



ACIM


Agosto/2015
Nº 556 - Ano 52
R\$ 5,00

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



OS JOVENS E O MERCADO DE TRABALHO
É preciso humildade para aprender, comprometimento e respeito aos mais velhos, uma receita nem sempre usada pelos mais novos

ALCANÇAMOS NOVOS TERRITÓRIOS, MAS NOSSA ORIGEM É O QUE NOS MANTÉM FIRMES



A Cocamar chega na mesa de boa parte dos brasileiros e exporta para vários países do mundo. Esse constante crescimento é possível graças à nossa querida Cidade Canção, que nos acolhe e encanta desde 1963. Mais do que dar orgulho, ter Maringá como casa nos dá força, nos incentiva e nos inspira. Os cooperados, os colaboradores e o povo maringaense é que nos fazem querer sempre ir além.



cocamar

Cooperativa e cooperado crescem juntos



“ Em Maringá, cuja economia registrou índices de crescimento semelhantes aos da China nos últimos anos, grandes projetos da iniciativa privada e do poder público possibilitam vislumbrar um cenário de prosperidade para os próximos anos

Crises são cíclicas

As notícias da área econômica no Brasil não têm sido das mais animadoras. Dólar em ascensão, queda na Bolsa de Valores, servidores em greve, fraco crescimento econômico, possibilidade de o país ter a nota rebaixada por agências de classificação de risco e redução da meta do superávit fiscal foram algumas das notícias que estamparam as manchetes das últimas semanas.

Se o cenário não é dos melhores, também não é primeira vez que os empresários enfrentam retração no consumo e apreensão econômica. Houve épocas em que a inflação ficava com boa parte dos lucros das empresas, houve períodos de grande desvalorização do real e da falta de produtos em supermercados. Crises são cíclicas em países capitalistas.

Ainda que o cenário esteja longe do que os empresários e a população esperam, o período de turbulência vai passar. E até lá haverá setores prosperando e empresários investindo. A inauguração de uma concessionária da Jeep, em Maringá, e a construção de um novo campus da Unicesumar em Curitiba são exemplos de que os empresários continuam investindo. No primeiro semestre deste ano, em Maringá o saldo de empregos foi de 1.739 vagas, tornando a cidade a segunda do estado em geração de postos de trabalho no período, atrás de Londrina - em Curitiba foram fechados quase 6 mil postos de trabalho.

Em Maringá, cuja economia registrou índices de crescimento semelhantes aos da China nos últimos anos, grandes projetos da iniciativa privada e do poder público possibilitam vislumbrar um cenário de prosperidade para os próximos anos.

O polo aeronáutico é um bom exemplo. Duas dezenas de empresas fizeram a pré-reserva para

instalação na área no entorno do Aeroporto Internacional Silvio Name Junior. Já os empresários do setor de TI concluíram o projeto do Armazém Digital, que será instalado no antigo Instituto Brasileiro do Café. O armazém deverá receber investimentos de R\$ 70 milhões dos próprios empresários e quando tiver todo ocupado, em 2019, deverá abrigar três mil funcionários.

Ainda falando em planejamento, até o início do ano que vem será concluído o plano estratégico socioeconômico de Maringá, feito por uma consultoria internacional para identificar os setores que, prioritariamente, deverão movimentar a economia local até 2047. Em breve será contratado também um escritório internacional para desenvolver um planejamento urbanístico para que a cidade continue crescendo de forma planejada. Os dois estudos, que recebem o nome de Masterplan, serão custeados por entidades e empresas para embasar o crescimento da cidade, independente de quem ocupa cargos da administração pública municipal. No mês passado foi feita, inclusive, a eleição dos conselhos técnicos e consultivo do Masterplan.

Muitos outros projetos estão em andamento e deverão continuar fazendo com que a cidade cresça acima da média do Brasil. Se este planejamento e os diferenciais da cidade não são capazes de 'blindar' totalmente nossa economia num período como agora, contribuem para minimizar os impactos e são um alento para em breve termos dias melhores na economia.

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

Uma visão que nos enche de orgulho e satisfação

Foto: Ivan Amorin



A verdadeira responsabilidade e a missão fundamental do nosso trabalho transcendem a tarefa de construir edificações. Um projeto, para nós, representa a obrigação de deixar um legado que viabilize o progresso e a qualidade de vida para quem vive nesta bela e próspera cidade. Com muito orgulho, somos maringaenses e temos uma história que se entrelaça com a de todos que trabalham e fazem Maringá crescer.

São 4 décadas de inovação e qualidade que continuamos aperfeiçoando com a experiência adquirida em dezenas de empreendimentos realizados.



Visite decorados



CONCEPT
DESIGN

Próximo lançamento



Expo
design

Av. São Paulo, 3019
3037 9700





16

REPORTAGEM DE CAPA

Genir Pavan está preparando os filhos, Camila e Diego, para assumir integralmente a gestão dos quatro restaurantes da família, e lá, o processo de sucessão tem sido tranquilo; a preparação de jovens para o mercado de trabalho é o tema da reportagem de capa, que trata ainda dos desafios da formação de herdeiros e das particularidades do programa Jovem Aprendiz



8 ENTREVISTA

"O afastamento do Collor abriu caminho para o país melhorar com a implantação do Plano Real e o controle da inflação. Então, o brasileiro tem na memória que tirar o presidente faz bem ao país, e não é bem assim. A Dilma não é o Collor e o PT não é o PRN". A afirmação é da jornalista Cristiana Lôbo, comentarista da Globonews e entrevistada desta edição



26 VENDAS

As metas de vendas da Cervejaria Colônia são feitas com base no volume vendido no ano anterior e no percentual de crescimento desejável por tipo de embalagem, segundo o sócio da distribuidora em Maringá, Alcimar Giollo; estipular metas que podem ser alcançadas, com esforço, mas não abusivas, é a maneira mais assertiva de manter a equipe motivada



30 MERCADO

Trabalho escravo, material de qualidade duvidosa e fábricas precárias parecem ser pouco para convencer as pessoas da inviabilidade de produtos falsificados; único autorizado a comercializar a marca Dudalina em Maringá para o público masculino, Oswaldo Gama reconhece que é difícil denunciar: "o grande mal está instalado na 25 de março, em São Paulo"



36 NEGÓCIOS

Em vigor há 10 anos, a Lei de Falências garantiu flexibilidade para o pagamento das dívidas e atinge, em 2015, no cenário econômico de juros e inflação em alta, o recorde de pedidos de recuperação judicial para um primeiro semestre: 492, sendo 255 apenas de micro e pequenas; para o advogado Ricardo Costa Bruno, recuperação deve ser a última alternativa



42 CONSULTORIA

Requisitados em cenários econômicos de tempestade e de calma, consultores enxergam o que está diante dos olhos de empresários envolvidos em dúvidas, incertezas e inexperiência; Enilda Carnier, da Academia Auê, recebeu consultoria para mudar o público-alvo e criar estratégias de vendas e agora se prepara para mudar para outro endereço com o dobro de tamanho

APOIO INSTITUCIONAL



REVISTA

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

ANO 52 Nº 556 AGOSTO/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

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

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Giovana Campanha - MTB 05255

COLABORADORES

Ariádyne Rinaldi, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Graziela Castilho, Juliana Daibert, Matheus Gomes, Renata Mastromauro, Rosângela Gris e Wilame Prado

EDITORIAÇÃO

Andréa Tragueta

REVISÃO

Giovana Campanha, Helmer Romero, Rosângela Gris

CAPA

Factory Total

PRODUÇÃO

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

FOTOS

Ivan Amarin, Walter Fernandes, Paulo Matias

CTP E IMPRESSÃO

Gráfica Caiuás



MISTO
Papel produzido a partir
de fontes responsáveis
FSC® C110429

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.

CACINOR

CACB **FACIAP**
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS DO BRASIL FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO PARANÁ

Entre os holofotes e os bastidores de Brasília



Zé Paulo Cardaal

Mesmo com mais de 30 anos de carreira, a jornalista Cristiana Lôbo é capaz de ser surpreendida pelos escândalos e infortúnios da política brasileira. “Já cometi o erro de dizer que depois do Mensalão o Brasil nunca mais seria o mesmo, e agora estamos assistindo à Operação Lava Jato”, diz a comentarista da Globonews, com a experiência de quem tem no currículo a cobertura do governo Figueiredo – o último da ditadura militar no Brasil –, o movimento Diretas Já, a formação da aliança democrática que elegeu Tancredo Neves e José Sarney, a passagem de Fernando Collor de Mello pela presidência e seu impeachment, a transição com Itamar Franco, dois mandatos de Fernando Henrique Cardoso e a chegada do PT à presidência, com Luiz Inácio Lula da Silva e agora com Dilma Rousseff.

Cristiana iniciou a carreira no jornal O Globo, em

1979. Como repórter escreveu sobre vários ministérios antes de assumir a cobertura diária do Palácio do Planalto e depois no Congresso Nacional. Na década de 1990, assinou uma coluna no O Estado de São Paulo.

Desde 1997, a jornalista trabalha na Globonews. Além de participações diárias como comentarista no Jornal das Dez, é âncora do programa Fatos e Versões que trata dos bastidores da política em Brasília. Na TV aberta, é uma das integrantes da mesa de debates do Programa do Jô, quadro criado em 2005 para debater a crise que afetou o governo Lula e foi retomado agora.

À Revista ACIM a jornalista falou sobre as crises política e econômica que paralisam o crescimento do país, os embates e as derrotas da presidente Dilma no Congresso, os desdobramentos da Operação Lava Jato e o projeto de reforma política. Confira:

Depois de meses de silêncio, a presidente Dilma se pronunciou no início do julho e afirmou estar disposta a enfrentar com garra as críticas ao governo. Esta foi uma demonstração de que, enfim, a presidente se deu conta da dimensão da crise do país?

Apesar das derrotas consecutivas do governo no Congresso Nacional, a presidente Dilma mantinha uma rotina de trabalho e exercícios físicos, alheia a crise. Foi a partir da delação do Ricardo Pessoa, da UTC Engenharia, com a citação de nomes de ministros na Operação Lava Jato, que ela parece ter percebido a gravidade da situação. Em um único dia, antes de embarcar à Rússia para cumprir uma agenda oficial, convocou reuniões políticas, inclusive com o vice Michel Temer, numa tentativa de organizar a casa e concedeu uma entrevista com a mensagem de que não vai esmorecer. Ela afirmou: “não vou cair”, uma frase bastante forte para uma presidente da República.

E o pronunciamento cumpriu o objetivo?

Pesquisas mostram um governo tremendamente desgastado porque a economia está paralisada. No entanto, quando analisamos a imagem pessoal da presidente não vemos mais a mãe do PAC [Programa de Aceleração do Crescimento] que o Lula apresentou ao país em 2010. Ela não é competente na visão do público, mas é uma mulher séria e honesta. E são nestes atributos que a presidente tem pautado a permanência no governo. Quando questionada, ela afirma: ‘não vão encontrar nada contra mim’, jamais diz ‘eu tenho as mãos limpas’. Esta postura gera até conflito com o PT porque dá a impressão que se não aconteceu com ela, veio antes.

“ O afastamento do Collor abriu caminho para o país melhorar com a implantação do Plano Real e o controle da inflação no governo de Itamar Franco. Então, o brasileiro tem na memória que tirar o presidente faz bem ao país, e não é bem assim. A Dilma não é o Collor e o PT não é o PRN

O afastamento da presidente Dilma, cogitado por nomes da oposição, é algo passível de ser concretizado?

Afastar um presidente da República é algo sério e difícil de acontecer. O afastamento do Fernando Collor ocorreu em um período econômico delicado e abriu caminho para o país melhorar com a implantação do Plano Real e o controle da inflação no governo do presidente Itamar Franco. Então, o brasileiro tem na memória que tirar o presidente faz bem ao país, e não é bem assim. A Dilma não é o Collor e o PT não é o PRN. Existe uma reação forte do PT nas redes sociais se utilizando da técnica ensinada por João Santana [marqueteiro] de replicar um assunto até ele surtir efeito. Os petistas falam que quem defende o *impeachment* é golpista. Pela legislação, não é. O *impeachment* é um instrumento previsto na constituição. Só que os petistas repetem tanto isso e forçam a oposição a vir a público responder e assim a palavra golpista fica em foco. O que estamos assistindo é um duelo entre Dilma e Aécio Neves semelhante ao da campanha presidencial.

