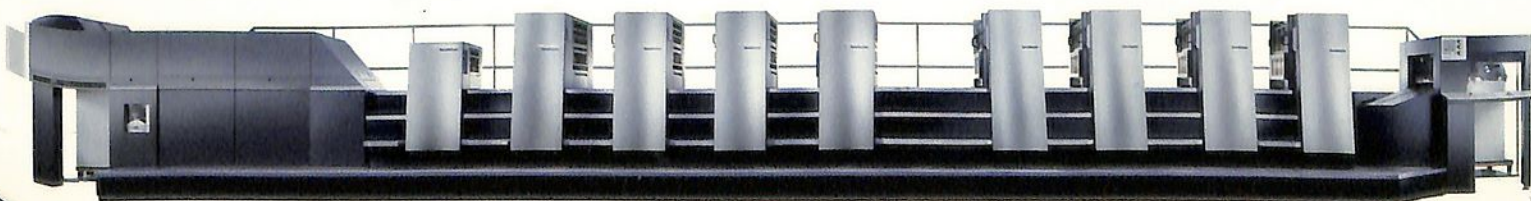


A marca da
gestão florestal
responsável



GRÁFICA REGENTE

www.graficaregente.com.br
44 3366-7000



ANS - Nº 31526-5



Porque fazer um Plano de Saúde?

Para se assegurar das emergências futuras e zelar pela saúde da sua família ou de seus funcionários.



VOCE SABIA QUE COM UM **POUCO** MAIS DE



por dia você pode ter um **ótimo Plano?**

ECONOMIZE

► **Com o melhor Plano de saúde do Paraná.** ◀

Destaque nacional em 2013 na pesquisa da **ANS** em **satisfação do cliente.**

Tenha PAM Saúde!

Vendas: 44 3218-1515

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

 /pamsaude

 www.drpam.com.br

*Valor fracionado e aproximado por dia do produto Empresarial PAMFIT Light da 1ª faixa etária de 0 a 18 anos. (R\$62,58) valores válidos até o dia 27/08/2014 na região de Maringá-PR.