



ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Outubro/2014
Nº 547 - Ano 51
R\$ 5,00



ÉTICA

TEORIA X PRÁTICA

PARADIGMAS E DESAFIOS DA APLICAÇÃO DE VALORES ÉTICOS NAS ROTINAS E PROCESSOS ORGANIZACIONAIS.

ABRA UMA
SAINT BIER E
DESCUBRA
O SABOR DO
PURO MALTE.

SE FOR DIRIGIR, NÃO BEBA



→ FERMENTO

→ LÚPULO

→ MALTE

→ ÁGUA

FABRICADA DE ACORDO COM A
LEI DE PUREZA ALEMÃ DE 1516

SAINTBIER.COM

ADEGA BRASIL®

Av. Brasil, 6801 | Zona 5 | Maringá-PR | 44 2103 0222

adegabrasil.com



“ É bem provável que você já tenha ouvido (ou acusado) que um político não é ético. Mas vale ressaltar que só há corruptos, se houver corruptores. E se há alguém que recebe um dinheiro “por fora”, significa que alguém pagou e não contabilizou o dinheiro

Ou se é ético, ou não

Há quem acredite que apenas o vizinho não é ético nos negócios. E não faz uma análise da própria conduta perante os clientes, funcionários e concorrentes. E se alguém justificar que algumas condutas são mais antiéticas do que outras, é bom reforçar que como ética é um princípio, não se discute ou pondera. Ou se é ético ou não é.

É bem provável que você já tenha ouvido (ou acusado) que um político não é ético. Mas vale ressaltar que só há corruptos, se houver corruptores. E se há alguém que recebe um dinheiro “por fora”, significa que alguém pagou e não contabilizou o dinheiro.

A discussão é oportuna nesse momento eleitoral. Porque estamos escolhendo nossos representantes nas esferas estadual e federal, cujas decisões terão impacto na nossa vida. Afinal, o rumo da política macroeconômica tem ligação direta com os nossos negócios. E uma lei estadual pode trazer reflexos ao nosso segmento de atuação.

Só que tão importante quanto escolher nossos representantes é acompanhar e cobrar o trabalho deles após eleitos. Acompanhar os projetos de

leis propostos pelos deputados. Os investimentos feitos pelos governadores e se a nossa região está sendo contemplada com recursos. Também pode ser que quem pagou a conta da campanha eleitoral do seu candidato, queira agora cobrar na forma de generosos contratos com a iniciativa pública. Não há nada errado em prestar serviços para a esfera pública. Pelo contrário, quanto mais empresas participarem das licitações, maiores são as chances dos produtos e serviços serem adquiridos por preços menores – e o trabalho do Observatório Social de Maringá comprova isso.

O que é errado é participar de licitações de “cartas-marcadas”. É cobrar favores por ter financiado ou apoiado uma campanha eleitoral. É querer dar um “jeitinho” em benefício próprio.

Faça uma reflexão sobre sua conduta pessoal e empresarial. E na dúvida, a reportagem de capa traz uma boa discussão sobre ética.

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.



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 1975





APONTE A
CÂMERA DE
SEU CELULAR
PARA O CÓDIGO.

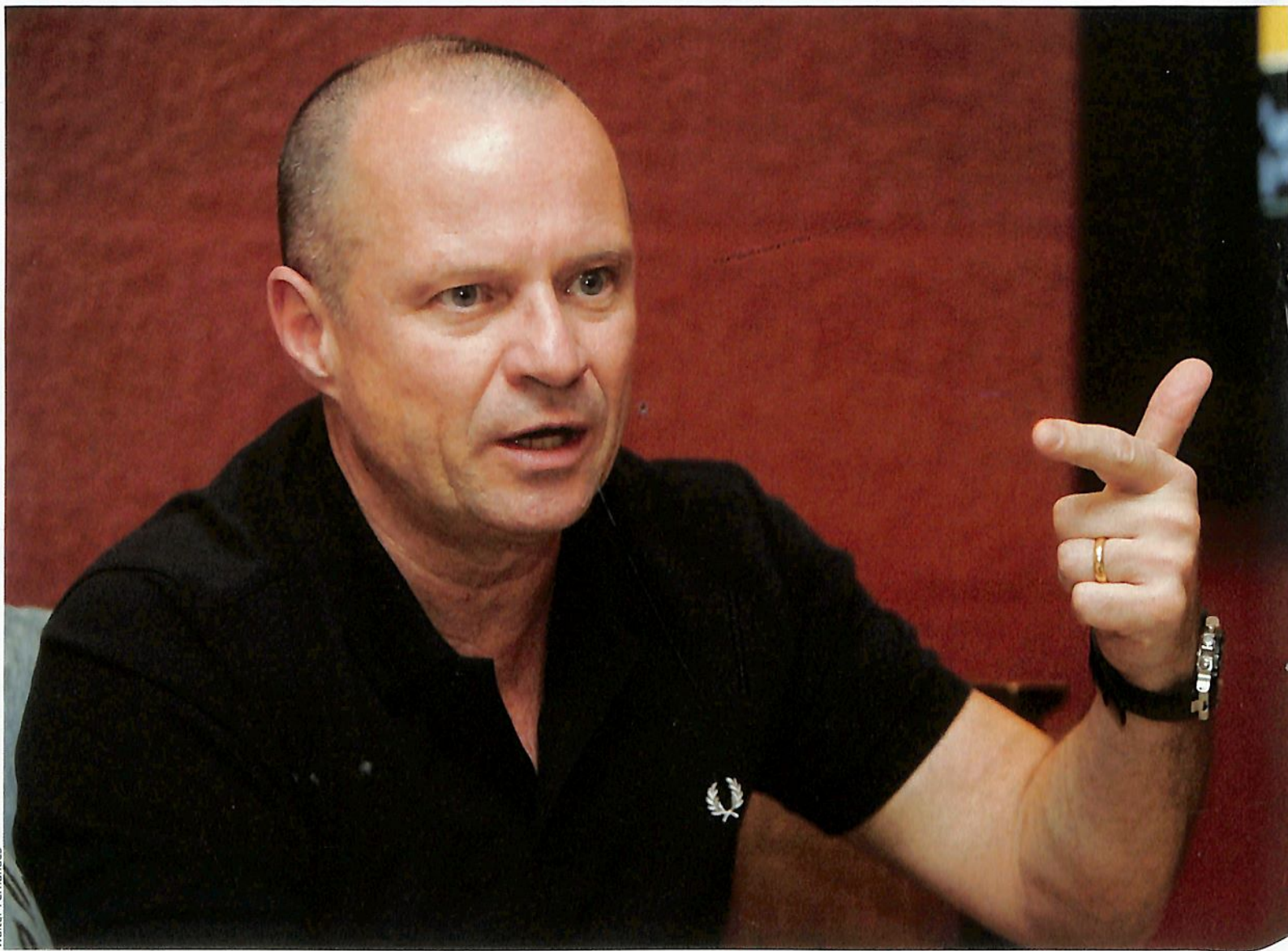
Curta nossa fanpage
 fb.com/moinhovermelho

Moinho Vermelho Buffet

www.moinhovermelho.com.br

Av. Colombo, 8700 | 44 3262 5000 / 3026 5960 / 3026 8707 | Maringá - Paraná

Missão dada, missão cumprida



Walter Fernandes

O bordão "missão dada, missão cumprida" alardeado por Capitão Nascimento, protagonista dos filmes Tropa de Elite 1 e 2, é levado muito a sério por Paulo Storani, ex-coordenador de Operações Especiais do Bope e um dos oficiais que inspirou o cineasta José Padilha na construção do personagem. Após encerrar a carreira na polícia, ele ingressou como professor na Secretaria de Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro e, desde então, vem investindo na vida acadêmica: fez pós-graduações em Treinamento Físico, Recursos Humanos e Administração Pública, além de mestrado em Antropologia. Storani é um dos mais atuantes palestrantes empresariais do país – só no ano passado foram 306 apresentações. De passagem por Maringá para uma palestra a convite da Coopercard e Associação Comercial, ele concedeu entrevista para a Revista ACIM. Com fala rápida e contundente, abordou temas como cumprimento de metas, planejamento, processo de seleção e trabalho em equipe. Confira:

Como transformar uma equipe de colaboradores em uma tropa de elite?

Tropa de elite é uma equipe de alta performance, significa “meta estabelecida, meta atingida”. Este desempenho está relacionado à constante superação de limites. O objetivo é transformar uma ação em aprendizado, e quando isso ocorre estamos prontos para metas mais desafiadoras. O interessante é que não há limites para evolução, sempre é possível melhorar, desde que você aprenda com aquilo que fez anteriormente.

Missão dada, missão cumprida. Como fazer para que a famosa frase do filme Tropa de Elite se torne uma realidade nas empresas?

Primeiro é preciso entender o sentido de missão. Embora a maioria das pessoas a associe a algo militar, missão é uma meta ou tarefa que tem de ser realizada. Quando você valoriza coisas simples que podem contribuir para o sucesso, transforma uma tarefa em missão. Temos a missão de acordar, ir para o trabalho, verificar o que tem de ser feito, fazer o melhor, voltar para casa e criar nossos filhos. Uma tarefa passa a ser uma missão quando existe uma causa ou um propósito. O detalhe é que cada um define essa importância. O chefe pode até dizer que tal tarefa é uma missão, mas se a pessoa não enxergar valor naquilo, não irá se empenhar, vai mobilizar uma energia diferente dos demais integrantes da equipe. Essa falta de sintonia pode resultar no fracasso da missão. Ou se for bem-sucedida é porque a equipe compensou a falta de empenho do integrante menos motivado.

Qual é a importância do planejamento?

Se há a chance de alguma coisa dar certo é através de um plano. Planeja-

“ O que é inaceitável é a repetição do mesmo erro, porque isso significa não reconhecer que errou. Isso é uma indicação de falta de comprometimento com o resultado e com a própria evolução profissional. Na vida se aprende pelo amor e pela dor, a escolha cabe a cada um

mento reduz tempo, recursos e riscos. No Bope, especialmente, é preciso planejar para entender o que vamos enfrentar e qual é a nossa capacidade para diminuir os riscos. O plano detalha o caminho para ter êxito em uma missão e é a forma de compartilhar o que precisa ser feito com toda a equipe. Os passos e as instruções podem estar em um documento manuscrito ou simplesmente numa forma organizada de agir que todos compreendam. Um plano pode demorar seis meses para ser elaborado ou apenas 20 minutos quando é preciso lidar com as contingências.

Em uma entrevista o senhor disse que o padrão de qualidade não deve ser baseado no melhor integrante da equipe, e sim, no pior. Por quê?

Quando se pensa naquilo que não está sendo realizado, precisamos agir no elo mais frágil. E como tornar todos os elos fortes? Vendo o padrão da fraqueza do outro. Se o problema é falta de motivação, cabe ao líder ter sensibilidade e se mobilizar para motivar o outro. Pode ser também que ele não veja valor naquela função, tenha o trabalho como terapia ocupacional ou realmente tenha dificuldade para produzir resultados. O líder precisa identificar as razões e tomar decisões. Sua postura em relação ao elo mais frágil tem impacto no restante da equipe. Às vezes os integrantes abraçam a ideia, outras não.

No Bope a seleção é feita através de rigorosos testes de resistência e pressão psicológica.

Nas empresas, quais são as características que devem ser consideradas na seleção de profissionais?

O sucesso de todo projeto baseia-se no objetivo a ser atingido e no perfil das pessoas que contribuirão para alcançá-lo. O problema é que muitas vezes a empresa não sabe aonde quer chegar. Ao abrir um negócio, o empresário sabe que precisa de um vendedor. No processo seletivo, a escolha quase sempre é pelo candidato com experiência, mesmo que ele não tenha o perfil para o trabalho. Porém se ele não vender com qualidade, a empresa não atingirá a meta. Às vezes uma pessoa com vontade, mesmo sem experiência, é uma opção melhor. A pergunta é: qual o perfil que irá contribuir para que o meu time chegue ao resultado? No Brasil falta mão de obra qualificada. Pecamos muito na questão educacional, do ensino fundamental ao superior. Os indicadores de educação no país são críticos. Determinados cursos, por exemplo, habilitam o profissional para determinada atividade na teoria, mas não conseguem gerar um comportamento nesse sentido. Então resta às empresas contratarem o candidato e investirem nele. O mercado absorve um profissional qualificado por uma diferença mínima de salário. Não raro ouço empresários reclamando que investiram em um profissional e foram deixados na mão por causa de R\$ 100. A eles costumam dizer: “meu amigo, pense no seguinte, você fez uma ação de cidadania. Você está melhorando o país, independente se ele fique com

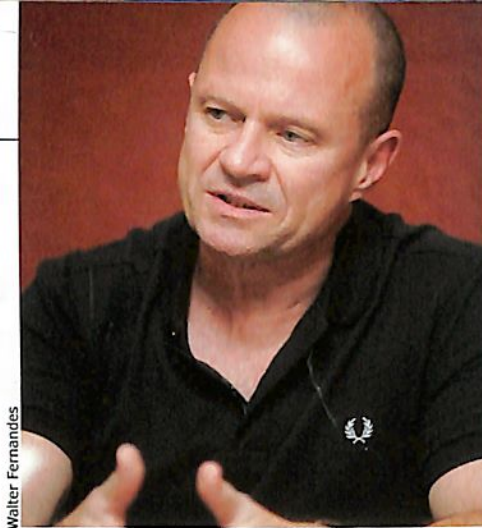
você ou com o vizinho”. Se todos pensassem assim, com certeza não haveria disputa pelos melhores profissionais no mercado. Todos seriam muito bons e você poderia escolher entre os bons e os melhores. Na dúvida, aposte na pessoa que tem vontade de fazer.

Como resgatar a confiança e brio de uma equipe após um fracasso?

Primeiro é preciso avaliar aquilo que foi feito, o que deu certo e o que deu errado. O próximo passo é qualificar o erro. Foi falta de informação? Significa que a empresa precisa melhorar a comunicação. O problema foi a técnica empregada na situação? A técnica é adequada, mas não foi bem aplicada? É preciso investir mais em treinamento? Foi uma questão de comportamento ou desvio de conduta que interferiu no resultado? Se não tiver como corrigir, seja implacável com o desviante. Reconhecer o erro é a primeira medida para sair dessa condição. E simplesmente por reconhecer o erro, está se criando a força necessária para que ele não aconteça novamente.

Erros então são aceitáveis profissionalmente?

A certeza que temos é que a gente erra. O que é inaceitável é a repetição do mesmo erro, porque significa não reconhecer que errou. Isso é um problema grave, uma indicação de falta de comprometimento com o resultado e com a própria evolução profissional. Perder o emprego é, muitas vezes, o trauma necessário para uma mudança comportamental, porque a tolerância permanente deixa a pessoa em situação de tranquilidade, normalidade, conforto, e ela não vê a necessidade de mudar. Ter uma dificuldade na vida, independente do nível, serve muitas vezes como um empurrão à transformação. Na vida



Walter Fernandes

“Na normalidade todo mundo pode ser bom. A nossa qualidade realmente será exigida no momento de crise. O problema é que no Brasil a crise é um momento no qual ninguém sabe o que fazer. Ela requer plano, preparação, mobilização do time, treinamento e força

se aprende pelo amor e pela dor, a escolha cabe a cada um.

“É no momento em que somos desafiados que nossa qualidade aparece”. Essa metodologia linha dura funciona com todos os perfis de profissionais?

Na normalidade todo mundo pode ser bom. A nossa qualidade realmente será exigida no momento de crise. O problema é que no Brasil a crise tem um sentido diferente, trata-se de um momento no qual ninguém sabe o que fazer. Crise é uma quebra da normalidade que pode ocorrer por uma situação econômica ou problema de mudança climática que interfere na safra agrícola. Pode ser, por exemplo, uma economia frágil por conta de um governo que não sabe fazer o dever de casa. É neste momento que as qualidades surgem

porque, diante do cenário ruim, você faz o melhor. Mas isso requer plano, preparação, mobilização do time, treinamento e força. E esse momento acaba se tornando uma referência para outras situações, principalmente quando retornamos à normalidade, e saberemos realmente do que somos capazes.

Como capitão do Bope o senhor ganhava muito menos do que como palestrante, mas lá também desempenhava papel de motivador. A questão financeira mudou sua motivação?

No Bope era motivador e tinha salário ruim. Hoje sou um dos palestrantes mais atuantes do país e continuo a mesma pessoa. Sinceramente dinheiro não é o mais importante para mim. Minha perspectiva de vida sempre foi dar conforto à minha família e boa educação aos meus filhos. Com toda a restrição da época da polícia, eu tinha um caminho para fazer isso. Hoje com certeza posso mais. Mas o maior legado que poderia deixar para minha família é um modelo de cidadão e de pai. Tudo que veio depois veio como prêmio. No Bope não ganhava um centavo a mais para correr o risco que corria, e era o primeiro colocado da minha turma na academia, fui o primeiro colocado do curso de operações especiais. Poderia trabalhar em qualquer lugar da polícia, escolhi e encerrei minha carreira no Bope porque aquilo tinha um valor fenomenal para mim. Nunca fui atrás de salário, fui atrás da missão. Buscar a missão e cumpri-la me trouxe dividendos como quando entrei na vida pública como administrador e outro patamar como gestor público. Busquei qualificação porque, por mais atitudes que tivesse, só seria um bom gestor se tivesse qualidades e competências no conhecimento formal. Não busquei em nenhum momento ganhar mais. Busquei fazer o meu melhor. ■

O PAM Saúde
parabeniza todos os
médicos pelo seu dia!

18 de outubro - Dia do Médico



O PAM Saúde oferece a melhor rede médica em sua clínica própria e na rede credenciada. Oferecemos para Maringá e região esta oportunidade:

Empisur

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

R\$ **2,00**

por dia você pode ter
um ótimo Plano?



ANS - Nº 31526-5

► 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: 454 3218-1314 | Campo Mourão: 44 3017-0051 | Ubatatã: 44 3543-4186

/pamsaude

www.drpam.com.br

*Valor fracionado e aproximado por dia do produto Empresarial sem obstetrícia - 00 a 18 anos: R\$64,08 - valor por dia R\$2,14. Valores válidos até o dia 29/10/2014 na região de Maringá-PR.

POSTOS DE COMBUSTÍVEIS DOAM R\$ 15 MIL PARA APAE

Os consumidores que abasteceram em um dos 23 postos que integram o Núcleo Setorial dos Postos de Combustível de Maringá (Nuscom) em 30 de agosto contribuíram com a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (ApaE) de Maringá. É que parte do faturamento das empresas naquele dia foi destinada à entidade. O repasse de R\$ 15 mil foi feito em 8 de setembro, na sede ACIM.

O projeto de iniciativa do Nuscom, que faz parte do programa Empreender, ganhou o nome de "Abasteça Sorrisos". Os postos envolvidos estavam identificados com faixas do projeto dois dias antes da ação e os frentistas vestiram coletes com a logomarca da ApaE. Participaram da campanha os seguintes postos: Presidente, Bergamo, Chicago, Grevilea, Kakogawa, Automar, 7 de Setembro, Oásis, Tabuco, Morangueira, Universidade, Jaú, Emirados,



Walter Fernandes

G10, Novo Horizonte, Oxipetro, Palmares, São Vicente, Gastão Vidigal, Novo Rumo, Horto Florestal, JK, Pupim e Paraná.

A ApaE é uma entidade filantrópica e completa seis décadas neste ano. Mais de mil pessoas com deficiência intelectual e múltipla são atendidas pela entidade em Maringá.

NOROESTE GARANTIAS INSTALA PONTO EM NOVA ESPERANÇA

Nova Esperança ganhou um ponto de atendimento da Noroeste Garantias – Sociedade de Garantia de Crédito (SGC). Em funcionamento desde julho, o novo ponto faz parte do projeto de expansão da instituição para levar linhas de crédito aos pequenos e micro empresários da região.

O ponto foi inaugurado em parceria com o Sicoob Noroeste, Sebrae de Paranavaí, Associação Comercial de Nova Esperança (Acine) e Coordenadoria das Associações Comerciais do Norte e Noroeste do Paraná (Cacinor). "Nosso objetivo é fortalecer pequenos e micro empresários através da oferta de crédito. O trabalho é feito por um agente, que faz a análise da viabilidade financeira e da capacidade de pagamento das empresas interessadas. Depois, caso aprovada a garantia, será estudada a melhor linha de financiamento disponível no mercado", explica o

diretor executivo da Noroeste Garantias, Rafael Thibes de Oliveira.

