



# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

Abril/2015  
Nº 552 - Ano 52  
R\$ 5,00

## EXCELÊNCIA NA GESTÃO O QUE FAZER PARA ALCANÇÁ-LA?

LIDERANÇA  
MOTIVACIONAL

APRENDIZADO  
CONSTANTE

CONHECIMENTO  
DE MERCADO

CULTURA DA  
INOVAÇÃO

PENSAMENTO  
SISTÊMICO



ANS - n.º 371254

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



## ATENDIMENTO 24H EM CASOS DE IMPREVISTOS NA SUA EMPRESA.

### SERVIÇO RÁPIDO E EFICIENTE.

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.



CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.

Contrate: 0800 643 0027  
[www.unimedmaringa.com.br](http://www.unimedmaringa.com.br)

Área de atuação em Maringá e Sarandi (perímetro urbano).

**Unimed**   
Maringá



“ Infelizmente, mesmo com a população brasileira mais politizada e com nível de instrução elevado, os embates de ideias não têm sido dos mais amistosos – aqui, uma ressalva: o debate livre, sensato e respeitoso é essencial à democracia.”

### Faça o diálogo, não faça a guerra

Um muro de 155 quilômetros separou durante 28 anos Berlim Ocidental e Berlim Oriental. Só na região metropolitana de Berlim o muro tinha 43 quilômetros e interrompia oito linhas de trens, quatro de metrô e quase 200 ruas e avenidas, causando impactos de toda espécie à população. Em 1989, quando ele caiu, a Alemanha voltou a ser um único país.

A história recente está cheia de exemplos de barreiras e leis criadas para segregar povos. Dos Estados Unidos vem um exemplo: foi somente na década de 60 do século 20, após a promulgação da Lei dos Direitos Civis, de uma série de manifestações e de embates, além do histórico discurso de Martin Luther King (“I have a dream” é o trecho mais famoso) que a segregação racial no país chegou ao fim, permitindo que brancos e negros frequentassem os mesmos lugares.

No Brasil, ao longo de sua história, faltaram muros físicos e guerras sangrentas e sobraram revoltas e insurreições, digamos, menos bélicas do que em outras partes do mundo. Desde a colonização portuguesa, os brasileiros tiveram de conviver com várias religiões, credos e diferenças sociais gritantes, mas sempre transitando entre a imensidão de seu território sem restrições ou barreiras.

Mas se não houve barreiras físicas, o mesmo não se pode dizer das barreiras econômicas, políticas e sociais. E, infelizmente, mesmo com a população brasileira mais politizada e com nível de instrução elevado, os embates de ideias não têm sido dos mais amistosos – aqui, uma ressalva: o debate livre, sensato e respeitoso é essencial à democracia.

Já a crença popular diz que futebol, política e religião não se discutem, mas basta acessar uma rede social para constatar o baixo nível de postagens e comentários sobre

política e religião, entre outros assuntos, na grande maioria em tons que beiram a arrogância, o descontrole e a grosseria.

Depois das eleições presidenciais do ano passado, um número sem fim de articulistas e “brasileiros pitaqueiros” escreveu sobre o Brasil dividido, ao mesmo tempo argumentando que o governo que se iniciava era de união e de todos. Mas não é bem isso o que está acontecendo. Quem não votou em Dilma Rousseff passou a ser tratado de “cozinha”, “varanda-gourmet” (em referência aos novos empreendimentos imobiliários com sacada integrada ao apartamento), “elite branca” e uma infinidade de outros nomes pouco gentis.

Em relação à religião, os embates também têm se dado num patamar agressivo. E mesmo num país laico, como o nosso, com frequência Estado e religião se misturam. Até a sexualidade tem merecido longas, calorosas, desrespeitosas e inúteis discussões, muitas vezes contrapondo heterossexuais e homossexuais. E aqui uma explicação: direitos civis – entre eles o casamento – são igualitários entre os brasileiros, e ponto final. Casamento religioso de pessoas do mesmo sexo é outra discussão.

O dia a dia tem sido carente de uma regra básica da convivência humana: o respeito ao direito do semelhante, cujo limite é o direito do outro. Debater ideias é sinônimo de nobreza, dignidade e honradez, ao passo que o desprezo a opiniões contrárias, a direitos essenciais e a fatos consumados é sintomático de egoísmo e intolerância. Efetivamente, não são estes os atributos que precisamos neste momento.

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

# CONCEPT DESIGN

UM NOVO CONCEITO  
DE PRIMEIRO APARTAMENTO



COM DIREITO A TUDO QUE VOCÊ ALMEJA E MERECE!



Visite decorado na

Expo  
design



Av. São Paulo, 3019,  
Das 8 às 18h, inclusive domingos e feriados.

PERFEITA LOCALIZAÇÃO

Av. São Paulo, 3.103

Entre o Parque do Ingá e a UniCesumar



- 3 dormitórios (1 suíte)
- 2 vagas de garagem
- Área Privativa 84,87 m<sup>2</sup>
- Área Total 169,88 m<sup>2</sup>
- 2 modelos de plantas

 [facebook.com/construtoradesign](https://facebook.com/construtoradesign)  
[www.construtoradesign.com.br](http://www.construtoradesign.com.br)

Acesse, faça  
um tour virtual e  
conheça mais.



VENDAS:

CASA  
**MAX**  
NOVEMBRO  
3046 1010  
CRECI 4648J

  
**design**  
INOVAÇÃO E QUALIDADE  
44 3037 9700



16

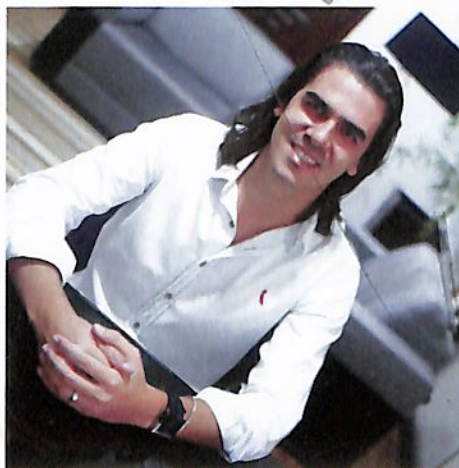
## REPORTAGEM DE CAPA

Abrangente e complexa, a gestão possibilita melhorias constantes, principalmente em relação ao planejamento e aos indicadores das empresas, que são duas das áreas onde estão os erros mais comuns entre os empreendedores, segundo especialistas; no caso da Tecnospeed, como a empresa teve crescimento rápido, foi preciso investir em melhorias de processos em todos os setores



## 10 ENTREVISTA

O apresentador Carlos Roberto Massa, o Ratinho, é um dos mais populares do Brasil e também um bem-sucedido empresário, dono do grupo Massa, que inclui a afiliada do SBT no Paraná; conheça mais sobre o homem persistente, segundo sua própria definição, que ainda almeja ter uma rede nacional de rádios e não tem planos de aposentadoria



## 26 MERCADO

Inovação é um termo que está em destaque no mundo dos negócios, mas como fazer e onde procurar ajuda? Entidades, instituições de ensino e órgãos governamentais têm as ferramentas e encurtam o caminho para inovar, como fez o arquiteto Eduardo Paulino, que procurou ajuda para transformar a empresa em um escritório, em vez de vários profissionais liberais trabalhando juntos



## 32 ATENDIMENTO

O SAC 2.0, que é feito via internet, é uma das formas das empresas manterem um relacionamento mais próximo dos clientes; como é uma área nova que envolve comunicação e marketing, ainda não está claro o perfil do profissional para gerenciar a marca, mas para o publicitário Lucas Silva, este profissional precisa de sobriedade de raciocínio, visão empreendedora e criatividade

ANO 52 Nº 552 ABRIL/2015  
PUBLICAÇÃO MENSAL DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL  
E EMPRESARIAL DE MARINGÁ - ACIM  
FONE: 44 3025-9595

**DIRETOR RESPONSÁVEL**

José Carlos Barbieri  
Vice-presidente de Marketing

**CONSELHO EDITORIAL**

Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Helmer Romero,  
João Paulo Silva Jr., Jociani Pizzi, Josane Perina,  
José Carlos Barbieri, Luiz Fernando Monteiro, Márcia Llamas,  
Michael Tamura, Miguel Fernando, Mohamad Ali Awada Sobrinho,  
Paula Aline Mozer Faria e Paulo Alexandre de Oliveira

**JORNALISTA RESPONSÁVEL**

Giovana Campanha - MTB 05255

**COLABORADORES**

Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Graziela Castilho,  
Juliana Daibert, Juliana Duenha, Rosângela Gris e Wilame Prado

**EDITORIAÇÃO**

Andréa Traqueta

**REVISÃO**

Giovana Campanha, Helmer Romero, Juliana Daibert

**CAPA**

Factory Total

**PRODUÇÃO**

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

**FOTOS**

Ivan Amorin, Walter Fernandes, Paulo Matias

**CTP E IMPRESSÃO**

Gráfica Caluás

**CONTATO COMERCIAL**

Sueli de Andrade - 8822-0928

**ESCREVA-NOS**

Rua Basílio Sautchuk, 388  
Caixa Postal 1033 Maringá - Paraná  
CEP 87013-190  
e-mail: revista@acim.com.br

**CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO**

Presidente: Marco Tadeu Barbosa

**CONSELHO SUPERIOR**

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

**CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇOS**

Presidente: Mohamad Ali Awada Sobrinho

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

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

**46 NEGÓCIOS**

“É mais fácil atrair o cliente quando ele precisa decidir entre ir a um local que não conhece e a outro que conhece e tem vantagens”, comenta Alessandro Gondo, do Sushiky, que tem o próprio programa de fidelidade; assim como o restaurante asiático, empresas maringaenses fortalecem o relacionamento por meio de programas de pontuação

**52 MARKETING**

O caminho para superar os concorrentes pode estar na concorrência: é esta a ideia do *benchmarking*, processo de pesquisa recomendado por especialistas que permite aos gestores realizar comparações de práticas, serviços e produtos para alcançar um nível de superioridade ou vantagem competitiva, como faz a Faculdade Cidade Verde (FCV)

**56 SÓCIOS**

Os irmãos Guilherme e Rodrigo Britto são sócios de Nádia Felipe na Triângulo Administradora de Consórcios, e lá as questões técnicas devem prevalecer sobre os assuntos familiares e o diálogo franco é a saída para evitar conflitos; outros empreendedores contam os segredos para uma parceria harmoniosa e longa no trabalho



*Permita se*

PANNACCOTA

A MODA  
MOINHO VERMELHO

*Moinho  
Vermelho  
Buffet*

44 3262-5000 - Maringá - Pr.  
[moinhovermelho.com.br](http://moinhovermelho.com.br)

# Coragem para ser empresário, persistência para ter sucesso



Se há uma palavra que define Carlos Roberto Massa, o Ratinho, na opinião do próprio, é a persistência. Foi graças a ela que o menino de Marumbi, a 60 quilômetros de Maringá, alçou voos altos e se tornou um dos apresentadores de televisão mais conhecidos e populares do Brasil. Ele também é dono do Grupo Massa, que inclui a Rede Massa, afiliada no SBT no Paraná, emissoras de rádio, empresas de licenciamento de marcas e do agronegócio.

Apesar do sucesso empresarial, Ratinho afirma que se realiza no contato com as pessoas na televisão. Despreocupado com o sucesso, o empresário e comunicador só não gosta de dar autógrafos, afirmação que vem com uma explicação na sequência: "é porque não gosto de escrever". Ele acredita que o Brasil já passou por momentos econômicos mais difíceis que o atual e que a classe média continuará sendo a propulsora do consumo do país.

Foi diante da lotação máxima do teatro Calil Haddad que Ratinho ministrou uma palestra, em 20 de março, a convite da ACIM e da Rede Massa. Valendo-se do característico jeito brincalhão, ele contou sua trajetória desde a época de menino, quando jogava futebol e ganhou o apelido que o projetou nacionalmente em função da rapidez em campo. O empresário tem uma biografia variada: foi engraxate, açougueiro (daqueles

que colocavam bicarbonato na carne para deixá-la mais macia), vereador, deputado estadual e apresentador. Nesta área, o sucesso exigiu muita persistência. Ele começou a carreira na tevê como repórter policial. Na década de 90 estreou um programa nacional exibido pela CNT-Gazeta, o 190 Urgente, até migrar para a área de entretenimento, em 1997, com os programas Ratinho Livre e Ratinho Show, na Record. Desde 2009 é apresentador do SBT.

Em março o comunicador ganhou destaque na imprensa depois que o jornal O Globo e o portal UOL divulgaram o nome dele entre os empresários da mídia e jornalistas que estão entre os mais de 8 mil correntistas brasileiros que, em 2006 e 2007, tinham contas numeradas no HSBC da Suíça. O caso está sendo chamado do SwissLeaks e, apesar de contas numeradas serem de conhecimento de um número reduzidos de funcionários do banco, não significa que todas eram irregulares. De acordo com as informações, Ratinho e a esposa, Solange Martinez Massa, tinham, no período, saldo de US\$ 12,5 milhões. Ratinho fez questão de divulgar uma nota oficial afirmando que "todos os bens e valores foram devidamente declarados", o que não caracteriza crime fiscal.

Confira a entrevista que ele concedeu à Revista ACIM:

**De que maneira o senhor, um bem-sucedido empresário da comunicação, está vendo as mudanças trazidas pela tecnologia ao setor, no Brasil e no mundo?**

Esta integração dos meios de comunicação e a convergência tecnológica com a mídia, empresas do setor e o mercado global é benéfica, embora tenha causado impacto e reflexo por conta da rapidez e dinamismo em todo o cenário empresarial. A velocidade e entrosamento destas mídias é uma realidade mundial. O jornal, o rádio, a televisão e a internet trabalham juntos, cada um na sua função, e acho que o futuro vai ser a produção

de conteúdos feita por uma mesma redação.

**Em meio ao imediatismo das redes sociais, o formato tradicional de jornalismo está sendo questionado pela sociedade. Em sua avaliação, esta sensação é legítima? Como aproximar o 'negócio jornalismo' da vida das pessoas de fato?**

O jornalismo já se aproximou da vida das pessoas por meio do VT e agora pela internet. A resolução dessas questões uma vez mostradas ou apontadas tem que ter o intuito de serviço à sociedade, um espaço onde elas não são só apresentadas, mas que as coisas se resolvam a partir das mídias.



**A integração dos meios de comunicação e a convergência tecnológica com a mídia é benéfica, embora tenha causado impacto e reflexo por conta da rapidez. Acho que o futuro vai ser a produção de conteúdos para rádio, jornal, televisão e internet feita por uma mesma redação**

## SOFTWARE

# Premiações atestam qualidade da JS

A JS Informação e Inovação é a Senior Sistemas no Norte do Paraná, uma das maiores desenvolvedoras de sistemas de gestão do país. A JS foi fundada em 1992 pelos irmãos Jair Slompo e Pedro Slompo e atua nos segmentos de Agronegócio, Alimentos, Metalmecânica, Plástico e Borracha, Distribuição e Serviços.

Entre os clientes estão grandes corporações como Supermercados Cidade Canção, Antenas Aquário, Unicesumar, GTFoods Group, Pado, C. Vale, Viação Garcia, ZM Bombas e Pressure.

A JS atende mais de 3.000 usuários ativos do ERP e um total de 1,5 milhão de folhas de pagamento de funcionários são calculadas anualmente.

### A empresa

O negócio da JS é disponibilizar soluções inteligentes nas áreas de Recursos Humanos e Gestão Empresarial (ERP), contribuindo para o desenvolvimento das empresas, integrando pessoas e a



**Escritório da JS: tecnologia de ponta e funcionários comprometidos com a qualidade dos serviços**

tecnologia da informação

Entre os cerca de 100 Canais de Distribuição da Senior no Brasil, a JS é credenciada como Canal Ouro, estando entre os melhores distribuidores.

Em 2014 a JS foi vencedora de dois Prêmios Senior: Equipe Certificada e Mix de Linha. A empresa também foi finalista em outros dois prêmios: Suporte Técnico e Novas Ofertas

Segundo Hermínio Gastaldi, diretor de

Mercado da Senior, a Senior Norte do Paraná tem trabalhado para que cada vez mais os clientes tenham condições de otimizar processos, controlando e minimizando custos. "Melhorando o gerenciamento do relacionamento com seu maior patrimônio - os clientes, a Senior Norte do Paraná trabalha para que estes tenham sempre informações rápidas e confiáveis para agilizar a tomada de decisões", explica Gastaldi.



Informação | Inovação

(44) 3033-0700 - [jsmaringa.com.br](http://jsmaringa.com.br)

**Dado ao elevado custo de produção e a concorrência da internet, o senhor acredita que a tevê está com os dias contados? De que maneira a Rede Massa está se preparando para um futuro, no mínimo, incerto?**

O futuro de qualquer televisão aberta não é incerto, ela participa do mercado. Há 20 anos tínhamos no Brasil 100 anunciantes grandes, hoje temos um milhão de anunciantes grandes. Todos terão de se adaptar, não é só a TV aberta que vai competir pelas verbas de mídia. A televisão vai conviver com a internet, e a internet vai produzir para a televisão, que por sua vez vai produzir para a internet. Isto já está acontecendo e não vai mudar. O hábito de assistir sentado no sofá vai continuar, mesmo que o telespectador esteja com o computador no colo.

**A geração que não conheceu o mundo sem internet, chamada Geração Z, está chegando ao mercado de trabalho. Crítica, dinâmica, exigente, autodidata e avessa à hierarquia, esta moçada está impactando o meio organizacional. Jovens com este perfil têm espaço nas empresas do Grupo Massa?**

Tem espaço e acho que esta geração tem que ser muito bem aproveitada. Quando se fala em hierarquia, acredito que nada funciona sem ela. Você pode ter liberdade, mas a hierarquia é fundamental em qualquer empresa ou em qualquer órgão. O independente tem que ser o dono.

**Você já confessou que a gestão empresarial não é um dos seus fortes. No seu caso, foi preciso mais coragem para se tornar empresário ou para delegar? Foi preciso mais coragem. O lado**



**Tenho sonho de ter uma rede nacional de rádios. Acredito muito em rádio, mesmo com outras tecnologias surgindo, ele não sai de moda. Sei que no momento não está ao meu alcance, mas é um plano que pretendo realizar**

empresarial não era o meu forte, então precisei estar cercado de bons profissionais, delegar poderes e gerenciar as pessoas. Na verdade gosto mais do palco, da televisão, da comunicação em rádio, e é isso que faço melhor.

**Quando o senhor foi mais persistente do que deveria?**

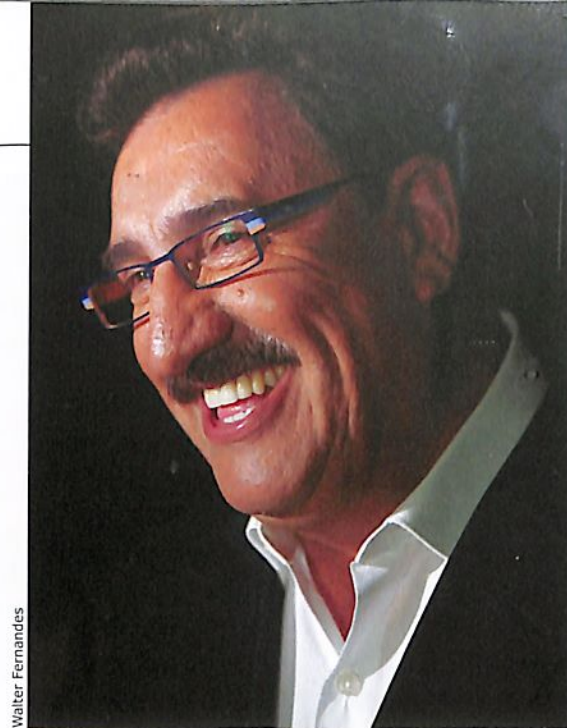
Sempre fui acima da média na persistência. Não desisto com facilidade, nem quando alguém diz que não vai dar certo.