O vice-presidente Michel Temer afirmou que PT e PMDB não estão no mesmo barco, mas na mesma canoa. Esta demonstração pública de apoio à presidente é sinal de que as rugas entre os dois partidos foram sanadas?

Recentemente a presidente cobrou

lealdade do vice. Em seguida, o presidente da Câmara, Eduardo Cunha, disse que nunca mais PT e PMDB estarão juntos pela governabilidade. Sem dúvida, foi um casamento de conveniências. O PMDB não tinha candidato à presidência, e o PT precisava de base para o governo e, mais do que tudo, de tempo no programa eleitoral da televisão. Hoje as diferenças estão realçadas. Porém, pode ser que em outro momento o PMDB precise do PT, já que até agora não tem candidato próprio. E o PT está tão desgastado que pode abrir mão da candidatura própria à presidência abrindo caminho para a possibilidade de inversão da chapa.

Até que ponto a fragilidade política atrapalha a retomada do crescimento?

Política e economia sempre andam juntas. Uma crise econômica contamina a relação da presidente com a base aliada. E um governo politicamente fraco não consegue aprovar as medidas necessárias e, em determinados momentos, vê-se em situação delicada pela aprovação de outras medidas. A crise econômica amplia a política, e a crise política trava as respostas à necessidade econômica.

Os desdobramentos da Operação Lava Jato podem mudar a forma como são feitas as doações de campanha eleitoral?

Já cometi o erro de dizer que depois do Mensalão o Brasil nunca

mais seria o mesmo, e agora estamos assistindo à Operação Lava Jato. Enquanto houver mundo e homens haverá tentativa de desvio. Por outro lado, as prisões da Lava Jato, que já duram bastante tempo, podem trazer mudanças. E até agora só foi preso quem doou. Quem recebeu o dinheiro e se beneficiou do esquema ainda está em liberdade.

Existe um grupo de petistas que defende uma intervenção maior por parte do ministro da Justiça, José Eduardo Cardozo, na Polícia Federal em relação à Operação Lava Jato e ao vazamento seletivo de informações. Este pedido não traz mais problemas para o governo?

Esta reivindicação jamais poderia ter sido feita publicamente, até porque o país espera uma Polícia Federal autônoma. A cobrança defensiva do partido coloca o ministro da Justiça em uma situação incômoda.

O ex-presidente Lula dizer que Dilma está no 'volume morto' em aprovação foi uma demonstração de descrença no governo?

O ex-presidente Lula é a principal organização política do país. Por não ocupar cargo político, ele pode se manifestar e se pronunciar sobre qualquer assunto da forma e no momento em que quiser. Ele tem razão quando disse que Dilma está perto do volume morto, dados os números da última pesquisa. No entanto, isso nunca deveria ter sido dito por um aliado, ainda que a intenção tenha sido uma espécie de crítica construtiva para despertar a presidente. A declaração foi interpretada como se ele estivesse desistindo da situação e impactou ainda mais nas pesquisas. Depois disso Lula esteve em Brasília e passou a defender fortemente o go-



Já cometi o erro de dizer que depois do Mensalão o Brasil nunca mais seria o mesmo, e agora estamos assistindo à Operação Lava Jato. Por outro lado, as prisões da Lava Jato podem trazer mudanças. E até agora só foi preso quem doou dinheiro

verno. Mas existe um desgaste entre os dois, até por conta das virtudes e opiniões de cada um.

Entre os itens do texto-base do projeto de reforma política, aprovado na Câmara e que segue para o Senado, está a limitação da doação de empresas, além da redução do tempo de campanha eleitoral e fim da reeleição para prefeito, governador e presidente. Estas propostas são suficientes para garantir mais transparência ao processo?

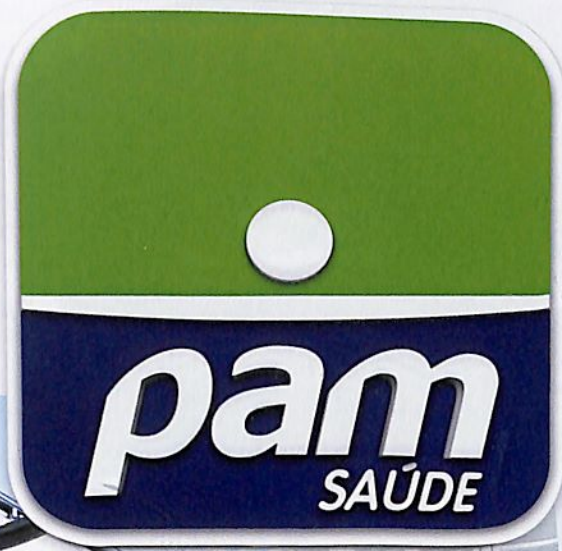
De acordo com a proposta, as empresas poderão doar 2% do fatura-

mento até o limite de R\$ 20 milhões. Em qualquer lugar do mundo R\$ 20 milhões é muito dinheiro. Mas na campanha de 2014 tiveram empresas que doaram R\$ 300 milhões. Limitar os valores é o começo de uma mudança que precisa ser aperfeiçoada paulatinamente até que se consiga uma adesão maior de pessoas físicas. Sou partidária da ideia de pessoas comuns doando um pouquinho para seu candidato. Esta é a melhor fórmula, porém ainda não exequível no Brasil. Outro ponto importante é reduzir o custo das campanhas. Em 1994, Lula contou em uma reunião com jornalistas que um cineasta havia apresentado um orçamento de R\$ 6 milhões para fazer toda a sua campanha. Na época, ele achou o valor absurdo, e de fato era. Na eleição passada, a presidente Dilma gastou mais de R\$ 300 milhões para se reeleger.

Os partidos políticos, o Congresso Nacional, a presidência da República e os ministérios são, nesta ordem, as instituições menos confiáveis entre os brasileiros, segundo pesquisa do Instituto Datafolha. A senhora acredita que a política possa recuperar a credibilidade no país?

Em médio e longo prazos, sim. Tudo depende do desempenho da economia. Quando a vida está boa e o mês cabe dentro do salário o ânimo melhora. O problema é quando o salário acaba e o mês não. O brasileiro sai de casa, demora duas horas para chegar ao trabalho e outras duas para voltar. E vê a inflação corroendo a renda e vive o risco de perder o emprego. Estas frustrações e irritações refletem na avaliação e na credibilidade dos chefes de governo e do legislativo. Se a economia melhorar, isso muda. ■

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 | Ubatuba: 44 3543-4186

[/pamsaude](https://www.pamsaude.com.br)

[www.drpam.com.br](http://www.dr pam.com.br)

JEEP ABRE CONCESSIONÁRIA EM MARINGÁ

Maringá tem agora uma concessionária da Jeep. O atendimento é realizado desde o início de julho, mas a festa de inauguração está marcada para o final de agosto. Segundo o gerente da concessionária maringaense Fipal Jeep, Ricardo Rodrigues Gervazio, o mês fechará com vendas acima da expectativa. "Acreditamos que depois da inauguração e do investimento em mídia o movimento aumentará ainda mais", diz.

Gervazio explica que antes da decisão da abertura de uma concessionária em Maringá, uma pesquisa mostrou que o potencial econômico e o perfil de clientes estavam alinhados à estratégia de negócios da empresa. "Focamos nos públicos A e B".

A concessionária dispõe de uma equipe de seis vendedores e profissionais de pós-vendas, treinados em



Walter Fernandes

fábrica, aptos para manutenções preventiva e corretivas.

O modelo destaque é o novo Jeep Renegade, fabricado na unidade brasileira da Jeep em Goiana/PE. O grupo Fiat Chrysler Automóveis iniciou as atividades da unidade no Brasil em fevereiro deste ano, inicialmente para a produção exclusiva do Renegade.

A concessionária da Jeep em Maringá fica na avenida Gaspar Ricardo, 333. O telefone é o (44) 3219-6100.

LOTEAMENTO TEM 300 TERRENOS VENDIDOS NO 1º FINAL DE SEMANA

Lançado em junho, o Loteamento Bom Jardim está com quase 40% dos terrenos comercializados. Só no final de semana do lançamento foram vendidos 300 terrenos residenciais do empreendimento localizado entre o Jardim América e o Conjunto Requião – houve até quem passou a noite anterior em frente à central de vendas e uma imensa fila estava formada quando teve início a comercialização.

Para o sócio da Opção Imóveis, Ewerthon Vargas de Almeida, as vendas reforçam o status do segmento imobiliário como um dos investimentos mais seguros por se adaptar às variáveis da economia, mesmo em tempos de crise.

"Ouve-se muito falar em recessão, principalmente nos últimos meses, no entanto, a comercialização do loteamento tem mostrado que os imóveis são um caminho seguro para aplicar dinheiro, até porque sempre há valorização", diz Almeida.

O empreendimento da Santa Marcia está localizado na avenida Gualapó, a cerca de 500 metros do Parque de Exposições, conta com terrenos de 300 e 400 metros quadrados. Em parte deles está liberada a construção de casas geminadas.

A comercialização do loteamento está a cargo da Opção Imóveis, que fica na avenida Luiz Teixeira Mendes. Outras informações pelo telefone (44) 3033-1300.

FCV TEM NOVO LABORATÓRIO DE COMPUTADORES

A Faculdade Cidade Verde (FCV) inaugurou novo laboratório com 30 computadores MAC (Apple Macintosh). O espaço é voltado para os acadêmicos dos cursos de Análises de Sistemas, pós-graduação na área de projetos, dispositivos móveis, desenvolvimento de *games* e mestrado em Desenvolvimento de Novas Tecnologias.

Segundo o diretor da FCV, José Carlos Barbieri, o investimento foi de aproximadamente R\$ 150 mil. Ele explica que o desenvolvimento de algumas tecnologias depende deste tipo de equipamento. Desta forma, a FCV aproxima os alunos do dinamismo do mercado, fator crucial para o sucesso dos novos negócios.

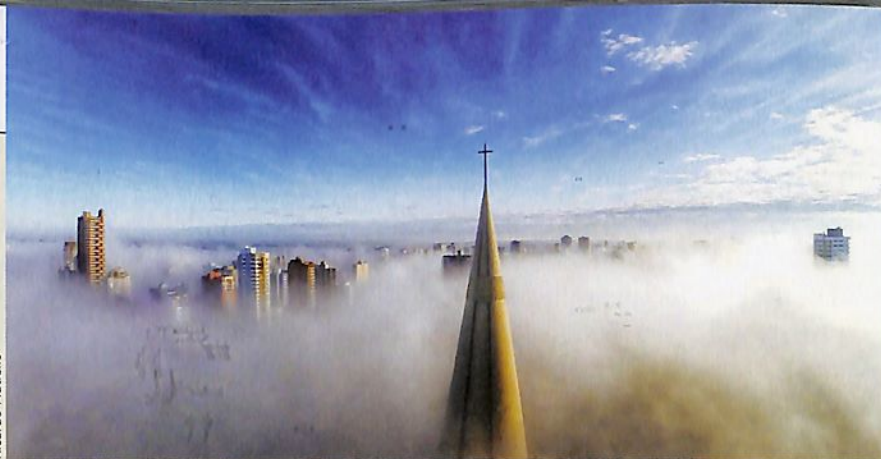
As novas máquinas proporcionam aos alunos o que há de mais avançado na tecnologia para desenvolver aplicativos para iPhone e iPad. Para o coordenador dos cursos da área de informática, professor doutor Luiz Fernando Braga Lopes, o novo laboratório traz grandes benefícios para a formação acadêmica e profissional dos estudantes.

WILSON FILHO SERÁ CONDECORADO CIDADÃO BENEMÉRITO DO ESTADO

O presidente da Sociedade Rural de Maringá (SRM) e vice-reitor da Unicesumar, Wilson Matos Filho, será condecorado com o título de Cidadão Benemérito do Estado do Paraná, em uma homenagem do Poder Legislativo. A indicação foi feita pelo deputado estadual Dr. Batista em reconhecimento aos relevantes serviços prestados na área de educação. Segundo Dr. Batista, a proposição se deu pela dedicação de Matos Filho nas causas públicas e pelo compromisso com a educação de qualidade.

Formado em administração pela Unicesumar, especialista em Marketing, mestre em Gestão de Políticas Públicas pela Universidade de Santa Catarina e mestre em Gestão de Educação pela Unimar, ele é presidente do Sindicato das Escolas Particulares do Noroeste do Estado e é vice-presidente da área de educação da ACIM.