Além do serviço de consultoria e gestão, a Noroeste Garantias oferece assessoria na elaboração de plano de negócios. O novo ponto de atendimento funciona no prédio da Acine, que fica na rua Vereador José Felipe Elias, 635. O telefone é (44) 9776-0016 e os atendimentos acontecem em horário comercial. Em Maringá, a Noroeste Garantias tem um escritório na sede da ACIM.

Em setembro, Oliveira participou de missão técnica para a Espanha acompanhado de Everaldo Belo Moreno, presidente da Noroeste Garantias, e de Luiz Ajita, presidente do Sicoob Metropolitano. Um dos compromissos na agenda de viagem foi o 19º Fórum Ibero-Americano de Sistemas de Garantias e Financiamento das Micro e Pequenas Empresas.

SOLICITAÇÃO DE EXCLUSÃO DE CADASTRO DEVE SER FEITA PELO CREDOR

A Segunda Seção do Superior Tribunal de Justiça (STJ) definiu que, após a quitação do débito, cabe ao credor pedir a exclusão do nome de devedor em cadastro de órgão de proteção ao crédito. Esse pedido deve ser feito no prazo de cinco dias úteis, contado a partir do primeiro dia útil ao pagamento.

O relator do caso, ministro Luis Felipe Salomão, votou de acordo com a jurisprudência consolidada no STJ, que estabelece que o credor tem o ônus da baixa da inscrição do nome em banco de dados restritivo de crédito, em virtude do que dispõe o artigo 43, combinado com o artigo 73, ambos do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

O recurso foi julgado como repetitivo, pela sistemática do artigo 543-C do Código de Processo Civil (CPC), em razão de haver inúmeros processos que tratam do mesmo tema nas instâncias inferiores. Assim, o entendimento firmado na Segunda Seção servirá como orientação, evitando que novos recursos semelhantes cheguem ao STJ.



MARINGAENSE NA ESCOLA DE TEATRO BOLSHOI

Thiago Teixeira de Lima, de 15 anos, está estudando na Escola de Teatro Bolshoi, em Joinville/SC, a única do mundo fora da Rússia. O maringaense de origem humilde, cuja mãe trabalha em serviços de limpeza e o pai é metalúrgico, conseguia ter aulas de ballet por meio do projeto social "Passantes e pensantes", da entidade São Rafael, que atende crianças, adolescentes e suas famílias em situação de vulnerabilidade social de Maringá e região. "É o sonho de todo bailarino que quer seguir carreira ingressar no Teatro Bolshoi e, com dedicação e perseverança, Thiago conseguiu", comenta a assistente social da entidade, Rosane Marques. Ela conta que esta foi a segunda vez que o garoto realizou o teste, já que no ano passado faltou pouco para ser aprovado.

O jovem é o primeiro do projeto social a conseguir ingressar na conceituada escola. Ele começou as aulas em Joinville em 1º de agosto e está morando em uma casa de família. Na Bolshoi ele tem aulas de música, dança, inglês e história da arte. Lima não pode parar de estudar no ensino regular, e segue no ensino médio na rede pública da cidade.

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



Divulgação

UEM TEM NOVO REITOR

Mauro Luciano Baesso é o novo reitor da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Ele e o vice, o docente Julio César Damasceno, foram eleitos no segundo turno do processo, em 1 de setembro. Quatro chapas concorreram. A chapa 2, intitulada Atuar e Mudar, obteve 4.971 votos válidos, enquanto a chapa 4, formada pelos professores Décio Sperandio e Sandra Pelloso, recebeu 2.514 votos válidos – no processo eleitoral da UEM o peso dos votos é maior entre os docentes do que entre os acadêmicos e técnicos. O novo reitor diz que vai montar a equipe e assumir a reitoria a partir do dia 10 deste mês. “Defendemos, durante a campanha, que a universidade pode ser gerenciada de outra forma. Estamos falando de uma universidade que está entre as 20 melhores do país, com reconhecimento internacional em muitas áreas. Fizemos uma campanha com foco para a graduação, que podemos melhorar porque queremos formar não só o técnico na área escolhida pelo aluno, mas principalmente um cidadão, com uma formação de cultura e ética tanto moral quanto profissional”, disse Baesso. O mandato é de quatro anos.

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO REFORÇA FISCALIZAÇÕES

Em virtude do Dia do Administrador, celebrado em 9 de setembro, o Conselho Regional de Administração (CRA) do Paraná reforçou as ações de fiscalização nas empresas e órgãos públicos em todo o Paraná durante todo o mês passado.

Segundo o representante do CRA de Curitiba, o fiscal Roberto Fabiano Costa Júnior, na gestão pública “estamos transmitindo orientações no que se refere a licitações sobre a importância de se contratar empresas que tenham uma área de Recursos Humanos, além de apontar cargos

que precisam ser ocupados por profissionais da área de administração”, diz.

Ter um profissional com domínio da técnica em Administração diminui as chances de falhas. Nas empresas fiscalizadas, Costa Júnior conta que a atuação tem sido no sentido de solicitar regularização e orientar quanto à contratação de profissionais qualificados. “Verificamos o organograma e fazemos uma análise para ajudarmos a organizar o quadro funcional”, diz. O CRA em Maringá fica na avenida Cerro Azul, sala 1.840.



Walter Fernandes

FEIRA DE AVIAÇÃO GERA NEGÓCIOS E CONGESTIONAMENTO AÉREO

O Aeroporto Regional Silvio Name Junior, em Maringá, chegou a reunir, durante a EAB Air Show, 41 aeronaves tentando pousar, o que provocou congestionamento aéreo. “O maior evento do mundo, nos Estados Unidos, concentrou 67 aeronaves tentando pousar ao mesmo tempo. Acredito que nenhum aeroporto da América Latina, até esta data, tenha registrado esse número”, afirmou o presidente da EAB Air Show, Décio Corrêa. O congestionamento aconteceu durante uma das maiores feiras de aviação civil da América Latina, realizada entre 28 e 31 de agosto.

A feira registrou 147 aeronaves em exposição para venda e 97 expositores, representando 167 marcas – em 17 edições, sendo a primeira em Maringá, o evento tinha como recorde 110 aeronaves expostas em 2001 em Sorocaba. De acordo com os organizadores, mais de mil pousos e decolagens foram feitos durante a feira. Outro dado positivo é que 12 empresas, entre fabricantes de aeronaves e distribuidores de produtos e tecnologias, manifestaram interesse em adquirir terrenos nas proximidades do aeroporto para se instalar na cidade, contribuindo para a implantação de um polo aeronáutico – mais de um milhão de metros quadrados do espaço que será comercializado pela prefeitura já foram reservados pelas empresas.

Ainda segundo Corrêa, pelo menos seis empresas concretizaram negócios significativos durante a EAB Air Show.

TRKY  **TRU**
empresendimentos

TAKY.COM.BR



WC



TRANSFORMANDO

HISTÓRIAS DE VIDA

*Milhares de famílias escolheram um empreendimento
TRKY para viver o melhor capítulo
de suas histórias.*

VESTIBULAR 2015

Inscrições Abertas

Biológicas - Exatas Humanas - Tecnológicas



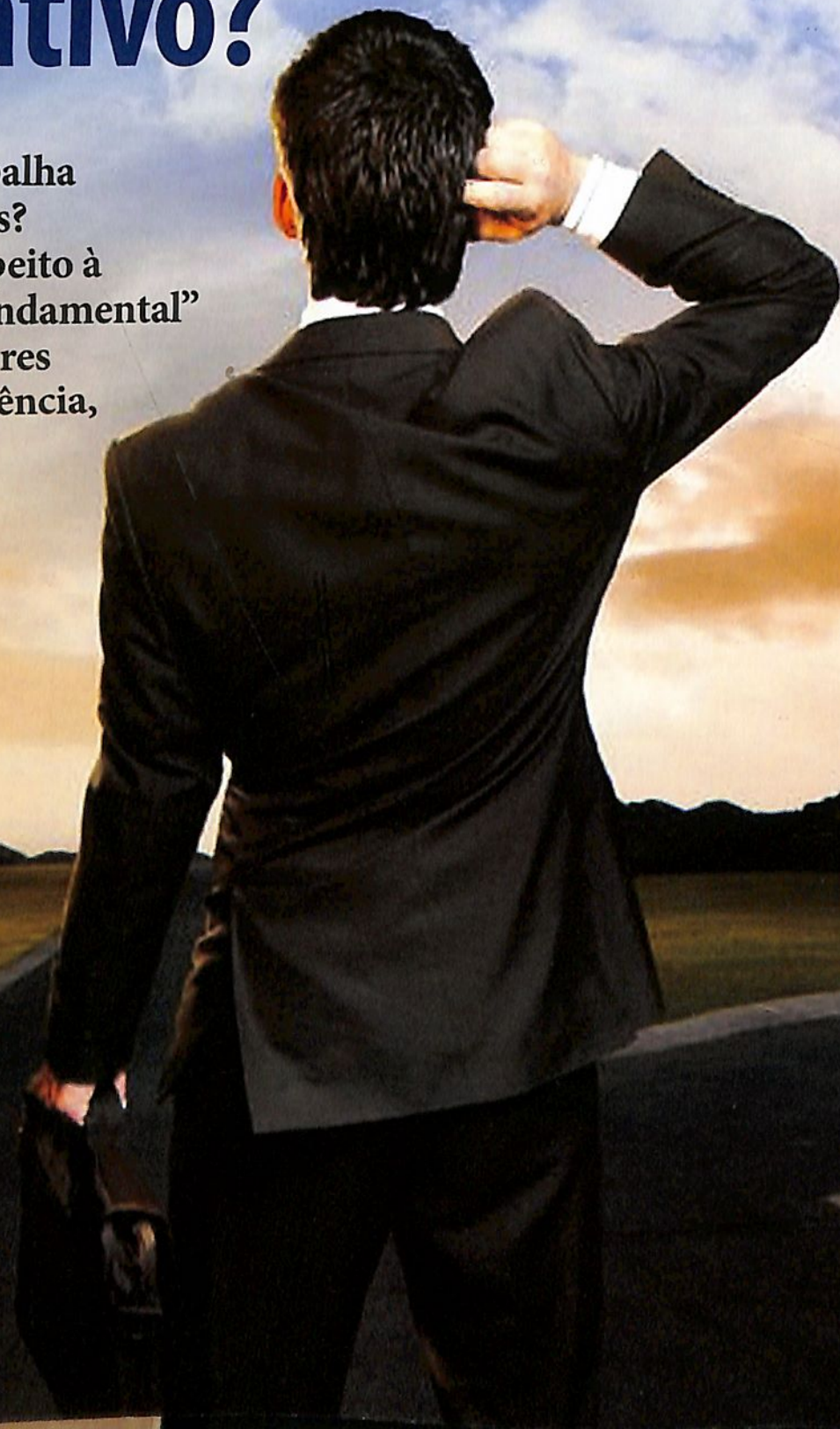
Academia do saber

www.uninga.br



Ética profissional: vale tudo no mundo corporativo?

A ética ajuda ou atrapalha o mundo dos negócios? Em que medida o respeito à “condição humana fundamental” permite conciliar valores corporativos, concorrência, gestão sustentável e lucratividade?



Se a ética fosse um valor e fosse passível de aferição, como seria o ranking entre as condutas exemplificadas a seguir – muitas amplamente aceitas e adotadas no dia a dia das organizações corporativas: o executivo bem colocado que se deixa *huntar*, ou seja, ser “caçado”, para trabalhar no concorrente; o funcionário que aprendeu tudo o que sabe na empresa atual e pede demissão levando consigo muitos dos antigos clientes e todo o *know-how* da ex-empregadora para a própria empresa; a empresa que contrata com o poder público e se submete às exigências antiéticas presentes nos próprios editais aos quais concorre, ou ainda a subsidiária da multinacional que remete todos os lucros para o país de origem, com investimento zero no país de atuação?

Antes de arriscar o palpite sobre quais condutas são antiéticas e se alguma é mais ou menos do que outras, é bom reforçar que, ao contrário da moral, a ética não é um valor, mas um princípio. Ou melhor, um conjunto de princípios de origem racional que tem aplicação absoluta, pois independe de condições socioculturais e históricas. Não há o que discutir ou ponderar. Ética é fim, não meio.

Ainda assim, os princípios universais da ética podem variar de acordo com a escola filosófica usada como referência. O grego Aristóteles, para quem “uma andorinha só não faz verão”, acreditava que a natureza humana é o princípio norteador de toda a conduta social. Em Platão, este princípio é o bem, de caráter metafísico e muito próximo da ética cristã. Esta, por sua vez, tem raízes na moral, nas leis e

na tradição, a partir da vontade divina. Em *Hume*, pensador escocês, são os sentimentos, especialmente a compaixão pelos outros seres. Immanuel Kant, autor do criticismo alemão e do imperativo categórico, afirmava que não se deve fazer ao outro o que não se deseja a si mesmo.

Mas o que essa quantidade de conceitos, muitos formulados há mais de 2,5 mil anos, têm a ver com a rotina das empresas, empresários e empregados no século 21? Quem responde é João Marcelo Crubellate, mestre em Filosofia e professor de Teoria das Organizações, do curso de Administração, da Universidade Estadual de Maringá (UEM). “Manter a lucratividade e a produtividade da empresa tratando o ser humano como algo muito maior do que apenas mais um elemento no sistema produtivo é sempre um problema”, afirma o professor. E o humano aqui citado engloba, além do funcionário diretamente ligado ao meio de produção, o conjunto da sociedade que se beneficia do

produto ou serviço em questão. Nos casos das infrações éticas que se configuram em crimes organizacionais, quem perde é o todo.

Como exemplos, Crubellate cita os balanços financeiros fraudulentos das gigantes de energia Enron Corporation, norte-americana, e de produtos alimentícios Parmalat, italiana, revelados no início da década de 2000. Durante uma década as duas empresas inflaram artificialmente seus lucros com auxílio de bancos e auditorias, até falirem. “O comportamento ético, quando rompido, pode gerar lucro imediato, mas cria problemas muito sérios e de difícil reparação para o entorno. Como fica a credibilidade do sistema, já que nenhuma empresa é capaz de maquiagem balanços durante tanto tempo sem o auxílio de uma rede de serviços complementares?”, argumenta o professor.

Cortina de fumaça

Segundo Crubellate, a ética nas organizações começou a ser discutida na academia de maneira efetiva



Walter Fernandes

“A discussão ética emerge não da conduta entre patrão e empregado, mas da postura social da própria organização”, reforça o professor João Marcelo Crubellate



Walter Fernandes

Para o empresário Luiz Roberto Passos, da Gopar Química, conhecer as necessidades dos clientes é mais importante que ter acesso a fórmulas químicas

na década de 1990, como desdobramento de preocupações mais antigas de responsabilidade social e ambiental, com o cuidado de não reduzir a temática à codificação de comportamentos individualizados, mas ao comportamento da gestão e do sistema produtivo. “A discussão ética emerge não da conduta entre patrão e empregado, mas da postura social da própria organização”, aponta o estudioso.

Postas como novos paradigmas para a atuação empresarial contemporânea, as vertentes social e ambiental exigem, de fato, compromisso ético, preço que muitas empresas não estão dispostas, não têm coragem ou dinheiro para bancar. Como o custo para implantação de tecnologia ambiental ainda é bastante alto, as empresas se veem no dilema de atender aos padrões de responsabilidade ambiental, correndo o risco de sacrificar o desempenho e a lucratividade, ou deixar do jeito que está, defendendo e divulgando, apenas no discurso, as

contribuições para a melhoria da qualidade de vida local e planetária.

Desvio ético

A empresa internacionalizada que assume diferentes posturas de acordo com o entorno institucional também incorre em flagrante desvio ético. Se em países rigorosos no cumprimento da lei há obediência e respeito e, ao contrário, em nações onde há brechas jurídicas e sociais sobram desmando e arrogância, o discurso é vazio. “A ética deve constranger em todas as situações e em todos os lugares. Ela é um princípio, não um instrumento”, lembra Crubellate.

A prática que afasta as empresas de princípios éticos e as aproxima de cálculos utilitários – se há retorno financeiro, é válido – pode esbarrar em um elemento fundamental na engrenagem das organizações: o lucro. Cada vez mais informado, atento e consciente, o consumidor é o principal aliado do resgate “humano” nas relações

CÓDIGO PENAL BRASILEIRO

Artigo 154 - Revelar alguém, sem justa causa, segredo, de que tem ciência em razão de função, ministério, ofício ou profissão, e cuja revelação possa produzir dano a outrem:

Pena: detenção, de três meses a um ano, ou multa.

CÓDIGO CIVIL BRASILEIRO

Artigo 186 - Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.

CONSOLIDAÇÃO DA LEIS DO TRABALHO (CLT)

Artigo 482 - Constituem justa causa para rescisão do contrato de trabalho pelo empregador:

c) negociação habitual por conta própria ou alheia sem permissão do empregador, e quando constituir ato de concorrência à empresa para a qual trabalha o empregado, ou for prejudicial ao serviço;

g) violação de segredo da empresa.

de mercado e pode fazer a diferença a fim de evitar que a ética se torne, na discussão acadêmica e na prática financeira que a tudo e a nada define. “A tolerância com os abusos éticos e a consequente impunidade naturaliza condutas absolutamente inaceitáveis, e este pode ser um caminho sem volta”, arrisca Crubellate.



Eduardo Centurião, da Exata TI, reforça a importância de ter um relacionamento de muita confiança com os funcionários

Não faça o que faço

Edward Snowden, o analista de sistemas norte-americano que revelou a existência de programas de vigilância e espionagem mundial usados pela agência de segurança dos Estados Unidos, é acusado pelo país de origem de espionagem e roubo de documentos de proprie-

dade do Estado, crimes pelos quais pode ser condenado a até 30 anos de prisão. Para muitos, no entanto, o jovem agiu como verdadeiro herói ao desmascarar a postura, no mínimo questionável, do órgão governamental de um país sobre a privacidade de outros governos e cidadãos que sequer sabiam ser

alvos de vigilância sistemática e desautorizada. Neste exemplo, quem foi o primeiro a infringir a ética profissional? Patrão ou empregado?

O filósofo João Hentges, professor da UEM, lembra que, da mesma forma que a ética geral, a ética profissional se pauta na reflexão racional – o conhecido bom senso. Daí que fica

**RACIONALIZE
ESPAÇOS**

CONSULTE UM MARCENEIRO

f FACEBOOK.COM/CUIADOMARCENEIRO

GUIAEMARCENEIROS.NET

LOJA 03 - AV. DAS INDÚSTRIAS, 462 - MARINGÁ | JD. AMÉRICA
44 3025-9393

GUIA DO MARCENEIRO

www.acim.com.br

muito difícil para uma empresa que viola a ética e as regras do segmento no qual atua exigir que o funcionário aja de maneira diferente.

“Sou apenas mais um cara que fica lá no dia a dia em um escritório, observa o que está acontecendo e diz: ‘isso é algo que não é para ser decidido por nós; o público precisa decidir se esses programas e políticas estão certos ou errados’”, disse, em junho de 2013, o agora procurado analista de sistemas.

Confiabilidade e quarentena

Mesmo não estando prevista na Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a cláusula de confiabilidade se legitima no ordenamento jurídico nacional em função de outros deveres e obrigações específicas. Basicamente esta cláusula obriga o empregado ao sigilo de informações e é mais utilizada por empresas de alta tecnologia ou naquelas inseridas em mercados extremamente concorridos, pois, de acordo com o advogado Gilberto Kalil, do escritório Kalil & Calil Advogados Associados, o uso da informação pode beneficiar o concorrente ou acarretar prejuízos à empresa que a detém. Segundo ele, o descumprimento desta cláusula, desde que prevista no contrato de trabalho, pode levar o empregado a responder pelo crime previsto no artigo 154 do Código Penal, além de ressarcimento por danos materiais ou morais, conforme artigo 186 do Código Civil. “Neste caso a rescisão contratual pelo empregador é imediata, nos termos do art. 482, da Consolidação das Leis do Trabalho”, diz Kalil.