**Em que momento foi preciso mais de coragem do que persistência?**

Quando minha esposa disse que teríamos filhos gêmeos (Rafael e Gabriel – eles também são pais de Ratinho Júnior). Não que eu fiquei desencorajado, mas gerou uma preocupação, pois já tinha um filho e estava desempregado. Foram dois minutos de choque e choro, mas me recuperei rapidamente e confiei em Deus.

**Quem gostaria de entrevistar?**

Gostaria de entrevistar o Silvio Santos (dono do SBT). Mas nunca o convidei, porque sei que ele não vai aceitar.



Walter Fernandes

**Silvio Santos fez uma propaganda gratuita para a Netflix. Para quem o Ratinho faria uma propaganda de graça?**

Para qualquer produto que acredito que seja útil e interessante faço propaganda gratuita. Faria para a Coca-cola, por exemplo. Descobri recentemente um produto extremamente útil, mas não posso fazer propaganda porque o empreendedor não tem como produzir em grande escala ainda. Ele inventou um saquinho para transformar urina ou vômito em pó após alguns segundos e em seguida ser descartado por quem está no trânsito, por exemplo.

**O que falta conquistar?**

Tenho sonho de ter uma rede nacional de rádios. Acredito muito em rádio. Mesmo com outras tecnologias surgindo, ele não sai de moda. Sei que no momento não está ao meu alcance, mas é um plano que pretendo realizar.

**Qual é seu plano de aposentadoria?**

Pretendo me aposentar aos 152 anos (risos). Na verdade não quero me aposentar nunca. ■

ANS - Nº 31526-5



## Construa momentos assim...

*Com saúde, você pode tudo!*



Com 4 unidades próprias à sua disposição e uma ampla rede credenciada, oferecemos o melhor atendimento sempre perto de você!



*Realize seus sonhos!*

## Faça PAM SAÚDE

Vendas: 44 3218-1515

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

/pamsaude

www.dr pam.com.br

### NET DISPONIBILIZA NOW PARA CLIENTES DE MARINGÁ

Maior operadora de serviços convergentes em telecomunicações e entretenimento via cabo da América Latina, a NET lançou no mês passado o NET Now, serviço que permite ao cliente assistir ao conteúdo de sua preferência na hora que quiser. O serviço é exclusivo para assinantes, e não é preciso acessar a internet, nem fazer *download* do conteúdo. Basta escolher pelo controle remoto da TV e o conteúdo terá início, por meio de rede de fibra óptica.

São mais de 25 mil títulos entre a programação gratuita dos canais disponíveis no pacote de TV e os conteúdos exclusivos. Também há filmes recém-lançados que chegam ao mesmo tempo às lojas e locadoras de vídeo, para alugar pelo controle remoto – a locação custa entre R\$ 2,90 e R\$ 15 (pré-lançamento) e os títulos podem ser vistos quantas vezes o assinante quiser por um período de 48 horas.

“O NET Now muda o contexto de assistir TV, uma vez que permite ao cliente escolher o programa que deseja e o melhor horário. É possível, por exemplo, começar a assistir um filme e terminar no outro dia, já que o conteúdo fica disponível no portal e pode ser acessado a qualquer momento”, explica o gerente de operações da Net Maringá, Edmir Martins Fagundes.

O lançamento do serviço foi no dia 16, na sede da ACIM, na reunião de todos os conselhos.



Walter Fernandes

### FRANQUIA DA KOPENHAGEN NO CATUAÍ

Uma franquia da Copenhagen foi inaugurada no Catuaí Shopping Maringá no mês passado. O espaço de 42 metros quadrados tem um mix de 300 opções em chocolate e adota o novo leiaute da franquia. “Temos uma loja que favorece a circulação e dá aos produtos ainda mais visibilidade. Apostamos no leiaute 4 da franquia, que é o mesmo de lojas conceituadas da marca, como o da rua Oscar Freire, em São Paulo, e do Shopping VillageMall, no Rio de Janeiro”, explica a empresária e tecnóloga de alimentos, Bárbara Fonseca. Ela conta que a loja tem o novo balcão de produtos, conhecido na franquia como “Mil Delícias”, com bombons, trufas e *sticks* comercializados a granel.

### MARINGÁ É A MELHOR CIDADE PARANAENSE PARA CRIAR FILHOS

De acordo com o *ranking* elaborado pela Delta Economics & Finance, publicado pelo site Exame.com, Maringá é a oitava melhor cidade do Brasil para criar filhos e a melhor do Paraná. O levantamento foi feito em municípios com mais de 260 mil habitantes, levando em conta 48 variáveis, como infraestrutura de saúde, taxas de longevidade, educação e segurança pública. O *ranking* é liderado por Florianópolis/SC, seguida por Santos/SP e Vitória/ES. Entre as cidades paranaenses Curitiba aparece em 11º lugar e Londrina em 27º.

Ivan Amorim



## DISTRIBUIDORA VIRGÍNIA GANHA PRÊMIO DA AMBEV

O Prêmio Leão de Ouro 2014 da Ambev na categoria de melhor revenda ficou com a Distribuidora Virgínia, de Maringá. No início de março, o diretor comercial, Eduardo Buosi, esteve em uma cerimônia, em São Paulo, para receber o reconhecimento que destaca a empresa em um *ranking* nacional.

Os critérios de avaliação são o Programa de Excelência AmBev, que verifica itens como segurança no trabalho, gestão de processos, venda, logística e distribuição, *trade marketing* e resultados. No Brasil, a AmBev conta com mais de cem revendas e esta é a primeira vez que a Distribuidora Virgínia atinge a melhor pontuação.

Há 64 anos no mercado, a empresa maringaense se tornou revenda exclusiva dos produtos AmBev em 2007, atendendo Maringá e mais 60 municípios da região. "Ter o reconhecimento de uma das maiores empresas de bebidas do mundo traz orgulho porque é resultado de um intenso trabalho em equipe", afirma Buosi.

Ele acrescenta que todos ganham com a premiação. "Os colaboradores, por integrar uma equipe com padrão diferenciado, e os clientes por receberem serviço de qualidade".



Paulo Mattias

## ICI HOMENAGEIA PATROCINADORES

No início de março o Instituto Cultural Ingá (ICI) apresentou ao Conselho de Administração da ACIM um balanço das atividades desenvolvidas em 2014. A diretoria do instituto, presidido pelo contabilista Orlando Chiqueto, aproveitou para homenagear as seguintes empresas patrocinadoras de projetos culturais por meio da destinação fiscal: Rivesa/Volvo, FA Colchões/FA Maringá, CooperCard, Viapar, Fertipar, Grupo G10, Biazam, Lowçucar, Sicoob Metropolitano/Bancoob, Sanches Tripoloni, Sanepar, Crivalli do Brasil e Dicomp.

Ao longo de um ano o ICI promoveu 450 reuniões, 15 palestras e oficinas técnicas, apoio direto a 11 projetos culturais, gerenciamento de um edital de fomento e incentivo à cultura (Viapar Cultural), captação de R\$ 684.938,00, auxílio na implantação do Vale-cultura operado pela CooperCard e desenvolvimento de duas consultorias técnicas junto a órgãos públicos de Piracicaba/SP e Rio Verde/GO entre outras ações.

Junto ao Instituto Museu da Família, o ICI obteve reconhecimento nacional com o Programa Primeiro Museu, gerido pelas duas instituições e semifinalistas do Prêmio Brasil Criativo.

SOLUÇÃO EM  
AUTOMAÇÃO E ILUMINAÇÃO

**ELETROBRASIL**  
MATERIAIS ELÉTRICOS

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

Av. Brasil, 2.538

FONE 44 3227-2161



CENTRAL TOUCH SCREEN

### SINDUSCON LANÇA SELO OBRA LEGAL

Com o objetivo de certificar as construções da região, auxiliar corretores na hora da venda e dar ao consumidor uma importante ferramenta no momento de escolher um imóvel, foi lançado o Selo Obra Legal. Trata-se de uma iniciativa do Sindicato da Indústria da Construção Civil da Região Noroeste do Paraná (Sinduscon NorPR).

“O selo indica que a construção através do sistema de incorporação está juridicamente correta, garantindo que o consumidor possa registrar o imóvel, pois só é dono quem registra”, explica o diretor do Sinduscon José Armando Quirino dos Santos, que é membro da Comissão da Indústria Imobiliária da Câmara Brasileira da Indústria da Construção (CBIC). “É importante que antes de fechar o negócio, o investidor certifique se o imóvel tem registro de incorporação imobiliária no Cartório de registro de móveis, assegurando respaldo jurídico na negociação”, enfatiza.

De acordo com a Lei 4.591/64, a incorporação imobiliária é uma atividade exercida com o objetivo de realizar a construção, para alienação total ou parcial, de edificações compostas de unidades autônomas.

Ela permite ao construtor ou incorporador realizar vendas ainda na fase de construção do empreendimento, seja residencial ou comercial.

O Selo Obra Legal garantirá que a obra chancelada está com o registro de incorporação (RI) devidamente arquivado no cartório de registro de imóveis da comarca ou cidade em que está ou estará sendo construída.

Para ter o RI, a incorporadora tem que apresentar ao cartório uma série de itens: documento de posse do terreno (matrícula do CRI); projeto arquitetônico aprovado; alvará de construção; certidões negativas federais, estaduais e municipais; protesto de títulos, de ações cíveis e criminais e de ônus reais referente ao imóvel; regularidade da situação da incorporadora junto ao INSS e Receita Federal. Também são exigidos a Minuta da Convenção de Condomínio; Memorial Descritivo da obra; quadro de áreas da ABNT e Memorial de incorporação.



### EMPRESA DE TÁXI AÉREO COMEÇA A OPERAR EM MARINGÁ

A primeira empresa de táxi aéreo de Maringá foi lançada no mês passado. A Executive Air é fruto do investimento de um grupo de empresários que viu a necessidade de maior agilidade e flexibilidade de horários de voos. “Conseguimos cumprir prazos e tempos de voos sempre prezando pela segurança de nossos clientes”, ressalta o diretor da empresa, Hiran Castilho.

Homologada pela Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) em novembro de 2014, a empresa conta com a aeronave modelo Cheyenne (Piper) para cinco passageiros e dois tripulantes. Este modelo possibilita autonomia de até cinco horas de voo, com velocidade de quase 500 quilômetros por hora e alcance de mais de 2 mil quilômetros.

O lançamento da empresa, em 19 de março, contou com a presença do primeiro astronauta brasileiro, Marcos Pontes.





**MAISON INFINITY**

**ALTO PADRÃO**

**AGUARDE BREVE LANÇAMENTO**

AV. PRUDENTE DE MORAIS, 265

WWW.AYOSHII.COM.BR

**3 OU 4 SUÍTES**

**241 M<sup>2</sup> PRIVATIVOS**

**4 VAGAS DE GARAGEM**



Vendas:



**INFORMAÇÕES NO  
SHOW ROOM**



▶ **SHOW ROOM A.YOSHII: AV. SÃO PAULO, 2828 | FONE: 44 3344 1011 | DIARIAMENTE DAS 9H ÀS 18H | INCLUSIVE DOMINGOS E FERIADOS.**

Registro de imóveis 1º ofício de maringá nº 107.455

# Em busca da excelência na gestão



**Abrangente e complexa, gestão precisa de aperfeiçoamento constante; veja as lacunas que empresários maringauenses superaram e buscam melhorar em prol da boa gestão e os caminhos mais adequados a seguir, segundo consultores**

**Giovana Campanha e Graziela Castilho**

**E**m oito anos a Tecnospeed viu o número de clientes saltar de 30 para 800 e o número de colaboradores passou de quatro, no primeiro ano de funcionamento, para os 50 atuais. Com crescimento tão rápido era natural que a empresa precisasse rever processos e implantar melhorias. Mas como detectar as maiores

urgências de gestão? E onde procurar ajuda?

O diretor Rodrigo Palhano decidiu participar de um prêmio paranaense de avaliação de gestão, o PPrQG, do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP). Era o ano de 2009. Diante do relatório de avaliação que apontava pontos fortes e oportunidades de melhorias chegaria hora de buscar

soluções para um crescimento sustentável e lucrativo. “Precisávamos melhorar processos em todos os setores”, lembra.

As maiores urgências vinham dos setores comercial e de marketing. “Tínhamos custos cada vez maiores, mas o faturamento não acompanhava. A empresa estava ‘inchada’”, comenta. Um dos primeiros passos foi implantar ferramentas de marketing

digital para aumentar o número de clientes. Com isso, a empresa passou a acompanhar taxas de conversão de compra na internet, valor do ticket médio, entre outras informações cruciais para quem tem quase a totalidade de clientes provenientes da internet.

A Tecnospeed também enxergou uma oportunidade de interagir e buscar novas soluções em um evento anual com os clientes, o Tecno Update, que acontece no primeiro trimestre do ano – em 2015 o evento foi no Rio de Janeiro, em 27 de março. “É uma oportunidade de aproximação e de recebermos *feedback* de quem utiliza nossas soluções”, aponta Palhano.

A empresa, referência em *softwares* de documentos fiscais eletrônicos, que tem entre os clientes o Grupo Abril, Magazine Luiza e a Gazin, precisa agora investir em novos produtos, afinal a concorrência aumentou e com ela, a guerra de preços. “Detectamos que será difícil manter as taxas de crescimento que temos registrado nos últimos anos apenas com os produtos disponíveis no portfólio. Precisamos ampliar o foco de atuação”, afirma.

Neste ano a empresa deverá lançar uma rede social corporativa e um sistema de gestão de conexão *wi-fi* para empresas varejistas.

Na busca pela excelência da gestão, além de inovar e investir em melhorias de processos internos, Palhano faz questão de buscar as melhores práticas de mercado entre as empresas do segmento em que atua (*benchmarking*) e de participar de premiações que avaliam a gestão da empresa, como o PPrQG.

### Melhorias constantes

Num cenário de economia nebulosa como o que o Brasil vive atualmente, com consumidores retraídos, margens de lucros menores e aperto das despesas, ter uma boa gestão tornou-se ainda mais crucial. A boa notícia é que, em função da abrangência, as empresas podem detectar onde estão as maiores deficiências para corrigi-las. Para o consultor Cláudio Michiura, que tem larga experiência em processos gerenciais e planejamento junto a empresas como Unilever, Wirpool e Hering, “gestão é a utilização ótima dos recursos, ou seja, por meio de

processos bem organizados, pessoas bem preparadas e qualidade de produtos, as empresas oferecem os melhores produtos e serviços ao menor custo possível para a maior parcela da sociedade”.

E justamente por ser tão abrangente e complexa, a gestão é passível de melhorias incessantes. “A renovação e a evolução nos processos são constantes, muitas vezes confundindo os empresários em relação ao caminho a seguir”, pondera. “Gosto muito de uma filosofia japonesa denominada Kaizen, que remete à ideia de melhoria contínua. Ou seja, tudo pode ser melhorado sempre”.

Para Michiura, um dos erros comuns entre os gestores e empreendedores brasileiros é a ausência da cultura de planejar antes de “meter a mão na massa”. A opinião é partilhada pelo presidente do IBQP, Sandro Nelson Vieira. “Uma lacuna recorrente entre as empresas é trabalhar continuamente sem planejar. Falta estratégia de planos de trabalho”, sentencia.

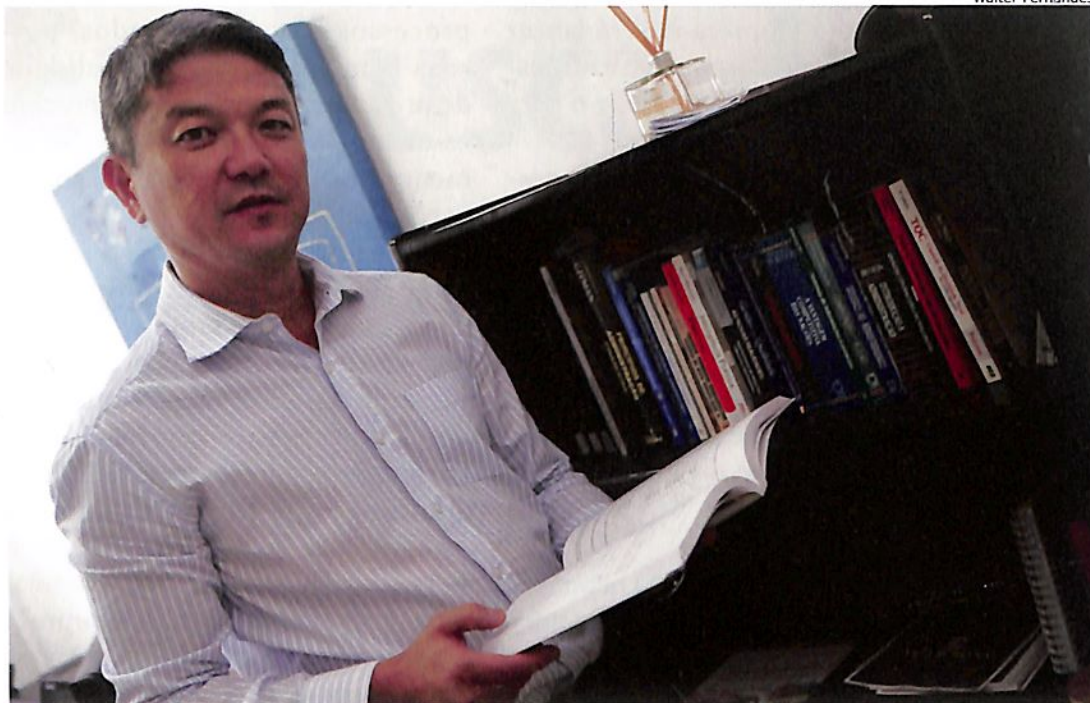
Michiura enumera outros erros comuns na gestão: falta de conhecimento dos números exatos da

Walter Fernandes



Com um crescimento rápido de clientes, a Tecnospeed precisou melhorar processos em todos os setores; hoje o desafio é ampliar o portfólio, segundo o diretor Rodrigo Palhano

Walter Fernandes



**“A renovação e a evolução nos processos são constantes, muitas vezes confundindo os empresários em relação ao caminho a seguir”, aponta o consultor Cláudio Michiura**

empresa, como custo por produto, margem de lucro e fluxo de caixa, dificuldade na identificação e formação de líderes e falta de cultura e conhecimento de planejamento empresarial. Vieira acrescenta que as empresas brasileiras não costumam adotar um modelo de gestão, nem analisam com profundidade como o negócio ou o produto impacta a sociedade. “Isso permitiria fazer alterações nos processos produtivos”, exemplifica.

### **Pensamento sistêmico**

O presidente do IBQP explica que entre os modelos mais usados no Brasil está o Modelo de Excelência de Gestão (MEG), elaborado pela Fundação Nacional da Qualidade e baseado em 13 fundamentos e oito critérios (confira nesta reportagem). Dos fundamentos do MEG, os mais difíceis de ser implantados, segundo ele, são o pensamento sistêmico e olhar para o futuro.

Segundo Vieira, se há uma área em que as empresas costumam investir mais e acertar é no processo

de vendas. O consultor Michiura enumera outro ponto positivo: a evolução na formação de profissionais que ocupam cargos gerenciais e de lideranças. “As empresas e os profissionais estão investindo mais em formação de nível de pós-graduação e MBA, por exemplo”.

Para quem quer investir na excelência da gestão, o consultor recomenda ter um processo gerencial bem estruturado, ou seja, criar na rotina da empresa tarefas para que os gestores, com visão sistêmica (olha ela aí de novo), dediquem tempo à criação, controle e análise de indicadores de desempenho, aí incluídos metas de venda, *market share* e rentabilidade.

Os pequenos empresários, que têm limitações de recursos para investir em consultorias especializadas e outras ferramentas que contribuem com a boa gestão podem, segundo o presidente do IBQP, devem investir no atendimento personalizado, no bom relacionamento com os colaboradores, no acompanhamento do dia a dia do

processo produtivo – melhorando a produtividade – e na cadeia de suprimentos.

Depois de três visitas ao Vale do Silício, sede de empresas de tecnologia como Facebook e Google, para conhecer o funcionamento e a forma de gestão das empresas norte-americanas, Vieira detectou uma cultura de maior aceitação do erro, o que é crucial para acarretar melhorias de produtos e na gestão, e também um grande sistema de cooperação. “No Vale do Silício o ecossistema é pautado na confiança e na cooperação. Como o grande ativo de lá é a reputação, há um incentivo natural para boas ideias e inovação”, diz.