Ricardo Matiello



MARINGAENSE 'CAPTA' CATEDRAL ACIMA DA NÉVOA E VENCE CONCURSO

"Acima da Névoa". Foi assim que o maringaense Ricardo Matiello 'batizou' a imagem da Catedral de Maringá, rodeada por uma névoa, premiada no Concurso Internacional de Fotografias Aéreas 2015, promovido pela National Geographic em parceria com o Portal Dronestagram.

O clique, captado através de um drone, foi o escolhido da categoria 'lugares' e também na 'votação popular'. O concurso recebeu mais de cinco mil inscrições do mundo em três categorias: lugares, natureza e dronie (termo utilizado para uma selfie feita por drone). Foram premiadas as três melhores fotografias de cada categoria, além das escolhidas por voto popular.

Os critérios avaliados foram criatividade e qualidade fotográfica. Entre os especialistas que participaram da comissão julgadora estão o premiado fotógrafo Ken Geiger - vencedor do Prêmio Pulitzer - e o editor-chefe da National Geographic France, Jean-Pierre Vriгнаud, além de profissionais do Dronestagram.

Entre os prêmios oferecidos aos vencedores está a publicação da fotografia premiada nas páginas da revista National Geographic, em data ainda não definida.

SOLUÇÃO EM
AUTOMAÇÃO E ILUMINAÇÃO

ELETROBRASIL
MATERIAIS ELÉTRICOS

www.eleetrobrasilmaringa.com.br

Av. Brasil, 2.538

FONE 44 3227-2161



AMO COMPLETA 62 ANOS

Em 3 de julho, no auditório da Associação Maringaense de Odontologia (AMO), foi realizado um jantar em comemoração aos 62 anos da entidade reunindo ex-presidentes, diretores e associados. Durante a cerimônia foi inaugurada uma galeria de fotos para honrar o trabalho dos ex-presidentes que se dedicaram ao desenvolvimento da associação.

O auditório da AMO também foi nomeado em homenagem ao dentista Amélio da Silva Gomes Filho, que teve grande contribuição na construção da sede. A ocasião reservou ainda a participação do dentista Murilo Valério Bianco Rego, que tomou posse da presidência do Conselho Jovem da AMO, e da associada Azabela Garcia, que assumiu a função de secretária do novo comitê.

“O jantar foi um marco por reunir três esferas da odontologia na associação. O passado, representado por nossos ex-presidentes com o legado deixado. O presente, que comemora o aumento significativo do quadro associativo. E o futuro com a criação do Conselho Jovem”, destaca a presidente da AMO, Marta Sakurai.

Desde 1953, a AMO atua na unificação da classe odontológica em Maringá, na capacitação profissional e em responsabilidade social. Atualmente, a entidade conta com uma estrutura moderna, incluindo um centro de pós-graduação que oferece à população cursos de aperfeiçoamento e especialização, além de palestras científicas.



Walter Fernandes

COPEL TELECOM MARINGÁ VÔLEI APRESENTA ELENCO PARA SUPERLIGA

Na disputa da Superliga Nacional Masculina 2015/2016 a equipe de vôlei de Maringá vai se chamar Copel Telecom Maringá. O anúncio foi feito em 24 de julho na ACIM, pela vice-governadora Cida Borghetti, pelo diretor-presidente da Copel Telecom, Adir Hannouche, e pelo levantador e presidente do Maringá Vôlei, Ricardinho.

A Copel Telecom é patrocinadora do time desde 2013. Para este ano, a parceria foi ampliada e a empresa passou a dar nome à equipe maringaense, a única do Estado na Superliga. Na temporada 2014/2015 do campeonato, o time terminou na sexta colocação. Além da Superliga, a equipe deve participar da Copa Brasil.

Do elenco da temporada passada continuam na equipe o levantador e presidente do clube Ricardinho, o treinador Horacio Dileo, o oposto Luan, o levantador Tiago Gelinski, o líbero Rogerinho e o central Mudo. Entre os reforços apresentados estão os centrais Aureliano (ex-Voleisul) e Ualas (ex-UPCN-Argentina), o oposto Edinho (ex-Montes Claros) e o ponteiro Thiago Sens (ex-Taubaté). A equipe também conta com o ponteiro Tatsuya Fukusawa, que defendia o Panasonic Panthers e conta com mais de cem jogos pela seleção japonesa.

CONCURSO REÚNE MAIS DE 800 CANTORES

Mais de 800 cantores de todo o Brasil participaram do XXX Concurso Brasileiro da Canção Japonesa, realizado no fim de julho, no salão social da Associação Cultural e Esportiva de Maringá (Acema). O evento é promovido pelo Departamento de Canto da Associação Brasileira de Canção (Abrac).

O concurso, que durou três dias, com audições das 8 às 22 horas, elegeu os melhores cantores em diversas categorias. Os vencedores ainda participaram de um *grand prix*. Os candidatos passaram por seletiva regional – só em Maringá foram 155 cantores – e estadual, antes de concorrer à edição nacional.

Além de acompanhar as apresentações, os visitantes puderam visitar estandes de artesanato e apreciar a gastronomia japonesa.

Mais que vidas. Histórias de felicidade.

Dona Maria.

Colaboradora da Unimed Maringá há 33 anos, sempre prestando serviço com alegria e satisfação.



Izabel Puton e Orlando Bedin.

Clientes Unimed Maringá, se conheceram no Centro de Medicina Preventiva e namoram há um ano e meio.

A Unimed Maringá completa 33 anos e diversas histórias passaram por aqui. Muitas vitórias, encontros e sonhos tiveram a nossa parcela de participação. Isso é um grande motivo de orgulho para nós.

Unimed 
Maringá

33
ANOS

O primeiro passo para o mercado de trabalho

Não importa se o ingresso na vida profissional se dá por empresas que priorizam a contratação de jovens, por cotas de programas de aprendizagem ou por sucessão familiar, todos terão um longo período de aprendizado; uma carreira bem-sucedida começa com comprometimento, qualificação e aproveitamento de oportunidades

Walter Fernandes



O gerente Fábio Xavier e a equipe de uma das lojas da Austrália; lá candidatos de primeiro emprego são bem-vindos

Giovana Campanha e Rosângela Gris

O percentual de jovens com 16 a 24 anos que trabalham cresceu nos últimos anos, mas metade continua desempregada, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Em 2003, 46,5% desta faixa da população trabalhava e em 2013 era 49,9%. A obrigatoriedade da contratação de jovens por empresas por meio da Lei de Aprendizagem, ainda que haja pontos de melhorias segundo as empresas, contribui para a conquista do primeiro emprego. Mas a carreira também pode ter início em negócios familiares ou em empresas que veem na inexperiência dos jovens uma oportunidade de interagir com o público-alvo ou de 'moldá-los' de acordo com o perfil que precisam, ainda que também haja obstáculos. Afinal, dizem muitos gestores, a nova geração tem menos comprometimento e dificuldades para seguir regras.

Nas duas lojas da Austrália os 30 funcionários têm até 25 anos. A exceção é o gerente de vendas da loja da avenida Brasil, que tem 29 anos. A empresa até tentou contratar vendedores mais velhos, mas os vícios de vendas dos mais experien-

tes e o público-alvo da marca, que são consumidores jovens, levaram à contratação de uma equipe com idade menor.

Como a rotatividade entre os jovens, a chamada geração Y, é mais alta, o gerente administrativo, Fábio Xavier, o colaborador de 29 anos, desenvolveu estratégias de contratação para minimizar a tendência a permanecer menos tempo. Na entrevista ele faz dois questionamentos cujas respostas são imprescindíveis para a contratação: se o candidato tem responsabilidade financeira na manutenção do lar e o salário que quer ganhar. "Jovens que não têm contas fixas e os que são de outras cidades, mas vieram para Maringá estudar custeados pelos pais normalmente têm menos compromisso com o trabalho. E aqueles que ao serem questionados sobre a pretensão salarial, respondem que ficam satisfeitos em ganhar o salário do comércio mostram que não têm ambição e provavelmente terão um desempenho menor", diz Xavier, que já viu vários casos de jovens que foram contratados e no dia posterior voltaram para buscar a carteira de trabalho com desculpas variadas para não começar a trabalhar.

Na Austrália os candidatos de primeiro emprego são bem-vindos, já que eles poderão ser formados de acordo com o perfil da empresa. Em contrapartida, é preciso investir na formação dos novos vendedores. Nos primeiros dias de trabalho eles apenas acompanham os mais experientes, aprendem a manusear o estoque e as normas da empresa. Também são necessárias reuniões frequentes antes da abertura da loja para instruções sobre formas de abordagem, metas, *feedback* e até comportamento, afinal, alguns usam gírias e precisam de dicas de como se vestir.

Na empresa também não há regras para ascensão. Bom desempenho e responsabilidade são motivos que levam à promoção. O subgerente do Shopping Cidade, por exemplo, tem 18 anos. O próprio Xavier foi galgando posições maiores ao longo dos nove anos de 'casa'. A primeira função foi de auxiliar administrativo.

Atualizados em moda

Situação parecida é vivenciada pela Jorrovi. Nas seis lojas a idade média dos funcionários é 27 anos e 80% dos 135 colaboradores têm



Walter Fernandes

João Otávio Marques Júnior, gerente da Jorrovi:
"apreciamos o quanto os mais jovens são atualizados em relação à moda, além de terem disposição e motivação"



Walter Fernandes

Genir Pavan e os filhos Diego e Camila: a família se divide na administração dos restaurantes e está fazendo o processo de sucessão; na foto, o único neto do patriarca, Arthur

até 30 anos. “Apreciamos o quanto eles são atualizados em relação à moda, além de terem disposição e motivação”, relata o gerente da filial 3, de Maringá, João Otávio Marques Júnior. Ele reforça outras características comuns: têm vontade de crescer na carreira e habilidades na área tecnológica. Por outro lado, parte demonstra instabilidade, falta de comprometimento e tem dificuldade para seguir regras. Também são os mais jovens que costumam faltar mais.

Nas reuniões diárias pela manhã, Marques Júnior, que não tem restrição à contratação de quem busca o primeiro emprego, reforça o sistema de atendimento, o plano de pagamento ofertado pela loja e apresenta

os produtos, o que contribui para a aprendizagem e para assimilar as estratégias da empresa.

Mas, como é comum aos profissionais mais jovens, há os que preferem “se aventurar em uma nova oportunidade, mesmo quando começam a melhorar o desempenho”.

Sucessão e aprendizagem diária

Faz mais de 60 anos que a família de Genir Pavan é proprietária de restaurantes e churrascarias que levam o sobrenome da família. Ele iniciou o negócio próprio aos 20 anos quando se mudou para Maringá e abriu, em 1992, a churrascaria que tem até hoje. Os negócios prosperaram e hoje são quatro casas, que geram 160 empregos. Agora é Genir quem

faz planos de passar o bastão para os filhos: Diego, que é formado em Administração de Empresas, e Camila, graduada em Publicidade e Propaganda e em Gastronomia.

Nos planos de Genir, em cinco ou seis anos, o dia a dia dos negócios deverá ser tocado pelos filhos para que ele e a esposa, Jusceli, que administra o restaurante do shopping Avenida Center, possam ter uma rotina mais tranquila e não tenham tantas responsabilidades nas empresas. Até lá, a família tem desafios comuns aos herdeiros, como a descentralização da gestão e o aumento da profissionalização das empresas. Tudo isso conciliando o dia a dia dos restaurantes que exige dos donos a dedicação diária, inclusive de finais

de semana e no período da noite.

Diego e Camila administram o Pavan Grill e o Baco Café Bistrô, que ficam no shopping Catuaí e empregam 32 pessoas. Diego responde pelo atendimento e Camila é responsável pelas compras e marketing. Os dois não enfrentam conflitos comuns entre irmãos que trabalham na mesma empresa. “Temos formações complementares”, explica Diego. Os irmãos também têm um discurso comum quanto ao futuro da empresa: querem investir no planejamento de longo prazo para que os negócios continuem prosperando e possam estudar novas formas de expansão.

Já Genir admite que ainda tem dificuldades em descentralizar a gestão, mas garante que o processo de transmitir as empresas para os filhos tem sido tranquilo. “Ainda falta um pouco mais de experiên-

cia aos dois, mas com o trabalho diário e a vivência eles estão sendo preparados e estou adquirindo mais confiança”, conta.