No segmento de tecnologia da informação (TI) a confidencialidade e a confiança nos colaboradores são características levadas bastante em

conta. Na maior parte dos casos, os funcionários precisam assinar contratos de segurança da informação. É o caso da Exata TI, empresa maringense de hardware que trabalha diretamente com informações sigilosas de clientes. “Preparamos os servidores das empresas para que as informações não sejam roubadas. Não é algo simples. Para nos proteger, todo colaborador que ingressa na empresa tem de seguir normas estipuladas no contrato de trabalho”, explica Eduardo Santos Centurião, gerente da Exata. Segundo ele, estes contratos garantem segurança maior para a empresa, o colaborador e o cliente. “Trabalhamos na prevenção. Temos mecanismos para evitar que informações sejam retiradas. A empresa tem que estar equipada para minimizar riscos”, reforça.

Apesar de todos os riscos e sigilos inerentes à área, Centurião conta que a empresa, há dez anos no mercado em Maringá, nunca respondeu por nenhum problema

Walter Fernandes



Ao descumprir cláusulas de quarentena, o empregado pode ter de ressarcir a empresa por danos materiais ou morais, segundo o advogado Gilberto Kalil

dessa natureza. “Preservamos o bom relacionamento com todos os colaboradores, de muita conversa e confiança. Temos profissionais com bastante tempo de casa que respeitam a empresa e vice-versa.”

A cláusula de quarentena também é uma alternativa para tentar diminuir a possibilidade de vazamento de informações sigilosas. Para ter validade, esta previsão, que impede o empregado de repassar informações ou trabalhar no mesmo segmento, deve respeitar os princípios da razoabilidade e da proporcionalidade, além de indicação do prazo, indenização pelo período de quarentena, delimitação da área geográfica a qual o empregado estará restrito e limitação do exercício das atividades.

Necessidades dos clientes

No setor da indústria química as fórmulas exclusivas são basicamente a matéria-prima. Mas na avaliação do proprietário da Gopar Química, Luiz Roberto Passos, este não é o

PARK ONE

RESIDENCE

QUALIDADE DE VIDA REQUER **PARK ONE**

São 100,10m² projetados com perfeição para aproveitamento total dos espaços e integração dos ambientes. Sem dúvida a melhor planta disponível na região. O projeto é moderno, bem iluminado e você tem duas opções para escolha: 3 quartos com suíte e closet ou 2 suítes com sala ampliada. Pra completar, a sala de estar e jantar são integradas com portas amplas de acesso ao terraço com churrasqueira a carvão.



200M DO PARQUE DO INGÁ



3 QUARTOS SENDO 1 SUÍTE
C/ CLOSET OU 2 SUÍTES



2 VAGAS PARALELAS*



ÁREA DE LAZER COMPLETA



100M² PRIVATIVOS



TORRE ÚNICA

www.parkoneresidence.com.br

VISITE O DECORADO

AV. JUSCELINO KUBITSCHEK, 870 | 44 3046.0207

ÁREA DE LAZER ENTREGUE EQUIPADA E DECORADA | OBRAS EM ANDAMENTO



VENDAS

CONSTRUÇÃO E INCORPORAÇÃO

CRECI 1189-J

khouri imóveis
44 3222-9624

CRECI 1594-J

IMOBILIÁRIA
SILVIO IWATA
44 4009-8981



CIPLART
CONSTRUTORA

As imagens presentes neste folder são ilustrativas. As perspectivas dos ambientes apresentam sugestões de decoração, não fazendo parte do projeto original. Os acabamentos serão conforme memorial descritivo arquivado junto com o memorial de incorporação no cartório de registro de imóveis de 1º ofício de Maringá/PR, matrícula nº 102.329. Os móveis e objetos das perspectivas são ilustrativas, não correspondendo necessariamente às quantidades e especificações previstas no memorial descritivo. Cores, texturas, paisagismo e detalhes construtivos podem variar quando da execução. * Exceto os apartamentos 101, 102, 203 e 204 que terão vagas vinculadas.

principal fator para uma empresa do ramo se destacar no mercado. “Claro que é importante, mas de nada adianta ter uma fórmula perfeita se não conhecemos a necessidade do cliente e as características para este produto ter sucesso”, avalia. A Gopar Química desenvolve produtos para linhas de limpeza pesada e de automóveis e atende os mercados do Paraná e São Paulo.

Segundo Passos, a credibilidade e a qualidade dos produtos com a marca Gopar foram desenvolvidas ao longo dos 18 anos em que está à frente da empresa. “Na internet o número de fórmulas é enorme, não é este o diferencial. A conquista do mercado é um processo lento e quem contribui para a melhoria dos nossos produtos é o próprio cliente. Também não mudamos muito de fornecedor para o cliente não sentir diferença no produto final”, conta.

A prova da confiança do empresário na força da marca e na abertura da empresa, que não teme o “leva e traz” de informações, está nas parcerias com escolas. “Frequentemente recebemos estagiários, tanto de cursos técnicos quanto de universidades. Nosso cuidado não se limita ao desenvolvimento de fórmulas, mas ao processo completo de produção”, finaliza. ■

Concorrência sim, falta de ética, não

Há quase 30 anos no mercado, a Kandyany Eventos foi uma das primeiras empresas no ramo de foto e filmagem. O pioneirismo e o sucesso acabaram incentivando os concorrentes, com o detalhe que muitos deles saíram da própria organização. “O problema é que foram levando com eles parte da nossa clientela”, conta a proprietária Suzi Murad Candiani que, junto com o marido, Valmir Candiani, está à frente da empresa desde o início.

Suzi conta que a “leva” de funcionários que saiu ocasionando baixas entre a clientela começou depois que a empresa iniciou o processo de expansão para atender diferentes segmentos e eventos. “Houve um período em que só na área de eventos a empresa chegou a ter 18 funcionários, além do setor administrativo. Hoje nossa equipe é formada por 12 pessoas e cinco delas trabalham diretamente com eventos”, conta.

A proprietária lembra o episódio em que um funcionário

chegou a usar o carro da Kandyany para comprar equipamentos no Paraguai para a empresa que estava prestes a abrir. “Imagine o perigo que corremos. Nunca compramos equipamentos no Paraguai e este funcionário colocou o nosso nome em jogo”, diz ela. O casal de empresários só tomou conhecimento do episódio depois que o funcionário havia aberto o próprio negócio, inclusive atendendo clientes que eram da Kandyany.

Uma alternativa que a empresa encontrou para minimizar os danos foi reduzir o número de funcionários e se especializar em outras áreas na tentativa de entregar serviços mais completos ao cliente. “Atualmente fotografia e filmagem são apenas alguns de nossos serviços. Somos especializados em iluminação, sonorização, projeção e montagem de palco e passarela”, destaca a empresária.

Suzi revela que a mudança foi muito difícil e que ela e o marido, desanimados, pensaram em desistir. “Nossos clientes sabem valorizar nosso atendimento e a qualidade do trabalho. Isso é o mais importante”.

Depois de verem ex-funcionários virarem concorrentes e levarem alguns clientes, Suzi e Valmir Candiani expandiram a atuação da Kandyany

Walter Fernandes



TRABALHO QUE TRAZ RESULTADO NA INFRAESTRUTURA

Em Maringá, o trabalho da Prefeitura traz resultados por toda parte. São mais de 100 obras e ações. Basta olhar ao redor.

A Prefeitura vem realizando diversas obras para melhorar a infraestrutura de Maringá. A Cidade Industrial, com mais de 2 milhões de metros quadrados, tem espaço para que sejam instaladas 400 empresas e área dedicada especialmente para empreendimentos de tecnologia.

A Feira Internacional da Aviação, realizada em Maringá, atraiu grandes empresas e consolidou o Polo Aeronáutico de Maringá.

Viabilizado por meio do PAC Mobilidade, o Projeto Terminal Urbano Multimodal compreenderá o Terminal Urbano e o Terminal Metropolitano, trazendo ainda mais avanços.

INFRAESTRUTURA
que atrai **EMPRESAS**
e gera **EMPREGOS**

www.maringa.pr.gov.br
facebook.com/prefeiturademaringa



Prefeitura de
MARINGÁ
Construindo uma cidade cada vez melhor

Você sabia
que o salão de festas do
mais completo empreendimento
do Sul do Brasil
está concluído





Portal de Entrada



O empreendimento mais completo do Sul do país está ficando uma verdadeira obra de arte. Venha conhecer o **Jardins de Monet** e se impressionar com os **350 lugares** do Salão de Festas, a grandiosidade do Portal de Entrada, a vista de Maringá no Mirante com Elevador e a beleza da Mata Nativa. Tudo isso a **5 minutos do Catuaí Shopping**.

A 5 minutos do Catuaí Shopping.

Venha conhecer. Ligue 44 3222 1200

Jardins de
Monet
 Residence
 Maringá

Parcelamento em até 420 meses*

CONSTRUÇÃO E INCORPORAÇÃO:

CANTAREIRA
 cantareirabr.com.br

Monolux
 CONSTRUÇÕES CIVIS

*Financiamento sujeito à aprovação do SEH



Walter Fernandes

O sucesso e o aumento de produtos nas garage sales que Berenice Toebe promovia deram origem a Z5, um endereço para lá de charmoso que comercializa moda, antiguidade, música e arte

Exclusividade e preços atrativos mudam conceitos sobre usados

O preconceito contra roupas, móveis e livros de segunda mão deu vez a ideia de itens valorizados e charmosos; em Maringá os empresários que apostaram em brechós, sebo e antiquários estão satisfeitos

Rosângela Gris

A loja por trás da fachada com Aletreiro discreto na praça dos Expedicionários, em Maringá, pode passar despercebida pelos transeuntes apressados. Mas basta um olhar mais atento para ver que do lado de dentro cada peça tem uma história fascinante. Um por

pertencerem a décadas distantes. Outras pelo caminho percorrido até serem garimpadas em um brechó, *outlet* ou antiquário.

A Z5, uma fusão de moda, antiguidade, música e arte, pertence a Berenice Toebe e foi idealizada a partir das *garage sales* promovidas por ela durante anos. Ela começou reunindo as amigas em casa

para fazer *clothing swap* (termo em inglês para troca de roupas). O objetivo era esvaziar o próprio guarda-roupa.

De início desprezioso, a prática do desapareço se revelou um negócio promissor. Com o passar dos anos, as opções na garagem de Berenice se diversificaram. E há pouco mais de um ano ela investiu

no ponto comercial. De lá para cá, o acervo cresceu, e muito. Hoje as araras e os cabideiros forrados de roupas – adultas e infantis - e acessórios dividem espaço com mobiliários, peças decorativas, quadros, vinis, louças, entre outras antiguidades.

Saber comprar para oferecer produtos atrativos é um dos maiores desafios dos que buscam lucrar com a venda de produtos usados. Segundo Berenice, o segredo para manter o negócio diante da acirrada competição com o comércio tradicional é ter um acervo charmoso e variado. Sua tendência pelo estilo *vintage* ajuda na seleção das peças que garimpa em bazares, feiras e *outlets* pelo país e no exterior. A maior parte vem do Rio de Janeiro e Miami, nos Estados Unidos.

Questionada sobre a clientela, a empresária é direta. “Pessoas com estilo”, define. “Mulheres e homens, e eles são a maioria, à procura de

um diferencial para compor *looks* ou decorar a casa ou o ambiente de trabalho”, completa. Outros que “batem ponto” no endereço são motociclistas, especialmente os fãs de Harley Davidson, que encontram desde roupas pretas até miniaturas de motos.

“Nosso consumidor gosta da raridade da peça, do design alternativo, de lembrar da época em que usou ou gostaria de ter usado peças como as que encontra aqui. O ato de compra de nossos clientes é acima de tudo sentimental, muitos nem se importam com o preço”, comenta.

Este comportamento, segundo Berenice, é reflexo de uma lufada de ar fresco que arejou o conceito de usado. “Até pouco tempo existia muito preconceito com o comércio de usados. Hoje a realidade é diferente. Os brechós conquistaram espaço com acervos garimpados no exterior, peças *vintage* exclusivas e

CANADÁ LESTE COM NEW YORK

Conhecendo: Toronto, Niagara Falls, Montreal, Ottawa, Quebec, New York
Saída: Setembro/2015
Viagem em Grupo
Faça já a sua inscrição!

SUDESTE ASIÁTICO & JAPÃO

Conhecendo: Hanoi, Camboja, Singapura, Hai Chi Min, Hong Kong, Nha Trang, Da Nang, Taipei, Osaka, Kagoshima, Toquio
Saída: Abril/2015
Viagem em Grupo
“Lotado”

EUROPA 2015

Conhecendo: Portugal, Espanha, Itália, Suíça e França
Saída: Julho/2015
Viagem em Grupo
Faça já a sua inscrição!

IMERSÃO E DIVERSÃO

“Uma nova proposta de estudos nos EUA, com diversão nos parques da Disney”
Saída: Julho/2015
Viagem em Grupo
Faça já sua inscrição!

REVEILLON

Consulte nossos preços de Reveillon para o Brasil e também para vários lugares do mundo.

ASA

VIAGENS E TURISMO

o seu jeito de voar

www.asatur.com.br

MATRIZ
Av. Não Alves Martins, 2185
Centro - Maringá / PR
44.3227-2007

FILIAL
Av. Lauro Wernick, 787
Zona 07 - Maringá / PR
44.3028-4003



Walter Fernandes

Olívia Abe, da Santa Mônica Móveis: “durante muito tempo os móveis herdados foram renegados. Hoje são estimados e valorizados”

um conceito descolado de reciclar o guarda-roupa”, comemora.

Dos tempos dos avós

Olívia Abe, da Santa Mônica Móveis Rústicos e Antigos, confirma que o interesse pelas antiguidades cresceu muito nos últimos anos. “Durante muito tempo os móveis herdados foram renegados. Hoje os mobiliários de família são estimados e valorizados, seja pelo clima nostálgico ou pelo requinte que conferem ao ambiente”, diz.

E basta entrar no barracão de 800 metros quadrados, na Zona 3 de Maringá, para descobrir o motivo do novo fascínio. É praticamente impossível não se deslumbrar com os milhares de itens antigos harmoniosamente expostos. Caminhar entre os móveis, lustres, cristais e quadros de estilos Renascentista, Luis XV, Art Nouveau, Provençal, Imperial e década de 1950 é como fazer uma viagem no tempo.



Walter Fernandes

Muitos dos móveis e itens de decoração do antiquário Peças Raras são restaurados pela proprietária Delcinei Martins Gomes Bard: “é um trabalho criativo que transforma lixo em luxo”

E há quem prefira a simplicidade e durabilidade do estilo rústico como os fabricados com madeira de demolição comercializados na Santa Mônica. Para conseguir as peças, a empresária garimpa em fazendas, cidades históricas, e às vezes encontra objetos únicos es-

condidos em porões ou no canto de uma sala. A maioria vem de Minas Gerais e São Paulo. Ela também compra itens dos visitantes da loja. Porém existem critérios para as antiguidades ficarem à venda: devem estar em bom estado de conservação e serem raras ou exclusivas.

Sobre o custo, Olívia diz que os clientes pagam pela exclusividade. “É difícil dimensionar o preço de uma raridade como este móvel, por exemplo, que tem mais de cem anos”, exemplifica, referindo-se a uma mesa de jantar do estilo Renascentista.

Do lixo ao luxo

No antiquário Peças Raras, que fica na avenida Cerro Azul, os preços variam de acordo com a raridade, durabilidade e o trabalho de restauração feito pela artista plástica e proprietária, Delcinei Martins Gomes Bard. “É preciso lembrar que antiguidade significa cultura, história”, completa.

Trabalhando há 16 anos com restauro, Delcinei também confirma o crescente interesse por antiguidades, razão pela qual abriu a loja há dois anos. Antes, o trabalho da



Walter Fernandes

O casal Lucimar e Benezildo dos Santos é dono da Artflex, especializada em móveis de escritório e comerciais usados, que são até 50% mais baratos que os novos

artista podia ser conferido no atelier nos fundos da sua casa, hoje reservado apenas para atividades de marcenaria e pintura.

E para fazer bonito nos ambientes, muitos móveis e itens de decoração passam por um processo de transformação nas mãos da artista. Pinturas diferenciadas e novos materiais misturam e criam um clima muito harmonioso entre o novo e o antigo.

“É um trabalho criativo que transforma lixo em luxo. Afinal, tudo se reaproveita”, afirma Delcinei. Na Peças Raras é possível encontrar fruteiras, jarros, prataria, porcelana, mesas, móveis, cómodas, aparadores, ferro de passar e até geladeira. Boa parte garimpada em feiras de São Paulo.

Preço camarada

Com diferença de até 50% no preço, os móveis contemporâneos usados têm mercado garantido em Maringá. Quem garante é a empresária Lucimar Teixeira de Freitas Santos, que há oito anos está à frente da Artflex, especializada em móveis de escritórios e comerciais.

Segundo ela, quem procura a loja na avenida Carneiro Leão geralmente está em busca de qualidade e preço baixo, sem se importar se o móvel é de segunda mão. É bem verdade que depois de uma temporada na marcenaria da família Santos a aparência é de quase novo.

São nas páginas de anúncios de jornais que Lucimar e o marido, Benezildo Procópio dos Santos, encontram a maioria dos ‘fornecedores’. “Compramos móveis de empresas ou lojas que estão fechando ou que estão trocando o mobiliário. Há casos em que os proprietários precisam desocupar o espaço e não têm local adequado para guardar os

Entre clássicos e best-sellers

“Os livros são objetos transcendentais, mas podemos amá-los do amor tátil”, escreveu Caetano Veloso na canção “Livros”. É esse prazer de correr os dedos pelas prateleiras que talvez explique a sobrevivência secular dos sebos, lugares que oferecem ao público o derradeiro contato físico com o livro num mundo que insiste em transformar as livrarias em estantes digitais.

Embora a paixão literária desponte como a “alma” do negócio, a resistência ao tempo passa por um processo de remodelação que revoga o estereótipo de mero depósito de livros baratos e deteriorados. Antes empoeirados e desorganizados, os sebos agora atraem a clientela oferecendo um ambiente agradável e diversificação de acervo.

O Sebo Cultural, na rua Santos Dumont, é uma ampla e organizada loja de livros usados — e também de CDs, DVDs e vinis — decorada com peças antigas. Há 13 anos no mesmo endereço, desde a inauguração foram três reformas, a última concluída há cerca de dois anos.

“Sentimos a necessidade de ampliar o espaço para oferecer mais conforto e acomodar nosso acervo, que cresceu muito nos

últimos anos”, diz a proprietária, Claudinea Basques Fernandes.

O Sebo Cultural tem aproximadamente 60 mil títulos. Nas prateleiras, preciosidades de encher os olhos dividem espaço com best-sellers e obras infantojuvenil. Somados aos CDs, DVDs, vinis e revistas, são mais de 100 mil itens espalhados pela loja.

“Para manter uma estrutura física tem que ter variedade”, ensina a empresária. Ela entrou para o ramo por incentivo do tio, quando morava em Londrina. “Ele tinha uma banca de revistas e, aos poucos, introduziu a venda de livros usados. O negócio se mostrou rentável e virou uma tradição familiar. Hoje são 40 sebos na família”, conta.

Claudinea reforça que o negócio vai bem, mesmo praticando preços “amigos”. Nos sebos os livros custam entre 50% e 70% mais baratos que os novos. Já as revistas saem entre R\$ 1 e R\$ 4. Não raro ela promove feiras com descontos especiais em colégios da cidade.

Sobre o público, tem de todas as idades e perfis. Por lá passa quem procura alguma edição antiga, livros esgotados ou preços camaradas. “Alguns vêm atrás de um título específico, outros gostam de fuçar lotes recém-chegados”, diz.

móveis, ou não têm destino para eles”, explica.

Do antigo endereço, a maioria segue direto para a marcenaria. Lá, passam por reparos e ajustes. “Às vezes modificamos o móvel para adaptá-lo a outro nicho de mercado

ou espaço físico. Já aconteceu de dividirmos estantes altas em duas ou três peças. Na loja temos estantes, cadeiras e mesas seminovas, mas com aspecto de novas, e o melhor com preços muito inferiores, que acabam fazendo a diferença”. ■

Renata Mastromauro

Gerenciar, administrar, chefiar, liderar. Em uma empresa esses termos são utilizados para designar o trabalho de alguém à frente de uma equipe. Muitos podem entender apenas como palavras diferentes para a mesma atividade, mas há um abismo entre os significados de cada uma.

A literatura empresarial tem discutido muito o sentido de chefia e liderança. Afinal, o que é ser chefe e o que é ser líder? É possível um chefe não representar liderança? Há líderes que não são chefes?

Consultores, palestrantes e coaches são unânimes na definição: chefia é cargo, liderança é função. Dessa forma, há líderes que são apenas chefes, enquanto é possível detectar lideranças em cargos abaixo deles.