### **Nova equipe comercial**

Mudanças no departamento comercial estão entre as demandas da Alca Network. No segundo semestre 15 pessoas passarão a integrar o departamento comercial, que trabalhará em conjunto com o departamento técnico-comercial. Como a empresa é distribuidora de soluções de vídeo sobre rede, atualmente o

## SAIBA MAIS

O MEG é o único modelo do mundo que está na 20ª edição. Ele foi criado pela Fundação Nacional da Qualidade (FNQ) e tem critérios que podem ser aplicáveis a qualquer tipo de organização, independente do porte ou segmento de atuação.

O modelo brasileiro é baseado em 13 fundamentos de excelência que expressam conceitos reconhecidos internacionalmente e em oito critérios que garantem uma melhor compreensão do sistema gerencial da empresa.



### OS 13 FUNDAMENTOS DE EXCELÊNCIA DO MODELO BRASILEIRO:

CONHECIMENTO SOBRE CLIENTES E MERCADOS ATUAÇÃO EM REDE PENSAMENTO SISTÊMICO  
 VALORIZAÇÃO DAS PESSOAS E DA CULTURA INOVAÇÃO LIDERANÇA TRANSFORMADORA  
 RESPONSABILIDADE SOCIAL ORIENTAÇÃO POR PROCESSOS DECISÕES FUNDAMENTADAS  
 GERAÇÃO DE VALOR APRENDIZADO ORGANIZACIONAL OLHAR PARA O FUTURO AGILIDADE

Fonte: Fundação Nacional da Qualidade (FNQ). Mais informações em <http://fnq.org.br/avaliar-se/metodologia-meg/modelo-de-excelencia-da-gestao>

setor é composto na totalidade por engenheiros, mas nem todos os atendimentos precisam ser feitos exclusivamente por estes profissionais. “De cada cinco atendimentos, um precisa ser técnico”, aponta o diretor, Guilherme Barandas. A alteração no formato comercial também se deve

à diversificação do portfólio.

A nova equipe será integrada à empresa assim que o SAP, um novo software que integrará todos os departamentos, estiver instalado. Aliás, a necessidade de unificação dos sistemas de CRM e ERP (financeiro) foi detectada por uma empre-

sa contábil que presta consultoria para a Alca.

Com o novo software, desenvolvido por uma empresa alemã, haverá redução no tempo de atendimento ao cliente, já que hoje, não raro, é preciso consultar os dois sistemas para buscar o histórico de compras,

## REPORTAGEM DE CAPA

pagamentos e orçamentos de um cliente.

Com a ajuda do sistema também será possível visualizar com mais agilidade as oportunidades de negócios com os cerca de três mil clientes ativos, pois serão apontadas as últimas cotações de preços, por exemplo. O SAP deverá ter a última etapa de instalação concluída em julho.

Outra forma da empresa acompanhar de forma rápida as necessidades dos clientes são os *road shows* realizados em parceria com os fabricantes que a empresa representa. Eles acontecem a cada trimestre em uma região do Brasil e são uma forma valiosa de interagir e demonstrar equipamentos e soluções.

A Alca tem se mantido entre as principais empresas do segmento no Brasil graças à promoção de constantes melhorias na gestão, tanto que em março teve o melhor *case study* de segurança eletrônica de 2014, segundo o Prêmio ISC Digital Security, entregue na principal feira de segurança do mundo em São Paulo/SP. A premiação veio em função do projeto que a empresa desenvolveu para o Exército nas cidades-sede da Copa do Mundo, com a instalação de 300 câmeras e sistemas de monitoramento nos estádios onde ocorreram os jogos de futebol. Também no mês passado a empresa ficou na vice-liderança de melhor distribuidora de volume e terceiro lugar em melhor distribuidora de valor agregado, segundo os fabricantes de câmeras de monitoramento IP e outros produtos de soluções em vídeo.

### Gestão de pessoas

Um familiar mais atento, por mais que esteja num hospital, reparará que as recepcionistas, camareiras,



**Para o presidente do IBQP, Sandro Nelson Vieira, "uma lacuna recorrente entre as empresas é trabalhar continuamente sem planejar"**

enfermeiras e a equipe de limpeza do Hospital e Maternidade Maringá estão sempre maquiadas e com o uniforme em dia. Mesmo num momento de apreensão em relação à saúde do ente querido, este familiar verá funcionários solícitos e encontrará lençóis, fronhas e toalhas não apenas higienizados, mas dobrados impecavelmente, tal como num quarto de hotel.

Estas situações foram minuciosamente planejadas nos últimos anos, resultado dos investimentos da diretoria na equipe interna – a valorização de pessoas é um dos pilares para a excelência da gestão. Afinal, se os colaboradores não estiverem satisfeitos e motivados, de nada adiantaria investir em equipamentos de ponta, controle hospitalar e em melhorias da estrutura.

Vindo do setor industrial, o superintendente administrativo, Eziel de Campos Camargo, detectou há quatro anos que a gestão hospitalar, apesar de complexa em virtude da multiespecialidade de serviços, tinha de ser inovada. O hospital investiu em novos *softwares* para ajudar na complexa administração do negócio, com relatórios esmiuçados

de cada setor, tão necessários para o controle de custos. Também foi preciso elaborar um planejamento estratégico e, paralelamente a isto e tão importante quanto investir em números, foi preciso humanizar o atendimento ao colaborador.

Houve uma readequação salarial e hoje a remuneração está acima da média do setor. O hospital também aumentou os benefícios aos 270 colaboradores e os investimentos em treinamentos, cuja média é de 7,2 mil horas por ano.

Os treinamentos não são apenas técnicos e focados no atendimento, mas incluem dicas de postura, comportamento e até automaquiagem. É isto mesmo: as mulheres que integram os setores de recepção, hotelaria e enfermagem recebem dicas de maquiagem e duas vezes por ano são presenteadas com lápis, base, pó e outros itens. E graças a um convênio com um salão de beleza elas têm uma tabela diferenciada na contratação de serviços estéticos.

É só andar pelos corredores para ver mulheres bem penteadas e com batom. Aliás, após o período de internação, no questionário em que todos os pacientes avaliam os

serviços médicos e hospitalares há questões sobre humor e simpatia da equipe, apresentação pessoal e habilidades. Tanta atenção aos detalhes rende aprovação altíssima entre os pacientes - em fevereiro, o índice de satisfação foi de 96% - e, é claro, também se expressa em números. A taxa média de ocupação de leitos que era de 78%, há quatro anos, foi para 87%, o que é positiva para o setor. Tanto que, em maio, o hospital inaugurará mais duas salas cirúrgicas para se somar a outras cinco, e terá mais três leitos de UTI - hoje são sete.

Na busca pela excelência da gestão, principalmente em relação aos recursos humanos, o Hospital e Maternidade Maringá teve redução considerável de *turnover*, hoje abaixo de 2,8%. “Também encurtamos caminhos entre os diretores, gestores e colaboradores. E implantamos várias sugestões dos funcionários, que têm inclusive a Semana das

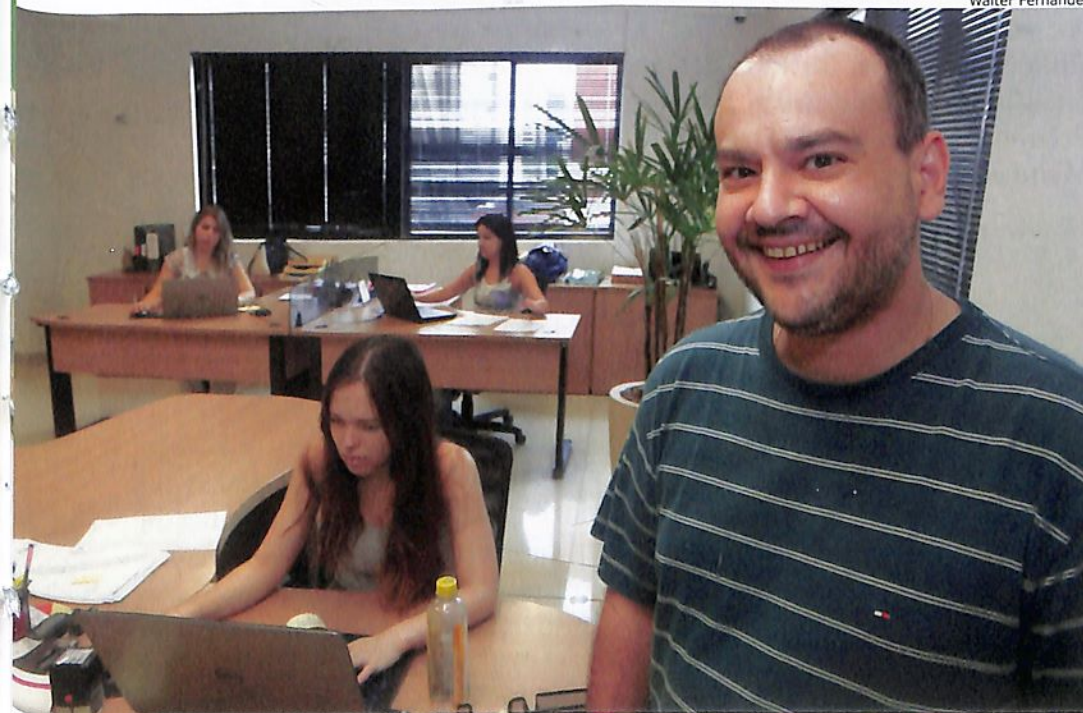
Ideias, realizada anualmente, para as sugestões de melhorias”. Veio de um funcionário, por exemplo, a sugestão de instalação de um sensor na janela dos leitos. Quando a janela é aberta, o ar-condicionado é desligado automaticamente, ajudando a reduzir a conta de energia elétrica. Veio de outro funcionário, que costuma frequentar aeroportos, a ideia de instalar um monitor na sala de espera para informar os familiares sobre o *status* da cirurgia do paciente.

“Tão importante quanto o controle de custos e os investimentos em equipamentos era o atendimento humanizado entre os próprios funcionários. Afinal, é este atendimento um dos nossos diferenciais”, comenta o superintendente.

#### Fase de crescimento

Quando a empresa experimenta uma fase de crescimento mais acelerado, tal como a Tecnospeed, todos os cuidados de busca por

Walter Fernandes



**A equipe comercial da Alca será ampliada em 15 pessoas, depois que a empresa concluir a etapa de instalação de um software que trará mais agilidade, segundo o diretor, Guilherme Barandas**

## Pela primeira vez, PPrQG terá etapa regional no Paraná

Pela primeira vez está sendo realizada em Maringá uma etapa regional do Prêmio Paranaense da Qualidade em Gestão (PPrQG) - também é a primeira vez que o prêmio é regionalizado no Paraná.

A premiação é uma promoção do Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP) e Movimento Paraná Competitivo, com o objetivo de desenvolver a gestão de empresas induzindo-as à melhoria contínua do desempenho organizacional pela implantação do Modelo de Excelência da Gestão (MEG), da Fundação Nacional de Qualidade.

As inscrições terminaram em 2 de abril - como até o fechamento desta edição elas ainda estavam abertas, não havia um balanço de inscritos. Depois de se inscreverem, as empresas deverão entregar o relatório de gestão até 1º de junho. A versão digital do Manual de Instruções para Candidatura e outras informações estão disponíveis em [www.ibqp.org.br/mpc](http://www.ibqp.org.br/mpc). Uma equipe de avaliadores será responsável por visitar as empresas, que receberão, ao final do processo, um relatório com pontos de melhoria.

## REPORTAGEM DE CAPA

excelência devem ganhar atenção especial. Na Uniformes Paraná, os sócios Guilherme Rissardi e Lucas Peron reconheceram a importância de buscar ajuda quando a estrutura da empresa caminhava para rumos mais complexos.

“Sou formado em Administração e o Peron, em Economia, por isso sempre nos atentamos para a qualidade de gestão, mas conforme a empresa foi crescendo foi preciso mudar processos. Buscamos a ajuda do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae/PR) e da ACIM, com palestras e capacitações”, conta Rissardi.

Entre as mudanças colocadas em prática, o empresário cita a melhoria do controle de fluxo de caixa. A partir da meta de, a cada mês, fechar as contas “no azul”, os empreendedores trataram de buscar prazos mais estendidos junto aos fornecedores, negociar preços mais vantajosos para pagamento à vista e a eliminar juros.

“Encaramos as finanças como o coração da empresa e os resultados têm sido ótimos”, afirma Rissardi. Como o padrão de atendimento também é prioridade, os empresá-



Tão importante quanto o controle de custos era a gestão de pessoas do Hospital e Maternidade Maringá; na foto, o superintendente Eziel de Campos Camargo

rios passaram a medir a satisfação dos clientes todos os meses. Desde 2013 os relatórios apontam uma crescente melhora e, recentemente, a empresa atingiu índice de 80% de recompra entre os clientes. “Com estes dados podemos trabalhar estratégias de longo prazo”, comenta.

Ao desenvolver o planejamento estratégico duas vezes por ano, a empresa também abre espaço para que os funcionários sugiram melhorias em processos e estrutura.

E os bons resultados não param por aí. Entre cinco mil inscritos, a Uniformes Paraná foi uma das 16 finalistas do Prêmio MPE Brasil – Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas (Etapa

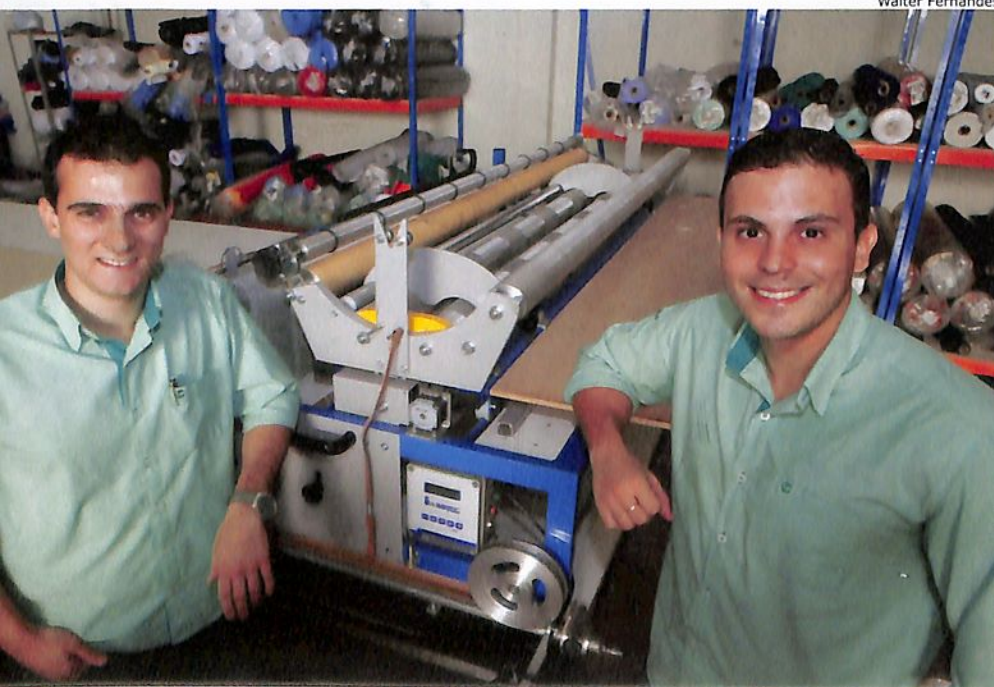
Paraná), que reconhece anualmente empresas que buscam a excelência em gestão.

“Entre as finalistas, a nossa empresa era a mais nova no mercado. Participar foi muito importante porque percebemos que estamos no caminho certo. Além disso, na inscrição preenchemos um questionário para avaliar a gestão e no final recebemos um diagnóstico apontando os pontos que podemos melhorar”, diz Rissardi.


O documento mostrou aos empresários que é preciso desenvolver um manual para treinamento e alinhamento de processos no setor de recursos humanos. Eles também implantaram um novo método de segmentação de clientes que facilita o trabalho de prospecção e de criação de estratégias específicas. As informações ainda auxiliaram os gestores na estruturação do planejamento até 2020.

Motivado e empenhado em aplicar melhorias contínuas, Rissardi adianta que a expectativa da empresa para este ano é vencer o Prêmio MPE Brasil na categoria indústria. ■

**Guilherme Rissardi e Lucas Peron, da Uniformes Paraná: empresa melhorou fluxo de caixa e mede mensalmente satisfação dos clientes**



Walter Fernandes



Venha conhecer a seda que conquistou o  
São Paulo Fashion Week.

Shopping Maringá Park - 2º Piso  
(44) 3034-1670

---

O Vale da Seda, no Paraná, é a região que mais produz seda no ocidente.  
Levamos a qualidade do produto regional para os mais  
diferentes lugares do mundo.



**VALE da SEDA®**

*seda é para sempre*

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



Graziela Castilho

**T**odo empresário quer diferencial competitivo. A questão é: como conseguir? O caminho mais sólido é a inovação. Só que, para buscar esta solução não basta uma boa ideia, é preciso saber como adquirir suporte financeiro e técnico e como seguir as etapas que levam uma proposta a se transformar, de fato, em resultados.

O primeiro passo é entender que inovação não é sinônimo de inspiração momentânea ou de um instante de genialidade. O economista e gerente executivo do Centro de Inovação de Maringá (CIM), José Leonardo Cano Quintino, explica que inovar significa percorrer um conjunto de experiências, ideias e pesquisas, sendo que o processo, muitas vezes, exige um longo período de estruturação.

“Empresa inovadora é aquela que, ao investir em pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I) incorpora os resultados, que podem ser materializados em novos processos, métodos organizacionais, estratégias de *marketing*, produtos e serviços”, afirma. Ele reforça que o conceito não se resume ao que é novo, mas abrange processos ou produtos que foram significativamente melhorados.

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014, estudo sobre empreendedorismo realizado em mais de cem países, o Brasil é considerado um país em fase de transição. Ou seja, está entre o modelo orientado à eficiência, que significa inovação voltada para melhorias dos processos internos e de gestão, e o modelo orientado à inovação, focado no desenvolvimento de produtos e serviços. “Este é o caminho natural

# Na hora de inovar encontre uma ajuda preciosa

Entidades, instituições de ensino e órgãos governamentais reúnem esforços e dão suporte à inovação em Maringá e região; além de apoio para inovar processos, produtos e serviços, empresários podem contar com subsídios financeiros

Walter Fernandes



Os sócios da A5 Arquitetura tentaram inovar a gestão e a produção sozinhos, mas não tiveram êxito; a solução veio com a contratação de uma consultoria; na foto o sócio Eduardo Paulino



“Todo investimento em inovação envolve riscos e só está disposto a isso quem já provou dos ganhos com investimento em inovação interna”, afirma o gerente do CIM, José Leonardo Quintino

da inovação, afinal não faz sentido uma empresa inovar em produtos sem nunca ter investido em melhorias de gestão e *marketing*. Todo investimento em inovação envolve riscos e só está disposto a isso quem já provou dos ganhos com investimento em inovação interna, ou seja, para a própria empresa”, ressalta o gerente executivo.

#### Método de gestão

O arquiteto Eduardo Paulino, sócio da A5 Arquitetura, sabe bem que inovação não acontece em um estalo. A empresa nasceu em

2006, gerenciada por cinco sócios formados em Arquitetura. “No início enfrentamos desafios e percebemos a necessidade de entender o escritório como empresa e não como vários profissionais liberais trabalhando juntos”, explica.

Durante quatro anos o grupo tentou se organizar sozinho. “Não deu certo porque cada um tem um estilo. Era como ter vários ‘escritórios’ dentro de um só. Depois tentamos nos articular em linha de produção, mas também não surtiu efeito”, lembra Paulino.