Os Pavan estão otimistas com um projeto planejado conjuntamente: um Baco com novo conceito que será inaugurado após o carnaval do ano que vem na avenida São Paulo. No novo restaurante a família vai atender pequenos eventos, oferecer almoço e contará com um *Wine Bar*. Cada membro tem dado sua opinião na formatação da nova ‘casa’. E, aos poucos, de forma tranquila eles administram as empresas e vão fazendo o processo de sucessão sem ajuda de consultores.

Desafio de passar o bastão

Mas nem sempre a sucessão dá certo sem a ajuda de consultores especializados. “Apesar das famílias reconhecerem a relevância da sucessão empresarial, este assunto não é prioridade”. A afirmação é do consultor e professor de gestão estratégica, governança e gestão de empresas familiares da Fundação Dom Cabral, Dalton Sardenberg. Ele explica: como a pressão por resultados, as demandas crescentes de clientes e fornecedores e outros assuntos cruciais para a sobrevivência da empresa consomem boa parte do tempo dos gestores, o planejamento da sucessão fica muitas vezes para o segundo plano.

O advogado Matheus Florêncio Rodrigues, do Inamare, defende o aumento de opções de cursos a partir de sugestões da classe empresarial

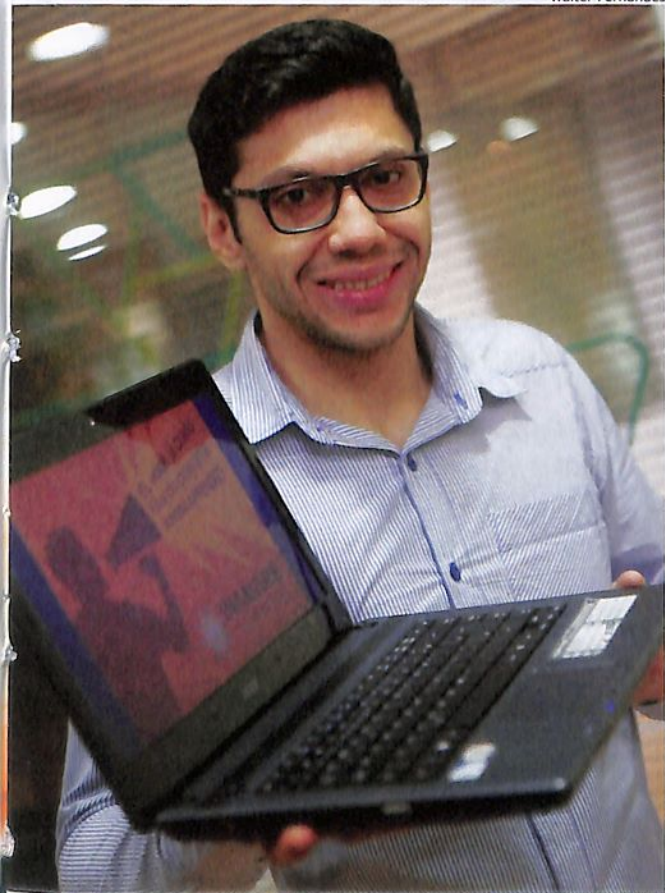
A formação dos herdeiros, ensina Sardenberg, deve começar ainda na infância. Isto significa que os filhos devem, independente da vocação, desenvolver desde cedo carinho e afinidade pela empresa.

Na lista de fatores cruciais para a continuidade do legado pelos sucessores, o professor cita a vocação. “O herdeiro precisa saber o que o realiza como pessoa, e nem sempre assumir a empresa é a sua vocação. Costumo dizer que as portas da empresa para as segunda e terceira gerações não devem estar totalmente abertas, nem totalmente fechadas”. Ele recomenda que haja regras específicas para ingresso dos familiares na empresa, e o acompanhamento de um *coach* para os jovens também ajuda. “Com base na minha crença e na minha experiência, quem não tem perfil de liderança não deve chegar aos cargos de diretoria apenas por ser um familiar”, diz. Uma vez na empresa, o herdeiro deve ter atribuições definidas, porque a falta de clareza de seu papel pode gerar insegurança tanto para os herdeiros quanto para o restante da equipe.

O consultor já viu vários casos de relações mal resolvidas no âmbito da família que continuaram mal resolvidas na empresa. O tratamento imparcial entre os familiares é, inclusive, um dos principais motivos de conflito entre os gestores familiares, levando à interpretação de predileção e privilégios.

Outro ponto que pode gerar discórdia é a remuneração de familiares que trabalham na empresa, que deve seguir as regras de mercado. “Este é um assunto de Recursos Humanos e não de família. Pesquisas mostram que um gestor familiar ganha até 18 vezes menos que outro de mesmo nível gerencial. É preciso distinguir remuneração pelo capital

Walter Fernandes



Raio-X dos jovens no Brasil

IDADE

17,4 milhões de brasileiros têm entre **15 e 24 anos**

9,6 milhões de brasileiros com **15 a 29 anos** não trabalham nem estudam, isto significa um em cada cinco jovens*

57% dos jovens entre 15 e 29 anos estão **ocupados**

7,9% estão **desocupados**

31% não são considerados economicamente ativos**

(*) Dados de 2012
(**) Dados de 2009

TRABALHO

Distribuição da força de trabalho juvenil

60,4% dos homens estão ocupados, nível bem maior que o das mulheres

Para cada **9 mulheres** jovens desocupadas, há **1 homem** na mesma situação

Dos jovens empregados:

24% atuam no comércio varejista e atacadista

12,5% trabalham com manufatura

Dois terços dos jovens ocupados estão em empresas privadas ou negócio rural

19,5% trabalham em residências

6,9% trabalham em instituição governamental

Dados de 2009

28% dos jovens empregados têm apenas contrato ou acordo oral

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Organização Internacional do Trabalho (estudo: Transições da escola para o mercado de trabalho de mulheres e homens jovens no Brasil, 2014 - com dados de 2009)

Arte: Wellington Vainer

e remuneração pelo trabalho. Familiares que trabalham devem ser remunerados de forma digna e com um componente variável, na mesma lógica aplicada a um não familiar. Para os dividendos ou distribuição de resultados aos herdeiros, os valores deverão ser acrescidos aos que trabalham, com valores equivalentes ao que for distribuído aos familiares que não estão na gestão”, explica.

O professor aconselha: “é necessário o respeito mútuo entre gerações. O jovem ao ingressar na empresa não deve ter uma postura arrogante de achar que sabe tudo,

mesmo que tenha uma bagagem conceitual de boas escolas, e precisará reconhecer a competência de quem trouxe a empresa até aqui. Já o predecessor não deve infantilizar o herdeiro e precisa ajudar o mais novo a construir o seu espaço na empresa”.

O bom relacionamento entre as duas gerações familiares é marcado pela comunicação transparente e respeito mútuo. “Ter vínculos e interesses conjuntos em atividades sociais, esportivas ou o voluntariado ajudam na conexão entre predecessor e sucessor. Uma atividade fora da empresa ajuda a conectar as

gerações, trazendo resultados positivos no processo de construção da sucessão”, recomenda.

Porta de entrada

De um lado, jovens à procura do primeiro emprego. Do outro, empresas em busca de mão de obra. Entre eles: o Programa Jovem Aprendiz, uma iniciativa do Governo Federal para oportunizar a população entre 14 e 24 anos a primeira experiência profissional. Instituída em 2000, a ‘Lei da Aprendizagem’ determina que empresas – excluindo as micro e pequenas e as entidades sem fins lucrativos - contratem aprendizes,



Walter Fernandes

Para Ana Carolina Tiene Andrade, coordenadora da Lins de Vasconcellos, o trabalho de formação cidadã em sala de aula é o diferencial dos cursos ofertados pela entidade

que podem representar de 5 a 15% do quadro de colaboradores.

O contrato, de no máximo dois anos, prevê jornada que não exceda seis horas diárias, registro profissional e direitos trabalhistas. Participar do programa também dá vantagens às empresas, que são isentas de pagar multa rescisória no final do contrato. Também requer um investimento menor: o recolhimento de FGTS é de apenas 2% do salário mínimo, e a remuneração é equivalente ao salário, mas adaptada à carga horária.

A condição de aprendiz pressupõe estudo e trabalho, aliados à formação profissional. Para tanto, matrícula e frequência em cursos ou programas de aprendizagem credenciados ao Ministério do Trabalho são obrigatórias. A oferta é feita pelo Sistema S – Senai (Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial), Senac (Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial), Senar (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural), Senat (Serviço Nacional

de Aprendizagem do Transporte) e Sescop (Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo) –, escolas técnicas e entidades sem fins lucrativos como o Encontro Fraternal Lins de Vasconcellos.

Formação cidadã

Desde 2006, a entidade de Maringá, que presta atendimento a famílias em situação de risco e vulnerabilidade, atua no encaminhamento de adolescentes a partir dos 14 anos ao mercado. Atualmente são 375 nos cursos de aprendizagem, 240 inscritos no pré-projeto e cerca de 300 na fila de espera. A maior oferta é para auxiliar administrativo.

Os inseridos no mercado se dividem entre a sala de aula e a jornada de trabalho – de no máximo quatro horas por dia para aqueles entre 14 e 16 anos. “Três dias da semana eles vão para a empresa e os demais passam na entidade participando de atividades de orientação profissional e formação cidadã”, explica a coordenadora

Ana Carolina Tiene Andrade.

Enquanto a profissionalização fica a cargo de professores do Sistema 5S, cedidos por meio de parcerias, os temas de cidadania e comportamento são trabalhados por psicólogas, pedagogas e assistentes sociais. “Esta metodologia dá um caráter mais social ao programa e tira o adolescente da ociosidade, contribuindo com a diminuição da criminalidade e da violência”, diz Ana Carolina.

O contato com os assuntos de formação cidadã começa no pré-projeto que, segundo a coordenadora, é uma preparação, com duração de seis meses a um ano, que antecede o processo de seleção nas mais de cem empresas parceiras. A maioria deles, segundo Ana Carolina, com desempenho positivo.

“Em apenas 14% dos casos é preciso intervenção da entidade, o que na maioria das vezes se resolve com uma orientação sobre comportamento e atitudes. Alguns têm dificuldades para entender o perfil

da empresa”.

Ela ressalta, no entanto, que a permanência no programa está condicionada à frequência e disciplina. “Se faltar comprometimento ou identificarmos problema de conduta é feito o desligamento do aprendiz”, pontua.

Além da cota

No Sistema S a aprendizagem não se limita ao cumprimento de imposição legal. Trata-se de uma estratégia de geração de oportunidade de formação e emprego para os jovens e de renovação dos quadros de pessoal qualificado das empresas, especialmente do setor industrial.

Os programas e cursos ofertados têm grade curricular técnica, embora também com a metodologia de mesclar uma etapa na escola e outra na empresa em situação real de trabalho.

No Senai, por exemplo, os cursos e vagas de aprendizagem destinam-se ao atendimento prioritário às demandas das empresas contribuintes. Em Maringá, as áreas contempladas nas duas unidades são alimentos e bebidas, automotiva, construção civil, energia, química, metalmeccânica, segurança do trabalho, têxtil e vestuário.

“Os cursos de Aprendizagem Industrial têm carga de 900 horas dividida em três períodos, e são gratuitos para jovens a partir de 18 anos”, diz a coordenadora de Educação do Senai, Helen Camila Silva. “O mercado sofreu mudanças profundas e passou a exigir dos jovens habilidades técnicas e competências pessoais que vão muito além do ‘saber fazer’. O que percebemos entre os alunos é uma preocupação com a qualificação para manter o posto de trabalho, especialmente diante da atual situação econômica e cres-



Helen Camila Silva, coordenadora de Educação do Senai de Maringá, ressalta que o compromisso dos cursos ofertados é com a formação profissional de perfis requisitados pelas indústrias

cente desemprego”, destaca.

Entre prática e teoria

Mais de 1,2 milhão de jovens brasileiros poderiam estar contratados como aprendizes. Entretanto, em 2014, cerca de 420 mil estavam nesta posição. O abismo se deve à distorção entre a teoria e a prática da Lei de Aprendizagem, ora por falta de demanda, ora por falta de oferta.

“Existem duas situações. Entre os menores de 18 anos, cujo encaminhamento é feito por entidades assistenciais, existem filas de espera nos cursos. No entanto, nas empresas existe certa resistência devido às restrições previstas em lei em relação às atividades desempenhadas. O empresário contrata porque é obrigado a cumprir cota e coloca o aprendiz em um departamento que às vezes nem tem demanda, normalmente o administrativo. E o aprendiz acaba se frustrando ao ser pouco aproveitado”, diz o advogado e assessor jurídico do Instituto de Aprendizagem de Maringá e Região (Inamare), Matheus Florêncio Rodrigues.