De acordo com o educador, filósofo e palestrante Mário Sérgio Cortella, líder é aquele que inspira ideias, pessoas e projetos. Para ele, um líder é capaz de elevar o grupo, a comunidade, o trabalho e a estrutura. Do outro lado, o chefe é apenas um gestor, não necessariamente bom. “Quem é um mero chefe e não é líder é capaz de fazer com que pessoas façam o que, necessariamente, não seja bom”, exemplifica.

O ex-comandante do Bope e hoje palestrante Paulo Storani segue a mesma linha de pensamento. Para ele, ser líder é ter a capacidade de influenciar o comportamento de outros. “A liderança se dá quando uma pessoa faz que o outro faça por conta da sua capacidade, do modelo que você adota. A influência se dá mais pelo modelo do que pela capacidade de impor à força para ser obedecido”, explica.

Ser chefe, mas não ser líder. É possível?

Como um líder se torna carismático e realmente passa exercer liderança na equipe? Especialistas contam o que evitar para não ser apenas chefe, muito menos fazendo gestão à base de pressão



Walter Fernandes

“O líder deve ser empático e ao mesmo tempo desafiador. Caso seja uma pessoa introvertida ou pouco comunicativa, terá dificuldade para exercer a liderança”, diz o gerente da Rivesa, Luís Cláudio da Silva

Características

Cortella diz que quem deseja ser líder precisa ter ao menos três qualidades: generosidade mental, coerência ética e humildade intelectual. Generosidade mental é ser capaz de repartir o que sabe; coerência ética é praticar o que ensina; e humildade intelectual é perguntar o que ignora. “Não sabendo tudo, o líder sabe que ele está em formação, e as pessoas identificam isso numa liderança, ou seja, entendem como humildade e não como incompletude, e isso é um sinal de inteligência”, destaca.

Mas combinar carisma e competência nem sempre é tarefa fácil. Para a consultora Isla Gonçalves, que é psicóloga, economista e mestre em Psicologia Organizacional, a competência vem do equilíbrio emocional. “Saber limitar, orientar e reconhecer o trabalho do colaborador torna um líder eficaz”, orienta.

Ela explica que diferentes tipos de personalidades provocam reações diversas nas pessoas. Um gestor democrático costuma fazer sucesso com a equipe, pois tem facilidade em ouvir; por outro lado, pode apresentar dificuldades em limitar e deixar claro o que permite e o que será impugnado em sua gestão. Dessa forma, pode ser percebido como alguém que não “domina” a equipe. “Nem por isso é incompetente. Ele acaba arrumando formas intermediárias de suprir esta lacuna”, esclarece. Já uma pessoa muito crítica e intolerante, com dificuldades em reconhecer o trabalho do colaborador, cobra resultado da equipe de forma ostensiva e às vezes até agressiva. “Isso costuma dar resultados financeiros para a empresa, mas as custas de uma equipe estressada e triste, o que frequentemente gera



Walter Fernandes

Para o educador e filósofo Mário Sérgio Cortella, o líder inspira ideias, pessoas e projetos; por outro lado, o chefe é apenas um gestor, não necessariamente bom

rotatividade”. Por isso, é preciso avaliar a gama comportamental do gestor e orientá-lo para aprimorar o comportamento.

Para se tornar um líder na concessionária Rivesa, em Maringá, em primeiro lugar o colaborador deve mostrar conhecimento e envolvimento com os valores e princípios corporativos, identificando-se com a ideologia e cultura da empresa, explica o gerente financeiro e administrativo, Luís Cláudio da Silva. A partir daí as habilidades comumente agregadas são saber lidar com pessoas, gerir processos e ter capacidade de agregar as contribuições, a coordenar tarefas, demonstrar empatia e tomar iniciativa para solucionar problemas. “Enfim, características que o tornem um

exemplo aos demais colegas, para que eles o reconheçam como líder”, diz.

No entanto, Isla explica que todo gestor precisa observar suas características de personalidade, pois existem tendências de comportamento que podem arruinar o desempenho. “Centralização, falta de reconhecimento ao trabalho dos colaboradores, assédio moral, ‘faz o que mando, não o que faço’, discriminação, desqualificação do trabalho do outro. Tudo isso provoca intrigas departamentais e denigrem a carreira de qualquer gerente”, enumera.

Identificando lideranças

Para Cortella, uma organização inteligente transforma chefes em

Arquivo pessoal



Um líder democrático pode ter dificuldade para estabelecer limites: “nem por isso é incompetente. Ele arruma formas intermediárias de suprir esta lacuna”, diz a consultora Isla Gonçalves

panhamento constante das equipes e acerca das atividades desenvolvidas pelo colaborador. “Assim vão se descobrindo as potencialidades, entre as quais a liderança, que é uma das características necessárias para assumir uma posição-chave na empresa”, destaca.

Líder não nasce pronto

Os profissionais da área de gestão também concordam que há características pessoais que tornam uma pessoa mais propensa a exercer liderança, mas que isso não é decisivo. É possível lapidar habilidades para que colaboradores se tornem líderes.

Para Storani, uma mudança de comportamento é capaz de gerar sinergia da equipe para um objetivo comum e, quando a pessoa desperta para isso, torna-se um chefe melhor. É preciso atentar-se à maneira como se trata o colaborador e como se cobra tarefas, dando o exemplo e não impondo o que deve ser realizado.

Silva, da Rivesa, acredita que liderança é um processo de aprendizagem constante e dosado, que dependerá de características e habilidades, e como em qualquer atividade ou desafio, haverá uns melhores que outros. “A liderança depende da clareza e objetividade nas comunicações. Se o indivíduo não estiver dotado desta habilidade, dificilmente será um bom líder. Da mesma maneira o líder deve ser empático e ao mesmo tempo desafiador. Caso seja uma pessoa introvertida ou pouco comunica-

tiva, terá dificuldade para exercer a liderança. Em resumo, qualquer pessoa pode habilitar-se a ser líder, porém, não necessariamente significa que poderá exercer uma boa liderança”, pondera.

Ele conta que é muito comum as empresas proporcionarem oportunidades de liderança a um excelente colaborador por causa do desempenho, fidelidade e confiança, acreditando que esse profissional poderá desenvolver as competências complementares para ser um líder. Porém, isso poderá não ocorrer. “Dependerá do empenho do colaborador, do plano de desenvolvimento dele e das características naturais e experiências que somar ao longo de sua trajetória profissional”, avalia. Outro fator a ser considerado é o ambiente e a equipe com os quais o líder irá atuar e que poderão abreviar ou dificultar o processo.

Quando um colaborador é contratado na Rivesa ele tem desde cedo acesso a treinamentos para o desempenho da sua função. Ele passa a ter um Plano Individual de Desenvolvimento de Competências, que lhe permitirá ser avaliado periodicamente e possibilitará evoluir. Se o Plano Individual apresentar uma tendência à liderança ou potencial para esta competência, a empresa possibilitará o acesso a encontros e cursos relacionados ao tema, bem como oferecerá oportunidade de eventualmente substituir gestores quando se ausentam e participar de programas de *trainee*, até que surja uma oportunidade efetiva para ocupar um cargo de liderança. “Estas situações possibilitam avaliação. O importante é manter o programa de desenvolvimento de competências continuamente”, finaliza Silva. ■

líderes, ou nomeia para a chefia aqueles que já exercem essa função. Nesse ponto de vista, a liderança é difusa nas organizações: não está ligada à hierarquia, será eventual dependendo do projeto.

Na Rivesa os gestores são capacitados a utilizar técnicas para detectar futuras lideranças. De acordo com Silva, há análise de perfil dos colaboradores, avaliação de desempenho no processo de liderança situacional e reuniões de *feedback*. Ele explica, no entanto, que estas são apenas ferramentas auxiliares para confirmar as impressões que os próprios gestores acumulam sobre colaboradores considerados expoentes. “Estas impressões são obtidas através do acompanhamento do desempenho, atitudes, engajamento e comportamento do colaborador no dia a dia.” Por isso, é fundamental que exista um acom-

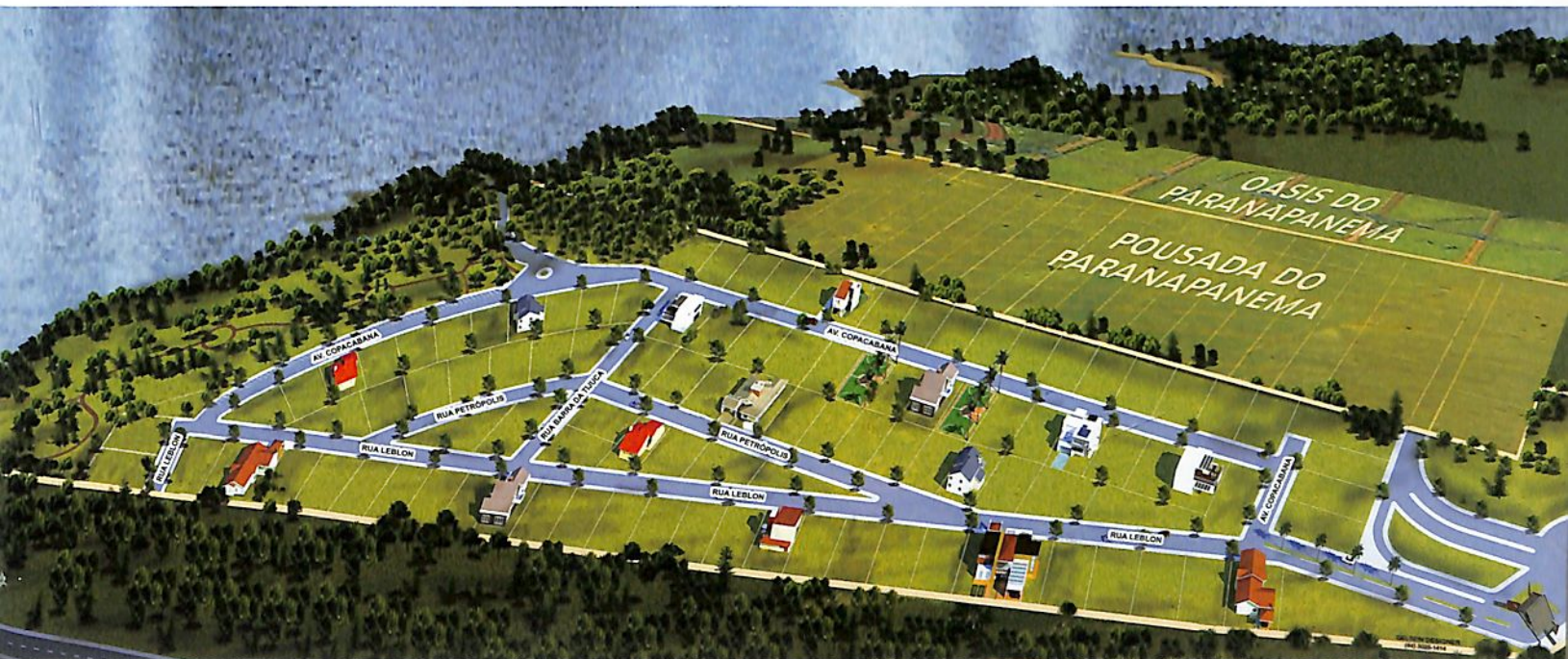
Viva com qualidade, viva com prazer!

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
CRECI 0614-J



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

LEIP
Licitadora e Experimentadora Interdisciplinar Patrimonialista Ltda

Av. XV de Novembro, nº 696
FONE/FAX: (44) 4009-2000
Sala 04 - Centro - CEP 87015-230 - Maringá - PR

Vamos fazer
um Natal diferente
e mais especial
para a sua
equipe?



Presenteie com os cartões Gift Card e Cesta Alimentação Natal Cooper Card e inove a maneira de motivar sua equipe.



Surpreendente e motivador, o Gift Card é um cartão presente pré-pago ideal para aquisição de produtos ou serviços. Com liberdade de escolha, proporciona alegria a quem presenteia e a quem recebe.



Moderno e prático, o Cesta Alimentação Natal substitui as tradicionais cestas de produtos natalinos. Permite a quem você quer presentear, escolher entre alimentos e bebidas, os ingredientes para compor a ceia e o almoço de Natal.



Solicite a visita de um consultor Cooper Card:

Maringá e Região | 44 3220-5454 e 44 3033-0654

Demais localidades | 0800-200-6263

www.coopercard.com.br



Vanessa Bellei

Sucesso de vendas na Maringá Liquida

A 24ª edição da campanha atraiu um grande público, que foi conferir os descontos em mais de mil lojas; comitiva de Rondônia veio conhecer modelo para replicar

Com o tema “Maratona de ofertas: largue na frente e bata todos os recordes de venda”, a 24ª edição da Maringá Liquida foi um sucesso. Foram quatro dias de ofertas, entre 28 e 31 de agosto, e adesão de mais de mil lojas. De acordo com a ACIM, as consultas feitas junto ao SPC Brasil aumentaram 17% em relação à edição de agosto do ano passado.

A Bem Barato Confeções comemora os resultados. “Foram dias de muitas vendas e de loja bem cheia. Investimos em divulgação, baixamos os preços e conseguimos atrair os clientes”, conta a gerente Simone Rodrigues Gonçalves. As vendas foram três vezes superiores a outros finais de semana. Muitas das peças comercializadas, lembra a gerente, chegaram a ficar com preço de custo. “Foi um momento de aproveitar e liquidar estoque”.

Outra loja que participou de todas as edições e comemora os bons resultados é a Kirei Confeções. “Os dias de liquidação são sempre muito bons, repercutem nas cidades vizinhas e em Maringá”, avalia a gerente Mariana Ikeno. Os descontos na Kirei chegaram a 50% em praticamente todo o estoque – calçados, confeções e acessórios infantis.

Entre os consumidores a satisfação também foi grande. A estudante Alexsandra Barbosa comprou sapatos, roupas e acessórios. “Fiquei empolgada com os preços baixos e fiz muitas compras”. A professora Elisângela Kay veio de Santa Fé, aprovou as ofertas e investiu em calçados. “Não comprei nada para a família, só para mim. Hoje é meu dia”.

E quem disse que homem não vai às compras? O vendedor Amauri Aparecido Paredes espera, anualmente, as



Campanha teve adesão de mais de mil lojas; consultas de crédito foram 17% maiores do que na edição de agosto do ano passado

promoções da Maringá Liquida. Nesta edição, ele comprou sapatos para ele e presentes para a esposa.

Exemplo

Uma comitiva da Associação Comercial e Empresarial de Rolim de Moura/RO esteve em Maringá exclusivamente para conhecer a Maringá Liquida. “Este formato de campanha, dentro das lojas, é novo para nós. Viemos conhecer a liquidação e a organização”, conta a secretária executiva Ester Caliani.

Nos dias da campanha a comitiva visitou lojas e conversou com empresários. A satisfação foi tamanha que uma campanha no formato da Maringá Liquida será implantada no próximo ano - a Liquida Rolim. “Já fizemos uma primeira reunião com a diretoria e vamos implementar o novo modelo”, conta.

A Maringá Liquida é realizada pela ACIM e Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar), com apoio do Sicoob.

ESCUTE O
MERCADO DE
TRABALHO.
FAÇA UMA
PÓS-GRADUAÇÃO
NA UNICESUMAR.

NOVOS PROFESSORES

NOVOS CURSOS

NOVA ESTRUTURA

CURSOS MODULARES

Especializações e MBAs em todas as áreas do conhecimento.

- Ciências Humanas e Sociais Aplicadas.
- Ciências Biológicas e da Saúde
- Ciências Exatas, Tecnológicas e Agrárias.

MATRÍCULAS ABERTAS

 UniCesumar

PÓS-GRADUAÇÃO

Passeata para incentivar que eleitores votem com consciência

Campanha que levou a assinatura da Sociedade Civil Organizada terminou com passeata com a participação de mais de 300 voluntários em 27 de setembro

Giovana Campanha

A previsão era de chuva, afinal ela insistiu em aparecer nos dias anteriores. Mas mesmo assim mais de 300 voluntários se reuniram na manhã de 27 de setembro para cumprir um dever cívico: a passeata do eleitor consciente. O ato integrou a campanha de mesmo nome, que contou ainda com peças publicitárias e adesivagens de veículos.

Os voluntários se reuniram na sede da ACIM e munidos de botons, adesivos para carros, faixas e da cartilha “Conheça o seu candidato” percorreram a avenida Brasil até a avenida São Paulo e fizeram o mesmo caminho na volta abordando comerciantes, comerciários e transeuntes. O discurso dos voluntários era sobre a importância de escolher com critério os candidatos que disputam vagas de deputados federal e estadual, senador, governador e Presidente da República nas eleições de 5 de outubro.

“Precisamos agir e trabalhar para sensibilizar a comunidade. Não devemos votar conscientes sozinhos, temos o dever de ajudar a convencer outros eleitores”, diz o presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa.

Campanha

A campanha publicitária, que foi produzida pela Factory e levou a



Com botons, adesivos para carros, faixas e a cartilha “Conheça o seu candidato”, voluntários foram às ruas conversar com eleitores

assinatura da “Sociedade Civil Organizada”, tinha várias peças. Em uma delas com a imagem de sapatos de palhaço, constava o texto “Quem vota em candidato que faz piada para se eleger, pode passar 4 anos nada engraçados”. Dezenas de entidades integraram a campanha, entre elas a ACIM, OAB, Arquidiocese, Rotary, Sinepe, Sindvest, Sindimetal, Sivar, Sociedade Rural de Maringá, Apras, Sincontábil, Sincontábil e Maçonaria.

Já os conselheiros do Copejem, que é o conselho permanente do jovem empresário da ACIM, elaboraram a cartilha “Conheça o seu

candidato”. Todos os deputados federais e estaduais que receberam votos dos eleitores maringenses na eleição de quatro anos atrás foram contatados para enviar os projetos de sua autoria que não viraram leis e os que foram aprovados no Congresso (deputados federais) ou na Assembleia Legislativa (deputados estaduais). Os deputados que não responderam aos questionamentos tiveram suas fotos e o número de votos que obtiveram dos maringenses divulgados na cartilha.

Em tempo: apesar da previsão, no dia 27, não teve chuva durante a passeata.

Um dia, ela cuidará
da vida financeira
de vários associados.



Nosso futuro
está associado às
nossas crianças.

12 de outubro - Dia das Crianças
Uma homenagem do Sicoob

 **SICOOB**
ASSOCIADO A VOCE

Agiliza Obra online reduz tempo de espera por alvará

De acordo com a prefeitura, para liberar alvará, serão necessários cerca de 15 dias – antes eram seis meses; projetos arquitetônicos deverão ser apresentados em mídia eletrônica em vez de papel

Rosângela Gris

O tempo médio do trâmite de liberação de alvarás de construções residenciais e comerciais em Maringá, da entrada do projeto à aprovação, deve ser reduzido de seis meses para cerca de 15 dias com a implantação da segunda fase do Agiliza Obras. O modelo digital do programa criado para modernizar o processo foi apresentado em 11 de setembro, no auditório Hélio Moreira.

A partir de agora, para solicitar o alvará, é preciso apresentar os projetos arquitetônicos, com limite de dois pavimentos, em mídias digitais – CD, DVD ou pen drive. A tramitação do processo será acompanhada pela internet, por meio do número de protocolo, e o responsável pelo projeto também receberá notificações por email sobre as mudanças necessárias.

Segundo o secretário municipal de Planejamento e Urbanismo, Laércio Barbão, a expectativa é que a substituição dos papéis por documentos digitalizados contribua para o desenvolvimento da construção civil na cidade. “Hoje são cerca de 1,3 mil projetos tramitando na prefeitura, e essa tem sido a média mensal. Entre 2011 e agosto deste ano, mais de 4,2 milhões de metros quadrados foram liberados. O modelo digital dará mais dinamismo ao processo e contribuirá para o



A tramitação do processo de alvará será acompanhada pela internet

crescimento desses números”, prevê.

Para agilizar o processo e permitir a ampliação do programa, a prefeitura também investiu em recursos humanos. Pelo menos oito profissionais vão reforçar a equipe encarregada pelas análises dos projetos.

Terceira fase

O prefeito Carlos Roberto Pupin adiantou que outras mudanças estão em estudo. Entre as propostas para

a terceira fase do programa está a modificação da forma de entrega do projeto. Futuramente, segundo ele, não será necessário ir à praça de atendimento, na prefeitura, para protocolar o projeto. A entrega poderá ser feita pela internet.