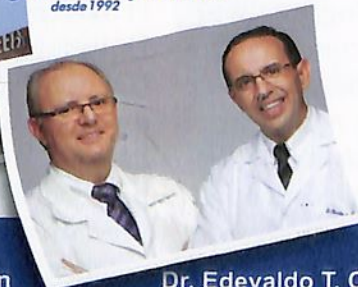
Os arquitetos decidiram implan-

tar um método de gestão utilizado por empresas de Tecnologia da Informação (TI). O procedimento, porém, tornou o trabalho burocrático. Em 2012 os gestores contrataram uma empresa de consultoria e conseguiram desenvolver visão corporativa e criar processos padronizados.

“A equipe adquiriu maturidade em gestão e isso proporcionou facilidade e agilidade para identificar e solucionar problemas. Graças à inovação em gestão conseguimos aumentar o volume de serviços sem perder a qualidade dos projetos

# ctb

**CENTRO DE TRATAMENTO BUCOMAXILOFACIAL**  
Cirurgias e Implantes  
desde 1992



Dr. Angelo José Pavan  
CRO 7444

Dr. Edevaldo T. Camarini  
CRO 6008

## EXCELÊNCIA EM RESULTADOS

- Cirurgias Bucomaxilofaciais
- Implantes Dentários
- Cirurgias de Enxertos Ósseos
- Cirurgias Ortognáticas
- Traumatologia Bucomaxilofaciais
- Cirurgias Ambulatoriais

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

[www.facebook.com/ctbmaringa](https://www.facebook.com/ctbmaringa)

**44 3024-5646**

e-mail: [bucomaxilo@wnet.com.br](mailto:bucomaxilo@wnet.com.br)  
Rua Princesa Isabel, 564 - Zona 4 - Maringá-PR



**“A empresa candidata à seleção deve ter um projeto minimamente estruturado, porque transformamos pesquisas em produtos comerciais”, diz Marcelo Farid Pereira, da Incubadora Tecnológica**

arquitetônicos”, comemora.

Na metade do ano passado, a A5 Arquitetura conquistou a certificação internacional CMMI (Capability Maturity Model Integration) e, recentemente foi selecionada pelo Sebraetec para avançar no nível de certificação. “Hoje somos dois sócios e 23 funcionários e nossa perspectiva é continuar avançando em inovação e qualidade”, destaca Paulino.

#### Parceria com a academia

Outras empresas podem desenvolver a cultura da inovação. Um dos caminhos é o suporte prestado pelo CIM. Em Maringá e região, a entidade promove articulação entre instituições de ensino superior e técnico, empresas, órgãos governamentais, associações de classe e da comunidade, com foco no atendimento aos setores da construção civil, metal mecânico, vestuário, tecnologia da informação e comunicação, bioenergia e agronegócios.

Para viabilizar esta cooperação o CIM atua por meio de projetos como o Café do Conhecimento, que promove ciclos de discussões sobre

inovação, e o Projeto de Pesquisa Integração Academia-Mercado, que no ano passado angariou R\$ 102 mil junto às empresas. O valor foi aplicado em forma de bolsas disputadas por alunos de graduação de Maringá.

Em julho será aberto um novo edital do projeto. Até lá será montado um banco de ofertas e de demandas em pesquisa e inovação. O objetivo é identificar os entraves à competitividade e, junto com os parceiros, promover soluções para os problemas levantados, viabilizando condições para incorporar tecnologia e aumentar o valor agregado da produção.

Outro destaque do CIM é o Buscador Acadêmico, um portal desenvolvido por um dos bolsistas para catalogar, homologar e divulgar os trabalhos de conclusão de curso, monografias, dissertação de mestrado e doutorado. A proposta é tornar público e acessível o conhecimento produzido na academia.

O CIM fomenta o empreendedorismo de alto impacto por meio das *startups*, ou seja, empresas que nascem a partir de ideias inovado-

ras e de base tecnológica projetadas para crescimento acelerado. “Muitos universitários nos procuram. Nosso papel é proporcionar acesso a serviços que visam ao amadurecimento do modelo de negócio, prototipagem, incubação da empresa e lançamento do produto no mercado”, pontua Quintino.

#### Incubadora Tecnológica

A Incubadora Tecnológica de Maringá (ITM) também é uma opção. “É importante que a empresa candidata à seleção tenha um projeto minimamente estruturado, porque transformamos pesquisas em produtos comerciais”, esclarece o coordenador do grupo estratégico, Marcelo Farid Pereira.

Dividida em duas unidades, a ITM atende nove empresas de TI na Universidade Estadual de Maringá (UEM) e em um antigo barracão do Instituto Brasileiro do Café há mais 14 empresas de energia, biotecnologia, novos materiais, mecânica, tecnologia limpa, têxtil e *design*, mecatrônica e polímeros. “Também estamos começando a abrigar *startups*”, acrescenta Farid.

# MARINGÁ A MELHOR CIDADE DO PARANÁ PARA CRIAR OS FILHOS

8ª MELHOR  
DO BRASIL

Pesquisa divulgada pela EXAME classifica Maringá como a melhor cidade do Paraná, e 8ª do Brasil, para se criar os filhos.

- ✓ Maior IDH-M do interior do estado
- ✓ Melhor gestão fiscal do Paraná e 12ª do Brasil

- ✓ 2ª melhor cidade do Brasil em saneamento
- ✓ 32 Unidades Básicas de Saúde, Hospital Universitário e 2 Unidades de Pronto Atendimento

- ✓ 2ª melhor cidade do estado na criação de empregos e 13ª do país
- ✓ 5ª menor taxa de mortalidade infantil do país

- ✓ IDEB: meta estabelecida para 2024 já alcançada
- ✓ 9 instituições de ensino superior, 2 delas estão entre as melhores do Brasil

Ranking elaborado pela Delta Economics & Finance para EXAME.com



Uma cidade cada vez melhor.

[maringa.pr.gov.br](http://maringa.pr.gov.br)  
/prefeiturademaringa



Com mais de 15 anos de atuação, a ITM conta com fluxo contínuo de lançamento de produtos. Somente no ano passado 23 projetos inovadores desenvolvidos na incubadora alcançaram o mercado.

Ainda neste semestre a ITM deve ampliar a estrutura física com recursos da Financiadora de Estudos e Projetos (Finep). A ideia é estruturar um Parque Tecnológico para atender a demanda crescente e desenvolver as cadeias produtivas locais.

Entre as empresas incubadas estão a Skintec e a Seven Polímeros, que têm produtos em fase de testes no mercado. Com o apoio de parceiros, elas desenvolvem um biocida com princípios naturais que, ao ser incorporado no plástico, reduz a presença de bactérias e microrganismos, garantindo um diferencial para os produtos utilizados em setores de alimentos, biomédicos, higiene, entre outros.

Muitas das análises são feitas no novo laboratório especializado em polímeros da ITM. “Estamos aperfeiçoando o biocida natural para que ganhe viabilidade comercial, com escala industrial e redução de custos”, explica o mestre em Química pela UEM, Ricardo Bossoni, contratado pelas empresas.

Outra vantagem é que o produto é 100% reciclável e não altera a textura do plástico. Em breve as empresas pretendem oferecer o novo biocida às indústrias de plásticos.

### Instituto Senai

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai) também está investindo esforços para contribuir com a inovação em Maringá. Para isso promove a instalação do Instituto Senai de Tecnologia em Metalmeccânica no antigo prédio do Centro Tecnológico de



Walter Fernandes

**O químico Ricardo Bossoni está ajudando a aperfeiçoar um biocida natural que ao ser incorporado ao plástico reduz a presença de bactérias e microrganismos; produto está em testes no mercado**

Maringá. A iniciativa receberá mais de R\$ 8 milhões da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep).

O investimento será aplicado na ampliação do prédio na aquisição de tecnologias e máquinas, como impressoras 3D. A obra de expansão está em fase de licitação e deve ficar pronta no segundo semestre de 2016. “Trata-se de um polo de desenvolvimento de altíssima tecnologia que vai diminuir a necessidade das indústrias desenvolverem projetos inovadores em países externos”, explica o gerente Luiz Antonio Mendonça.

O instituto vai oferecer soluções em *design*, prototipagem, engenharia de produto, manutenção, consultorias, serviços técnicos e laboratórios de ensaios e testes. Até que a obra fique pronta estão em funcionamento cursos de capacitação e PD&I. Empresas ou profissionais da metalmeccânica também têm a oportunidade de desenvolver produto fazer testes e ensaios no Laboratório Aberto, que tem seis projetos em desenvolvimento.

### Sebrae custeia 80%

Além do apoio técnico para o desenvolvimento do processo de inovação é fundamental que as empresas busquem suporte financeiro. Uma alternativa é o Sebraetec, programa do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) que custeia 80% do projeto.

Para este ano, o gerente regional do Sebrae/PR, Luiz Carlos da Silva, informa que o programa vai contar com cerca de R\$ 1,3 milhão dividido entre os projetos da região noroeste do Paraná. “Esperamos superar a quantidade de empresas atendidas no ano passado, porque percebemos o aumento do interesse dos empresários por inovação”, afirma.

O Sebrae também tem negociado com a prefeitura, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, a continuidade do Programa Bairro Empreendedor – Pro Inova, que deve reunir cerca de R\$ 400 mil para subsidiar projetos de inovação de micro e pequenas empresas de Maringá. No ano passado a parceria permitiu atender 228 empresas a mais por meio do Sebraetec. ■

# Conheça...



## a mais nova tecnologia em produção de sacolas

Compre sua  
sacola e pague em até  
48X pelo **cartão BNDES**.



A Caiuás Gráfica e Editora expandiu seu parque gráfico e aumentou o mix de produtos ofertados, investindo em modernos equipamentos para produção de sacolas e embalagens, visando maior agilidade na produção e mantendo a qualidade dos seus serviços. A Caiuás inova mais uma vez, com alta tecnologia e treinamento contínuo, proporcionando a você melhor atendimento e cumprimento dos prazos pré estabelecidos.

Quer conhecer mais sobre essa inovação?  
Visite-nos ou solicite a visita de um representante.

Fone: (44) 3028-6323

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

Av. Dr. Gastão Vidigal, 2742 - Parque Lagoa Dourada - CEP 87053-310 - Maringá - Paraná



**CAIUÁS**  
GRÁFICA E EDITORA

# Empreendedorismo verde

Juliana Daibert

Uma pequena reforma em casa foi suficiente para indicar ao analista de sistemas Rafael da Costa Cavalcanti o caminho do empreendedorismo. A ausência de produtos construtivos ecológicos, que era primeira opção para ampliar a área de lazer, o levou a estudar mais sobre o assunto e a buscar sócios também interessados em materiais de construção sustentáveis.

Surgiu então a Alternativa Eco, indústria que há um ano vem produzindo, comercializando e instalando, em Maringá e região, tijolos e pisos (*pavers*) ecológicos feitos à base de resíduos da construção civil. Antes de ser disponibilizados, os produtos foram submetidos a rigorosos testes de qualidade desenvolvidos durante todo o ano de 2013, conquistando a resistência de mais de 100% exigida pela norma brasileira, conforme atestaram laudos do Departamento de Engenharia Civil da Universidade Estadual de Maringá (UEM).

A sustentabilidade, característica que diferencia os produtos da Alternativa Eco, está presente em todas as fases de fabricação dos tijolos e pisos. Eles são de encaixe, o que facilita e acelera a colocação, além de dispensar o quebra-quebra de parede, o uso de madeiramento e a necessidade de reboco. O conforto termo-acústico também é uma importante qualidade dos produtos, uma vez que eles não permitem trocas entre os ambientes interno e externo. Tudo isso contribui para a economia de até 50% no custo final da obra, se comparado ao sistema de construção convencional.

Embora os produtos da Alternativa Eco não sejam novidade - o mercado

Há um ano empresa maringaense fabrica tijolos e pisos (*pavers*) ecológicos a partir de resíduos da construção civil; produtos foram submetidos a rigorosos testes de qualidade e dispensam a necessidade de reboco



Walter Fernandes

Rafael da Costa Cavalcanti e o sócio, Junio Felipe de Pádua, da Alternativa Eco

da construção civil já conhece e utiliza tijolos ecológicos há cerca de 20 anos -, Cavalcanti e os sócios acreditam que o material criado por eles será capaz de permitir a qualquer pessoa construir a própria casa, programando, inclusive, a produtividade da construção - claro, desde que respeitando o projeto arquitetônico e tendo um profissional responsável. "O processo todo é muito simples. Um cliente construiu uma casa de 80 metros em 15 dias, o que é fantástico", diz Cavalcanti.

Engana-se quem pensa que a sustentabilidade compromete o acabamento. Os revestimentos podem ser aplicados diretamente sobre o tijolo, inclusive tintas e texturas, que pode ser o próprio acabamento final, ficando à vista.

Apresentando uma possibilidade ao método convencional de construção, a Alternativa Eco encontrou um nicho significativo no vasto mercado da construção civil, apostando no apelo ecológico que, em tempos de escassez de água e encarecimento de energia elétrica, ganha mais adeptos e defensores. "Nossos produtos não substituem os modelos convencionais, mas tenho certeza que irão conquistar público cativo. De maneira geral, as pessoas estão se apegando às questões sustentáveis", avalia o empresário.

Além de produzir e comercializar tijolos e pisos, a Alternativa Eco presta assessoria para ensinar mestres de obras, pedreiros e pessoas comuns a utilizar os materiais. O site da empresa é [alternativaeco.com](http://alternativaeco.com)

# Comenda Américo Marques Dias

Homenagem a  
*Jefferson Nogaroli*



*Homens de visão são aqueles que  
entendem que há uma pequena  
diferença entre obstáculos e  
oportunidades e são capazes de  
transformar ambos em progresso.*

Uma homenagem



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



PARQUE  
**TREBBIANO**  
PAYSAGE



O ÚNICO BAIRRO INTELIGENTE COM  
**RESIDENCIAIS FECHADOS DA REGIÃO**

No Parque Trebbiano você poderá morar, fazer compras e empreender, tudo em um mesmo lugar, como em uma smart city. O residencial fechado possui integração com comércios e serviços, gerando menos tempo de deslocamento e mais qualidade de vida para você aproveitar a área de lazer mais completa da região.

Mais que um residencial fechado com área de lazer,  
**um bairro para você viver sensações.**

Cadastre-se: **44 3222 0885**  
**parquetrebbiano.com.br**

Plantão de vendas  
**Av. Carmem Miranda, 2459**

**TERRENOS**  
A PARTIR DE

**300M<sup>2</sup>**

- Em residencial fechado
- Externos comerciais ou residenciais

ENTRADA  
FACILITADA E SALDO  
**EM ATÉ**

**180x**

**DIRETO COM  
O INCORPORADOR**

Imagens Ilustrativas



# P R É - L A N Ç A M E N T O

Portaria - Pinotage



Piscina - Pinotage



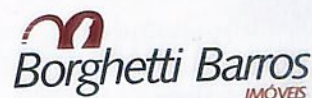
Fitness - Pinotage



Realização:



Vendas futuras:



As imagens aqui representadas são de caráter meramente ilustrativo e provisório, tendo como finalidade a divulgação do empreendimento para fins comerciais e estão sujeitas a alterações de cor, textura, acabamento e composição. Tanto o mobiliário quanto os utensílios utilizados para compor as gravuras possuem dimensões comerciais e não integram o contrato de compra e venda. A vegetação que compõe o paisagismo é ilustrativa e apresenta porte adulto de referência, na entrega do condomínio a entrega da vegetação apresentará diferença de tamanho pois será entregue em forma de mudas conforme projeto. Possíveis alterações de projeto serão executadas de acordo com o memorial descritivo do Parque Trebbiano Paysage. Empreendimento aprovado pelo decreto 4.969/2015, alvará nº 236/2015 da prefeitura municipal de Marialva. O mesmo só será comercializado após o registro perante o cartório de registro de imóveis da comarca de Marialva - Paraná em cumprimento ao estabelecido na lei 6.766/1979.

Juliana Daibert e Juliana Duenha

# Sempre alerta!

Pregando lealdade ao país, amor à terra, ao povo e à cultura natais, em harmonia com a promoção da paz, escotismo completa cem anos no Paraná; em Maringá são cerca de 300 participantes em três clubes

Ser melhor consigo, com Deus e com a pátria. Há pouco mais de um século no mundo e há exatos 100 anos no Paraná, o lema que inicia este parágrafo vem sido repetido por mais de um bilhão de pessoas espalhadas pelos quatro cantos do planeta desde que o movimento escoteiro foi criado por Baden Powell na Inglaterra, em 1907. No Brasil, o escotismo teve início no Rio de Janeiro em 1910, e hoje são mais de 80 mil adeptos. Atual e oficialmente, hoje há 40 milhões de jovens registrados em 150 países, mas estima-se outro tanto em organizações não oficiais e femininas, o que pode elevar o número para 100 milhões de pessoas.

Mas quais valores e princípios são capazes de agregar tantas pessoas durante tanto tempo? Contribuir com a formação de cidadãos responsáveis, que compreendam a dimensão política da vida em sociedade e desempenhem papéis construtivos na comunidade são os firmes propósitos do movimento. Desde crianças os escoteiros são incentivados a ser leais ao país e a amar a terra, o povo e a cultura natais, em harmonia com a promoção da paz, sem hostilidades entre classes sociais ou nações.

Em Maringá, o escotismo tem cerca de 300 adeptos que se dividem entre os grupos Verde Canção, cuja sede é próxima ao Country Club, Novo Horizonte, sediado na escola Laura Rebouças, e Águia de Haia, instalada no distrito de Iguatemi.

A hierarquia do movimento segue a faixa etária. Dos 7 aos 10 anos, os lobinhos aprendem a trabalhar em grupo, a cuidar da higiene pessoal e a desenvolver a autoconfiança. Entre os 11 e os 15 anos o escoteiro começa a exercitar a autonomia, sugerindo atividades internas e externas como



Walter Fernandes

Em Maringá, o movimento escoteiro tem cerca de 300 adeptos, reunidos nos grupos Verde Canção, Novo Horizonte e Águia de Haia

caminhadas, acampamentos, campanhas beneficentes e visitas de auxílio a entidades assistenciais. A fase seguinte, que vai dos 15 aos 18 anos, é a de sênior. Com total autonomia, cabe ao escoteiro o planejamento das atividades e a programação do grupo, com total responsabilidade sobre o que vier a ser feito. Dos 18 aos 21 anos, a última fase da hierarquia, o pioneiro passa a desenvolver projetos de alcance comunitário que, de preferência, envolvam todos os membros do grupo. É importante ressaltar que o voluntariado também está na essência do movimento.

O empresário Robson Laqui

preside o Grupo Escoteiro Novo Horizonte há dois anos. Segundo ele, as filhas o motivaram a tornar-se voluntário. “Em Arapongas, onde morávamos, minhas três filhas participavam e gostavam do movimento escoteiro. Com a mudança para Maringá decidimos continuar participando”, diz.

Movidos pela paixão e sem fins lucrativos, os escoteiros aceitam doações de materiais e equipamentos usados, a exemplo de materiais de escritório, de campismo ou náuticos. Interessados podem entrar em contato com Robson Laqui, pelo telefone (44) 9919-0081.

# Qual o seu sonho?

Vamos realizar juntos.