“Em contrapartida, sobram vagas nos cursos técnicos profissionalizantes ofertados pelo Sistema S, que geralmente são procurados por maiores de 18 anos. O que se percebe, neste caso, é uma resistência por parte dos jovens e dos pais pela carreira dentro das fábricas devido a uma supervalorização do ensino superior. Muitos preferem estar em frente ao computador em vez de estar na fábrica”, exemplifica o advogado.

O assunto tem sido amplamente debatido na Câmara Técnica de Educação do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), integrado por representantes de várias instituições, entre elas o Inamare.

Um dos pontos questionados pelos empresários é o cálculo de cota mínima, cujo parâmetro é a Classificação Brasileira de Ocupação (CBO). O advogado também vê equívoco ao incluir na conta as funções não permitidas para aprendizes. “Em uma usina, por exemplo, um aprendiz não pode trabalhar no corte de cana por ser uma atividade

EMPRESÁRIO, VISUALIZE UM OCEANO AZUL DE SUCESSO PARA A SUA EMPRESA.

Ao disponibilizar benefícios a seus colaboradores, certifique-se de que a sua operadora atua em conformidade com a lei do PAT – Programa de Alimentação do Trabalhador do Governo Federal.

A Cooper Card cumpre todos os requisitos de operação estabelecidos pelo PAT, ao fornecer os benefícios Refeição e Alimentação para sua empresa e seus colaboradores.



Garantia de segurança para a empresa.



Qualidade de vida para os colaboradores.



Ampla rede credenciada e sinalizada.

Tire suas dúvidas com um de nossos consultores.



CENTRAL DE ATENDIMENTO COOPER CARD
Maringá e região 44 3220 5454 / 44 3033 0654
Demais localidades 0800 200 6263
www.coopercard.com.br

de exaustiva. Mas os funcionários que fazem este trabalho entram na conta. Ou seja, se a usina tem 400 cortadores de cana, pela lei precisa contratar 20 aprendizes e encaixá-los em outros setores, quando a demanda maior é na lavoura”, exemplifica.

Outra queixa é a falta de mão de obra. Os empresários dizem não haver no mercado aprendizes suficientes para o cumprimento da cota. “Hoje a maioria dos aprendizes trabalha no setor administrativo, embora muitos não tenham aptidão ou interesse pela área. O que pode ser feito é a própria classe empresarial trazer suas demandas para a criação de cursos, como ocorre com o setor supermercadista”, explica.

Esta escassez de cursos é sentida na FA Maringá, empresa que atualmente emprega dez jovens em cumprimento à Lei da Aprendizagem. “As instituições oferecem mais cursos voltados para área administrativa. Então, embora a maior parte do nosso quadro de funcionários esteja lotada na área operacional, a maioria dos aprendizes atua na área administrativa. Seria mais produtivo se pudéssemos mesclar os jovens nas diversas áreas da empresa”, opina a gestora de Recursos Humanos (RH) Daniela Zanuto.

Ela confirma a dificuldade de encontrar candidatos às vagas. Para driblar esta barreira, a FA Maringá recruta e seleciona os jovens - entre filhos, parentes e indicações de funcionários - e os encaminha para as organizações formadoras.

Sobre o desempenho dos aprendizes na empresa, Daniela afirma que há casos bem-sucedidos, inclusive de jovens efetivados. “Um dos primeiros jovens aprendizes trabalha até hoje na empresa. Atualmente ele é estilista de uma de

nossas marcas”. Por outro lado, há aqueles que requerem uma melhor orientação e também casos de comportamentos inadequados que exigem intervenção.

Em média, os aprendizes passam entre 50 e 100 horas mensais na empresa. O valor da bolsa varia entre R\$ 535 a R\$ 1.043 mensais, de acordo com o curso e instituição. A empresa também custeia o vale transporte. No dia-a-dia, eles são supervisionados pelo gestor da área que atuam. O setor de RH fica encarregado de fazer o acompanhamento comportamental e orientação.

Ensino técnico

Embora ainda renegados, os cursos técnicos profissionalizantes despontam como alternativa para carreiras bem-sucedidas. “A educação profissional de nível médio é fundamental para o aluno que não consegue ir para a faculdade logo após a conclusão do ensino médio. Ele pode fazer o curso técnico, conseguir um emprego e depois partir para a faculdade”, sugere a responsável pelo setor de Educação e Trabalho do Núcleo Regional de Educação (NRE), Elizabete Neves.

Em Maringá e região os jovens têm mais de 20 opções de cursos técnicos, todos gratuitos e com duração de um ano e meio a dois. Além de oferecer o conhecimento, as escolas ainda buscam oportunidades de estágios para os alunos em empresas.

Mas, infelizmente, sobram vagas nas salas de aula. Segundo a educadora, os jovens têm dificuldade em reconhecer o valor da educação profissional, mesmo com a demanda por profissionais da área técnica em alta, inclusive com a oferta de salários atrativos.

Estágio é oportunidade para aplicar conhecimentos

Nascido há pouco mais de uma década, o Instituto Proe é um agente de integração de estágio de abrangência nacional, com amplo banco de dados de estudantes aptos a desenvolver as habilidades e conhecimentos adquiridos em sala de aula.

Presente em diversos estados, por meio das associações comerciais, o Proe integra o aluno, que precisa aplicar a teoria, a empresa, sempre em busca de novos talentos, e a escola, formadora de capital humano capacitado. Para as empresas significa incluir na rotina profissional jovens promissores em formação.

Atual responsável pela contabilidade da ACIM, Daniel Alves começou estagiando na associação comercial no último ano da graduação. De auxiliar contábil, Alves chegou à chefia do setor, função que ocupa atualmente. “O estágio é muito válido, abre portas no início da carreira”, afirma.

Em Maringá, o Proe mantém convênios com todas as instituições de ensino superior, além de escolas dos ensinos fundamental e médio. O cadastro é simples e gratuito para estudantes, escolas e empresas. Mais informações em www.proe.org.br ou (44) 3025-9637. ■

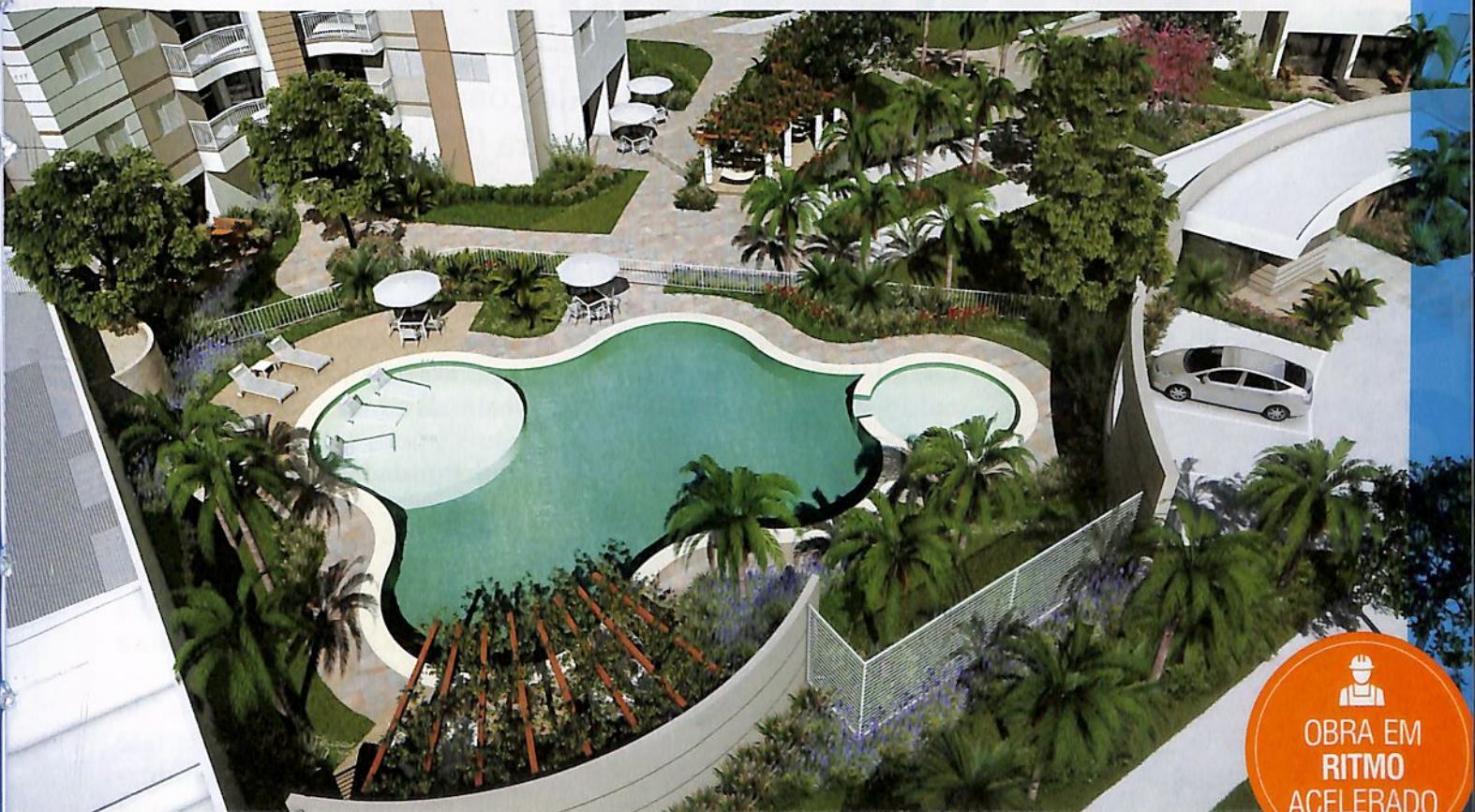


brisas

residence club

Bella Città

Viva a liberdade de
morar no que é seu!



2 ou 3 Dorm.
1 Suíte

112m²
Área Total

Ampla Área de
Lazer

Sacada com
Churrasqueira

Vendas:



VISITE DECORADO NO
SHOW ROOM



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

*Registro de Imóveis no 2º Ofício de Maringá nº 54.624

Metas claras e tangíveis: vendedores e até clientes agradecem



Walter Fernandes

O atual momento econômico brasileiro está fazendo com que algumas empresas revejam e adaptem os planos de vendas; para fidelizar clientes, metas devem ser condizentes com o mercado e passíveis de cumprimento

Renata Mastromauro

Com a estimativa mais pessimista, governo prevê queda de 6,39% na massa salarial em 2015; “Confiança do consumidor bate novo recorde negativo em julho”; “Fechamento de vagas eleva taxa de desocupação em junho, diz IBGE”. As manchetes de julho do jornal Valor Econômico não são das mais animadoras.

Diante deste cenário econômico, é natural priorizar as necessidades de consumo e muitas empresas estão sendo obrigadas a adaptar as metas de vendas. Na Kinpai, concessionária da Mitsubishi em Maringá, a estratégia sofreu mudanças calculadas. “Em outubro do ano passado já tínhamos previsto as dificuldades de 2015. Foi um planejamento acertado, pois toda estratégia tem seu tempo de resposta. Antecipá-la foi fundamental para colher resultados agora”, conta o diretor comercial da revenda, Daniel Poruczinski.

Mudanças também nas metas da Cervejaria Colônia, sediada em Toledo, sudoeste do Estado. “Grandes empresas e indústrias multinacionais estão renegociando. As pequenas e médias também, em busca da sobrevivência”, diz o sócio da distribuição da Colônia em Maringá, Alcimar Giollo. Após 16 anos trabalhando com a marca, em 2015 Giollo recebeu da fábrica metas, digamos, menos ousadas.

O mesmo aconteceu com outra indústria do ramo, o Grupo Petrópolis, sediado em Petrópolis/Teresópolis, região serrana do Rio de Janeiro, que comercializa as marcas de cerveja Itaipava e Crystal, além do energético TNT. De acordo com o gerente geral da unidade de distribuição em Maringá, Giovani Eugênio, as metas para este ano foram criadas dentro de uma estimativa conservadora, por ser um trabalho feito em conjunto e com base em muitas análises. “O Grupo Petrópolis é a cervejaria

que mais cresce no Brasil. Embora o segmento viva um período de cuidados, temos conseguido manter as expectativas de crescimento dentro das metas”, diz Eugênio.