Outro ponto que está em discussão é a inclusão de grandes edificações no Agiliza Obras. Hoje 51 projetos de edifícios de grande porte estão em análise na prefeitura.

AGILIZA OBRAS EM NOVE PASSOS

FONTE: PREFEITURA DE MARINGÁ

- 1 PROTOCOLAR O PROJETO DE IMPLANTAÇÃO DE EDIFICAÇÃO
- 2 ANEXAR CONSTRUÇÃO EXISTENTE
- 3 UM PRÉ-ANALISTA VERIFICA O PROJETO
- 4 O PROCESSO É DISTRIBUÍDO PELO GERENTE PARA A ANÁLISE DE PROJETOS
- 5 O ANALISTA VERIFICA O PROJETO E O APROVA SE ESTIVER DE ACORDO COM AS ESPECIFICAÇÕES
- 6 É GERIDO O DOCUMENTO DE ALVARÁ E A CAPA DO PROJETO
- 7 O PROCESSO PASSA POR UMA AUDITORIA PARA CONFIRMAR A LIBERAÇÃO
- 8 ALVARÁ E PROJETO SÃO ASSINADOS
- 9 PROCESSO É FINALIZADO E OS DOCUMENTOS SÃO DISPONIBILIZADOS

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

Localizado:
Rua Mandaguari,
603 - Zona 07

EDIFÍCIO

01 VAGA DE GARAGEM
(POR APARTAMENTO)

AMPLO ESPAÇO
GOURMET

ESPAÇO FITNESS

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

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, perna, 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 veneziana 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 será 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 desembaraço cartório, 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 por interrupção ou prorrogação 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 ao 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 opção de substituição da assinatura da proposta comercial.

Fernanda Bertola

Que a publicidade de uma empresa precisa chegar ao *target* para dar resultados não é segredo. Por essa razão, considerando que mais da metade da população brasileira tem acesso à internet e que esse número deve aumentar em virtude de fatores como a melhoria da infraestrutura no país, estar presente no meio digital é estar mais próximo do público-alvo.

Segundo perspectiva da Interactive Advertising Bureau (IAB) Brasil, uma das mais importantes associações de mídia interativa do mundo, o faturamento da publicidade digital deve ultrapassar R\$ 7 bilhões em 2014, uma expansão de 25% em relação ao ano passado.

Uma das plataformas ao alcance das empresas para a conquista de consumidores é a maior rede social do mundo, o Facebook, que tem mais de um milhão de anunciantes. “O Facebook fornece métricas claras sobre o que foi feito com o dinheiro investido”, diz o diretor de planejamento e novos negócios da Factory Total, Leo Vianna.

Segundo recomendações do próprio Facebook, a plataforma apresenta desafios para a publicidade tradicional e é importante que isso seja levado em consideração no momento de criar publicações e anúncios. Ao criar uma página, as possibilidades de conteúdo são quase irrestritas, mas é preciso acertar para ter resultados. Quando se trata de anúncio, ao abrir o painel que apresenta as opções para a formatação, existem ferramentas que permitem segmentar o público. Segundo Vianna, é possível direcionar o anúncio para as pessoas que formam o *target*, de forma específica.

Um quarto do público

Foi assim que a Factory trabalhou

Facebook é lugar de relacionamento... e de negócios

Maior rede social do mundo também é uma alternativa – excelente – de mídia publicitária, desde que haja planejamento, conteúdo interessante e combinação com outras mídias; saiba como investir assertivamente



para anunciar no Facebook a 8ª edição da Feira Festas & Noivas, realizada pela ACIM em 5 e 6 de agosto. “Tínhamos que nos comunicar com as pessoas com interesse em casar ou fazer uma festa nos próximos 12 meses”, conta. Foi possível fazer o planejamento com base no que as pessoas curtiram na rede social, o que pesquisaram (bufê e vestidos de noivas, por exemplo), geograficamente, entre outros itens.

Tamanha a complexidade de definições foi necessária uma semana para acertar os detalhes dos anúncios no Facebook. A estratégia previu 190 mil impactos, que são a quantidade de aparições do anúncio nas *timelines* (até três vezes na mesma página do Facebook) de 68 mil usuários, com o perfil de interesse programado no planejamento do anúncio.

E o investimento foi assertivo. Segundo levantamento realizado nos

dias de evento pelo Departamento de Pesquisa e Estatística (Depea) da ACIM, do total de participantes, 26% afirmaram que ficaram sabendo da feira pelo Facebook, enquanto 30% disseram que tomaram conhecimento pela televisão, e o restante por outras mídias. Nos anúncios no Facebook, o investimento foi de menos de 5% do total direcionado à mídia televisiva.

Dado o resultado, é fácil pensar que valeria mais a pena aumentar o investimento no Facebook e diminuir o aplicado nas outras mídias, certo? Mas essa conclusão não funciona logicamente. Vianna explica que com o valor investido, o trabalho foi feito minuciosamente para gerar resultado, atingindo ao máximo o universo de potenciais visitantes da feira. Ou seja, mais verba talvez não trouxesse tão mais pessoas para o evento.

O publicitário destaca que o resultado mais eficiente em uma estratégia de comunicação vem da integração de mídias. Na televisão não é possível fazer uma segmentação tão detalhada, mas é possível escolher os horários conforme a audiência. E ao



Walter Fernandes

“É preciso estar em todas as mídias. Se cortar a verba de uma, a comunicação fica ‘manca’. Temos que encarar os resultados do Facebook como o público a mais”, diz Leo Vianna, da Factory Total

divulgar o nome da marca, institucionalmente, são abertas possibilidades para futuros negócios. “É preciso estar em todas as mídias. Se cortar a verba de uma delas, a comunicação fica ‘manca’. Temos que encarar os resultados do Facebook como o público a mais, que não iria à feira se não fossem os anúncios”. Por outro lado, ele lembra que 74% dos visitantes talvez não teriam visitado o evento

se não fossem os investimentos em outras mídias.

Geração de conteúdo

O alcance orgânico (número total de pessoas que viram as publicações por meio de uma distribuição não paga) também deve ser levado em consideração. “A geração de conteúdo é tão importante quanto a mídia técnica. O maior ‘lance’ é colocar a marca para

SOLUÇÃO EM
AUTOMAÇÃO E ILUMINAÇÃO

ELETROBRASIL
MATERIAIS ELÉTRICOS

www.eleetrobrasilmaringa.com.br

Av. Brasil, 2.538

FONE 44 3227-2161



CENTRAL TOUCH SCREEN

www.acim.com.br



Deslizes na comunicação corporativa no Facebook

- Anunciar para o **público errado**
- Usar imagens que não formem a **identidade da marca**
- Utilizar a rede **apenas para vendas**
- **Não estar consciente da importância da página.** É preciso ter a visão de que aquele espaço pode ser o principal ponto de conexão entre consumidor e marca e que tem um potencial gigantesco de fortalecer ou destruir uma marca

- **Deixar a administração da página em mãos erradas.** O profissional que atualizará a página precisa não só de formação, mas de entendimento e visão integrada da empresa
- Não entender que o Facebook ou qualquer outra plataforma social **não é território da marca**, mas um espaço das pessoas
- Não adianta entender quem é o público, se a marca usar o canal como mídia pura e não para sua principal função: **relacionamento**
- Criar planos para as mídias sociais antenados e com **linguagem digital que não representam a identidade da marca.** O resultado é uma marca bipolar: no PDV (ponto de venda) é uma, nas mídias sociais é outra completamente diferente

FONTE | Ana Paula Passarelli, consultora e diretora de Inteligência Criativa do site Plano Feminino

Arte: Wellington Vainer

conversar com o público”. E nesse cenário a criatividade é fundamental, porque as mensagens precisam gerar compartilhamentos.

O *planner* digital da agência Inove, Danilo Jacomel, conta que a presença digital deve incluir vários veículos, como sites, hotspots, blogs, redes sociais, mecanismos de buscas e aplicativos. “São canais que conseguem transmitir as informações com a velocidade que exigimos, fornecendo

dados quantitativos exatos sobre o investimento aplicado”, diz.

Jacomel ressalta que assim como nos meios offline (outdoor, propagandas na televisão, no rádio, em panfletos), não existe uma receita sobre quanto deve ser investido, embora grande parte dos veículos ofereça segmentações, ferramentas e métricas de análises, o que tornou o digital um campo seguro para investimentos em publicidade.

Walter Fernandes

“Conseguimos observar o comportamento do consumidor como em um laboratório e até intervir em alguns casos, além de mensurar informações valiosas para o marketing como o alcance, a quantidade de pessoas que clicaram no anúncio e o que elas fizeram depois de clicar no anúncio”.

As agências digitais têm o papel de criar estratégias buscando o maior retorno sobre investimento. “Existe um sistema de cobrança chamado de CPC (custo por clique), ou seja, as empresas pagam quando alguém clica no anúncio”, acrescenta Jacomel.

Conteúdo direcionado

A Faculdade Cidade Verde (FCV) tem investido em mídias digitais e colhido bons frutos. Em uma das ações a instituição estabeleceu uma parceria para oferecer um curso de

A FCV concentra boa parte do planejamento de mídia em redes sociais: “priorizamos uma geração de conteúdo diversificada, mas direcionada”, conta o gerente Carlucy Costa



CIDADE ALERTA

MARINGÁ

O SALSICHA AGORA É NOSSO!

Comandado pelo apresentador Salsicha, o programa mostra a realidade de Maringá e região como ela é. Uma cobertura completa de notícias policiais, denúncias e jornalismo do jeito que você entende. Assista ao Salsicha na RICTV.

De segunda a sexta, às 18h15



RICTV



RECORD

A sua TV

CANAL 13

mestrado profissional e divulgar o edital do processo seletivo. Jacomel, que atende a FCV, conta que a campanha foi positiva, tendo como foco de mídia o Facebook e o Google, com anúncios patrocinados que direcionavam para o hotsite da campanha, além de utilizar canais regionais para aumentar a credibilidade da informação.

O gerente de marketing e de eventos da FCV, Carluicy Costa, diz que boa parte do planejamento financeiro de cada campanha é direcionada para as redes sociais, já que o público-alvo (jovens estudantes) está na rede. Além do Facebook, há investimentos no LinkedIn, Google+, Twitter e blog.

As estratégias da FCV igualam a importância de investimentos a do conteúdo. “Priorizamos uma geração de conteúdo diversificada, mas direcionada. No final das contas o que as pessoas mais estão fazendo nas redes é compartilhar links. Assim, a maior recompensa que a FCV pode obter das mídias sociais são as pessoas valorizando e divulgando nosso conteúdo por conta própria”, diz Costa.

Administração da página

Segundo a consultora e diretora de Inteligência Criativa do Plano Feminino, site voltado para mulheres, Ana Paula Passarelli, a atenção da maioria das empresas está na quantidade de postagens. “Essa é a primeira pergunta que me fazem e sempre respondo: esqueçam a periodicidade. A internet vive o tempo real. Viver de agendamento de posts em tempos que o assunto muda em questão de minutos é deixar sua marca fria e sem proximidade com o consumidor”, diz.

A recomendação dela é para que, com base em um planejamento sóli-



Walter Fernandes

“Quanto mais próxima a marca estiver de seu consumidor, maior será o sucesso nas vendas, sem que haja uma negociação direta”, diz Danilo Jacomel, que na foto está com a equipe da Inove

do, uma equipe esteja preparada para atuar em tempo real, o que resultará em uma página mais cativante e engajada. Jacomel reforça que as empresas precisam fazer parte do dia a dia do consumidor, extrapolando a comunicação direcionada para as vendas e promoção de produtos e serviços. “Os grandes *cases* de sucesso nos ensinam que quanto mais próxima a marca estiver de seu consumidor, maior será o sucesso nas vendas, sem que haja uma negociação direta para isso. E a internet nos possibilita estreitar laços, de forma que as empresas são inseridas na vida das pessoas sutilmente”.

Um planejamento para mídias sociais também deve estar integrado à comunicação da marca. Um dos grandes erros que as empresas cometem é se comunicar de maneiras diferentes em diversos canais. Ana Paula explica que isso não significa que a empresa deva falar da mesma forma em todos os canais, mas é preciso manter a identidade e “estar preparado para ouvir a verdade sobre sua marca e seu produto”.

Outros canais

Jacomel explica que o Google é um dos principais veículos de comunicação digital, porque agrega diversas formas de veiculação. “É possível pagar para aparecer no topo da lista dos resultados de pesquisa de termos relacionados à marca”, exemplifica. Ele acrescenta que as grandes e inúmeras parcerias do Google com canais importantes de notícias e entretenimento permitem o anúncio por displays, que fornecem uma funcionalidade chamada *remarketing*. “Uma vez que o cliente clicou no anúncio ele verá aquele anúncio em todos os sites que visitar e tiver o canal de publicidade do Google”.

Vianna reforça que é importante investir em outros meios digitais, já que o “Facebook fica atrás do Google e do Youtube como ferramenta de buscas por empresas”. Ele ressalta que um planejamento completo digital começa na preparação de um site de qualidade. Só assim o site ganha relevância nas buscas do Google. Vale ainda fazer investimentos para que as pessoas acessem facilmente o conteúdo das marcas pelo *smartphone*. ■



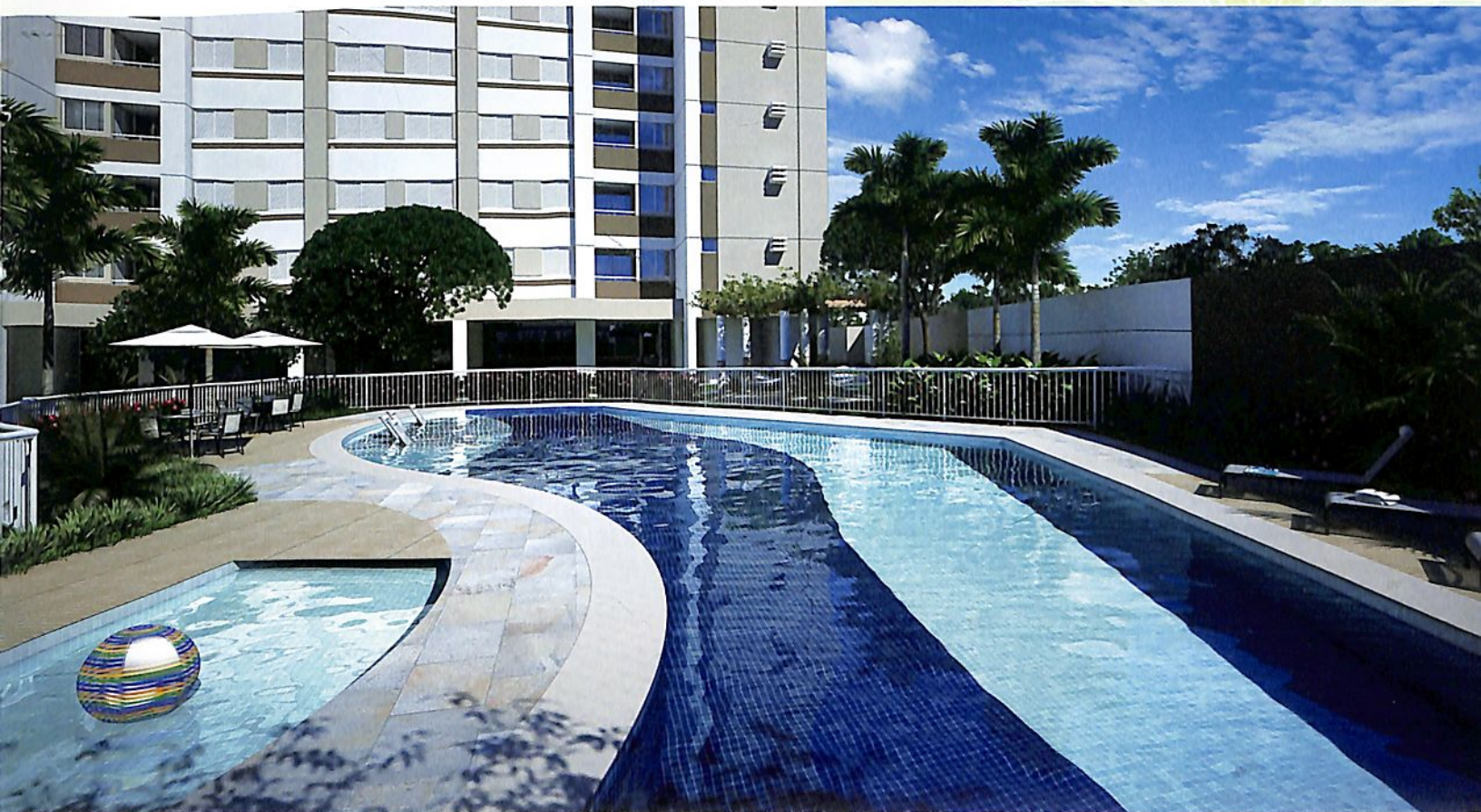
SOLARIS

CLUB RESIDENCE

TEM SEMPRE UM A.YOSHII QUE
COMBINA COM VOCÊ!

80% VENDIDO

ENTREGA: 28/02/2016



**2^{OU} 3¹ SUÍTE
DORM.**

**69M²
ÁREA PRIVATIVA**

**VARANDA COM
CHURRASQUEIRA**

**LAZER
COMPLETO**



VISITE DECORADO NO PLANTÃO DE VENDAS:

Rua Garibaldi, 50 | Fone: 44 3020 2010 | www.ayoshii.com.br

Diariamente das 9h às 18h | Inclusive Domingos e Feriados

Vendas:



OPÇÃO
IMÓVEIS

Construção e
Incorporação:



A.YOSHII
ENGENHARIA
Referência de Qualidade

Aprender com o erro é ainda melhor

Executivos bem-sucedidos contam os erros que cometeram na carreira e como conseguiram transformar isso em aprendizagem; *coach* dá dicas para reconstruir a imagem

Juliana Fontanella

Os executivos mais disputados costumam ser aqueles que cresceram na adversidade. Em outras palavras, transformaram os erros ou situações de crise em oportunidades de sucesso.

“Os erros são parte do aprendizado da carreira e alguns custam muito caro, por isso não tirar aprendizado disso seria um enorme desperdício. Tanto pelo prejuízo em si, como pela incapacidade de ter aprendido com o erro”, afirma o gerente de operações dos Supermercados Cidade Canção, Mauricio Bendixen da Silva, que também responde pela presidência da regional noroeste da Associação Paranaense de Supermercados (Apras).

Nos primeiros anos o profissional se expõe mais a riscos, as crenças pessoais e a autoconfiança podem ser maiores, e o ego também. Muitos recém-formados acreditam que fariam certas tarefas melhor do que os profissionais mais experientes, julgam decisões e atitudes dos veteranos por considerá-los conservadores. Bendixen destaca que quem acaba de chegar, tem pressa

de mostrar serviço e imagina que há um meio de resolver tudo mais rápido. No caso dele, alguns chefes o incentivaram a aprender com os erros porque consideravam isso parte do aprendizado. Outros foram mais rigorosos, não perdoaram. Então, Silva passou a tirar uma nova lição a cada erro e não errar duas vezes no mesmo ponto.

O gerente geral da RPC Maringá, Ribamar Alves Rodrigues, diz que como todo jovem em início de carreira começou com muita ambição, mas também ansiedade e dúvidas. Quando começou a carreira sentia a necessidade de se tornar um profissional desejado pelo mercado, entretanto esse objetivo era também motivo de angústia porque ele se perguntava o quanto estava preparado e o que deveria fazer para se diferenciar. Nessa fase, ansiedade, imediatismo e principalmente decidir quanto tempo deveria insistir para ver se estava no caminho certo eram suas principais dúvidas. “O principal erro que cometi foi o de tentar resolver os problemas sem buscar ajuda. Não somos donos da verdade, e quanto mais demoramos para entender isso e buscar

ajuda, mais tempo levaremos para resolver o

problema ou dar a volta por cima. A experiência nos ensina a respirar, contar até dez e encarar os problemas de forma mais natural e menos definitiva, sem grandes sobressaltos”, aconselha.

Humildade para aprender e capacidade de se relacionar bem com diferentes perfis são duas das características que ajudam no desenvolvimento de uma carreira. Por mais que o profissional tenha uma excelente graduação e experiências anteriores, se não tiver perfil flexível, empático e de agradável convivência dificilmente conseguirá alcançar objetivos. Os líderes de “ouro” para o mercado são os profissionais com o talento da “individualização”, que é a capacidade de entender o outro e extrair o melhor de cada um. “É muito importante tratar os outros não como gostaria de ser tratado, mas como eles gostariam de serem tratados”, enfatiza a *coach* e consultora de Recursos Humanos Adriana Chagas.