# card



Fones: 44 3220-5454 ou 44 3033-0654  
[www.coopercard.com.br](http://www.coopercard.com.br)

Wilame Prado

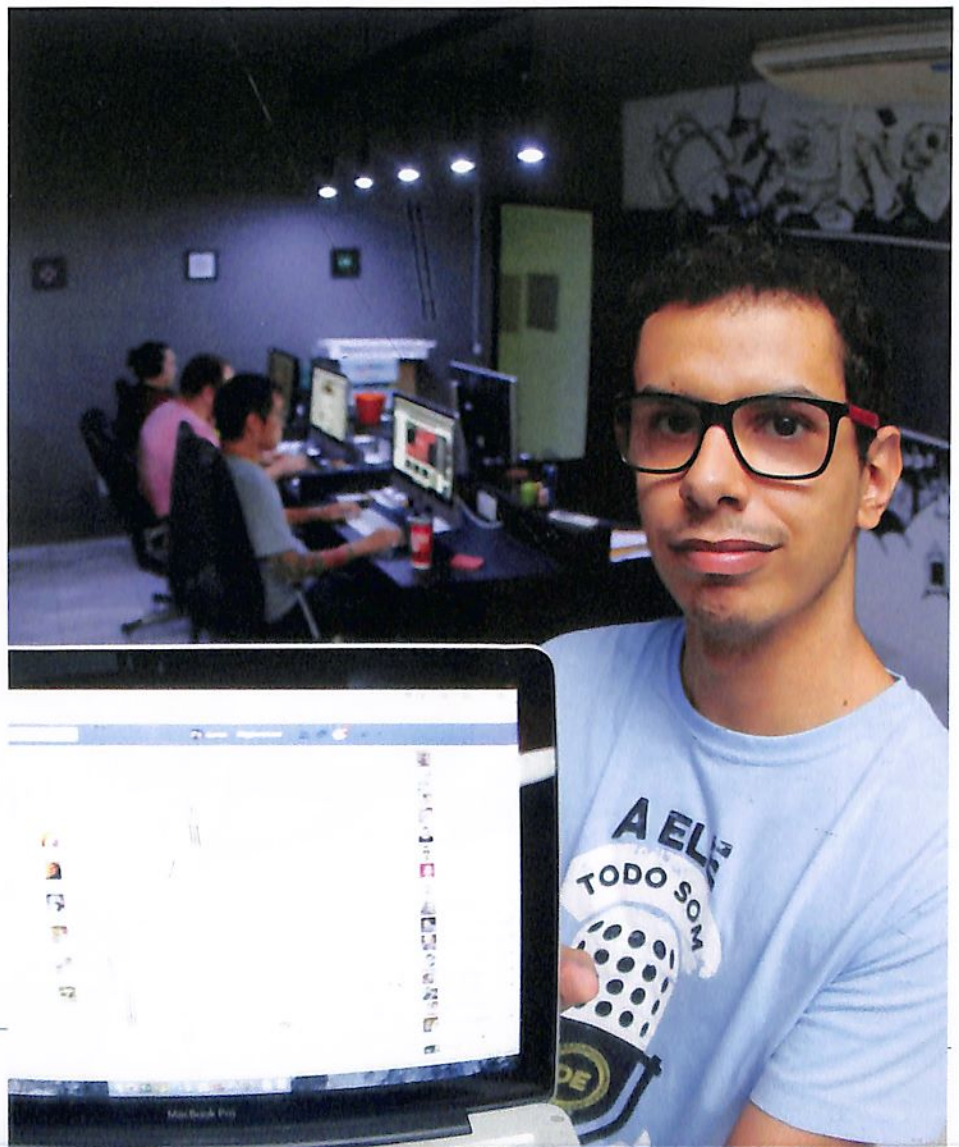
**P**elo Twitter, pergunto ao @ponto-frio o que o Pinguim, mascote da marca famosa de eletrodomésticos, diria em apenas 140 caracteres sobre o tema: Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) 2.0. Mesmo com seus 204 mil seguidores na rede social, o profissional de comunicação que está por trás do perfil não tarda em responder, mantendo o bom humor reconhecido da marca em seus relacionamentos pela *web*: “@wilameprado Em 140 caracteres eu consigo atender, distribuir amor, conceder desconto e ainda sobra tempo pra te mandar um MUAAAANK!”

É difícil imaginar, em anos anteriores, alguém do SAC “distribuindo amor” e mantendo um contato amistoso com os consumidores. Antes limitado ao 0800, o consumidor – em uma relação fria – era obrigado a conversar com robôs que exigiam discar determinado número do telefone para ter um serviço ou aguardar muito pacientemente “um de nossos atendentes” enquanto se ouvia uma música, que não raro era irritantemente enjoativa.

Com o SAC 2.0, serviço que consiste em oferecer aos consumidores um atendimento mais atencioso (ainda que virtual) por meio de redes sociais, *chats*, blogues e sites, empresas têm conseguido se aproximar mais de seu público. Os casos mais famosos no país envolvendo o atendimento ao consumidor pela internet aconteceram principal-

# Harmonia entre marcas e clientes graças à internet

Casos de SAC 2.0 que fizeram sucesso nacionalmente provam que bom relacionamento entre marcas e consumidores ainda é o maior negócio; em Maringá empresas também estão apostando neste canal de comunicação com os conectados na *web*



**“Com o aumento de conversas entre consumidores e marcas temos um ambiente fértil para o que se chama de inteligência do consumidor: estudar e qualificar os *insights*”, aponta o publicitário Lucas Santos**

mente no *Twitter* e no *Facebook*. Além do Pinguim do Ponto Frio, empresas como Itaú, Santander, Bradesco, GVT, Netflix e a prefeitura de Curitiba aparecem em listas que apontam as melhores ações de *marketing* na *web* – geralmente dotadas de bom humor e leveza.

### Perfil do atendente

O publicitário maringense Lucas da Silva Santos recomenda àqueles que estão dando os primeiros passos virtuais cautela para não “pagar mico” e extrema atenção para entender o que os consumidores estão dizendo sobre a empresa, corrigindo eventuais equívocos nas estratégias de *marketing* no SAC 2.0.

“Com o aumento de conversas



Walter Fernandes

Unimed Maringá faz há três anos atendimentos via redes sociais; “a rotina mudou e alguns colaboradores foram direcionados para realizar estas atividades”, conta a assistente de marketing, Vanessa Trevisan



NOSSA MAIS SINCERA HOMENAGEM AO SR. JEFFERSON NOGAROLI PELO RECEBIMENTO DA COMENDA AMÉRICO MARQUES DIAS, POR SERVIÇOS PRESTADOS À COMUNIDADE DE MARINGÁ, REGIÃO E À ACIM.

uma homenagem  
**PEDRO GRANADO**  
IMÓVEIS

entre consumidores e marcas temos também um ambiente fértil para o que se chama de inteligência do consumidor: estudar e qualificar os *insights* gerados pelos consumidores nessas plataformas de maneira a melhorar produtos e serviços”, diz Santos, que é diretor de planejamentos da Bangboo (agência especializada em serviços de internet).

Como é uma área nova que envolve *marketing* e comunicação, ainda não está claro o perfil do profissional que pode assumir o gerenciamento de marcas no mundo virtual. “Claro que capacitação é importante. Mas gosto primeiramente de analisar o trabalho do profissional, capacidade de evolução, sobriedade de raciocínio, visão empreendedora e criatividade. Estes requisitos são indispensáveis. Se for para falar de capacitação, acredito que os profissionais das áreas de publicidade, jornalismo e *marketing* são os mais próximos”, considera.

### Reciclagem de conhecimentos

Na Unimed Maringá, empresa que há quase três anos iniciou o atendimento via redes sociais e hoje tem ações interessantes de SAC 2.0, a marca na *web* é responsabilidade do setor de *marketing*. Embora não tenha havido ainda contratação específica de um funcionário para se dedicar exclusivamente ao mundo virtual, houve uma reciclagem da equipe responsável pelo diálogo entre a marca e os consumidores por meio da internet.

A assistente de *marketing* Vanessa da Costa Trevisan é a responsável pelo monitoramento e criação de conteúdo para redes sociais da Unimed. “A rotina mudou e alguns colaboradores foram direcionados para realizar estas atividades. Ao notar a importância das redes so-

## 0800 não morreu, mas respira por aparelhos

O surgimento do SAC 2.0 não elimina as tradicionais maneiras de atender um consumidor. O bom e velho *tête-a-tête* continua sendo a melhor maneira de resolver situações envolvendo clientes e prestadores de serviços. No entanto, com a correria diária e com os impedimentos das distâncias, nem sempre isso é possível. Para aqueles que ainda não simpatizam com a *web*, as empresas oferecem atendimento por telefone. Os 0800, com ligações sem custos tarifários, sobrevivem.

“A Unimed Maringá atende o público de todas as idades. Então não podemos restringir, nem muito menos deixar de lado as formas gerais de atendimento. Trabalhamos de forma global e integrada”, diz a assistente de *marketing* Vanessa da Costa Trevisan. Para o publicitário Lucas da Silva Santos, quanto mais alternativas de atendimento, melhor. “Acredito que toda empresa pode trabalhar com uma forma ou outra – ou com as duas. Mas é claro que ambientes *on-line* são menos complexos para o usuário. Também vejo que o SAC 2.0 trouxe humanização para o relacionamento entre marcas e consumidores. É legal ver que, do outro lado,

existe uma pessoa bacana e disposta a solucionar seu problema”.

O professor da área de Administração, Francisco Giovanni David Vieira, opina que os atendimentos mais tradicionais ao consumidor estão fadados ao desaparecimento. “É um fato que se consolidará nos próximos anos em função do perfil dos novos usuários de produtos e serviços: jovens que foram educados na era da internet e que usam dispositivos eletrônicos de comunicação digital e em *streaming* como parte de seu dia a dia”, afirma.

Nessa luta entre SAC tradicional e SAC 2.0, a internet só não nocauteou de vez o telefone porque, na opinião de Vieira, ainda existe conservadorismo por parte dos empresários quando o assunto é o relacionamento da marca no mundo virtual. “Talvez os maiores obstáculos, ou pelo menos os iniciais, sejam a insegurança e o receio dos empresários exporem empresas e marcas sem terem o controle sobre o que pode acontecer. Mas ser tradicional ou refratário não é a melhor saída. É preciso criar uma forma de interação por meio da internet e o SAC 2.0 é uma alternativa”.



## Parceria GetCard, ACIM e SICOOB traz benefícios ao varejo de Maringá.

O mercado de cartões de crédito e débito está com grandes previsões para 2015, principalmente pelas diversas possibilidades atribuídas à comodidade e segurança transmitidas ao consumidor na finalização de suas compras, em conjunto com o parcelamento sem juros ou com taxas atraentes ofertadas por algumas empresas.

Com o objetivo de viabilizar as melhores condições, performance e um diferencial real para a comunidade varejista de Maringá, a GetCard Data Center, em um movimento de parceria estratégica com a ACIM (Associação Comercial e Empresarial de Maringá) e o SICOOB (Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil), leva aos seus associados um pacote de serviços com grandes diferenciais, como tarifas especiais para as operações de cartões de débito ou crédito, e também para antecipação de vendas realizadas via SICOOB.

Mas os benefícios não param por aí! Além das taxas ofertadas, a GetCard também abre espaço em seu serviço de Hospedagem, por um período gratuito e promocional, para associados ACIM que queiram marcar presença na Internet e no universo da Web.

Destacando o seu serviço de pagamento eletrônico, o TEF IP (Transação Eletrônica de Fundos) GetCard traz aos associados o processamento de crédito e débito em mais de 200 bandeiras que, junto ao SICOOB, permitirá a citada antecipação de vendas com condições especiais, dependendo da negociação realizada junto ao gerente SICOOB.

Para Joelson Andrade, Diretor Executivo da GetCard Data Center, "a parceria também visa uma aproximação com empresários de

Maringá. Hoje nossa empresa opera em todo o Brasil, e vimos uma grande oportunidade ao oferecer benefícios reais aos nossos empresários, não somente para os envolvidos, mas para o próprio crescimento das empresas locais. Ficamos muito orgulhosos de contribuir com tal iniciativa, abrindo novas portas e viabilizando esse diferencial para o empresário e, assim, que tudo reflita onde é mais importante, a satisfação e garantia de um novo retorno do consumidor final. Esse é um ciclo de valor inestimável para as empresas da região e deve ser sempre estimulado. A GetCard quer ser uma peça fundamental nesse processo de parceria e apoio ao empreendedor local, que muitas vezes busca em um ambiente distante serviços, até mesmo sem nenhum benefício, por desconhecer entidades da região ou não poder contar com tais vantagens para o seu dia a dia. Neste sentido, a parceria é de extrema importância e traz maior possibilidade de prosperidade a região".

"Diante das incertezas do mercado, com o aumento da inflação e a elevação da taxa SELIC, a antecipação das vendas via cartão de crédito é uma das alternativas mais vantajosas para recomposição do capital de giro das empresas. O Sicoob disponibiliza essa linha de crédito aos seus associados e oferece condições especiais de prazo, valor e taxa. Procure uma agência Sicoob e se informe com o gerente", afirma Helcio Meneguetti, Gerente de Mercado do SICOOB.

Para maiores informações, entre em contato com os consultores GetCard através do telefone 44 3023 0062, ou através do e-mail [contato@getcard.com.br](mailto:contato@getcard.com.br).

ciais, buscamos aprofundar os nossos conhecimentos para gerenciar as páginas”.

O que começou com a abertura de uma *fanpage* no *Facebook* em 2012, diz Vanessa, hoje estimula o contato com um público que tem crescido. Além do *Facebook*, a cooperativa tem páginas no *YouTube* e no *Instagram*. Vanessa destaca uma ação realizada no ano passado que aproximou bastante marca e conveniados: “Criamos a série ‘Uso Consciente do Plano’, em que foram realizadas publicações no *Facebook* e *Instagram* com dicas para um uso consciente e saudável do plano de saúde. As dicas abordavam desde a atualização de dados cadastrais até sugestões para o atendimento médico”.

### Nem toda empresa precisa

Para o pós-doutor em Administração Francisco Giovanni David Vieira, que leciona para cursos de graduação e pós-graduação na Universidade Estadual de Maringá (UEM), o SAC 2.0 veio para ficar, mas é um canal que, por enquanto, não é crucial para todas as empresas. “Não me parece que o SAC 2.0 faça sentido, por exemplo, para empresas de pequeno porte, que têm uma base de atuação local ou regional, que possuem pequeno portfólio de produtos e serviços ou que atuam no mercado B2B, ou seja, que trabalham por meio de uma relação *business to business*, cujos clientes são corporativos”.

Um simples deslize do profissional responsável pela comunicação na *web* (uma postagem em rede social contendo erro de ortografia, por exemplo) ou uma reclamação envolvendo a empresa que “viraliza” e se torna conhecida do grande público após denúncia de cliente insatisfeito



Walter Fernandes

**Para o professor Francisco Giovanni David Vieira, “ser legal ou descolado pode funcionar uma vez ou outra e virar *case* para a mídia de difusão, mas definitivamente não é o cotidiano do SAC 2.0”**

pode manchar a marca na internet.

Vieira lembra que a comunicação na internet é ampla e praticamente ilimitada. Por isso recomenda também cautela. “Hoje quando se fala para um, se fala para mil. Esse é um dos ditados da internet e do mundo das redes sociais. Neste sentido, não é para qualquer empresa, produto ou serviço que se presta à improvisação no desenvolvimento do relacionamento por meio da internet ou das redes sociais.”

Na opinião dele, os *cases* de sucesso em SAC 2.0 se mostraram ações arriscadas e que poderiam ter prejudicado à imagem da empresa na internet. “Ser legal ou descolado pode funcionar uma vez ou outra e virar *case* para a mídia de difusão, mas definitivamente não é o cotidiano do SAC 2.0. Ele exige preparação, capacitação, treinamento, estrutura de informática e de rede, bem como material de apoio e, sobretudo, sentido de integração interna e cultura de solução de problemas”.

A assistente de *marketing* da Unimed afirma que, na internet, as

decisões precisam ser tomadas de maneira rápida. Mais: é preciso um monitoramento constante sobre tudo o que acontece relacionado à marca. Para isso, as buscas em pesquisadores de *links*, como o Google, e os marcadores de palavras-chave relacionadas à marca podem ajudar, além, é claro, da verificação de tudo o que acontece nas redes sociais, desde uma curtida até uma mensagem de alguém fazendo uma pergunta referente a um serviço prestado pela empresa.

“É preciso entender para quais canais as reclamações devem ser encaminhadas. O profissional que filtra estas reclamações deve repassá-las e cobrar uma resposta do setor envolvido, de forma rápida, oferecendo soluções para o problema. É preciso também utilizar uma ferramenta de monitoramento para acompanhar como a empresa está sendo citada nas redes sociais, o que facilita o acesso a situações de crise, isso tudo se atentando à linguagem utilizada na rede, sem cometer excessos”, aconselha Vanessa. ■



Agora, em Maringá, você conta com uma estrutura completa para atender perfeitamente suas necessidades ao realizar eventos.

## Centro de eventos ibis budget

Anexo ao Shopping Avenida Center



### Sala I:

132 128 m<sup>2</sup>



### Sala II:

59 48 m<sup>2</sup>



### Sala III:

40 71 m<sup>2</sup>



Conheça nossas opções exclusivas de coffee break, almoço e jantar.



Av. Adv. Horacio Raccanello Filho, 5105 | Maringá-PR | Fone: (44) 3302 2400 | email: h8998-dm1@accor.com.br

A Sancor Seguros chegou ao Brasil  
para cuidar do seu patrimônio,  
da sua família e da sua vida.



Somos uma empresa de seguros **inovadora** e **comprometida**, que chega ao Brasil para oferecer **segurança** e **tranquilidade**.

Nossa origem, como Grupo Segurador, está na Argentina. Hoje, expandimos nossa atuação pela América, levando a **experiência** e os **valores** que nos consagraram como a maior e mais importante seguradora daquele país.

Nosso foco está nas necessidades dos clientes e na

inovação constante. Sabemos que, quando contrata uma apólice, você escolhe muito mais do que uma cobertura. Por isso, nosso compromisso é superar o acordo e oferecer **mais** do que o esperado, mediante uma atenção personalizada. Temos os mesmos interesses que você: queremos **qualidade total**. Somos um Grupo com história, trabalhamos com competência e profissionalismo há mais de 68 anos.



**SANCOR  
SEGUROS**

*Tudo bem. Tudo seguro.*

Contamos com uma estrutura técnica e comercial para o desenvolvimento de outras coberturas adaptadas às necessidades de cada uma das regiões de atuação. Nosso objetivo é sempre colocar o segurado no centro das atenções.



## SEGUROS PATRIMONIAIS

Todo empreendimento está sujeito a imprevistos que podem afetar a normalidade do seu funcionamento. Proteger-se contra eles equivale a deixar as preocupações de lado. Contamos com inúmeras soluções para proteger as empresas dos riscos das suas próprias atividades, assim como a vida de seus empregados. Também oferecemos seguros para o comércio e serviços em geral, além de residências.



## SEGUROS AGROPECUÁRIOS

A Sancor Seguros conhece as necessidades dos produtores rurais e, por isso, oferece soluções efetivas e de curto prazo. Os seguros agropecuários da Sancor Seguros protegem desde os bens materiais até o cultivo em si, que pode ser afetado e surpreendido por imprevistos como granizo, ventos, seca, chuvas, incêndio, entre outros. Oferecemos também seguro de vida para o produtor rural.



## SEGUROS PARA PESSOAS

Aproveite cada momento, viva livre de medos e preocupações. Para cada situação de risco, temos um produto pensado para trazer segurança e tranquilidade. Na Sancor Seguros do Brasil dispomos de coberturas para proporcionar a máxima proteção àquilo que cada pessoa tem de mais precioso: sua vida.



# SANCOR SEGUROS

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

Capitais e regiões metropolitanas: **4003 0392**

Outras localidades: **0800 888 0392**

Av. XV de Novembro, 871 - Sala 1 - Centro - CEP 87013-230 - Maringá - PR



GRUPO SANCOR SEGUROS

SANCOR SEGUROS DO BRASIL S.A. - CNPJ 17.643.407/0001-30.  
O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

Fernanda Bertola

Para fisgar o cliente, a Palillos, uma sorveteria à moda mexicana que funciona em Maringá há três anos, implantou três programas de fidelidade - tudo começou com a troca de pontos por sorvetes e camisetas, que foi logo substituída. Entre as estratégias atuais, o velho conhecido palito premiado é uma delas. De cada mil sorvetes fabricados, 35 têm palitos premiados.

Para fortalecer o vínculo com os clientes, a sorveteria também oferece cartela. Cada sorvete vale um carimbo e o 15º dá direito a um sorvete. E a terceira estratégia de retenção são as caixinhas térmicas que o cliente leva para casa ao comprar dez sorvetes para viagem. Mas se ele optar por levar na sacola, ganha um sorvete. Todas as vezes que voltar para comprar picolés, ganha outro se trouxer a caixa. E o cliente que tiver caixinha sobrando em casa também pode trocá-las por um picolé.

Sem contar o custo total das caixas de isopor (R\$ 2,50 cada) e cartelas (R\$ 0,25 cada), a empresária Amanda Bocalão, que é sócia do marido, Cláudio Fontanelli, conta que a quantidade mensal de picolés cedida nos programas soma cerca de R\$ 800 no valor de venda.