Oportunidades

Já diz o velho ditado: enquanto uns choram, outros vendem lenços. “A crise é uma ótima oportunidade para crescer. Devemos encontrar a solução para virar o jogo”, orienta a consultora Sandra Katayama.

Na Kinpai, a solução veio do próprio mercado. Apesar da fase de vendas menores para a indústria automobilística, uma pesquisa recente mostrou que, só este ano, o mercado cresceu 18% na faixa de valor entre R\$ 80 mil e R\$ 100 mil, justamente o perfil de produtos da Mitsubishi. “Neste momento, nosso cliente quer ter a certeza de um bom negócio. Cabe à nossa equipe mostrar as vantagens de comprar agora e ajudar o cliente indeciso a fechar o negócio”, explica o diretor comercial.



Na Kinpai, as metas foram revistas em outubro de 2014: “antecipar a estratégia foi fundamental para colher resultados agora”, diz Daniel Poruczinski

Treinamento e motivação

Além de experiência e repertório de informações para saber aproveitar o momento, Sandra afirma que é preciso treinamento e motivação. “Premiar a equipe é uma forma de manter os colaboradores

Walter Fernandes

motivados, mas criatividade e treinamento são igualmente importantes. A questão fundamental é o aperfeiçoamento, que só se consegue com estudo e treinamento contínuo”, diz.

De acordo com ela, um dos erros mais comuns é acreditar saber tudo sobre o negócio em que atua. “Veja no esporte: até os melhores do mundo, como Usain Bolt e o Lionel Messi, treinam praticamente todos os dias. Mesmo que a empresa adote a estratégia de melhorar a premiação, é preciso pensar também na qualificação dos profissionais”, pondera.

No quesito motivação, a consultora e os gestores são uníssomos: o bom ambiente de trabalho é fundamental. “Temos um ambiente de trabalho gostoso, a motivação parte daí”, conta Giollo.

Nas unidades de venda do Grupo Petrópolis há chamadas matinais diárias com as equipes de vendas, com direito até a grito de guerra. “Nessa hora trocamos

Prêmios em dinheiro são mais cobiçados

Tanto na Kinpai quanto na Colônia, os prêmios mais cobiçados pela equipe são bonificações em dinheiro. O sócio da distribuição da Colônia em Maringá, Alcimar Giollo, já chegou a pagar bonificação de R\$ 6,5 mil a um colaborador em uma campanha de quatro meses.

Para o gerente geral da Unidade de Distribuição do Grupo Petrópolis em Maringá, Giovani Eugênio, nada supera um salário na média ou acima do mercado, como é o caso do grupo. “Procuramos ter ações de estímulos que vão desde brindes a premiações em dinheiro”, diz.



Alcimar Giollo, da Cervejaria Colônia: metas partem da indústria para os distribuidores

ideias, checamos as metas. Tentamos reforçar que é em momento de crise que devemos manter o ânimo e a vontade de vencer”, diz Eugênio.

Sandra define ações proativas como fundamentais para manter o alto-astrol no local de trabalho: elogiar os colaboradores pelo trabalho bem feito, ser simpático no tratamento com a equipe e ouvir com atenção o que o colaborador tem a dizer. Isso pode ser até mais importante do que premiações que demandam altos investimentos. “Uma empresa tem a cara dos colaboradores, que, por sua vez, têm a cara do empresário, que quando transmite energia positiva, palavras de incentivo e postura confiável à equipe, o sentimento tende a se espalhar”.

Poruczinski diz que é importante, também, comemorar cada desafio superado - metas batidas e vendas realizadas. De acordo com ele, o papel do gestor é garantir que a estratégia seja seguida pela equipe e que o trabalho combinado seja executado.

“O líder deve estar junto da equipe”, diz Sandra. Este é o momento de intensificar reuniões, encontros, confraternizações e treinamentos,



Walter Fernandes

Giovani Eugênio, do Grupo Petrópolis: “temos conseguido manter as expectativas de crescimento dentro das metas”

a fim de que o colaborador sinta-se valorizado, pois ele é uma engrenagem importante e decisiva.

Metas tangíveis

Metas são definidas para serem cumpridas. De nada adianta estabelecer alvos não condizentes com o mercado e impossíveis de serem honrados. “Metas não podem ser alcançadas sem nenhum esforço, mas não podem ser impossíveis de alcançar. As abusivas, mesmo com prêmios exorbitantes, acabam sendo negativas para as empresas. Não

importa que a recompensa seja um carro ou uma casa. Se a meta for inalcançável, a equipe normalmente se desmotiva”, explica Sandra.

Para ela, trabalhar com metas reais e atingíveis é um fator decisivo até para melhorar a moral e o atendimento dos funcionários. Dependendo da “agressividade” do vendedor, o cliente compra, mas fica com a sensação de que o produto foi empurrado, o que pode criar um clima negativo. “A pergunta é: você quer vender para o cliente uma única vez e cumprir a meta ou quer

Walter Fernandes



“As metas abusivas, mesmo com prêmios exorbitantes, acabam sendo negativas para as empresas. Se forem inalcançáveis, a equipe normalmente se desmotiva”, defende Sandra Katayama










realmente atender a necessidade do cliente e torná-lo fiel? O que vale é o bom senso e o equilíbrio”.

Para evitar erros na determinação, é preciso ter em mente o significado de duas palavras: objetivo e meta. O primeiro é o alvo que se pretende atingir, aonde se quer chegar, a posição que se deseja ocupar, o sonho almejado. Meta é a conquista progressiva de um sonho realizável, ou seja, o objetivo de forma quantificada.

As metas de vendas da Cervejaria Colônia partem da indústria para os distribuidores. No mês de outubro é feito o planejamento do próximo ano com base no volume vendido no ano anterior e o percentual de crescimento desejável por tipo de embalagem (garrafa de 600 ml, *long neck* ou lata). Com o número definido, as metas são distribuídas para as distribuidoras do Brasil, Argentina, Paraguai e Bolívia, país onde a Colônia é a segunda cerveja mais vendida.

Na Kinpai, as metas são gerais, individuais e também de produção, que devem ser atingidas diariamente. No segmento de carros, o desempenho de um vendedor costuma ser avaliado em qualidade e quantidade de ligações telefônicas, visitas, *test drive*, propostas, avaliações, consórcios, acessórios e, é claro, vendas. Os resultados também são medidos a partir da avaliação de qualidade percebida pelo cliente. “Damos atenção especial às metas de qualidade medidas por meio de pesquisas de satisfação com todos os clientes que passam pela oficina”, conta Poruczinski. Com base nos números, estabelece-se o tangível, informam-se as pessoas que irão executar o trabalho e distribuem-se as metas para cada departamento e

Hora de estabelecer metas? Confira dicas

1	ESTUDE	o mercado e como as mudanças estão afetando o segmento	
2	VERIFIQUE	quem são os vendedores da equipe e com quem você pode contar. Nem todos estão no mesmo patamar, e o gestor precisa saber o que esperar de cada um	
3	ESCREVA	os objetivos da empresa	
4	DEFINA	quando os objetivos precisam ser alcançados (aqui é o início do estabelecimento de metas)	
5	DIVIDA	o objetivo em partes (cada parte é uma meta) <small>Por exemplo: A empresa quer vender "24 X" no ano. Como são 12 meses, dividimos os "24 X" por 12 e temos a meta mensal de "2 X". Dependendo do segmento, há sazonalidade no processo</small>	
6	REÚNA	a equipe e deixe claro o objetivo da empresa	
7	ENVOLVA	a equipe no processo e questione quantos "X" cada um se propõe a vender por mês	
8	COMPARE	É importante que a empresa faça um comparativo com os anos anteriores e conheça a produção mensal de cada vendedor	
9	DESAFIE	A cada mês, o líder deve se reunir com o vendedor, analisar pontos fortes, conversar sobre os pontos que devem ser melhorados e estabelecer desafios para que o vendedor melhore os resultados progressivamente	

FONTE | Consultora Sandra KatayamaArte: Wellington Vainer

colaboradores.

O Grupo Petrópolis trabalha em conjunto com as Diretorias Comerciais, Inteligência de Mercado, Marketing e Trade Marketing, analisando os mercados cervejeiros nacional e regional. Segundo Eugênio, as conjunturas política e econômica, além das vendas do

ano anterior, são usadas para que as metas de vendas sejam criadas para cada regional, sendo reajustadas à medida que um fato novo acontece. “É preciso bom senso e muito estímulo das equipes de vendas. O mercado é competitivo, mas com garra e determinação é possível superar os desafios”, diz. ■

“Ostentação” criminosa

Empresários que investem na representação de marcas de grife enfrentam concorrência desleal de roupas e acessórios falsificados; além do aspecto criminoso da produção e comercialização, tais produtos podem ser prejudiciais à saúde

Wilame Prado

Pode parecer mesquinaria, mas não é. Usar produtos falsificados - uma bolsa, um boné ou uma simples camiseta - é praticar uma ostentação criminosa, além de assumir a conivência com esta prática desleal e onerosa ao desenvolvimento da indústria e do comércio.

Se a camisa de “marca” foi adquirida a preço extremamente abaixo do praticado em lojas autorizadas, esteja certo de que ela percorreu uma cadeia de irregularidades e crimes. Sobre o assunto, empresários, gente da lei e especialistas em moda afirmam em uníssono: não vale a pena comprar produto falsificado. O barato, literalmente, sai caro para o corpo e a mente. A coceira corporal insistente pode ter sido provocada pelo tecido usado na confecção da peça que viajou em contêiner sujo, atravessou os mares e foi manuseada de qualquer jeito por uma série de criminosos, antes de entrar em contato direto com a pele de quem se aventura a adquiri-la. Isso sem falar da consciência. O que fazer ao dar-se conta de que a confecção da blusa baratíssima só foi possível graças ao batalhão de escravos disfarçados de mão de obra assalariada, que costura por mais de 12 horas em fábricas precárias em troca de uma



Arquivo O Diário

Em Apucarana, a “Terra do Boné”, cerca de 40% da produção é falsificada; um barracão abriga cem mil peças apreendidas pela polícia, segundo o delegado José Jacovós

baixíssima remuneração?

Preço baixo fala mais alto

Um estudo realizado entre março e maio pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) mostrou o que tem sido constantemente preocupação dos empreendedores do país: 69% dos entrevistados já compraram produtos não originais, sendo as roupas (39%) os produtos falsificados mais consumidos, atrás de acessórios (24%), calçados (22%), eletrônicos (17%)

e perfumes (14%).

Quando perguntados sobre a justificativa em comprar produtos sabidamente falsificados, os entrevistados não surpreenderam: o preço baixo falou mais alto.

Como ainda é difícil convencer o consumidor a não pactuar com o crime da falsificação, a saída, de acordo com o delegado José Jacovós, é continuar investindo em apreensões, que dependem da participação de qualquer pessoa que queria denunciar, mas, principal-

mente, de quem está sendo lesado com a prática. No caso, empresários.

O delegado, atualmente lotado na delegacia de Apucarana, revela que na Terra do Boné, como a cidade é conhecida, mais de 40% da produção local de bonés é falsificada. O preocupante índice, aliado a recorrentes apreensões na região, renderam um barracão entupido com mais de cem mil peças falsificadas apreendidas.

“Os comerciantes deveriam denunciar mais, além de exigir que as grandes marcas atuem nas associações de combate à pirataria”, diz. Na opinião do delegado, o ideal é que os comerciantes peçam, mensalmente, fiscalizações em toda a região, uma vez que podem observar e depois relatar à polícia

Walter Fernandes



A vítima de falsificação pode buscar reparação por perdas e danos na Justiça, informa a advogada Cynthia Campos

o que está havendo de errado.

A advogada Cynthia Elena de Campos, de Maringá, recomenda o portal do Conselho Nacional

de Combate à Pirataria (CNPC) para conhecer as melhores formas de denunciar a prática ilegal de confecção e comercialização de

Sancor Seguros, agora em Porto Alegre. Tudo bem. Tudo seguro.

Uma nova bandeira para
proteger o Rio Grande do Sul.



Sancor Seguros é um nome de grande tradição na América Latina, agora, também, em Porto Alegre. Um grupo de profissionais dedicados, trabalhando há 70 anos com profissionalismo e competência; oferecendo cobertura e tranquilidade, com soluções para os imprevistos e proteção para o dia a dia.