SSO
HAR

EM COMUM
DEMOCRACIA
são aquelas que
em. Nosso papel
unicação, é ajudar
ar essas mudanças.
mo pesada e como
alecendo os laços da
alorizando seu núcleo.
nha. E defendendo, di
nigente, a democracia

NOSSO
HORIZO

PARANÁ



Walter Fernandes

Ribamar Rodrigues, gerente da RPC, queria se tornar um profissional desejado pelo mercado, o que era motivo de angústia: “o principal erro que cometi foi o de tentar resolver os problemas sem buscar ajuda”



Walter Fernandes

Para Cezar Couto, da Lowçucar, “o erro é parte do desenvolvimento do colaborador, já o papel do gestor é buscar primeiro a solução e depois corrigir o processo, se necessário”

Minimizando os erros

Da origem nas Ciências Exatas, o engenheiro de alimentos Cezar Couto, diretor executivo da Lowçucar, trouxe a visão racional e a certeza de que todas as pessoas que nunca erram, também não acertam. No entendimento dele o erro é parte do desenvolvimento do colaborador, já o papel do gestor é buscar primeiro a solução e depois corrigir o processo, se necessário.

No início da carreira, Couto tinha dúvidas se o melhor era morar e trabalhar fora do país, opção feita por alguns amigos, ou trabalhar na empresa da família. Depois de refletir sobre qual a melhor alternativa, optou pela segunda, “adquirindo novas experiências de negócios”.

Quando passou a liderar equipes, ele conta que a maior dificuldade era entender como as

pessoas tinham motivações diferentes para uma mesma situação. “Para mim, missão dada deve ser missão cumprida e isso causou alguns problemas quando outras pessoas não deram a mesma prioridade ao trabalho. Eu não conseguia entendê-las e tinha receio de ser injusto”, reconhece. Couto também afirma que jovens, como ele, “têm ideias boas, dinâmicas e inovadoras, mas é necessário consultar os mais experientes e minimizar os erros”.

O engenheiro acrescenta que cabe ao executivo mais experiente contribuir para o bom andamento do departamento e da empresa, assim a política interna facilita a troca de informações entre a nova e a primeira geração. Como mentor, o gestor deve

formar substitutos para si e outros cargos do departamento e cuidar dos processos internos. Essa é uma estratégia para que o setor funcione bem mesmo na ausência de um profissional, inclusive o próprio gerente. O objetivo é estabelecer uma relação de confiança entre todos para que o colaborador saiba que deve recorrer ao superior hierárquico quando comete algum erro.

Não a arrogância

Equilíbrio, paciência, intuição e capacidade de observar definem a forma como César Luís de Carvalho, diretor comercial do jornal O Diário, solidificou a carreira. Atento aos conselhos dos mais experientes, ele aprendeu que o executivo até pode ser eficiente, mas se tiver uma postura arrogante e antissocial não se manterá competitivo. Ainda nos primeiros anos, quando sofria da ansiedade sobre o futuro, ele optou por se dedicar de corpo e alma à carreira.

Para chegar onde está, Carvalho investiu em equipamentos, fez cursos, participou de workshops e “aprendeu a errar” para crescer. O medo de arriscar e perder tudo continua ali, mas agora como sinal de prudência. O executivo acredita que a experiência traz equilíbrio para lidar com o ego, especialmente em situações de crise. E nem sempre o funcionário em evidência será a melhor opção como gestor. Deve-se considerar que, se por um lado o profissional mais experiente parece não ser tão rápido quanto o novato, traz consigo o conhecimento e a experiência que garantem o resultado esperado. O importante para o veterano é que ele se dedique, faça cursos, leia, mas também saiba lidar com o outro, porque se mesmo com tantas qualificações tiver problemas



Walter Fernandes

Para Maurício Bendixen da Silva, dos Supermercados Cidade Canção, o profissional que não mostra seu trabalho dificilmente será valorizado, mas quem faz isso o tempo todo pode ser considerado arrogante

de comportamento e não souber trabalhar em equipe, ficará para trás.

Recomeço

A *coach* Adriana Chagas explica quais são os perfis de executivos indesejados. Da mesma forma que aqueles que não se preocupam em construir uma história nas empresas por onde passam, há aqueles que pecam na atualização, na eficiência ou no comportamento e nas relações interpessoais. O empregador pode evitar um profissional por várias razões, entre elas o que tem histórico de brigas, demissão por justa causa, falência, escândalos, mas o comportamental pesa mais. Para recuperar a empregabilidade e construir uma boa imagem no mercado mesmo com um histórico ruim, o profissional terá de reconstruir sua imagem.

Mudar no trabalho exigirá que o profissional saia da “zona de conforto”, o que nem sempre é fácil. Toda transição começa no desejo real de mudança e na humildade de entender que terá que aprender de novo, e muitas vezes. “As mudanças levam tempo e dão muito trabalho,

mas sempre valem a pena porque quando o profissional tira o pé da zona de conforto, impreterivelmente estará na zona do desenvolvimento”, enfatiza. Adriana acredita que o profissional verdadeiramente empenhado conseguirá se tornar competitivo de novo, reconstruindo uma nova imagem no mercado com a mudança de postura. A recuperação da credibilidade acontecerá com ações e não com discursos.

Bendixen lembra que há comportamentos extremos considerados “pecados” na carreira de um executivo. O profissional que não mostra seu trabalho dificilmente será valorizado, mas aquele que faz isso o tempo todo pode ser considerado arrogante, exibicionista e individualista. Para manter a carreira em movimento, ele alerta o quanto é importante ouvir os *feedbacks* e como aprender com eles é produtivo. A cada crítica, observação e mesmo elogio, o indivíduo se coloca no caminho certo. Só não vale ficar o tempo todo perguntando pelo próprio desempenho para não demonstrar insegurança. “Sempre considero positivo *feedbacks* de

Não basta formar bons alunos,
é necessário preparar vencedores!



Sapiens
COLÉGIO

www.sapienscolegio.com.br

Questão de Sabedoria

César Luís de Carvalho, do jornal O Diário: ansiedade sobre o futuro no início da carreira e opção por se dedicar muito à profissão



Arquivo pessoal

peças que admiro por pensar igual ou por divergirem do que penso. Nunca temos todas as respostas ou estamos sempre certos. Acredito que ser impulsivo funciona, desde que dentro de riscos medidos. Às vezes é difícil decidir entre ser proativo e impulsivo, especialmente quando as decisões são cobradas cada vez mais rápidas, mas precisamos do caminho do meio”, diz.

Em geral, a segunda chance vai aparecer para aqueles que mantiveram um bom *networking*, tornaram suas habilidades conhecidas ou se destacaram em alguma situação. Em outras palavras, há sobrevida para quem pode suprir uma necessidade de mercado. “Existe uma carência no mercado de líderes carismáticos e comprometidos. O que faz um executivo voltar a uma posição de destaque, em primeiro lugar, é a humildade e a sintonia com os sinais de mudança ocorridos no mercado. Nesse percurso é preciso encarar o momento com elegância, sem arrogância e cabeça erguida. Isso já faz uma grande diferença”, conclui Rodrigues. ■

RECUPERANDO A EMPREGABILIDADE

- 1 **Para construir uma nova imagem no mercado**, é preciso sair da “zona de conforto”: ter um desejo real de mudança e humildade para aprender de novo
- 2 **Ouvir e atender feedbacks**, mas cuidado para não demonstrar insegurança ao perguntar o tempo todo sobre o próprio desempenho
- 3 **Manter um bom networking** para tornar as habilidades conhecidas no mercado
- 4 **Seja um líder carismático** e comprometido
- 5 **A mudança da imagem** acontece com ações e não com discursos

FONTE | Coach Adriana Chagas e gerente de operações Maurício Bendixen da Silva

Dr. José Francisco da Silveira
Diretor Técnico Médico
CRM-PR 8651 / ROE 1552

ANS - n.º 371254

faleconosco@unimedmaringa.com.br - ouvidoria@unimedmaringa.com.br



ATENDIMENTO 24H EM CASOS DE IMPREVISTOS NA SUA EMPRESA.

SOS Área Protegida é o serviço que oferece atendimento pré-hospitalar móvel 24 horas, todos os dias da semana, para urgências e emergências aos trabalhadores, fornecedores, visitantes e clientes que estiverem nas dependências da empresa contratante. Ao ligar, o atendimento será feito por um profissional médico que, se necessário, encaminhará uma ambulância até sua empresa.

SERVIÇO RÁPIDO E EFICIENTE.

Com a garantia dos cuidados necessários a qualquer pessoa que se encontre no espaço físico protegido. Caso necessário, o paciente será transferido para o hospital mais próximo ou de seu plano de saúde.

IMPORTANTE:

A empresa contratante não precisa, necessariamente, ser cliente Unimed Maringá.



SERVIÇOS DISPONIBILIZADOS:

- Telefone exclusivo para contatar o atendimento.
- UTI móvel equipada para casos emergenciais.
- Médicos e equipe de enfermagem especializada em atendimento de emergência.
- Central de atendimento 24h. • Área de atuação em Maringá e Sarandi (perímetro urbano).

SOS UNIMED ÁREA PROTEGIDA
Cuidados e proteção a sua empresa. Contrate agora.

REPRESENTANTE
AUTORIZADO DE VENDAS:

ANIMA
SAÚDE

2101 7600

CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.



0800 643 0027
www.unimedmaringa.com.br

Rosângela Gris

Um brinde ao sabor

Primeira cervejaria artesanal de Maringá oferece três rótulos e testa outros dois; sócios da Cervejaria Araucária planejam dobrar a capacidade de produção até o final do ano

A cervejinha não é mais a mesma. Nem cabe no singular: são cervejinhas. Nos últimos cinco anos o mercado da bebida se multiplicou em centenas de versões. O fenômeno é fermentado pela proliferação de microcervejarias. De acordo com a Associação Brasileira de Bebidas (Abrabe), são mais de 200 no país, concentradas principalmente nas regiões sul e sudeste.

Grande parte das fábricas artesanais é de empreendedores que começaram cozinhando a bebida em panelões como o maringaense Rodrigo Frigo, idealizador e sócio da Cervejaria Araucária – a primeira de Maringá. Há seis anos ele começou a produzir a própria cerveja. Foram os elogios aos chopes servidos a amigos e familiares que o incentivaram a transformar o hobby em negócio.

Com ajuda de quatro amigos e agora sócios, Maurício Partala, Marcel Leal, Giovani Frigo e Lucas Simão, Frigo montou a fábrica com capacidade para 900 litros mensais. Para abrir a empresa e regularizar o funcionamento, eles investiram R\$ 250 mil.

A produção em escala começou no início do ano. “Como é um processo criterioso, passamos um ano fazendo testes e aperfeiçoando as fórmulas até chegarmos ao resultado final”, conta o cervejeiro Frigo, que gasta, em média, três meses para desenvolver uma receita e entre 20 e 30 dias para fabricar a bebida.

A marca maringaense tem três rótulos e testa outros dois com lançamentos previstos ainda para este ano. Batizada com o nome da ave símbolo do Paraná, a Gralha Azul é uma Pale Ale de amargor médio com notas de caramelo. Do estilo Porter, com toque de chocolate amargo, a



Walter Fernandes

De hobby a negócio próprio: as cervejas artesanais de Rodrigo Frigo recebiam elogios dos amigos e familiares e motivaram a abertura da Cervejaria Araucária

Vêneta é a mais encorpada do cardápio. Já a recém-lançada Tropical mistura sabores: uma India Pale Ale com abacaxi e hortelã.

“A cerveja tradicional não tem aroma, cor ou sabor e o jeito de tomar é estupidamente gelado. O que propomos é justamente o contrário. Pelas suas características, as cervejas artesanais proporcionam uma rica experiência gastronômica. Elas têm qualidade e sabor que não passam despercebidos ao paladar”, afirma.

As cervejas artesanais correspondem a menos de 1% do mercado brasileiro de cervejas, mas a expectativa é de que representem 2% das indústrias nos próximos dez anos.

O sócio da Araucária faz planos de dobrar a capacidade de produção até o final deste ano. “Nosso produto tem tido uma aceitação positiva porque quem prova a cerveja percebe que qualidade não é suposição, está dentro de garrafa”, assegura Frigo.

As cervejas da Araucária custam, em média, R\$ 15. O custo mais alto se deve porque a fabricação é em pequena escala e a matéria-prima é quase toda importada.

Os três rótulos da Cervejaria Araucária estão à venda no Pintxos Bar, Rádio Cadillacs, Adega Gourmet – no Mercado Municipal – e Casa da Vó Bar. Mais informações pelo telefone (44) 3305-3013.

Empresário, hora de limpar as gavetas!

RECUPERE SEU DINHEIRO INCLUA O INADIMPLENTE NO SPC!

PARA MAIS
INFORMAÇÕES,
ENTRE EM CONTATO
CONOSCO

ACIM
Associação Comercial e Empresarial de Maringá

www.acim.com.br
0800-600-9595

REALIZAÇÃO



Base
Centralizadora
Fiança de Proteção ao Crédito

APOIO



Serasa Experian

Graziela Castilho

Os gestores do Casarão da XV queriam, alguns anos atrás, modificar a receita de pratos na tentativa de alcançar outra fatia de mercado, a de clientes mais jovens. Mas ao testarem a ideia, eles perceberam que a mudança não agradava os clientes do restaurante.

Diante do obstáculo, os gestores decidiram encomendar uma pesquisa de mercado. “Queríamos saber se as alterações que almejávamos dariam certo em outro local. O resultado apontou que seria viável. Abrimos e deu certo”, comemora o gerente do Casarão da XV, Rafael Friedrich.

Foi daí que surgiu o Margherita Pizza Pasta & Gril, que completa oito anos e, com uma proposta mais moderna, atrai um público caracterizado por grupos de amigos e casais jovens. O atrativo fica por conta do cardápio mais enxuto, com massa mais fina e opções de aperitivos, na linha de *happy hour*.

Já o Casarão da XV tem tradição de 35 anos e mantém as características de restaurante clássico. O cardápio é mais completo e os pratos têm acompanhamentos. Pessoas acima dos 35 anos, famílias e homens de negócios compõem o perfil de público.

“Sem dúvida, a pesquisa nos garantiu mais segurança para tomar a decisão”, afirma Friedrich, ao destacar dois itens importantes do levantamento. Um deles descartava o preço como fator principal na opinião do consumidor. “Isso foi fundamental. Tivemos a certeza de estar no caminho certo ao focar na qualidade dos produtos”.

O segundo item sugeria um rodízio de pizza para o novo ponto. Nesse quesito, a experiência e o

Para decifrar os clientes

Numa empresa mudanças e adaptações são necessárias, mas como saber se a estratégica vai agradar? A maneira mais assertiva é realmente ouvir os consumidores, por meio de pesquisas de mercado e de pós-vendas



Walter Fernandes

Rafael Friedrich, do Casarão da XV: como a mudança do cardápio para atrair mais jovens não passou nos testes, uma pesquisa mostrou que a abertura de um novo ponto era viável

feeling profissional foram essenciais na hora de analisar a informação. “Decidimos apostar no cardápio à la carte, porque além de ser a área que dominamos, parecia ser a tendência do mercado. Deu certo”, comenta.

Friedrich diz que, com frequência, a equipe dos restaurantes também faz pesquisa de satisfação. “Preparamos os funcionários para abordar os clientes mais fiéis. As perguntas são feitas na hora da entrega do

delivery ou no próprio restaurante”, explica o gerente. São essas pesquisas que ajudam na elaboração de novos pratos no cardápio.

Assertividade

Investir em um novo nicho e fazer mudanças podem significar um grande risco, mas não fazê-las também é arriscado, sob a pena de não garantir a continuidade da empresa. E diante do impasse sobre o que agradará e será positivo mudar, as pesquisas de mercado garantem mais segurança, assertividade e resultados.

Assim como os proprietários do Casarão da XV, no ano passado o Grupo São Camilo encomendou ao Departamento de Pesquisa e Estatística (Depea) da ACIM uma pesquisa de satisfação. Segundo o gerente executivo, Rafael Gustavo Leite, o levantamento foi feito em vários bairros de Maringá.

“Estávamos preparando o planejamento estratégico e de marketing para 2014. Antes de tomar as decisões e fazer os investimentos, percebemos que seria mais seguro verificar se as nossas percepções estavam corretas”, conta Leite.

Para ele, o que mais chamou a atenção no resultado foi o dado que 50% dos maringaenses têm plano de saúde. Isso significa o dobro da média nacional. “Essa informação mudou tudo, porque trouxe a possibilidade de investimentos mais arrojados”, avalia.

Pautados nos dados da pesquisa, Leite conta que a equipe de marketing redefiniu a escolha dos veículos de comunicação para as ações de divulgação. Além disso, a empresa decidiu expandir para os bairros e abriu mais dois postos de coleta.

Até o final deste ano o Grupo São Camilo prevê a inauguração de mais

um posto de coleta em bairro. “As medidas deram certo e ainda temos mais ações para serem implantadas em médio prazo. Vale a pena investir em pesquisa porque traz segurança e diminui os riscos para “decisões estratégicas”, garante o gerente.

Caixas de sugestões

No dia-a-dia a empresa também coleta a opinião dos clientes por meio de caixas de sugestões, disponíveis nas unidades. “Poucas pessoas respondem, mesmo assim recebemos boas sugestões e, por isso, é válido manter esse método”, revela.

Para conseguir mais interação, Leite citou que o e-mail e o Facebook se transformaram em canais estratégicos. E para garantir uma troca recíproca, um profissional foi contratado especialmente para receber as dicas, críticas e elogios, bem como responder as demandas.

Investimento

Apesar das pesquisas revelarem dados atualizados, confiáveis e esclarecedores para os empresários, a gestora do Depea, Ariele Anthero Matos, diz que muitos ainda veem o método como um gasto ou até como desperdício.

“É o meio de se atentar aos riscos e oportunidades e ainda adquirir subsídios para tomar decisões precisas, oportunas, eficientes e assertivas”, ressalta.

Ariele também destaca que o método é fundamental para o setor de marketing e de planejamento da empresa. Isso porque, a partir das informações, é possível ter embasamento para criar estratégias, definir público-alvo e ainda avaliar produtos, serviços, atendimento e resultados. “Toda empresa que tem condições financeiras para encomendar pesquisa deve fazer, porque



Walter Fernandes

O número de maringaenses que possui plano de saúde é o dobro da média nacional, o que motivou investimentos mais arrojados do Grupo São Camilo; na foto Rafael Gustavo Leite

geralmente os resultados mostram verdades que antes eram invisíveis aos olhos dos empresários”, incentiva Ariele.

No caso das empresas, as informações, coletadas por telefone ou por pesquisa de campo, são tabuladas em relatório, com análise de dados. A metodologia e o questionário são definidos junto ao empresário, que também expressa os objetivos com a solicitação da pesquisa.

Pequenas empresas

Empresas de micro e pequeno portes que não têm condições de encomendar pesquisa de satisfação podem adotar medidas simples para conhecer um pouco mais sobre o que os clientes pensam e esperam.

O palestrante em gestão empresarial Nailor Marques Júnior sugere que o empresário esteja junto aos clientes em dias e períodos alternados. “É interessante obter a opinião oralmente e no final do atendimento, porque o consumidor expõe as percepções do momento. O bom cliente é, justamente, aquele que aponta os erros, mesmo que seja difícil ouvir a crítica. Quem reclama e faz sugestões dá sinais de que quer manter o relacionamento com a empresa”, assegura.

Outra dica é o empresário conversar abertamente com os funcionários para esclarecer que a intenção de ouvir o cliente não é para julgar os colaboradores, mas aprimorar os processos da empresa.

“O esclarecimento evita criar um mal-estar interno. Além disso, o colaborador precisa saber que ele é os ‘olhos’ e os ‘ouvidos’ da empresa. E isso também é de extrema importância no processo de captação da satisfação do cliente”, frisa Marques Júnior.



Walter Fernandes

Segundo a gestora Ariele Matos, as pesquisas são meios “de se atentar aos riscos e oportunidades e ainda adquirir subsídios para tomar decisões precisas, oportunas, eficientes e assertivas”

Pós-venda

Um questionário objetivo, com quatro ou cinco perguntas específicas e aplicado ao final do atendimento, também pode levantar boas informações, sugere o consultor do Sebrae/PR, Marcelo Wolff.