Segundo ela, a promoção das caixas térmicas tem fidelizado. “Não posso passar um fim de semana sem caixa”, diz. A promoção também faz com que a sorveteria ganhe em volume de vendas.

### Ampliação do programa

Investir em programas de fidelidade é uma alternativa que não exige grandes investimentos e tem retorno garantido, se bem planejada. O programa pode ser implantado por empresas de qualquer porte e

# Para fisgar os caçadores de recompensas

Programas de fidelidade podem ser implantados por empresas de qualquer porte ou setor, mas produtos e serviços de qualidade, credibilidade junto ao consumidor, relacionamento e bom atendimento devem preceder a estratégia



Na Palillos, os clientes têm várias formas de ganhar sorvete, como ao preencher a cartela com 15 carimbos; na foto a empresária Amanda Bocalão

segmento. O Sushiky, restaurante de culinária asiática aberto há 11 anos, conta com programas de fidelidade há sete. Hoje o programa beneficia quem participa do rodízio, que representa 30% dos serviços.

“O cliente ganha um ponto a cada rodízio que consome. Quando dez pontos são acumulados, ele ganha um rodízio”, explica o gerente, Alessandro Cristian Gondo.

“Há clientes que optam pelo rodí-

zio só para participar do programa”, diz ele, que estuda alterar o formato do programa para incluir o serviço à la carte. A ideia é que o acúmulo de pontos acompanhe o valor consumido e que a troca seja feita por porções.

O programa é o responsável por clientes de longa data. “É mais fácil atrair o consumidor quando ele precisa decidir entre ir a um local que não conhece e outro que conhece e tem vantagens. Neste caso, o restaurante passa a ser uma boa opção”.

No Sushiky, o verdadeiro divulgador do programa é o garçom, orientado a avisar um novo cliente ou a lembrar um frequentador de pedir seu ponto. Nas mesas também há lembretes.

### Pela internet

Quem não quer ter um programa próprio pode fazer parceria, como a Casas Ajita, que integra desde o final de 2013 o programa de fidelidade Dotz, que reúne mais de 13 milhões de participantes em todo o Brasil. “Acreditávamos que era hora de trazer algo novo para nossos clientes”, diz o diretor Leonardo Ajita. Enquanto a Dotz investe em divulgação e oferece as recompensas, as empresas que aderem oferecem a contrapartida financeira e fidelizam clientes.

Cada R\$ 2 gastos equivalem a um ponto em Dotz. Para participar, o cliente deve se cadastrar no site gratuitamente e informar o CPF ao fazer compras. Para Ajita, a vantagem do programa é que, ao acumular pontos, o cliente pode trocar por qualquer produto disponível no site da Dotz. “Hoje não há troca de produtos na loja, mas estão sendo realizados estudos para encontrarmos a melhor forma de beneficiar nossos clientes ao trocar as Dotz na Casas Ajita”, explica. Entre os produtos disponíveis no site



Walter Fernandes

**É graças ao programa de fidelidade do Sushiky que há clientes de longa data e que optam por rodizio apenas para ganhar a recompensa; Alessandro Gondo estuda ampliar o programa**

estão eletrodomésticos e entradas para o cinema. “Todos os programas de fidelização são importantes porque fazem com que o cliente volte à loja, mas sabemos que apenas isso é insuficiente. Temos trabalhado muito para oferecer o melhor atendimento”.

### Planejamento

Segundo o consultor do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Ricardo Augusto Guirado, o cliente está mais exigente e conhecedor de seus direitos. A fidelização é consequência da satisfação das necessidades e desejos dos consumidores, e o mais interessante e importante para as marcas, segundo ele, é que cliente satisfeito retorna e ainda recomenda a empresa.

Guirado destaca que somente atendimento de qualidade, preço competitivo e grande variedade de produtos são insuficientes para garantir a fidelização. As empresas têm investido fortemente na otimi-

zação da gestão, que deixou de ser um diferencial para ser uma regra de permanência no mercado.

É aí que os programas de fidelidade surgem como estratégias de *marketing* de relacionamento para captação, manutenção e, principalmente, fidelização de consumidores. “Programas de fidelidade são criados para que, ao pensar em adquirir um produto ou serviço de outra marca ou empresa, as vantagens e recompensas obtidas com o programa justifiquem o consumidor dizer não a uma oferta da concorrência”, explica ele.

Para que seja vantajoso, um programa de fidelização precisa de fatores precedentes, a exemplo de produtos e serviços de qualidade, já que o cliente não deverá querer trocar pontos por um produto que considera ruim, além de credibilidade junto ao consumidor, relacionamento e bom atendimento aos atuais clientes.

### Mensuração de resultados

Também é preciso mensurar os resultados. Guirado explica que é importante identificar o aumento e a periodicidade de consumo dos clientes atuais, da mesma forma que a quantidade de novos clientes cadastrados deve ser medida. “Investir em programas de relacionamento requer monitoramento contínuo para entender se os resultados são positivos. Objetivos claros e definidos com números e datas são importantíssimos para avaliar”, pontua.

Atuando com consultoria há 15 anos, Guirado tem percebido que muitos programas de fidelização começam de forma desestruturada. “Faltam informações básicas”, avalia. Ele cita o fato de uma empresa local que não tinha cadastro informatizado, o que pode atrapalhar a avaliação do programa. “Baseada em um plano estratégico de *marketing* com visão de médio e longo prazo, aliado à utilização de tecnologia adequada, uma pequena ou média empresa pode obter ótimos resultados na fidelização, com consequente aumento de vendas”.



Walter Fernandes

**“Os programas de fidelização são importantes, mas sabemos que apenas isso é insuficiente. Temos trabalhado muito para oferecer o melhor atendimento”, diz Leonardo Ajita, das Casas Ajita**

Uma pequena loja de moda feminina instalada em um shopping de Maringá criou um programa de fidelização atraente. Ao adquirir qualquer produto, as consumidoras automaticamente acumulavam pontos e recebiam um extrato. “O interessante é que havia um espaço na loja com produtos identificados com os pontos, que podiam ser trocados imediatamente. Não eram raros os clientes que compravam um sapato a mais para ter pontos

suficientes para adquirir seu bônus. Isto é fidelização”, diz Guirado. Uma pesquisa nesta mesma loja mostrou que após a adoção do programa, a retenção de clientes aumentou 47%. Esse tipo de controle pode ser feito, por exemplo, em uma planilha de Excel.

### Divulgação

Para que o cliente participe é preciso divulgar. As gerações X, Y e Z - pessoas com menos de 40 anos - são as principais exploradoras do programa, segundo Guirado.

A tecnologia permite dirigir a comunicação via internet e celular de forma personalizada. Quanto às pequenas e médias empresas, o ideal é que o benefício se torne conhecido no contato direto, com “degustação” de pontuação. Ou seja, o cliente habitual ou o novo cliente recebe o cartão ou código com um número de pontos bonificados e passa a enxergar os benefícios que pode obter em um catálogo impresso, site e via celular. “Atualmente todos são bombardeados com informações e promoções, por isso não basta explicar as vantagens apenas uma vez”, consulta. ■

## Fuja destes erros ao implantar um programa de fidelidade

- ✓ Criar um programa de forma isolada, como simples ação, sem alinhamento com a estratégia de *marketing* da empresa
- ✓ Criar um programa de fidelidade sem possuir o básico: produtos de qualidade e marca de credibilidade
- ✓ Implantar o programa sem os recursos tecnológicos necessários para controlar a pontuação e destinar a premiação aos clientes. Há *softwares* especializados que podem ser obtidos no mercado, como [www.ciclum.com.br](http://www.ciclum.com.br) ou [www.valuenet.com.br](http://www.valuenet.com.br)



*Loucura? Sonho?*

*Tudo é loucura ou sonho no começo.*

*Nada do que o homem fez no mundo teve início de outra maneira, mas tantos sonhos se realizaram que não temos o direito de duvidar de nenhum.*

*Monteiro Lobato*

## JEFFERSON NOGAROLI

*Receber a Comenda Américo Marques Dias, outorgada pela Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM), é reconhecimento merecido a quem tem liderado e contribuído para Maringá transformar sonhos em realidade.*

*Parabenizamos e aplaudimos.*



**hospital** \_\_\_\_\_  
**maternidade.**  
\_\_\_\_\_ **maringá**

*65 anos dedicados à vida*

**M**inha avó, com toda sua sabedoria de uma vida bem vivida, repetia quantas vezes fossem necessárias: “fica quieta menina, os vizinhos não precisam saber o que se passa dentro da nossa casa”. Imagino o quanto era difícil para ela controlar uma adolescente que falava muito, e muito alto. Mas o que demorei um pouco para aprender é que ninguém precisa saber o que se passa dentro da sua casa, e nem no trabalho. É preciso ter bom senso e a consciência de que ao expor um assunto íntimo a carreira pode estar comprometida.

Penso que se minha avó ainda estivesse viva, acharia o cúmulo tanta exposição. Quer saber sobre alguém? Um clique e sua curiosidade vai estar saciada. Mas se engana quem acredita que o bom e velho papo está ultrapassado. Falar além do necessário ainda é característica comum em muita gente, homem ou mulher. E alguns lugares são ainda mais convidativos para abrir a boca, como no corredor da empresa, na salinha do café, mesa do bar ou no salão de beleza. Este último é um ótimo território para falar, e falar sem medidas. Quem é mulher sabe e vai entender.

Contar a vida inteira com detalhes à pobre pessoa, que por azar, sentou ao seu lado no avião é, no mínimo, sinal de carência. Imagine esquecer qualquer freio e falar mal até da empresa em que trabalha ou detalhes de um novo projeto e, ao chegar ao aeroporto, descobrir que seu colega de voo é irmão do chefe. Neste caso não há sorriso amarelo que disfarce ou perdoe. É preciso ter cuidado e saber se preservar. Ser tagarela e fazer da vida um livro aberto podem não ser a melhor escolha.

Mas quando a gente acha que não pode piorar, entra em cena a turma que adora contar desgraças. O cardápio é variado: o mais trágico

## Fale menos, ouça mais

O velho ditado voltou à moda; nem todo mundo está interessado em conhecer detalhes da sua vida em conversas de aeroporto, na salinha do café ou no salão de beleza



acidente do fim de semana, em detalhes; a doença da moda e todo seus sintomas; uma separação dolorosa com direito a traições e barracos de gente que você nem conhece. São essas pessoas que têm o dom de sugar toda sua energia de trabalho, além de serem umas chatas. Com gente assim, seja educado (se conseguir), mas não aceite. Olhe profundamente nos olhos e diga: “estou bem ocupado, não tenho tempo para te ouvir agora”. Simples e eficaz.

Por último, porém não menos im-

portante, vem a turma da fofoca. Sim, porque quem gosta de falar muito precisa de assunto, e a vida dos outros passa a ser um “prato cheio”. Fofocar ultrapassa a linha da falta de educação e não cai bem em profissional, independente da hierarquia - podendo gerar situações constrangedoras dentro de uma empresa e até processos por calúnia e difamação. Na dúvida, melhor ficar de boca fechada.

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

# Parabéns, Jefferson Nogaroli, pela conquista da comenda Américo Marques Dias.

Homenagem do  
Sicoob Metropolitano  
ao empresário  
Jefferson Nogaroli,  
presidente do Conselho  
de Administração do  
Sicoob Central Unicoob



Rosangela Gris

“Quem não tem inteligência para criar tem de ter coragem para copiar”. Este é um dos sete mandamentos deixados pelo comandante Rolim Amaro para seus sucessores na TAM, empresa que presidiu até a sua morte, em julho de 2001, na queda de um helicóptero na fronteira entre o Brasil e Paraguai. O ensinamento trata-se, provavelmente, de uma tentativa de alertar gestores e colaboradores para o chamado *benchmarking*, definido por especialistas como a comparação entre produtos, serviços ou práticas de uma companhia em relação aos concorrentes ou em relação a um padrão de excelência preestabelecido.

Em dezembro passado, a TAM anunciou a decisão de investir na aviação regional em 2015. Coincidência ou não, a estratégia é semelhante à utilizada pelas principais concorrentes - Gol e Azul Linhas Aéreas - na disputa pelo mercado doméstico, e surge no momento em que a companhia fundada pelo comandante Rolim vê diminuir a sua vantagem na ponta do *ranking*.

Se a concorrência motivou ou não os investimentos da TAM em voos regionais é algo que, certamente, a companhia não trará a público. Mas se for esta a motivação, não há nada de errado. Segundo especialistas da área de gestão e marketing, a velha máxima de que “nada se cria, tudo se copia” está enraizada no meio corporativo.

“Ao observarem o mercado, é possível as empresas se depararem com práticas de sucesso em produtos, serviços ou performance e acreditarem que tais estratégias podem ser trazidas para sua realidade com a devida adaptação. Este processo

# A inspiração vem da concorrência

Não se trata de plágio: o *benchmarking* é uma prática saudável e recomendada por especialistas para melhorar produtos, serviços e práticas, encurtando caminhos



Victor Biazon acredita que o gestor deve ter a mente e os olhos abertos para descobrir processos bem desenvolvidos nos mais diversos segmentos

de observação, análise, comparação, aprendizagem e adaptação é o que chamamos de *benchmarking*”, explica o professor Victor Biazon, mestre em Administração.

A economista e consultora Isla Gonçalves, do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Pessoal (Ibrade), também vê com naturalidade o “reaproveitamento” de ideias. “É uma tendência contemporânea procurar

nos concorrentes, diretos ou não, ideias criativas ou práticas que tragam melhorias para a empresa”, diz.

Entre as razões para recorrer à “cópia criativa”, os especialistas citam a eficiência e a rapidez na obtenção de resultados, além do potencial para elevar o nível de superioridade ou vantagem competitiva das empresas ou até de um novo negócio.



Walter Fernandes

Isla Rodrigues, do Instituto Brasileiro de Desenvolvimento Pessoal (Ibrade), vê o reaproveitamento de ideias como algo natural

“Em muitas ocasiões, é mais fácil e barato observar o que o concorrente está fazendo para gerar bons resultados e seguir na mesma linha”, explica Biazon. Segundo ele, o termo *benchmarking* surgiu em meados da década de 1980 com a empresa Xerox, mas há quem diga que a prática exista desde os primórdios da revolução industrial. Seu surgimento está associado à necessidade de informações e desejo de aprender depressa como corrigir um problema empresarial, ditado pelo mercado acirrado.

A competitividade mundial aumentou acentuadamente nas últimas décadas, obrigando as empresas a um contínuo aprimoramento de seus processos, produtos e serviços, visando a oferecer alta qualidade com baixo custo. E, ao contrário de outras ferramentas de planejamento, o *benchmarking* encoraja as companhias a procurar, além de suas próprias operações, por fatores que influenciem a pro-

dutividade e os resultados.

E essas respostas podem nem mesmo estar em um concorrente direto. “Ideias surgem ao observarmos como os outros trabalham. É perfeitamente possível uma grande corporação aprender com camelôs. O vendedor ambulante oferece produtos em pontos estratégicos da cidade, onde há circulação de possíveis consumidores. Ao observar esse tipo de negócio uma grande empresa pode perceber que ficar alienada do público em potencial pode retardar seu reconhecimento e vendas com lucro”, exemplifica o especialista.

### Cópia x plágio

O principal inimigo na hora de copiar uma ferramenta de gestão é a desigualdade de condições. Para chegar aos resultados almejados, o *benchmarking* precisa atender a um conjunto definido de critérios como comparabilidade, objetividade, continuidade e adaptabilidade.

Os dois especialistas explicam que as ideias precisam ser adaptadas e não reproduzidas fielmente desconsiderando as características próprias da empresa ou do negócio. “É muito provável que uma cópia 100% não dará certo. O reitor de uma universidade brasileira, por exemplo, dificilmente terá êxito ao implantar ações trazidas de instituições do Japão ou Suíça na íntegra. São culturas muito diferentes cujas especificidades precisam ser consideradas. O adequado é ver o que está acontecendo no mercado para nutrir a criatividade”, diz Isla.

As adaptações também evitam eventuais problemas de plágio e antitruste, como explica Biazon. “Não podemos confundir espionagem e roubo de propriedade com *benchmarking*. A prática de observação e adaptação é mais do que inteligente. Somente ‘bons olhos’ são capazes de enxergar uma boa oportunidade de agir comparando suas ações com as ações vigentes

no mercado. Antiético seria usar meios 'duvidosos' para conseguir informações privilegiadas, mas a sábia competição pode e deve ser praticada", recomenda.

A resistência dos gestores em assumir a prática de *benchmarking* é vista pelo professor como receio de passar atestado de "não criativos" ou suposta falta de competência para criar as próprias ações estratégicas. "Julgo um exercício muito saudável buscar inspiração e novas fontes para criar ou recriar. Uma criação leva a outra e esse processo de inovar a partir de uma prática existente é saudável, desde que o gestor não se torne incapaz de pensar e só consiga recorrer ao que os outros fazem, mas isso o mercado mesmo seleciona", decreta.

### Cordialidade

O diretor de Planejamento Institucional e Mercado da Faculdade Cidade Verde (FCV), José Plínio Vicentini, costuma visitar instituições de ensino superior pelo



Walter Fernandes

Na área educacional, a política de parceria e a troca de experiências são práticas corriqueiras, diz José Plínio Vicentini, da FCV

Brasil e não raro traz na bagagem bons exemplos garimpados durante a experiência. "Esta atitude nos permite estar constantemente propondo ações e projetos novos

para a FCV, principalmente no que tange a novos métodos de ensino", confia ele, acrescentando que o *benchmarking* é prática corriqueira na área de educação.

"Se fizermos uma análise simples do contexto, podemos verificar que a maioria das faculdades possui cursos semelhantes. O que diferencia uma da outra é a condução do projeto pedagógico e o relacionamento com os alunos, professores e demais colaboradores. Nestes casos, trocar experiências é fundamental para encurtar caminhos no aprendizado da gestão de uma instituição de ensino", avalia o diretor.

Para Vicentini, o processo de inovar através de informações obtidas junto à concorrência favorece a criatividade. Segundo ele, as vantagens de qualquer empreendimento estão exatamente na capacidade dos gestores de ver a inovação como uma alternativa para a condução dos negócios sob



Walter Fernandes

Erasmus Ramos, gerente do Hotel Araucária, acredita que é possível aprender com os concorrentes: "a união de forças pode até fortalecer o setor"

suas responsabilidades.

“A troca de experiências entre as instituições já nos permitiu adaptar inúmeros projetos e metodologias, todos com sucesso”, confessa. “Durante as visitas estabelecemos um relacionamento cordial com as instituições e essa relação acaba sendo benéfica para ambos”.

Da mesma forma que os gestores da FCV são recebidos pelos concorrentes, a faculdade maringaense está “sempre de portas abertas”, já que é adepta da política de parceria e troca de experiências, por entender que dela surgem as melhores oportunidades de negócio.

#### **Caminho para o associativismo**

Erasm Ramos, gerente do Hotel

Araucária, é outro que não vê os concorrentes como inimigos e acredita que pode aprender com eles. “Naturalmente que em determinadas situações não é possível cooperar ou detalhar ações, porém há um leque de situações em que é possível trocar informações e unir forças, até mesmo para fortalecer o setor hoteleiro”, diz.

Em determinados casos, nem é preciso muito esforço para ter acesso a informações valiosas. Ramos é membro de um grupo de *network* hoteleiro – do qual participam hotéis do Paraná todo – e por meio de um simples clique fica sabendo de boas práticas e dicas importantes sobre o mercado. “Costumamos dizer que informação é poder, e a

tecnologia ajuda muito. Todo tipo de informação circula na rede”, destaca.

Essa proximidade costuma derubar “barreiras” entre os concorrentes e abrir caminhos para o associativismo. Um exemplo de cooperação recente foi a participação de dez hotéis de Maringá no 21º Salão de Turismo de Curitiba, realizado entre 5 e 7 de março, com o intuito de divulgar a cidade.