A Sancor Seguros, que já atua em Maringá desde 2013, chegou a Porto Alegre para cuidar do patrimônio das pessoas, suas famílias e suas vidas.

Sancor Seguros, proteção para os estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.



**SANCOR
SEGUROS**

www.sancorseguros.com.br

CONSULTAS E DEMAIS INFORMAÇÕES

Capitais e regiões metropolitanas: 4003 0392

Outras localidades: 0800 888 0392

Av. XV de Novembro, 871 - Sala 1 - Centro - Telefone: (44) 3046-5500 - 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 do autorquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

O empresário Oswaldo Gama é o único autorizado a comercializar a marca Dudalina para o público masculino em Maringá



Walter Fernandes

produtos falsificados.

De acordo com Cynthia, independentemente da ação criminal, o prejudicado poderá ajuizar ações cíveis para cessar imediatamente atos de violação de direitos de propriedade industrial e de concorrência desleal, bem como para reparações por perdas e danos e ressarcimento de prejuízos causados.

O denunciado e acusado de produzir ou comercializar produtos ilegais pode responder em várias esferas. Na administrativa pode haver apreensão da mercadoria, multa, perdimento e destruição. Na criminal, apreensão, prisão, multa e destruição da mercadoria falsificada, com penas de detenção que podem variar de um mês a oito anos, e multa. “Na esfera cível é possível a apreensão, a indenização e a destruição das mercadorias”, diz a advogada.

Objetos de desejo

O empresário Oswaldo Gama, com 50 anos de experiência na área da confecção e vestuário, é hoje o único autorizado em Maringá a vender moda masculina da grife Dudalina. Em maio, ele comemorou os 15 anos da Gama

Fashion, no Shopping Avenida Center, período no qual ofereceu as cobiçadas camisas Dudalina para os públicos masculino, feminino e infantil.

Em 2012, a marca lançou uma coleção feminina com uma característica interessante que fez muito sucesso: vestia bem mulheres acima do peso. A partir de então, cresceu o número de gente querendo ter uma Dudalina. Alçada a objeto de desejo, a marca ganhou a concorrência desonesta da falsificação frequente.

Neste ano, durante uma feira, Gama conta que houve denúncia de camisas falsas sendo comercializadas. “É difícil denunciar. Com suporte até conseguimos, de vez em quando. Em julho do ano passado, um diretor da marca conseguiu denunciar e ver, na região de Marechal Cândido Rondon, 12 mil peças Dudalina sendo apreendidas. Já ouvimos falar de fábricas clandestinas na região, mas o grande mal está instalado no comércio popular da rua 25 de Março, em São Paulo/SP”, lamenta.

O empresário Massimiliano Silvestrelli investe em grandes franquias há mais de 15 anos. A primeira foi a grife de roupas e

acessórios Polo Play. Mesmo admitindo sofrer um pouco com a concorrência dos falsificados, ele continua acreditando no ramo. Prova disso é a abertura de mais três lojas de marcas respeitáveis. Ainda assim é grande o sentimento de revolta quando encontra produtos falsificados com as marcas que batalhou para trazer à cidade.

“Pagamos taxa de franquia, mídia e pontos geralmente caros em shoppings. Lucro, só depois de 30 meses da abertura da loja. É revoltante ver alguém usufruindo de nosso trabalho para se beneficiar de maneira enganosa, pois além da péssima qualidade do produto, o falsificador não tem atributo e não paga licença pela comercialização”.

Há quatro anos sendo alvo de falsificadores com a Polo Play, Silvestrelli se mostra tranquilo, porque os representantes da marca não têm medido esforços para coibir este tipo de ação. “Para controlar as falsificações, uma força-tarefa foi montada em São Paulo. Quando há qualquer foco e a franqueadora fica sabendo, os advogados da marca são acionados para que rapidamente os órgãos competentes proibam a venda e responsabilizem os criminosos”, comemora.



Arquivo pessoal

Qualidade e design são a essência da roupa de marca e original: “isto realmente custa caro”, diz a jornalista Dayse Hess

“A grife não perde cliente para o falsificador”

A jornalista Dayse Hess, especialista em Design de Moda, consultora de estilo e palestrante na área de imagem pessoal e profissional, afirma que a roupa de marca não sai de moda por um simples motivo: procedência. No entanto, ela reconhece a preocupação das grandes marcas com os falsificadores, que acabam tirando a sensação de exclusividade envolta ao produto. Confira a entrevista:

Está na moda usar roupas de grife?

Usar uma roupa de grife ou de um estilista renomado ainda povoa a mente de muitos. O lado positivo é que, atualmente, quem consome moda está mais consciente, sabe o que quer e não aceita pagar caro simplesmente por um nome na etiqueta. E não é errado buscar qualidade e inovação quando você pode pagar por isso. O que não combina mais com os tempos atuais é a simples ostentação, como usar logomarcas grandes

e aparentes. Uma pessoa elegante e bem vestida passa longe de ser um *outdoor* ambulante. Porém, em coleções recentes, algumas grifes como Moschino e DKNY celebram uma possível volta da logomania, que deve ser usada com cautela.

Quais os benefícios de usar roupa de marca e original?

Qualidade e *design*. Via de regra, produtos com uma etiqueta de peso são confeccionados com matéria-prima de alta

qualidade e desenhados por mentes prodigiosas. Além disso, o processo envolve tecnologia de ponta, aliada a criteriosa supervisão de especialistas. Há também peças feitas manualmente, com acabamento sem sombra de falhas. Isto realmente custa caro.

O mercado pirata está cada vez mais “profissional”...

Sim, é preciso mesmo olho clínico. Em alguns casos é necessário tocar, conferir costurar, literalmente, virar do avesso.

Você acredita que o produto falsificado preocupa mais o empresário do que o próprio consumidor?

Quem consome produtos de beleza falsificados deveria se preocupar, e muito. Perfumes, maquiagens e suplementos de procedências duvidosas podem prejudicar diretamente a saúde de quem usa. Quem compra uma falsificação barata, seja bolsa, tênis ou camiseta, não está muito preocupado em saber a procedência, se o material é de qualidade, se os impostos foram pagos. Quer ostentar. Quem paga cifras obscenas por um lenço de seda também quer, mas também leva qualidade e elegância. Cada um é atendido em suas necessidades. A grife não perde cliente para o falsificador. Suponho que o maior problema para o empresário seja a popularização de algumas peças, por diminuir a venda de determinado produto. ■



Não nos aproximamos ou convivemos com quem nos atrai emocionalmente pensando em alianças financeiras. Deveríamos ter um equilíbrio entre o sentimento e o contrato que será assinado com o futuro sócio da vida pessoal

Quanto vale a felicidade?

Uma pesquisa da Serasa aponta o quanto as pessoas têm dificuldade de dividir a administração financeira com os parceiros. Segundo o levantamento, apenas 3% não escondem os gastos pessoais da pessoa com quem convivem. O que revela que a maioria tem dificuldade de compartilhar o comportamento econômico com quem jurou ser fiel na “alegria e na tristeza”.

Segundo a pesquisa, 26% admitem conhecer parcialmente o comportamento financeiro do parceiro. Enquanto 25% admitem que têm descompasso entre a forma de administrar as finanças em relação a quem vive debaixo do mesmo teto.

A pesquisa da Serasa, feita com 2.128 pessoas, mostra ainda que a maioria dos conflitos entre os casais se dá por questões financeiras e 20% afirmam que precisam melhorar a relação e a administração das contas com quem convive. Um dado curioso é que apenas 2% dos entrevistados não conversam sobre seus gastos e a vida financeira de uma forma geral. Contudo, a conversa sempre termina em briga.

Temos uma discussão precária em relação aos projetos de vida e o que fazer em parceria no futuro. Há um descompasso entre a promessa de viver “juntos para sempre” e o que fazer financeiramente com uma vida marcada por desejos imediatos.

As pessoas gostam mais da festa de casamento do que de viver casado. Não nos aproximamos ou convivemos com quem nos atrai emocionalmente pensando em alianças financeiras. Deveríamos ter um equilíbrio entre o sentimento e o contrato que será assinado com o futuro sócio da vida pessoal. Escolhemos o parceiro pelo coração e esquecemos que o sentimento se deteriora com o desgaste financeiro. O vermelho que representa o amor não é o mesmo que demonstra o saldo negativo da conta corrente.

Aprendemos ao longo dos ambientes e das exigências que o amor tem que ser anunciado, que amar é demonstrar com os objetos o sentimento. Nada de errado nisto, desde que a expectativa do presente material não anteceda o amor que ele deveria representar. Sentimentos são expressos com presentes ou dar presentes é o ato básico para se amar alguém?

Equilíbrio é a resposta. Saber que a escolha de um parceiro é a condição fundamental para ter sucesso emocional e material. O sentido de longo prazo ou longa duração deve prevalecer na escolha de quem rotulamos com o “amor eterno”. Vale aqui lembrar que dinheiro traz felicidade, ele não é a felicidade. A intenção faz do dinheiro um meio que denuncia nossos interesses. A prioridade é expressa na forma como lidamos com a vida financeira.

Na atualidade, quase tudo pode ser adquirido. O que não compramos diretamente é adquirido como acessórios. Seria ‘tolo’ se afirmasse que com a compra de certos produtos você passa a ser aceito em determinados meios. Pessoas se interessam mais por você dependendo da forma como se veste, com o veículo que anda ou os acessórios que lhe acompanham. O apelo da propaganda e do vendedor é, muitas vezes, o quanto certo produto pode mudar a sua vida.

O que não podemos é fazer da lógica da vida a mesma que os objetos determinam: comprar, usar e descartar. Alguns tratam pessoas como coisas. Apaixonam-se, desejam, adquirem e dispensam com facilidade, afinal, o sentimento fantástico do encontro deve permanecer mesmo que tenhamos que trocar o ser humano (objeto) de desejo.

Gilson Aguiar é graduado em História e mestre em História e Sociologia; é âncora e comentarista da Rádio CBN Maringá

EM MARINGÁ, UM GRANDE LOTEAMENTO PARA VOCÊ!



Bom Jardim

LANÇAMENTO
DE VENDAS



PARA VOCÊ E SUA FAMÍLIA!

Lotes em uma gigantesca área urbana totalmente planejada para sua família viver com tranquilidade e segurança, com a garantia de estar fazendo um ótimo investimento.

Garanta seu lote!
Plantão no Local.
Na Avenida Guaiapó

VENDAS EXCLUSIVAS

EMPREENDIMENTOS
SANTA MARCIA



OPÇÃO
IMÓVEIS

Creci 4208J

44 3033 1300





Segundo a Serasa Experian, no primeiro semestre foram feitos 492 pedidos de recuperações judiciais, um recorde desde 2005 – a maioria foi de micro e pequenas empresas

Recuperação judicial, o fôlego nos piores momentos

Dez anos depois da entrada em vigor da nova Lei de Falências, Brasil bate recorde no pedido de recuperações judiciais; no entanto, requerimento do recurso, segundo os advogados, deve ser a última tentativa para reestruturar as dívidas da empresa

Ariádiny Rinaldi

Com os juros e a inflação em alta e o medo do desemprego, os consumidores estão comprando menos. Com a redução das vendas,

a consequência é a dificuldade do pagamento de dívidas assumidas pelas empresas nos últimos anos. Entre janeiro e junho, de acordo com o Indicador Serasa Experian de Falências e Recuperações, fo-

ram 492 pedidos de recuperações judiciais. O índice representa um recorde para o acumulado de um primeiro semestre desde fevereiro de 2005, depois da entrada em vigor da nova Lei de Falências.

Promulgada para evitar a quebra de empresas que perderam momentaneamente a capacidade de honrar dívidas, a lei tem por objetivo garantir nova oportunidade a fim de preservar empregos e defender o interesse maior dos credores, mas também preservar o estímulo à atividade econômica e, quando possível, salvar a reputação do dono.

Plano de recuperação

A advogada Thalita Bertão, da Benasse e Bertão Advogados, explica que o pedido de recuperação judicial por parte da empresa pressupõe o atendimento dos seguintes requisitos: ter comércio ativo há pelo menos dois anos, não ter registrado pedido de falência nos últimos cinco anos, não estar com nome 'sujo' no cartório e exercer atividade regular perante a Junta Comercial e a Receita Federal.