Outra medida simples, citada por ele, é a empresa ter o hábito de fazer contato telefônico pós-venda para coletar informações sobre a satisfação com o atendimento e o produto.

“Seja qual for o método, o importante é começar a pesquisar a opinião do consumidor. Depois, naturalmente, a empresa vai conhecendo o perfil do público-alvo, tendo *insights* e se ajustando para conseguir os melhores resultados”, salienta o consultor.

Pesquisa x tendência

Outro ponto que merece atenção, de acordo com Wolff, é a diferen-

ça entre pesquisas de satisfação e de tendência de mercado. A pesquisa de satisfação é direcionada para entender os anseios do público-alvo e, por isso, as informações são mais próximas da real necessidade dos clientes.

Já as pesquisas sobre tendência de mercado são pautadas, geralmente, com propósitos mais abrangentes e o levantamento é nacional ou feito em grandes capitais. Um exemplo de tendência é o aumento da população com 60 anos ou mais. Isso significa um grande nicho a ser explorado, como nas áreas de saúde, estética e entretenimento.

Embora as informações sobre tendência sejam válidas, há o risco de serem pouco específicas ou não espelharem a realidade do local em que a empresa está inserida. “O ideal é estar atento aos dois tipos de pesquisa para

relacionar os dados e extrair análises pertinentes, que rendam estratégias adequadas ao negócio”, pondera Wolff.

Nesse exercício de análise e elaboração de estratégias, o consultor alerta os empresários a nunca perderem de foco o cliente e a busca por medidas que satisfaça, encante, fidelize e conquiste novos consumidores.

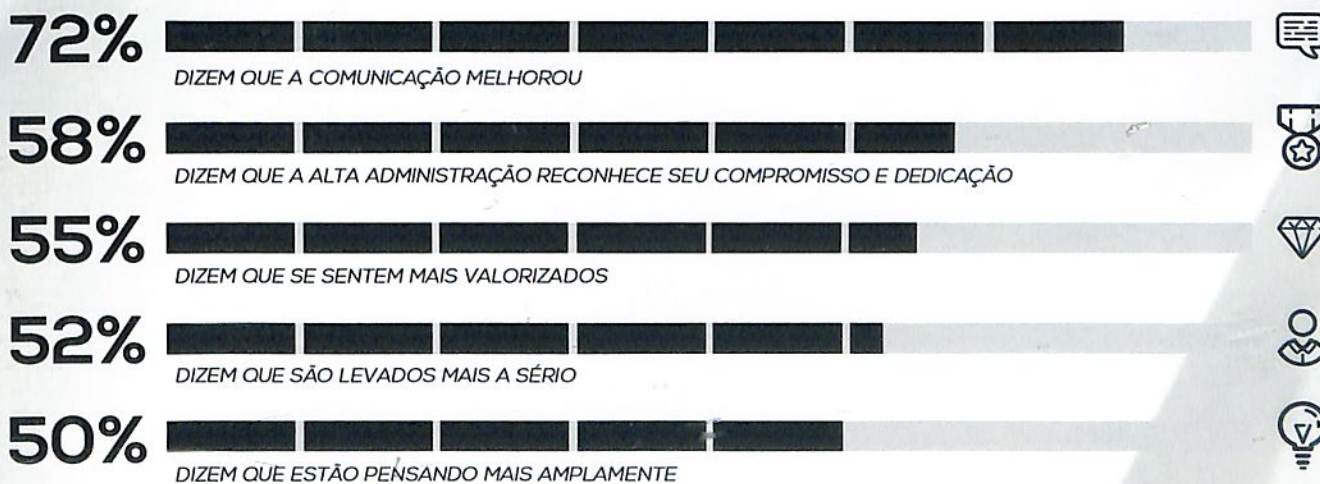
Wolff reforça ainda que o atendimento, a prática de preços competitivos, a qualidade e inovação dos produtos e as condições de pagamento também devem ser avaliados com prioridade nos resultados de pesquisas. É que fatores como esses despertam a atenção e o juízo de valor dos clientes. ■



Walter Fernandes

Quatro ou cinco perguntas feitas no final do atendimento podem ajudar a levantar boas informações, aconselha o consultor Marcelo Wolff, do Sebrae

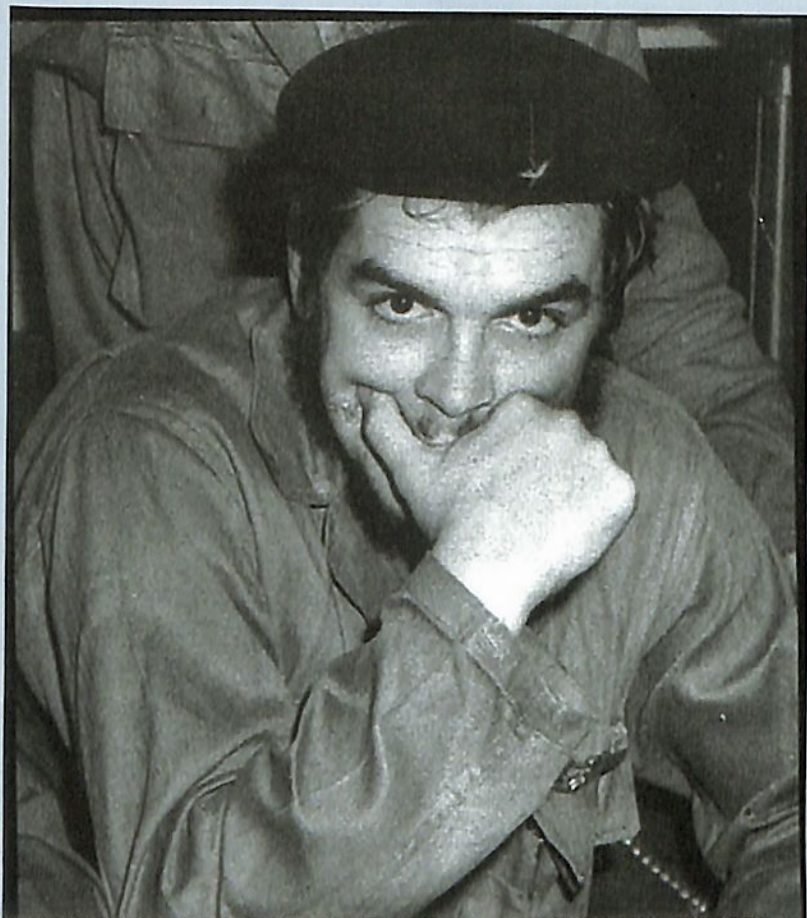
COMO OS PROCESSOS DALE CARNEGIE CONTRIBUEM COM O RELACIONAMENTO ENTRE OS PROFISSIONAIS E A ALTA DIREÇÃO DAS EMPRESAS?



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 2



Revista Manchete, de 2 de setembro de 1961

Che Guevara esteve em Maringá?

Ernesto Che Guevara de la Sierna pode ter vindo a Maringá? Para muitos, seria algo impossível. Contudo, existe uma pequena chance disso ter acontecido.

Em 1961 Che Guevara esteve no Brasil em missão oficial para receber a Grã Cruz da ordem Nacional do Cruzeiro do Sul, honraria concedida pelo presidente Jânio Quadros - alguns pesquisadores a apontam como uma das maiores afrontas aos militares brasileiros.

É quase certo que não foi nessa visita em caráter oficial que o guerrilheiro tenha estado em terras maringáenses. Especula-se que Che esteve pelo Paraná planejando sua ida a outras regiões da América do Sul após aquele ano.

O que estaria fazendo o líder revolucionário no Paraná? Há quem defenda que Che queria compor um grupo maior de revolucionários para iniciar uma tomada estratégica na Bolívia - país que, inclusive, ele viria a ser morto em 1967. Por conta disso, Che teria optado por buscar apoio junto a agitadores políticos e guerrilheiros brasileiros no interior de São Paulo e para se manter longe das autoridades brasileiras, que já estavam situadas para uma composição de tomada do poder e constituição da Ditadura Militar, teria optado por um contato pessoal por meio das precárias estradas que co-

nectavam a Argentina, Paraná e São Paulo.

A primeira metade da década de 1960 era um período incerto não só para o Brasil, mas para a América do Sul. E, mesmo tendo fracassado no Congo, em uma ação similar a que havia participado em Cuba junto com Fidel Castro, Che Guevara buscava conquistar espaço em seu continente de origem.

É nesse contexto que se encontram rastros de uma possível passagem de Che Guevara por Maringá. O blog Maringá Histórica levantou essa teoria em julho de 2010 e, desde então, surgiram vários comentários indicando que seria uma possibilidade real. André de Canini citou que "certa vez o comerciante mandaguariense Joelino da Silva (...) contou uma história parecida. Segundo ele, Che teria passado também por Mandaguari, onde, se não me engano em um sítio, teria se reunido com alguns simpatizantes do socialismo. JJ afirmou que foi o único (...) que conversou com o líder revolucionário".

Há quem diga que Che teria pernoitado no Hotel Vila Rica, na rua Joubert de Carvalho. Mas sem um documento oficial, nunca saberemos se é verdade.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil

SPC BUSCA

**FEITO PARA PROSPECTAR
CLIENTES. PENSADO PARA
REDUZIR FRAUDES.**

O SPC Busca é uma consulta on-line em que é possível localizar um CPF ou um CNPJ para ações de prospecção, cobrança ou mala direta.

A busca do documento é feita pelo nome + data de nascimento ou nome da mãe para localização de CPF e por Razão Social para localização do CNPJ.

Assim, quem é empresário tem a assertividade que necessita em seus negócios com mais segurança, inclusive evitando fraudes.

Procure a Entidade mais próxima ou acesse www.spcbrasil.org.br e saiba mais.

ACIM

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ

0800 600 9595

Sistema CNDL



Em busca do guarda-roupa perfeito

Praticidade e elegância podem, e devem, andar juntas na roupa de trabalho; peças com bom corte e de cores neutras são sempre bem-vindas

Um visual profissional de sucesso começa com um guarda-roupa organizado e bem montado. Assim, acertar em peças-chaves na hora da compra é essencial, principalmente quando o assunto é estar vestido de acordo com o cargo que ocupa. Mesmo que isso soe um pouco tedioso, ter em mãos uma lista de itens básicos pode ajudar na hora de “bater pernas” atrás de renovar o guarda-roupa. E as mulheres não são as únicas, os homens podem se beneficiar ao seguir algumas regras do bem vestir.

Criatividade é sempre bem-vinda, mas se apropriar de elementos de outros estilos, como o clássico ou o moderno, pode reforçar a imagem de credibilidade. E a primeira regra para não se preocupar mais com o que vestir toda manhã é apostar em peças que sirvam como uma boa base. E elas são as calças e as saias, bem cortadas, é claro. Quer ser prática? Escolha preta, cinza, bege e azul-marinho e uma em outra cor que você adore e seja fácil de combinar. Caso a função permita, um bom jeans – escuro, reto e sem detalhes.

Entra moda, sai moda e as camisas continuam fazendo sucesso no ambiente corporativo, então tenha algumas brancas, beges e outras em tons pastel, ideal por serem mais fáceis combinar. As camisas com estampas discretas deixam a combinação mais divertida. E as cores mais fortes, como o vermelho, são perfeitas para o dia de defender um projeto (ou pedir um aumento). O vestido também é bem-vindo, mas



Walter Fernandes

opte por um tecido encorpado. A mulher pode demonstrar feminilidade, mas não fragilidade, e nunca, mas nunca mesmo, sensualidade no ambiente de trabalho.

É possível transmitir uma imagem atual e divertida sem apostar em muitas estampas e ou em combinações de cores ousadas. Quando a roupa estiver muito séria, invista em lindos acessórios. Uma boa e estruturada bolsa de couro confere imediatamente ares de elegância e competência. No mais, belos colares, anéis, brincos, mas todos do mesmo estilo.

Em escritórios mais formais, o terno é o melhor amigo do homem. O ideal é ter menos, mas de boa qualidade. Um bom tecido e um bom corte são essenciais. Invista em um modelo clássico, que dure

mais do que uma ou duas estações. Quando o estilo for mais descontraído, a ideia é investir sempre em peças avulsas que combinem entre si, como calças (bege, cinza e gelo são boas opções) e camisas (lisas, listradas ou com xadrez pequeno).

Para os dias de frio, os homens podem usar blazer, cardigã ou suéter sobre a camisa, sempre prestando atenção na combinação das cores. Já nas sextas-feiras de casual day, a dupla calça e camisa pode ser substituída por jeans – também reto, escuro e sem interferências – e uma polo, sem logomarca muito evidente, por favor. E nunca se esqueça do cuidado com os sapatos, que devem estar perfeitos.

Dayse Hess é jornalista especializada em Design de Moda

CULTURA EMPRESARIAL



VALE A PENA OUVIR

Marcelo Amaral - dentista



Coldplay - Ghost Stories

Lançado em maio, Ghost Stories é o sexto álbum do quarteto inglês e o menos roqueiro de todos. O disco foi composto e gravado antes do anúncio do término do casamento do vocalista Chris Martin e Gwyneth Paltrow. Em entrevista, o líder do Colplay disse que a separação influenciou na criação do CD. Das nove músicas, destaque para "Magic"



VALE A PENA ASSISTIR

Giovana Campanha - editora da Revista ACIM



Clube de compras Dallas – Jean-Marc Vallée (2014)

Com excelente interpretação de Matthew McConaughey, que emagreceu 20 quilos para as filmagens, o longa mostra a história verdadeira do electricista Ron Woodroof, que é diagnosticado com Aids no final da década de 80. Depois da descrença inicial de que seria portador do vírus, por acreditar que a doença só acomete homossexuais, Woodroof, um caubói do Texas, procura tratamentos alternativos e contrabandearia medicações ilegais



Nando Reis - Sei

O cantor e compositor Nando Reis retorna ao campo autoral em seu sétimo álbum de estúdio e o primeiro produzido de forma independente. O título "Sei" é homônimo de uma das 15 faixas do disco. Ouvir o CD é um prazeroso passatempo, não apenas pela beleza das letras, mas pelo tom confessional que elas carregam



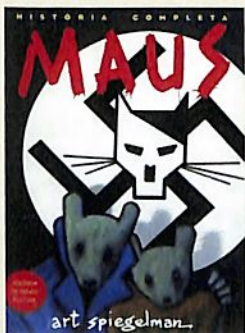
Philomena – Stephen Frears (2014)

Depois de engravidar na adolescência, Philomena Lee é enviada para um convento na Irlanda, em 1952. O filho é adotado por um casal americano. Depois de sair do convento, Philomena passa 50 anos buscando o filho, que ganhou novo nome da nova família, e com a ajuda do jornalista Martin Sixsmith, viaja para os Estados Unidos para descobrir o paradeiro do filho. O filme recebeu quatro indicações ao Oscar: melhor filme, atriz (Judi Dench), trilha sonora e roteiro adaptado



O QUE ESTOU LENDO

Dany Fran Gongora Rosa - jornalista



Maus – história completa

Art Spiegelman
Companhia das Letras
296 páginas

Os horrores do Holocausto viram obra de arte. Maus (rato em alemão) é considerado um clássico contemporâneo das histórias em quadrinhos. Baseado em fatos reais, Arte Spiegelman narra o drama do pai, um judeu polonês que sobreviveu ao campo de concentração de Auschwitz. Na história os alemães são representados por gatos, judeus por ratos, americanos por cães e os poloneses por porcos. A analogia, feita em preto e branco, evidencia um relato humano e brutalmente tocante. Uma obra-prima que faz emocionar



Mulheres que correm com os lobos

Mitos e histórias do arquétipo da mulher selvagem
Clarissa Pinkola Estés
Editora Rocco
628 páginas

Um livro de cabeceira, digno de infinitas releituras. Com a interpretação de lendas e histórias antigas, como o "Patinho Feio", a autora propõe a identificação e a compreensão do arquétipo da mulher selvagem, sua psique instintiva mais profunda; a alma feminina. E neste convite a uma reflexão mais filosófica, consegue traçar um paralelo com os estereótipos da mulher de hoje, assoberbada com acúmulo de tarefas, e seus verdadeiros instintos mais naturais. Nas entrelinhas, quem busca uma vida mais plena, poderá descobrir porque *'o que procuramos também está, em algum lugar, à nossa procura'*.



VALE A PENA NAVEGAR

pt.forvo.com: é um guia de pronúncias de vários idiomas superbacana para quem estuda línguas ou precisa descobrir a pronúncia de uma palavra; por exemplo, é possível ouvir a mesma palavra em inglês na voz de um americano, britânico, australiano e irlandês

papodehomem.com.br: revista online masculina que entrega conteúdo sem frescuras, evitando privilegiar um estilo de vida, como fazem outras publicações masculinas

vulgocultura.com: sem qualquer tipo de preconceito e de maneira independente, o portal divulga e agrega o que acontece na cena cultural de Maringá

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

LANÇAMENTO DO ANUÁRIO DE ECONOMIA

Walter Fernandes



A CBN Maringá e a Apoio Projetos Especiais lançaram o "Anuário A grande região de Maringá – uma região de riquezas e oportunidades". A edição do anuário econômico de 2014-2015 foi lançada na sede na ACIM em 22 de setembro. O material traz informações sobre a indústria local, balança comercial, saneamento, IDH, orçamento, comércio, serviços, entre

outras informações. E além de dados de Maringá, há informações sobre potencial de consumo, PIB, valor de produção agropecuária, população e número de eleitores em municípios da região, como Astorga, Doutor Camargo, Floresta, Iguaçu, Mandaguaçu e Sarandi. O anuário tem a ACIM entre os apoiadores culturais.

ASSOCIADOS TÊM DESCONTOS ESPECIAIS PARA COMPRAR CARRO

A ACIM é a primeira associação comercial do Paraná a assinar um convênio com a GM para oferecer descontos generosos na compra de carros zero. Para se beneficiar, é preciso ser associado da ACIM e ter empresa constituída. Os descontos são feitos por meio do faturamento direto de fábrica e o convênio é válido até dezembro.

O associado escolherá as condições de pagamento e não poderá revender ou transferir o automóvel antes de seis meses a partir da data de emissão da nota fiscal. Para adquirir o veículo, o associado deverá contatar a concessionária Zacarias Veículos e manifestar interesse de compra. A Zacarias solicitará a ACIM a declaração para comprovar vínculo ativo. E por fim a concessionária fará o pedido junto à fábrica e toda a gestão do processo até a entrega. Os descontos são aplicados sobre a lista de preço público da montadora e são de até 19%.

AUTORIDADES APRESENTAM PROJETO DO CAMPUS DA UTFPR EM MARINGÁ

O presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, integrou a comitiva que foi a Brasília, em 2 de setembro, para solicitar apoio para a implantação de um campus da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) em Maringá. A comitiva, que também era formada pelo senador Wilson de Matos Silva, prefeito Roberto Pupin e deputados Luiz Nishimori e Cida Borghetti, se reuniu com o Secretário de Educação Superior do Ministério da Educação, Paulo Speller.

Maringá deverá receber o 15º campus da 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 tem o apoio do reitor da universidade, Carlos Eduardo Cantarelli, e da prefeitura de Maringá, que poderá disponibilizar o terreno para a instituição. A implantação do campus Maringá poderá acontecer ainda em 2015.



Divulgação

MERCOSUL REALIZARÁ WORKSHOP SOBRE TRIBUTOS NAS IMPORTAÇÕES

Empresários e profissionais de comércio exterior poderão tirar dúvidas sobre os tributos nas importações em um workshop promovido pelo Instituto Mercosul e consultoria Deloitte. O evento será em 23 de outubro, às 19 horas na sede da ACIM e terá entrada gratuita.

Entre os temas que serão abordados estão IPI e as decisões judiciais pela desobrigação de sua incidência na comercialização de produtos importados, ICMS e a subutilização de benefícios fiscais, imposto de importação e sua incidência, o regime do Drawback e suspensão de tributos indiretos sobre as exportações indiretas.

Os palestrantes serão os consultores da Deloitte Rodrigo Santos e Fernanda Zorzo. Para participar, é necessário enviar nome completo, empresa/faculdade, telefone e e-mail para eventos@institutomercosul.org.br. Mais informações no www.institutomercosul.org.br.