Como ação de marketing no evento, o grupo usou sacolas de tecido com logotipo estampado. Sem o patrocínio obtido pelos hotéis, cada um teria que desembolsar R\$ 18 mil para viabilizar a propaganda, valor inviável. “Juntos foi possível conseguir patrocínio e o custo caiu para R\$ 650 para cada hotel”, conta Ramos. ■

## Parabéns Jefferson Nogaroli!

Maringá é uma cidade privilegiada, pois da mata virgem desabrochou uma Metrópole que até hoje é contada em versos e prosas além das fronteiras do nosso País.

Este feito, todavia, somente foi possível devido a muita fé, esperança e labor de homens e mulheres que aqui chegaram para esta construção.

E a cada década chegam novos expoentes, dando continuidade neste trabalho árduo e eficaz e com isso, novos frutos se arvoreçam nesta Metrópole chamada Maringá.

**Jefferson Nogaroli** é um desses expoentes que em muito tem contribuído na continuidade do desenvolvimento econômico e social de Maringá e Região.

Que Deus lhe dê sabedoria para que continue no seu trabalho de vanguarda para o bem de Maringá e de todo o Paraná.

*Escritório Gomes de Contabilidade Ltda.  
Gomes Consultoria Contábil.*



# Sócios: ter ou não ter?

Se empreender é tarefa difícil, acertar a escolha do sócio é determinante para o sucesso do empreendimento; ao acaso, herdadas ou desejadas, as sociedades empresariais exigem aprendizado permanente sobre liderança, gestão e relacionamento pessoal

**Juliana Daibert**

**T**er o próprio negócio é a meta de dez em cada dez empreendedores. A óbvia afirmação esbarra numa dúvida que costuma rondar o planejamento empresarial no meio do caminho entre o desejo e a ação: buscar ou não um sócio para assumir responsabilidades, compartilhar desafios e dividir os lucros. A hesitação é legítima quando evocado o pertinente adágio da sabedoria popular, segundo o qual ter sócio é ter patrão. Será?

Nádia Felipe, que participa de sociedades familiares e empresariais, é frontalmente contrária ao ditado. “Quem tem sócio tem parceiro, aquele que vem para somar e contribuir”, defende. Uma das empresas sob seu comando cuja administração é dividida com mais de um gestor – no caso os ir-

mãos Guilherme e Rodrigo Britto – é a Triângulo Administradora de Consórcios, constituída em 1982 pelas revendas Volkswagen (Dama e Somaco) e que hoje, pouco mais de três décadas depois, é gerenciada pela segunda geração de ambas as famílias.

Segundo Nádia, a sociedade familiar herdada possui características peculiares que demandam uma postura particular no desempenho das atividades gerenciais. “As questões técnicas devem prevalecer sobre as questões familiares, indiscutivelmente”, afirma ela, que explica ser a nomeação de um gestor e a acolhida dos sócios em conselhos diretivos a melhor solução para evitar conflitos e preservar as relações pessoais e profissionais. A empresária adianta que este não é o caso da Triângulo, no qual a administração é compartilhada e tem as funções

de cada diretor definidas. Enquanto Nádia é a diretora administrativa, os irmãos estão à frente das diretorias comercial e de tecnologia, e tem remuneração compatível com a capacidade financeira da empresa e à altura das funções exercidas. “Viver do pró-labore sem sacrificar a empresa é um dos princípios da nossa gestão. O lucro é reinvestido no próprio empreendimento”, pontua a empresária.

Na falta de proteção contra as tormentas causadas pelos ventos que sopram sobre o mercado à razão de seus humores, muitas vezes provocando conflitos entre os sócios, Nádia tem uma receita para enfrentá-las com profissionalismo e sabedoria. “O diálogo franco e técnico é fundamental para superar as dificuldades. Se restam dúvidas, buscamos orientação de um especialista”, revela.



Walter Fernandes



Nádia Felipe e os irmãos Rodrigo e Guilherme Britto, sócios da Triângulo Administradora de Consórcios: nas sociedades familiares, questões técnicas devem prevalecer

### Acaso deu certo

A última coisa que Adair Dumas, aposentado da Companhia Paranaense de Energia (Copel) imaginou ao encerrar a carreira no serviço público era ser dono e gestor de uma escola. Em meados da década de 90, ele era professor de um dos cursos técnicos de um colégio da cidade. Diante do descredenciamento da instituição de ensino pelo Ministério da Educação (MEC) e da exigência, pelo mesmo órgão, de que a nova escola absorvesse os alunos remanescentes, um grupo de professores decidiu montar

uma sociedade para levar o projeto adiante, com novo nome e nova proposta pedagógica. Consultado, Dumas afirmou não ter interesse, pois estava deixando até de dar aulas. Diante da insistência dos hoje sócios, o convite foi aceito. “Não planejei nada. Posso dizer que caí de paraquedas, e lá se vão 20 anos”, diz.

Dos sete participantes da reunião inicial, ficaram cinco. As funções foram distribuídas da maneira mais informal possível. Até o nome da mantenedora veio no susto. Cobrado ao telefone pelo contador, Dumas sugeriu Centro Educacional Científico de Maringá (Cecimar). Pronto, ficou. Ele também assumiu a direção do, a partir daquele mo-

mento, Colégio Graham Bell, cargo no qual permanece. Pode-se dizer que os quatro sócios seguiram suas vidas. Alguns continuam em sala de aula, outro mora fora de Maringá e um participa mais ativamente, fazendo-se presente na escola ao menos três vezes por semana. “Nossa sociedade é tão impressionante que a disparidade alcança o plano espiritual. Professamos cinco credos”, diverte-se o empresário.

Para Dumas, a ponderação e o equilíbrio são atributos essenciais a quem deseja empreender em sociedade. “Os sócios não têm de saber tudo, mas devem saber dialogar e estar rodeados de pessoas que entendam dos diferentes assuntos. Também devem ser capazes de



Walter Fernandes

A sociedade dos cinco proprietários do Colégio Graham Bell foge tanto dos padrões que até as religiões deles são diferentes; na foto o diretor Adair Dumas

colocar as pessoas certas no lugar certo”, avalia.

## Familiares distantes

Por outro lado, o que não pode ocorrer em sociedade que se pretende longa é a inclusão de familiares na diretoria ou nas funções administrativas. “Não dá certo. Nós tentamos e não funcionou”, diz o diretor do Colégio. De acordo com o empresário, a presença de familiares intimida os funcionários e compromete a produtividade. Segundo ele, a tentativa frustrada convenceu os demais sócios - não sem alguma indignação - de que a preservação das relações profissionais e pessoais está diretamente ligada à manutenção da distância necessária.

Se há alguma conformidade nesta sociedade fora dos padrões é o percentual de pró-labore. As retiradas são equitativas, isso quando há recursos para dividir. “Se for preciso reinvestir no colégio, assim é feito”, explica. Dumas “bota fé” na sabedoria popular e acredita que ter sócio é ter patrão. “Se isso é bom ou ruim, é outra conversa”, diz.

## Mais responsabilidades

A opinião de Dumas é partilhada por Ovande Cordeiro Bueno Júnior, um dos sócios da Compmag, empresa de produtos para o setor moveleiro estabelecida no mercado há 25 anos. “Quando se tem um sócio, as responsabilidades aumentam”, assegura.

Criada em 1990 e administrada desde o início pelos sócios Ovande Júnior, José Álvaro Góes Filho e João Miguel Maia Neto, a Compmag faz parte do grupo Madcomp. Nas 53 lojas localizadas em 37 cidades de 12 estados trabalham 2.120 funcionários. De



Walter Fernandes

**Ovande Cordeiro Bueno Júnior é um dos responsáveis diretos por 53 lojas e 2.120 funcionários em todo o Brasil; transparência e afinidade sustentam a sociedade**

acordo com Júnior, a empresa foi constituída seguindo as regras do modelo societário por razões práticas: facilidade na tomada de decisões, troca de ideias, divisão de aporte de capital e ajuda na administração em geral.

O empresário destaca a afinidade com os sócios e a transparência na divisão de tarefas e deveres de cada um como as melhores estratégias para quem pretende se manter no modelo de gestão empresarial societário. Em consonância com Dumas, do Graham Bell, Júnior também considera o emprego a familiares dos sócios um espinhoso complicador e potencial desagregador da sociedade. Além deste, o empresário inclui o próprio relacionamento entre os sócios e a sucessão familiar, todos passí-

veis de enfrentamento se houver profissionalismo, transparência e honestidade.

## Diálogo

Na Compmag, o pró-labore, as funções e os horários de trabalho dos diretores são estipulados em comum acordo conforme as possibilidades financeiras, a capacidade técnica e a disponibilidade de cada um. O diálogo também é vital para solucionar os eventuais conflitos, que, na avaliação de Júnior, só funciona com generosas doses de humildade.

Todos os empresários desta reportagem concordaram em uma questão: caso estivessem iniciando as carreiras empreendedoras, os três buscariam sócios para ingressar no mundo dos negócios. ■

**EMPREENDEDOR**

Que se aventura à realização de coisas difíceis ou fora do comum; ativo, arrojado

**BENFEITOR**

Aquele que pratica o bem; o que beneficia

**OTIMISTA**

Que tem otimismo ou que é partidário dele

**INTELIGENTE**

Hábil, sagaz

**SOLIDÁRIO**

Que tem interesse e responsabilidades recíprocas

**COMPANHEIRO**

Camarada

**ABNEGADO**

que se sacrifica desinteressadamente por alguém ou alguma coisa. Altruísta, desprendido.

**CRIATIVO**

Criador

**FIEL**

Que guarda fidelidade. Leal. Honrado, probo

**OUSADO**

Audaz, corajoso. Arrojado, atrevido

**MAESTRO**

Regente de orquestra

**AUTOCONFIANTE**

Confiante em si mesmo

**LÍDER**

Chefe, guia. Tipo representativo de um grupo

**GENEROSO**

Dotado de caráter nobre. Tem grandeza de alma. Franco, benevolente. Grandioso

**TALENTOSO**

Que tem talento; inteligente. Habilidoso

RGcomunicação

## JEFFERSON NOGAROLI

Jefferson, você tem tantas qualidades que não encontramos no dicionário um adjetivo que consiga conter em si mesmo todas elas.

Mas, existem duas palavras singelas, que carregam nosso sentimento pelas suas ações: "Obrigado" e "parabéns" pelo título merecido de Comendador.

Obrigado por tudo o que você fez, faz e fará pelo nosso comércio, pela nossa Maringá, pelo Paraná e pelo Brasil.



SINDICATO DOS LOJISTAS DO COMÉRCIO E DO COMÉRCIO VAREJISTA E ATACADISTA DE MARINGÁ E REGIÃO

# CULTURA EMPRESARIAL



## VALE A PENA OUVIR

**Andréa Tragueta** - diagramadora



**Mais** - Marisa Monte

Segundo álbum de uma das melhores cantoras do Brasil, na minha opinião. Este CD firmou Marisa Monte como um ícone na MPB. Destaque para as faixas "Beija Eu", "Ainda Lembro", em que ela faz um dueto com Ed Motta, "De Noite na Cama", de Caetano Veloso, e "Eu Sei (Na Mira)"



**Memórias Crônicas e Declarações de Amor** - Marisa Monte

Este DVD traz a cantora Marisa Monte em performance gravada durante a turnê do álbum 'Memórias Crônicas e Declarações de Amor'. Ela interpreta ao vivo músicas como "Amor I Love You", "O Que Me Importa", "Não vá embora", além de antigos sucessos como "Bem Que Se Quis"



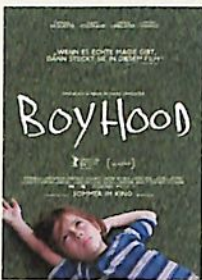
## VALE A PENA ASSISTIR

**Keila Brito dos Santos Alba** - gestora da ACIM



**Selma, uma luta pela igualdade** - Ava DuVernay (2014)

Um belo filme, que conta com uma fotografia espetacular. O longa metragem narra a marcha de Selma a Montgomery pelo direito do voto aos cidadãos negros. É um filme político, não por tratar de personagens políticos, mas por defender uma ideia essencialmente engajada. Atualmente, com tantos políticos fazendo da religião uma política, é interessante ver que há décadas um homem optou pelo caminho contrário



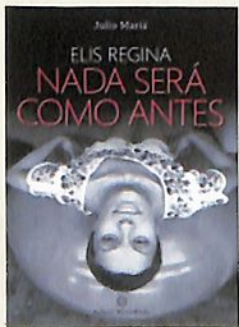
**Boyhood** - Richard Linklater (2014)

Um projeto incrível (e desprezioso) de Richard Linklater, um feito único do ponto de vista cinematográfico. A história começou a ser filmada há 12 anos, então, os atores mirins cresceram filmando. De vez em quando, o diretor reunia o elenco para gravar. É um filme de uma naturalidade sem igual. Aqui, apreciamos a beleza do ordinário, porque extraordinário é o resultado da obra



## O QUE ESTOU LENDO

**Giovana Campanha** - jornalista



**Elis Regina: nada será como antes**

Julio Maria (2015)  
Editora Master Books  
423 páginas

No ano em que Elis Regina completaria 70 anos, os fãs ganham uma biografia completa, feita com base em 126 entrevistas e uma série de documentos e reportagens. Os embates de Elis com outros cantores, como Nara Leão, os dissabores da vida conjugal e o indiscutível talento da brasileira se misturam num texto bem escrito pelo jornalista especializado em música do jornal o Estado de S. Paulo. Os três filhos de Elis, João Marcelo Bôscoli, Pedro Mariano e Maria Rita, não fizeram restrições à obra

**João Cláudio Fragoso** - fotógrafo



**As Deliciosas Receitas do Tempero de Família**

Rodrigo Hilbert (2014)  
Editora: Globo Estilo  
136 páginas

Rodrigo Hilbert, a partir de um programa de televisão, no canal GNT, lança este livro com 49 receitas de ingredientes simples, de fácil acesso, a partir de mantimentos encontrados em qualquer supermercado. Ele mescla simplicidade no preparo, porém, com bom gosto e harmonia dos sabores. Comidas rápidas com sabores incríveis. Já fiz algumas.



## VALE A PENA NAVEGAR E BAIXAR

**App Waze:** é um aplicativo de trânsito e navegação baseado em uma comunidade; permite compartilhar e acompanhar informações de trânsito em tempo real, gerando economia de tempo e de combustível

**App Easy Taxi:** aplicativo de táxi que localiza automaticamente o veículo ideal e mais próximo, possibilitando acompanhar em tempo real o trajeto do veículo; também permite visualizar a identidade do taxista e do veículo

**App Ifood:** o pedido pode ser feito em qualquer restaurante que atenda a região e a comida chega ao local escolhido; o aplicativo tem a opção "Refazer pedidos", permitindo ao usuário navegar pelos pedidos já feitos e refazê-los quando quiser

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



Walter Fernandes

## ASSOCIAÇÃO COMERCIAL PARTICIPA DE ATO EM DEFESA DA CIDADANIA

O ato "Brasil, mostra sua garra", realizado em 21 de março, reuniu mais de cem pessoas na praça Raposo Tavares, região central de Maringá. Entre os participantes estavam representantes da ACIM, Cacinor e de outras entidades de classe.

Foram exibidas faixas e distribuídos panfletos com o objetivo de expressar a insatisfação do meio empresarial em relação ao cenário político e

econômico do país. "Também cobramos de políticos e governantes os valores básicos de cidadania, como ética, justiça, responsabilidade, respeito e transparência", destaca o presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa.

A iniciativa, da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap) e aconteceu simultaneamente em várias cidades paranaenses.

## ACIM DEFENDE MANUTENÇÃO DO NÚMERO DE VEREADORES

Diante da proposta dos vereadores de aumentar o número de cadeiras do Legislativo, a ACIM e outras entidades se reuniram para defender a manutenção das 15 cadeiras. A mobilização aconteceu em redes sociais, em veículos da imprensa e acompanhamento das sessões da Câmara, e está de acordo com o que defendem os maringenses. É que 94% dos eleitores são contrários ao aumento de vereadores, segundo levantamento feito pelo Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM, em 21 de março, junto a 500 eleitores. Apenas 5% disseram ser favoráveis ao

aumento do número de cadeiras no Legislativo e 1% afirmou não saber responder.

A pesquisa mostrou também qual é o número ideal de vereadores, segundo os eleitores maringenses. Para 54,6%, nove é o número adequado, enquanto que para 15% o ideal são 11 vereadores. Segundo 17,2%, o adequado são as 15 cadeiras atuais e 6,2% acreditam que 13 é o recomendado. Na opinião de 1,4% o melhor seriam 17 cadeiras, 2% afirmaram que 19 vereadores seriam o ideal, 0,4% é favorável a 21 vereadores e 2,8% consideram 23 o número ideal.

## PALESTRA TROUXE PERSPECTIVAS PARA O MERCADO IMOBILIÁRIO

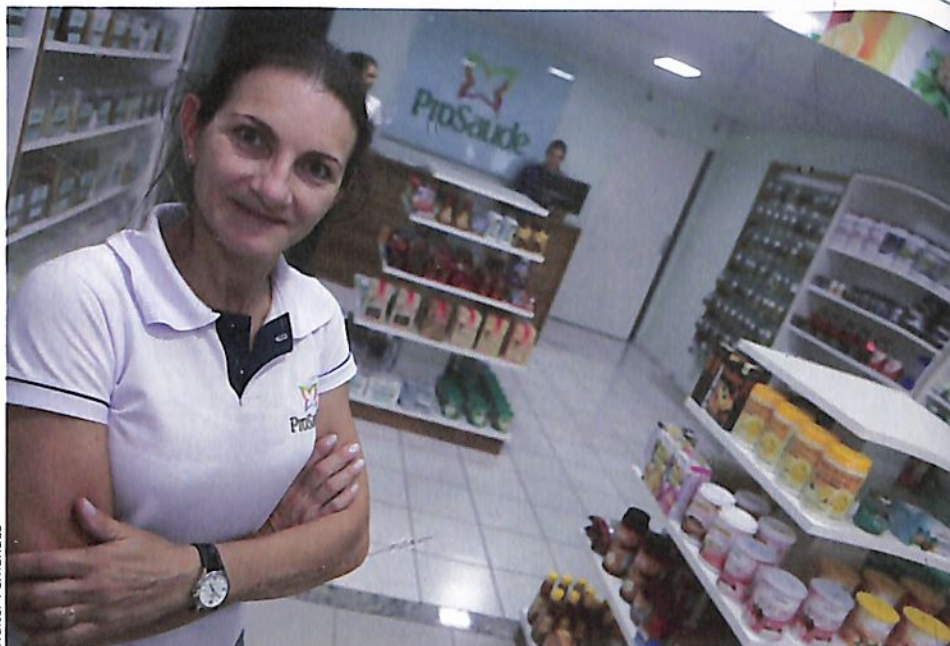
Corretores de imóveis e imobiliárias participaram em 12 de março de uma palestra, na ACIM, que trouxe perspectivas do mercado imobiliário para 2015 e 2016. Realizado pela Central de Negócios Imobiliários, com apoio da ACIM, o evento teve como palestrante o especialista Marcos Kahtalian.

Kahtalian, que é sócio-fundador da Brain Inteligência Empresarial e coordena trabalhos de consultoria em empresas de diversos portes, explicou que o mercado em Maringá é atípico, pois características como mobilidade social e a economia diversificada ajudam a superar momentos de crise com mais facilidade.

Ainda sobre Maringá apresentar diferenciais em relação a outras cidades, Kahtalian apontou que a quantidade de imóveis construídos a preço de custo está bem acima da média de outras cidades do mesmo porte. Ele destacou também que os valores de comercialização e locação são diferenciados na cidade, próximos ao que é praticado na capital paranaense, e que aqui há crescimento rápido na verticalização e valor de terrenos.

O palestrante destacou ainda oportunidades de negócios. Ele explicou que há investidor atento a nichos que prometem bom desempenho, a exemplo de imóveis novos e lançamentos, inclusive de maior metragem. No ano passado houve um aumento de 15% no volume de crédito imobiliário na região noroeste do Paraná.

Para Kahtalian, este será um ano de margens de lucros menores, mais estudos quanto à geração de oportunidades e ajustes de estratégias.



Walter Fernandes

## ASSOCIADO DO MÊS

Depois de se curar de uma doença grave e investir em uma alimentação mais saudável, a produtora rural de Marechal Cândido Rondon (a 298 quilômetros de Maringá), Teresa Pasztetnik decidiu abrir uma empresa de produtos naturais, orgânicos e alimentos funcionais.

A filial da PróSaúde em Maringá, foi inaugurada no final de janeiro. "O objetivo principal da nossa empresa é vender saúde conscientizar as pessoas a ter uma alimentação mais saudável, por meio de produtos naturais e fitoterápicos", explica Teresa.

A PróSaúde oferece produtos sem glúten, sem lactose, a base de cereais ou sementes, suplementos alimentares e fitoterápicos.

A loja fica na rua Santos Dumont, 2.287. O telefone é (44) 3222-8115.

## PALESTRA GRATUITA EM HOMENAGEM AO DIA DA MULHER

"A desafiadora arte de ser mulher" foi o tema de uma palestra realizada pela ACIM e pelo Centro de Treinamento da entidade em 6 de março – foi um evento gratuito em homenagem ao Dia Internacional da Mulher. A educadora empresarial e palestrante Sandra Katayama abordou, entre outros assuntos, a evolução da mulher na sociedade, os múltiplos papéis da mulher contemporânea e como se tornar uma inspiração na sociedade.

## Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 21 de fevereiro e 20 de março

Ackley Serrano Fotografia  
 Aldo Persianas  
 Alfa Saúde e Segurança Ocupacional Ltda  
 Almas Gêmeas  
 Alt Graf  
 Amblard Comunicação  
 Amor aos Pedagogos  
 Amor com Canela  
 André Gonçalves de Freitas  
 Armazém do Aço  
 Atualiza  
 Bless Buffet e Eventos  
 Casa do Maquiador  
 Centro de Form. de Cond. Novo Horizonte  
 Centro Educacional CNE  
 Charmosa Moda Feminina  
 Acessórios  
 Cinthia de Carlo Nutrição Clínica  
 Cofemaq  
 Colchões Ortobom  
 Colimar Recuperadora  
 Condomínio Administradora de Condomínio  
 Corpo e Harmonia  
 Cortibella Decorações  
 Couroart  
 Cristina Marisa Lucca-Confecções  
 Danilos Lanches  
 Dentariun  
 Dippi Jeans  
 Doces de Portugal  
 Dot Burger  
 Equalize Estética  
 Escritório Santos de Contabilidade  
 Estação Verde Paisagismo e Jardinagem  
 Estilo Bolsas  
 Eyko Exportação  
 Fascínio Modas  
 Fernanda Ramos Clínica e Estética e Pil  
 Fisicorpo  
 Gatha Guilhe  
 GBS Contabilidade e Assessoria  
 Gráfica Lima  
 Grão de Açúcar Confeitaria Artesanal  
 Grupo Veggo  
 HP Inox Acessórios para Churrasqueiras  
 Ingá Molas  
 Instituto FR Pós-graduação e MBA  
 K E C Telecomunicações Ltda  
 Kassiane Modas

Limpul  
 LM Sensores e Peças Agrícolas  
 Eireli-ME  
 Lu Variedades  
 M. E Som Propaganda e Publicidade  
 Magali Marieli Conti  
 Maisa Vieira  
 Marmoraria Luval  
 Mc Dog Alimentação  
 Medeiros Corretora de Imóveis  
 Megasoares  
 Mgatech Informática  
 Mmbrink  
 Multicar Imports  
 Nações Restaurante  
 Onix Apoio para Eventos  
 Opção Treinamentos Profissionais  
 Otirre  
 Paganini Corretora de Seguros  
 Plast Pouch  
 Poço do Pintado  
 Ponto Eletrônico  
 Posto HU  
 Premium Resgate  
 Promovision  
 R E S Festas e Noivas  
 Radiadores Samuraj  
 Rei do Chopp  
 Renova Madeiras  
 Ricardo Vargas Nutricionista  
 Rod Bem Acessórios  
 Rosa Modas  
 S Gall  
 Saborear Refeições  
 Sebo Multimanha  
 Sinha Moça  
 SIQ Log Transportes  
 Sistema Sanovita  
 Souza Brindes  
 Strada Soluções  
 Sub100 Sistemas  
 Superação  
 Tanto Faz  
 Tapeçaria Pluma  
 Temperart  
 The Body Shop  
 Tiraonda.Com  
 TM Performance  
 Valdar Móveis-Imbau  
 Vale da Seda  
 Vilma Modas  
 Webmid Soluções Digitais  
 Wizard Xaxim  
 Xadrez

Walter Fernandes



## ASSOCIATIVISMO FOI TEMA DE PALESTRA NA ACIM

A Caciner e o Sicoob promoveram a palestra "Associativismo de resultados", em 25 de março, na ACIM. Quem conduziu o tema foi Jefferson Nogaroli, que já presidiu a Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap) e o Sebrae/PR, e é um dos maiores defensores do associativismo no Estado.

Atualmente Nogaroli é presidente do Sicoob Central Unicoob e um dos diretores da Companhia Sulamericana de Distribuição (CSD), originada da fusão das redes de supermercados São Francisco e Cidade Canção.



## CENTRO DE TREINAMENTO

	CURSOS	DATA
ABRIL	O preposto na Justiça do Trabalho	6 e 7
	Planejamento no encerramento e elaboração de demonstrações contábeis	9 e 10
	Assistente administrativo	13 a 15
	Oratória com técnicas de PNL	13 a 16
	Departamento pessoal completo	13 a 27
	Técnicas de vendas – os 8 passos das vendas	14 e 15
	Descrição e análise de cargos	14 e 16
	Formação de auditores internos da Norma ISO 9001	17 e 24
	Prestação de contas de projetos culturais	18
	Controles financeiros com uso do Excel	22 a 24
	FAP/NTEP	22 e 23
	Os desafios da cobrança em 2015	25
	Líder sábio: vencendo com as pessoas	27 a 29
	Planejamento estratégico	27 a 29
	Intensivo em apuração de impostos: IRPJ e CSLL	27 a 29
	Ferramenta de programação visual - Kanban	27/04 a 1/05
HP 12C - cálculos financeiros e estatísticos	28/04 a 1/05	
MAIO	Oratória: a comunicação na profissão	4 a 6
	Oficina técnica: Lei Rouanet da teoria à prática	9 e 16
	Organizando e executando inventário no estoque	11 a 13
	Métodos para ações corretivas e preventivas - baseado no Método de Análise e Solução de Problemas (Masp)	22
	Gestão da qualidade	25 a 29
	Drenagem para loteamentos	25/05 a 3/06
Fermação de líderes	27 a 29	

## ACONTECEU NA ACIM

Cerca de 200 reuniões foram realizadas na sede da ACIM em março, com destaque para a palestra do Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior (Ciate), que é uma entidade sem fins lucrativos que presta serviços de informação e orientação para pessoas interessadas em trabalhar no Japão e para os que regressam ao Brasil. A palestra aconteceu no dia 19.

## COPEJEM BUSINESS DISCUTE ATUAL MOMENTO ECONÔMICO

“Crise ou oportunidade? As possibilidades de negócio nos leilões e no mercado para 2015” foi tema do Copejem Business de 18 de março. O assunto foi discutido pelo empresário Fernando Serrano, dos Leilões Judiciais Serrano, uma franquia de prestação de serviços presente em 22 estados, com 130 funcionários e 30 leiloeiros franqueados.

Na palestra ele discutiu perspectivas de negócios para 2015 e investimentos em leilões judiciais, uma possibilidade de negócio lucrativo.

## PROFESSORES DE UNIVERSIDADE NORTE-AMERICANA VISITAM ACIM

Walter Fernandes



Uma comitiva da University of Missouri Kansas City (UMKC) esteve em Maringá em 12 de março e visitou a ACIM. O professor e diretor assistente da Faculdade de Ciências e Artes da UMKC, Michael B. Kruger, e a professora e diretora do Instituto de Línguas Aplicadas da Faculdade de Ciências e Artes da UMKC, Monica Mingucci, que é brasileira, vieram à cidade para discutir uma parceria para que a universidade norte-americana receba acadêmicos de Maringá.

O encontro foi organizado pelo chefe do departamento acadêmico de Física da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), Manoel Messias Alvino de Jesus, que é consultor da UMKC no Brasil, e pelos professores da UTFPR Elvira Barbosa da Silva e Marcelo José Alba. Do encontro participaram ainda representantes de instituições de ensino de Maringá.



Walter Fernandes

## NUTRICIONISTAS LANÇAM SITE E CONTA NO FACEBOOK

O Núcleo Setorial de Nutricionistas do programa Empreender lançou em março o [www.alimentemaringa.com.br](http://www.alimentemaringa.com.br). No site estão disponíveis informações sobre o trabalho e a relação de membros do núcleo, bem como artigos, dicas, receitas e informações que contribuem para a melhoria da qualidade de vida.

Junto com o site foi criada uma conta no Facebook [www.facebook.com/alimentemaringa](http://www.facebook.com/alimentemaringa). “Nos dois canais vamos mostrar que de maneira simples, mudando o estilo de vida e hábitos alimentares, todos podem ter uma vida bem mais saudável”, diz a nutricionista Kátia Cristina Tupinambá.



Walter Fernandes

## EX-PREFEITO DE GRAMADO MINISTRA PALESTRA

O caminho trilhado por Gramado, município da Serra Gaúcha/RS, como destino de turismo de negócios e eventos foi contado pelo ex-prefeito da cidade Pedro Bertolucci, durante palestra na sede da ACIM, que foi organizadora junto com Sebrae/PR, Programa Empreender e Faciap.

Com o tema "Uma grande oportunidade para o futuro de nossa cidade", a palestra de 31 de março fez parte de uma estratégia das entidades na promoção e no fortalecimento do Turismo MICE em Maringá. O termo MICE vem da junção das iniciais das palavras *Meetings, Incentives, Conferences e Exhibitions*, que significam, em tradução livre, respectivamente, reuniões de negócios, viagens de

incentivo, convenções e feiras/exposições.

Em Gramado, 90% da economia é fruto do turismo, em boa parte movimentado por negócios e eventos como o Festival de Cinema de Gramado, o Natal Luz e a Festa das Hortênsias. Bertolucci falou do papel desempenhado por empresários, autoridades e população para a construção deste cenário.

Após a palestra do ex-prefeito, a consultora credenciada do Sebrae/PR, Katia Fritzen, falou sobre oportunidades que o turismo de negócios e eventos oferece para Maringá. Ela é especialista em gestão de pessoas e processos em recursos humanos.

## JEFFERSON NOGAROLI RECEBERÁ COMENDA DA ACIM

Homenagem máxima da ACIM, a comenda Américo Marques Dias será entregue em 9 de abril para um dos ex-presidentes da entidade e um dos principais defensores do associativismo no Paraná, Jefferson Nogaroli. A cerimônia será às 20 horas, no Moinho Vermelho, em Maringá.

Em suas gestões na Associação Comercial (1998/1999 e 2000/2001) Nogaroli foi um dos principais incentivadores da criação do Sicoob, cooperativa de crédito que ele atualmente preside no Paraná (Sicoob Central Unicoob). Ele conta que precisou dividir a ACIM em instituição e empresa. "A instituição não podia dar prejuízo e a outra parte tinha que dar lucro, porque se não desse, não poderia ter bons executivos. Tratei o associado como cliente. Acabei com estruturas que não estavam agregando valor nem para a instituição, nem para a empresa ACIM e muito menos para o associado".

A criação do Sicoob, aliás, foi para suprir uma demanda da classe empresarial. Também foi durante a gestão dele que foi criada a Fundacim, o instituto de responsabilidade social, e houve uma mobilização bem-sucedida para que a Gol Linhas Aéreas passasse a operar na cidade.

Nogaroli já foi presidente da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (Faciap) e do Sebrae/PR.



Walter Fernandes

A Comenda Américo Marques Dias, que leva o nome do primeiro presidente da ACIM, é uma homenagem especial e, portanto, a decisão de escolha dos outorgados fica a cargo dos presidentes dos conselhos de Administração e Superior da ACIM, desde que aprovada pela diretoria – também não há periodicidade definida para ser entregue.

Já receberam a comenda Dom Jaime Luiz Coelho, Adriano José Valente, Joaquim Romero Fontes e Manoel Mário de Araújo Pismel.



**Se a empresa atua em conformidade com os parâmetros legais, a legislação de proteção ambiental, a proteção ao consumidor, a cautela financeira etc, haverá um “selo de legalidade” sobre a mesma. A corporação não deve se preocupar tão somente com a comercialização de um produto, mas com a venda de uma ideia**

## A empresa na era da governança corporativa

A discussão sobre *compliance* nas empresas brasileiras foi alavancada desde a vigência da Lei Anticorrupção (Lei nº. 12.846/2013). A legislação inova ao prever a responsabilidade civil e administrativa das empresas por atos de corrupção. Entre as condutas puníveis destacam-se a oferta de “propina” a agente público, a fraude de licitações e manipulação fraudulenta de contratos com a administração pública. Algumas das sanções são proibição de receber incentivos públicos, proibição de contratar com o poder público e multas milionárias.

No mês passado a presidente Dilma Rousseff sancionou o Decreto 8.420/2015, regulamentando a lei como era necessário. No capítulo IV há a expressa abordagem e valoração do “Programa de Integridade” na empresa que venha a ser investigada por atos lesivos contra a administração pública. Com a publicação do decreto acredita-se que as práticas de governança corporativa serão incrementadas.

Mas o que é *compliance*? Trata-se de uma cultura empresarial voltada para o êxito corporativo expressado em código de deveres de atuar ou omitir casos concretos, evitando uma responsabilidade empresarial por atos lesivos. É importante esclarecer que não há um regimento único para todas as empresas, competindo a cada setor identificar os objetivos e pretensões e traçar um programa eficiente.

Evidentemente há um custo de implementação de um programa de *compliance*, pois demandará a contratação de profissionais especializados que funcionarão como “sentinelas”, detectando cada ponto sensível e atuando de modo para a dano à imagem e ao patrimônio da pessoa jurídica. A finalidade principal da governança corporativa é ajustar a empresa às legislações do ramo em que ela se encontra e filtrar o *feedback* dos *stakeholders*, que são os “interessados diretos”, a exemplo dos consumidores, ONGs (especialmente as atuantes em causas ambientais) e o próprio governo que possui o objetivo de desenvolvimento sustentável. Logo, se a empresa atua em conformidade com os parâmetros legais, a legislação de proteção ambiental, a proteção ao consumidor, a cautela financeira etc, haverá um “selo de legalidade” sobre a mesma. Em síntese, a corporação não deve se preocupar tão somente com a comercialização de um produto, mas com a venda de uma ideia.

Há a necessidade de um cuidado redobrado com as parcerias comerciais e os fornecedores, realizando uma investigação preliminar denominada de *Due diligence*.

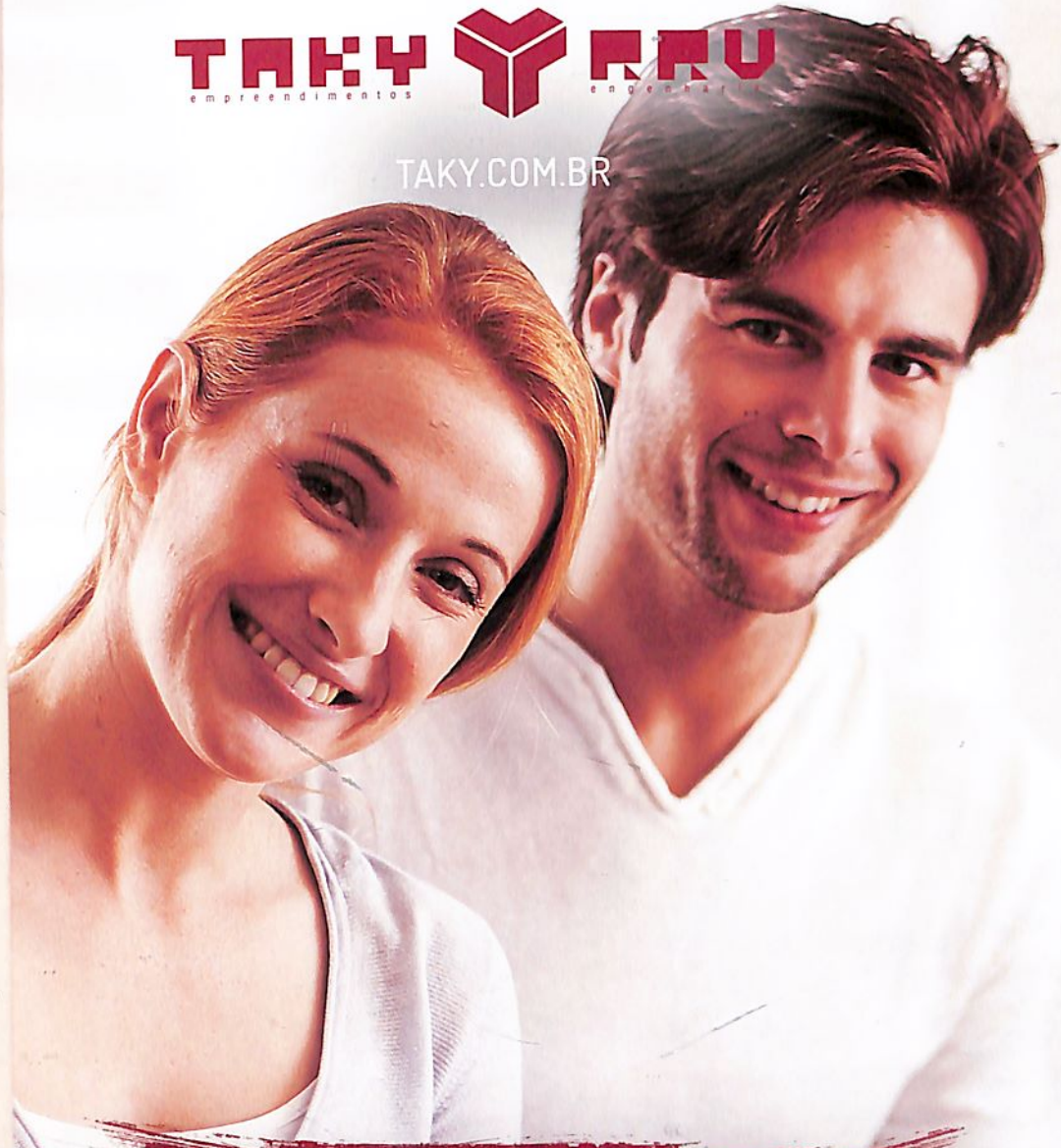
Vale destacar que a Câmara do Comércio do Exterior publicou a Resolução 81/2014, condicionando incentivos aos exportadores brasileiros à assinatura da Declaração de Compromissos do Exportador que promove a institucionalização de controles internos visando à identificação de eventuais transações ilícitas, combate à corrupção ativa e tráfico de influência, ambos em transação comercial internacional.

Por fim, um planejamento correto da pessoa jurídica evitará a penalização civil, tributária, administrativa, criminal etc. Conseqüentemente, o custo da implementação de um programa de *compliance* refletirá diretamente na imagem da corporação e incrementará os lucros.

**Andressa Paula de Andrade** é advogada e aluna da pós-graduação em Ciências Penais pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). É membro do Núcleo de Estudos Penais da UEM e do Núcleo de Estudos em Direito e Ambiente da UEM

**TAKY**  **PARU**  
empreendimentos SAZON 2014

TAKY.COM.BR



**TRANSFORMANDO**

**HISTÓRIAS**  
**DE VIDA**

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

**Cooperados.**  
Sem eles, a palavra  
**parceria**  
perde todo o sentido.

Em 2014, a Cocamar avançou.  
Com a ajuda de todos, mantivemos nossa posição de destaque em nosso campo de atuação, procuramos consolidar nossa presença no norte do Paraná e buscamos oportunidades em outros estados. Grande parte deste sucesso vem do comprometimento de nossos cooperados. Por isso, nosso muito obrigado por fazer parte desta família.

**Cocamar 52 anos.**