ENTREGA DO PRÊMIO JOVEM EMPREENDEDOR SERÁ NO DIA 24

No dia 24 deste mês o diretor executivo da Lowçucar, Cezar Couto, receberá o Prêmio Jovem Empreendedor 2014. A cerimônia acontecerá a partir das 20 horas, no Moinho Vermelho, com convite a R\$ 80. Couto é engenheiro de alimentos, com MBA em Gestão Empresarial e MBA Executivo em Gerenciamento de Projetos. Ele comanda uma equipe de 15 gerentes e exerceu, na empresa da família, atividades relacionadas a vendas, desenvolvimento de produtos, atividades administrativo-financeiras e foi gerente de planejamento. A Lowçucar tem 130 produtos no portfólio, o que torna a empresa com maior variedade de produtos diet, light e zero açúcar do Brasil.

Na vida comunitária Couto exerceu vários cargos no



Walter Fernandes

INTERCÂMBIO DE INFORMAÇÕES ENTRE ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS

Membros de associações comerciais de três cidades estiveram conhecendo os projetos da ACIM em setembro. No dia 19 uma comitiva da associação de Foz do Iguaçu (Acifi) e do Sicoob 3 Fronteiras teve a oportunidade de conhecer a ACIM, Codem, Observatório Social de Maringá, Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) e no período da tarde a pauta foi o Sicoob Central Paraná. No dia 25 a visita foi da Coordenadoria das Associações Comerciais do Sudoeste do Paraná (foto) e no dia seguinte diretores da associação de Joinville e um grupo de empresários e lideranças catarinenses também estiveram na ACIM.

E em 3 de setembro funcionários da ACIM foram à sede da Associação Comercial e Empresarial de Toledo (Acit) para troca de informações. O grupo maringaense também contou com integrantes da Noroeste Garantias e do Sicoob Metropolitano.

Rotary Club Maringá Norte e foi presidente do Copejem por duas gestões e do Instituto Mercosul, cargo que ocupa pela segunda vez. Atualmente é presidente do Conselho Estadual do Jovem Empresário do Paraná, ligado à Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap).

O nome do engenheiro foi escolhido em agosto por uma comissão julgadora composta por representantes da ACIM, Sivamar, Sindicato dos Jornalistas, prefeitura, Câmara Municipal, Codem e Maringá e Região Convention & Visitors Bureau. A comissão escolheu entre os nomes que foram indicados na primeira fase do processo por 12 entidades.

No ano passado o ganhador foi Wilson Matos Silva Filho, vice-reitor da Unicesumar.

Walter Fernandes



Walter Fernandes

PLANEJAMENTO PARA A MARINGÁ 2047

Dando continuidade ao projeto de contratar uma consultoria internacional para planejar o desenvolvimento socioeconômico e urbanístico para a Maringá de 2047, quando a cidade terá cem anos, a ACIM recebeu o vice-presidente da PWC Brasil, Otávio Maia, em 4 de setembro. Ele esteve reunido com empresários e líderes políticos para conhecer um pouco mais do perfil da cidade. Segundo Maia, para elaborar este planejamento será necessário o apoio dos poderes Legislativo e Executivo, porque algumas decisões dependerão deles, por isso, ele esteve reunido com o prefeito Roberto Pupin.

No Brasil a PWC já trabalhou em planejamentos semelhantes no Rio de Janeiro e em Belo Horizonte. A empresa de consultoria está presente em mais de 140 países e há pouco mais de três meses instalou o 19º escritório do Brasil em Maringá. "Tivemos um retorno acima do esperado e é uma cidade que tem um grande potencial. A minha vinda aqui pela primeira vez, é justamente para saber destes líderes para onde o município quer rumar nos próximos anos", destacou.

A contratação do planejamento é uma iniciativa da ACIM e do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem).

ASSOCIADO DO MÊS

Fruto da sociedade de um publicitário e um programador, a LTX Design vem conquistando mais credibilidade e clientela. "Percebemos que as mídias sociais precisavam e podiam ser melhor trabalhadas nas empresas, e investir neste segmento seria muito interessante para nós e para as empresas", comenta o publicitário Valter Júnior, que está à frente da LTX Design junto com o diretor de programação Guilherme Brepohl.

O grande diferencial de se investir na publicidade na internet é o custo-benefício. "É possível acompanhar o dia em que o produto está tendo mais acesso, o horário de maior visitação, quais produtos estão sendo mais acessados, o tempo que o internauta permanece na página. Com estas informações, a campanha será muito mais elaborada e eficiente", enfatiza Júnior.

Há sete anos no mercado a empresa possui clientes em todos os cantos do país: Paraná, Goiás, Minas Gerais, Rio Grande do Sul... Para este tipo de serviço, o tamanho da empresa não importa. "Atendemos desde a microempresa à grande. Todos precisam estar na internet e podem ter este acesso por um preço compatível ao tamanho do negócio", ressalta o empresário. Júnior destaca que a LTX é a única agência do sul do Brasil que possui duas importantes certificações: do Google Partner e do Adobe Certified Expert.

Para o futuro: consolidar a marca e focar em soluções de acordo com a necessidade do cliente. "Apostamos muito em novas tecnologias e queremos transmitir isso para nossos clientes, principalmente focando nas multiplataformas como smartphones e tablets".

A LTX Design fica na avenida Mandacaru, 170, sala 1. Os telefones são (44) 3025-4940 e 9166-4940. O site é o www.ltxdesign.com.br

LIXAS DESCARTADAS VIRAM ARTE NO HALL DA ACIM

Depois de ficar exposta na galeria do Conjunto Nacional, em São Paulo, a série "O Que Ficou na Parede", do artista plástico José Antonio Firmino, ficou no hall da ACIM no mês de setembro, com visitação gratuita.

As obras foram confeccionadas com lixas descartadas que Firmino coletou em contêineres, junto a empresas da construção civil e amigos que estavam construindo ou reformando. O resultado foi uma série de 80 obras abstratas.

Graças a uma parceria entre a ACIM e o Instituto Cultural Ingá artistas plásticos da cidade estão tendo a oportunidade de divulgar seus trabalhos no hall da Associação Comercial.

Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 21 de agosto a 20 de setembro

2D Center Automotivo
Adriana Fernandes
Corpo e Cia
Ardenghi Engenharia
Acepar
Audibras Assessoria Contábil
Voar Viagens
Bio Milenium
Nutrigrãos
Amora Amore
Ingã Toner
Schlavon Representações
Limper Sofá
Uniarte
Hotel Lincoln
Clean Pool
Condomínio Edifício Navegantes
Conex Tecnologia
Construtora Del Plata
Corpo Alfa Saúde
Bioceres
Rosa Limão Vestuário Feminino
Tempero da Vovó
Delta Informática
Silva Auto Center
Dr. Munilo Pereira de Melo
Odontologia
Instituto Inovação
Eduardo Augusto de Souza
Massarutti
Engrenapeças
World Formaturas
Salinas Piscinas
Dra. Fátimah Assaf
Colchões Ortopom
Trukadão
Atacado Jeans
Solutions Celulares
G.N.B Consultoria
Gelta Estética Saúde
Supermercado Carioca
Dubai Cabelereiros
Guizzi Confeções
Implant Odonto
Ingã Partes
Instituto Primer
Clever Light Eventos
Digital Informática
Nildo Ribeiro Lava Jato e Polimento

J. Lins Informática
JRS Idiomas
Pinheiro Representações
Dindin Ofertas
Nutringá
Clube da Batata
Colona Country
Lotus Decorações Eventos
Dra. Lucía Guimarães Eusébio
MW Injetoras
Bem Impresso
Tindolala Festas
Maringá Travel
Maxtemper
Supermercado e mais
Mettag Etiquetas
Dessau Engenharia
Mundi Toys
Mundo Livre Viagens e Turismo
Colchões Sonomax
Pastel do Oriente
Produto Propaganda
Choco Bistrô
Z5
Força e Luz Materiais Elétricos
Gato Ponto Cão
Planner Projetos e Engenharia
PR Corretora de Seguros
Só Motores
Rainha das Capas
Audibel Aparelhos Auditivos
Real Tintas
RCM Serviços
ALT Graf
R.P Cell
STS Express
Outmag Colchões
Docar Ar Condicionado
Infocell Celular
Onda Car
Mercado Pet
Maringá Ferro
Ariela Coleti
Valdar Móveis - Umuarama
Valdar Móveis - Toledo
Via Romanos
Wall Depilação
Word Data
Imobiliária Meta
Z3 Web Tecnologia



Walter Fernandes

VISITA DE MEMBROS DO JUDICIÁRIO

A convite da Associação Cultural e Esportiva de Maringá (Acema) representantes de vários órgãos judiciais visitaram o 25º Festival Nipo-Brasileiro, que foi realizado na Acema de 6 a 14 de setembro. Os visitantes também foram recepcionados na ACIM.

Entre os presentes estiveram o ministro do Tribunal Superior do Trabalho (TST), Antonio José de Barros Levenhagen, o presidente do Tribunal de Justiça do Paraná, Guilherme Luiz Gomes, o diretor do Fórum Trabalhista de Maringá, Marcus Aurélio Lopes, e a promotora Mônica Louise de Azevedo.



	CURSOS	DATA
OUTUBRO	Oratória com técnicas de PNL	6 a 9
	Vendas e negociação	7 a 9
	Google Adwords	14 e 15
	Brigadista-primeiros socorros e combate à incêndio	15 e 16
	Fotografia da arte à técnica	17, 18 e 25
	Intensivo em obrigações acessórias: DCTF; DIPJ; Dacon; EFD Contribuições	20 a 22
	Agentes homologadores de rescisão de contrato de trabalho	20 a 24
	Intensivo em Facebook e LinkedIn	20 e 21
	Transformando líderes em coach e equipes em times	21 a 24
	Como melhorar a comunicação dentro do ambiente de trabalho	22 e 23
	Contabilidade para não contadores	27 a 29
	E-commerce	27 a 30
	Ferramenta de programação visual - Kanban	27 a 31
	Logística de Distribuição	27 a 31
NOVEMBRO	O líder e sua comunicação com a equipe	27 e 28
	Formação de telefonista e recepcionista	28 a 30
	Formação de gerente comercial	28 a 31
	Como cobrar e receber dívidas por telefone	1º
	Departamento pessoal completo	12 a 25
	Loteamento: do investimento ao registro	17/11 a 9/12
	Técnicas para corretores imobiliários de alta performance	18 a 20
	As novas regras do e-Social	18
	AT-Análise transaccional	20 a 22
	Intensivo em Facebook e LinkedIn	24 e 25
Telemarketing: qualidade e excelência	25 a 27	
Técnicas de entrevista	25 e 26	

ACONTECEU NA ACIM

Cerca de 200 reuniões foram realizadas na sede da ACIM em setembro. Entre os eventos estiveram as palestras do cientista político Leonardo Barreto, que contou com a participação dos associados do Sindicato da Indústria da Construção Civil (Sinduscon) no dia 15, e a palestra do ex-presidente da Embrapa Silvio Crestana no dia 17 sobre inovação no agronegócio.



PALESTRA DE STORANI LOTA TEATRO

Palestrante brasileiro mais requisitado da atualidade, o ex-capitão do Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope) Paulo Storani esteve em Maringá em 23 de setembro a convite da Coopercard e ACIM – para os filiados à Associação Comercial a participação foi gratuita.

Com o tema “construindo uma tropa de elite”, a palestra fez o teatro Calil Haddad atingir a lotação

máxima. Storani falou sobre o treinamento do Bope, a importância de cumprir uma missão e de se gostar do que faz. O palestrante falou ainda sobre o roteiro e produção do filme Tropa de Elite, do diretor José Padilha, que retrata o trabalho do Bope. Storani, inclusive, foi uma das pessoas que inspirou o personagem Nascimento do filme.

CONHECENDO A ACIM: COPEJEM FORMA JOVENS LIDERANÇAS

O objetivo principal do Copejem, o conselho permanente do jovem empresário da ACIM, é formar novas lideranças. Para isso, os mais de 50 membros se reúnem semanalmente para discutir as ações do conselho e se qualificarem, o que inclui a realização e a participação em palestras, apresentação de *cases* de empresários bem-sucedidos e trocas de experiências.

Presidido por Felipe Bernardes, o grupo também formou o Clube do Livro, para discutir e assimilar novos conteúdos do mundo dos negócios – o primeiro livro foi “Empresas feitas para vencer”, de Jim Collins. E de agosto ao final de outubro os conselheiros estão participando de uma competição bastante saudável, o Copegym. Com o acompanhamento de nutricionista e personal trainer, os conselheiros ganham pontos a cada atividade física que fazem. Os objetivos são estimular a prática de exercícios físicos e a perda de peso.

Neste período eleitoral os conselheiros do Copejem deram uma contribuição importante à campanha do Eleitor Consciente, que tem a ACIM como uma das realizadoras e é assinada pela Sociedade Civil

Organizada. Os jovens empresários e executivos fizeram adesivagens de automóveis e distribuíram uma cartilha com os projetos aprovados, recursos conquistados e ações que tiveram participação ativa dos deputados eleitos pela região.

Outra ação foi o Feirão do Imposto, que aconteceu simultaneamente em várias cidades brasileiras no dia 13 do mês passado. Em Maringá a ação aconteceu em dois supermercados e teve o objetivo de alertar a população sobre quanto os impostos representam em vários produtos, como uma forma de conscientização sobre a alta carga tributária paga pelos brasileiros e a necessidade da participação popular no acompanhamento dos gastos públicos.

O Copejem realiza anualmente o Prêmio Jovem Empreendedor, que neste ano será entregue em outubro para Cezar Couto, diretor executivo da Lowçucar. Couto, aliás, foi presidente do Copejem e hoje preside o Conselho Paranaense de Jovens Empresários (Conjove), ligado à Faciap, o que mostra o quanto tem sido importante o papel do Copejem na formação de lideranças jovens.

EVENTO REUNIRÁ JOVENS INSPIRADORES

Com o apoio do Copejem, o Clube do Universitário realizará, em 1º de novembro, o Encontro do Papo Universitário. O evento, que promove discussões sobre como o estudante pode fazer parte da geração empreendedora da atualidade, será realizado no Teatro Marista, a partir das 8 horas. A expectativa é receber 900 participantes.

A abertura será realizada pelo comediante Kim Archetti. Entre os palestrantes estarão Ricardo Bellino, que trouxe a agência Elite Models para o Brasil. Ele fará a palestra magna às 17 horas. O psicólogo e gestor de carreiras Marcos Rodrigues falará, às 9h35, sobre a criação do Fórum Jovem Líder. Já o jovem Sidnei Oliveira falará, às 10h15, sobre conflitos de gerações Y e Z, área em que é especialista. Rodrigo Hernandez conversará com os participantes, às 11h, sobre como se tornou presidente da 1ª Escola Nacional de Negócios e Empreendedorismo. No período da tarde Ricardo Jordão Magalhães falará sobre a educação empreendedora e Flávio Vasconcelos ministrará palestra sobre a experiência de ser presidente da Federação das empresas Juniores de Pernambuco. Também estão programados bate-papos e almoço.

As inscrições podem ser feitas pelo site credencial.papodeuniversitario.com/maringa até 6 outubro, e custam R\$ 59 (estudante) e R\$ 118 (profissional). Com curso de oratória o ingresso tem acréscimo de R\$ 60. Associados da ACIM pagam valor de estudante.



Walter Fernandes

EX-DIRETOR DO INPE FAZ PALESTRA SOBRE INOVAÇÃO

O ex-diretor do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), Luiz Carlos Moura Miranda, esteve em Maringá em 3 de setembro para falar sobre "A importância da inovação tecnológica para o desenvolvimento da sociedade". Doutor em Física pela University of Arizona e pós-doutor pela University of Western Ontario, Miranda falou sobre diferentes formas e processos de inovação citando exemplos do Inpe, instituto que dirigiu entre 2001 a 2005, e da Companhia de Desenvolvimento do Polo de Alta Tecnologia de Campinas (Ciatec), que preside atualmente.

A palestra aconteceu na sede da ACIM e teve participação gratuita.

COMISSÃO QUER INCREMENTAR MÃO DE OBRA PARA ATENDER LEI DE COTAS

As empresas que têm a partir de 100 funcionários precisam ter pelo menos 2% de pessoas deficientes ou reabilitadas no quadro de funcionários para cumprir a Lei de Cotas. No entanto, o assessor jurídico da ACIM, César Eduardo Misael de Andrade, explica que existe no mercado atualmente escassez deste tipo de mão de obra. "Não há pessoas enquadradas na lei em quantidade suficiente para atender a demanda que a própria legislação exige", diz.

Como as empresas estão sujeitas a multas caso não cumpram a cota, além da preocupação em cumprir seus papéis contra a discriminação, uma comissão de empresários liderada pela ACIM criará estratégias para buscar mão de obra. "A proposta é conscientizar as autoridades acerca desta impossibilidade de cumprimento da lei, mas, ao mesmo tempo, executar ações efetivas para angariar, capacitar e indicar as pessoas enquadradas na lei para as empresas que solicitarem. É preciso que tenhamos o ajuste entre a oferta de mão de obra e a quantidade de vagas exigida por lei. Não adianta impor a contratação de cem pessoas, se só existem disponíveis 30", afirma Andrade.

Juventude e eleições

O desengajamento está relacionado à emergência de cidadãos mais críticos que nutrem grandes expectativas em relação à democracia enquanto forma de governo, mas avaliam negativamente o seu funcionamento efetivo

Em quase todas as democracias ocidentais observa-se uma redução nos índices de comparecimento eleitoral. Desde os anos 80 as pesquisas têm demonstrado que cada vez menos pessoas estão participando das eleições, sendo as gerações mais novas as principais responsáveis por esta redução. Portanto, não se trata de um fenômeno novo para a ciência política, apesar das causas não serem uniformes em todos os países.

Nas nações pós-industriais, com forte crescimento econômico e níveis de bem-estar elevados, o desengajamento está relacionado à emergência de cidadãos mais críticos que nutrem grandes expectativas em relação à democracia enquanto forma de governo, mas avaliam negativamente o seu funcionamento efetivo. Esses indivíduos manifestam valores e atitudes fortemente democráticas, mas diante do desencanto em relação ao funcionamento concreto das instituições políticas, deixam de se envolver nas formas mais tradicionais de atuação política e se deslocam para formas alternativas, como os protestos e o cyberativismo.

Esse perfil crítico e contestatório não se constitui necessariamente um problema para a manutenção das democracias, já que o apoio difuso ao regime político continua alto. Esses cidadãos críticos não rejeitam a democracia como forma de governo, mas estão descontentes com o seu funcionamento, o que pode levar a uma pressão por reformas na maneira como os governos são conduzidos, exigindo maior participação nas decisões, transparência e sistemas de prestação de contas mais eficientes. Ou seja, o cidadão crítico pode servir para aperfeiçoar os regimes democráticos.

No Brasil este fenômeno é recente e está sendo investigado por pesquisadores do Núcleo de Pesquisa em Participação Política (Nuppol), da Universidade Estadual de Maringá. Em 2010, o eleitorado que possuía entre 16 e 17 anos diminuiu 6,5% em relação a 2006. Já nestas eleições teremos 31,5% menos jovens votando que nas eleições presidenciais passadas.

Com base nestes dados, observa-se que os protestos do ano passado não são a causa da redução no eleitorado juvenil, já que a queda em 2010 interrompeu um ciclo de crescimento que vinha se sustentando desde 1998. Apesar de não ser a causa, está intimamente relacionada ao que estamos vivenciando hoje, uma vez que pode ter acelerado o processo de redução dos alistamentos eleitorais.

As pesquisas ainda são incipientes sobre este fenômeno no Brasil e trabalham no campo das hipóteses. O que podemos concluir é que o fenômeno não apresenta risco para a estabilidade de um regime democrático no nosso país, pois se há uma redução no engajamento eleitoral, a adesão à democracia continua crescendo e a aceitação de modelos alternativos autoritários é pequena.

Os protestos recentes e a crítica aos partidos e candidaturas tiveram ainda o efeito bastante positivo de colocar em pauta uma questão importantíssima: a reforma do nosso sistema político.

Ednaldo Ribeiro é doutor em Sociologia e professor de Ciência Política da Universidade Estadual de Maringá (UEM) e do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná. Pesquisador do Núcleo de Pesquisas em Participação Política (Nuppol), da UEM

Lucas Okado é doutorando do Programa de Pós-graduação em Ciência Política da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e pesquisador do Núcleo de Pesquisas em Participação Política (Nuppol), da UEM

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 de
gestão florestal
responsável



GRÁFICA REGENTE

www.graficaregente.com.br
44 3366-7000