A petição inicial apresentada ao juiz precisa ser bem fundamenta-

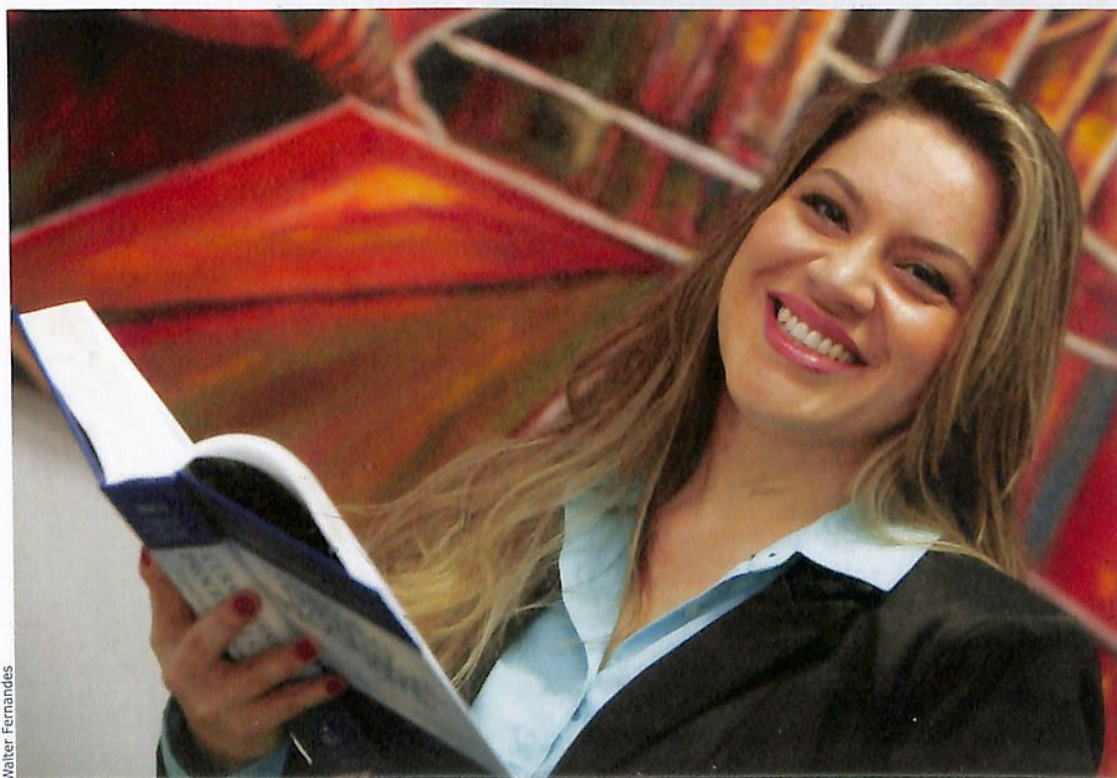
da, com base em documentos que comprovem a crise da empresa e o montante do patrimônio. Deve conter também a relação de todos os credores com os respectivos valores dos créditos. "O juiz vai analisar a boa-fé do empresário e constatar se, realmente, existe a possibilidade da empresa ultrapassar as dificuldades financeiras", explica o advogado Ricardo Costa Bruno, da Martinelli Advocacia Empresarial. Se o processo for deferido, abre-se o prazo de 60 dias para a empresa preparar o plano de recuperação.

Na opinião de Bruno, o principal erro dos empresários que recorrem à recuperação judicial é apresentar um plano malfeito. Para ser colocado em prática, o plano precisa ter aceitação da maioria dos credores, tanto em termos numéricos quanto de participação na dívida. Para não correr o risco de rejeição, o advogado recomenda ao empresário contar com a assessoria

de profissionais como contadores e economistas para auxiliar na formulação do plano. "O processo é custoso, mas, em contrapartida, é a esperança para reaver a saúde da empresa. É um investimento acreditando no negócio", afirma.

Plano aprovado, a empresa continua funcionando exclusivamente para pagar as dívidas e, por 180 dias, fica protegida de eventuais pedidos de falência enquanto se reestrutura internamente e propõe novas e realistas condições de pagamento do déficit.

"No primeiro momento este prazo representa um fôlego para o empresário. É o período para pensar na empresa, analisar o estoque, avaliar o mercado de atuação, se o produto está com a margem de lucro adequada ou se está sendo bem aceito pelo consumidor", diz Bruno. Thalita lembra, porém, que os créditos fiscais não se enquadram na suspensão. "Débitos com o Estado e a União não são



Walter Fernandes

A advogada Thalita Bertão critica a burocracia da nova lei: "se o procedimento precisa de resultado imediato, mas o processo é lento, na prática a lei não é tão viável quanto deveria"

negociáveis. A empresa precisa estar com os pagamentos em dia, independentemente de estar ou não em recuperação judicial”.

Em parte dos casos os próprios credores voltam a estabelecer relação comercial antes do débito ser quitado e aceitam até suspender ou abater parte da dívida – os chamados “deságios”. Isso ocorre porque, para o credor, é melhor receber parte do crédito do que nada. “Se for decretada a falência, provavelmente o patrimônio da empresa será suficiente apenas para pagar as ações trabalhistas. O credor não é obrigado a continuar fornecendo, mas é importante entender a oportunidade de reaproximação com a empresa no intuito de reerguê-la. O cenário em que a empresa não encontra apoio e tem de decretar a falência é muito pior, é ruim para todos” diz Bruno.

O processo de recuperação é encerrado quando a empresa cumprir tudo o que estava previsto no plano de recuperação. Cabe ao administrador judicial, nomeado pelo juiz e pelo comitê de credores, fiscalizar se o empresário fez ou não a lição de casa. “Caso haja negligência em algumas das obrigações pode-se decretar a falência da empresa durante o curso da ação judicial”, alerta o advogado.

Pequenos lideraram pedidos

As micro e pequenas empresas lideraram os requerimentos de recuperação judicial de janeiro a junho deste ano, com 255 do total de 492 pedidos, seguidas pelas médias (147) e pelas grandes (90), segundo dados do Indicador de Falências e Recuperações da Serasa Experian.

Uma das inovações trazidas pela legislação que completa uma

Entre os desfechos possíveis, credores tornam-se acionistas

Dados do Instituto Nacional de Recuperação Empresarial (Inre) mostram que somente 30% das empresas que pedem recuperação judicial conseguem, de fato, sair recuperadas do processo. As reestruturações bem-sucedidas são aquelas em que a empresa, em vez de esperar as dívidas acumularem como uma bola de neve, age de forma preventiva.

Casos de sucesso acontecem quando a recuperação judicial envolve a venda de ativos e complexos produtivos, seja pela alienação direta ou por meio da reestruturação societária: fusão, cisão e incorporação de

empresas.

Para se livrar de uma dívida de R\$ 13,8 bilhões, o ex-bilionário Eike Batista entregou o controle da petroleira OGX aos credores que, com a reestruturação, tornaram-se acionistas da empresa. Em junho de 2005, com dívidas estimadas em R\$ 7,9 bilhões, a companhia aérea Varig entrou com pedido de recuperação judicial. Para quitar a conta, parte dos ativos da empresa foi comprada pela Gol. Já a Centrais Elétricas do Pará (Celpa) foi vendida, em 2012, para a Equatorial Energia, que assumiu a dívida líquida da empresa, de R\$ 1,7 bilhão.

década este ano foi a possibilidade de um plano diferenciado às micro e pequenas empresas que estiverem passando por complicações financeiras. “Os procedimentos previstos na recuperação convencional são complexos, o que dificulta a utilização pelas micro e pequenas empresas. Se conveniente, elas podem optar pelo plano especial, que possui condições mais adequadas”, explica Thalita.

As optantes pelo plano especial só podem negociar com os credores quirografários, que não possuem direito real de garantia, ou seja, aqueles cujos créditos estão representados por cheques, duplicatas e promissórias. As ações e execuções dessas empresas que estiveram em andamento também não podem ser suspensas. Em

compensação, o plano prevê o parcelamento do débito em até 36 vezes, mensais e sucessivas, acrescidas de juros limitados a 12% ao ano, podendo a primeira parcela vencer em 180 dias após o pedido de recuperação.

Flexibilidade

A garantia de flexibilidade é a diferença mais marcante entre a atual e a antiga Lei da Concordata, de 1945, que previa prazo máximo de dois anos para a empresa quitar as dívidas. A nova lei extinguiu a imposição de prazo mínimo para o pagamento da dívida. “Normalmente o empresário quer recuperar o mais rápido possível, mas na prática a dívida é paga em longo prazo. Quase nunca em menos de cinco anos, podendo chegar a 15

anos”, afirma Bruno.

Embora flexível, a atual legislação é considerada mais criteriosa pelos advogados. “Na concordata, apenas o juiz se manifestava favorável ou não ao pedido. Já na recuperação judicial existe a obrigatoriedade da aprovação também de todos os credores. O trâmite tornou-se mais crítico e, por isso, mais complexo”, atesta Bruno.

Na opinião de Thalita, apesar da recuperação ser melhor do que a concordata, entraves, a burocracia, em especial, ainda impedem sua eficácia. “Sabemos que o Judiciário é moroso e para uma empresa em recuperação, o tempo é o maior inimigo. Logo, se o procedimento precisa de resultado imediato, mas o processo é lento, na prática a lei acaba não sendo tão viável quanto deveria”, critica.

Solução amigável

Na opinião do advogado Bruno, o empresário deve pensar na recuperação judicial como último recurso, a derradeira possibilidade de reerguer a empresa. Antes disso,



Walter Fernandes

Para o advogado Ricardo Bruno, a recuperação judicial deve ser pensada como a derradeira possibilidade de reerguer a empresa

é aconselhável buscar uma solução amigável das dívidas com os credores sem a necessidade da intervenção judicial. “O empresário pode convocar todos os fornecedores e negociar previamente um acordo de carência ou de parcelamento, a fim de alongar as dívidas até melhorar o fluxo de caixa”, recomenda.

A orientação de Thalita é que a empresa faça contato com os sindicatos das categorias dos empregados para discutir uma

possível redução da jornada de trabalho ou compensação do banco de horas acompanhada de uma redução salarial. A advogada também acredita na viabilidade da recuperação extrajudicial, mas chama a atenção para um detalhe que pode comprometer ainda mais o bolso do empresário. “Muitas vezes entre particulares os juros contratuais formalizados podem ser maiores do que o legal”. ■



FLORICULTURA Center Flores

- Flores para todos os dias
- Arranjos naturais e artificiais
- Presentes
- Coroas funerais
- Decoração de casamentos, formaturas e demais eventos

**9 DE AGOSTO
CESTAS PARA O SEU PAPAI**

Av. Brasil, 2489 - Zona 3 - Maringá | 44 3222-7076

www.acim.com.br

Graziela Castilho

Ao assumir a administração da Academia Auê no lugar do marido, Enilda Golin Carnier passou a conduzir uma equipe de dez professores de educação física, além de estagiários, recepcionistas e zeladoras. Sem experiência e cheia de dúvidas, ela decidiu buscar o auxílio de uma consultoria empresarial.

Por meio de indicações de amigas empresárias, Enilda optou pelo Sebrae/PR. O atendimento começou em 2010, logo depois que ela assumiu o cargo de sócia da empresa. “Tinha urgência em sanar as dificuldades. No início, os consultores tiveram que me ajudar até a cumprir a minha função”, lembra.

Ao superar as dificuldades elementares, Enilda observou que o atendimento recebido por consultores de várias áreas, como Marketing, Recursos Humanos e Finanças, trazia direcionamento com foco em resultados. “As orientações abriram minha mente para novas ideias e soluções que estavam ao meu lado e eu não percebia”, reconhece a empresária.

A mudança no perfil do público-alvo, por exemplo, era uma das novas propostas para a gestão da empresa. O fato de estar localizada próxima a uma universidade resultava na maioria da clientela ser formada por estudantes, com frequência inconstante durante o ano. A estratégia para fidelizar alunos o ano todo deveria ser atrair as famílias moradoras das proximidades.

“Os consultores deram a direção e elaboramos estratégias de vendas com pacotes para famílias. Também mudamos a maneira de ver a beleza do corpo e os clientes perceberam que ao valorizar a saúde e a qualidade de vida, a estética é conse-

Consultoria: quando e como buscar ajuda?

Rápidas mudanças tecnológicas e mercadológicas têm levado mais empresários e até gestores públicos a contratar o serviço de consultoria; mercado exige conhecimentos e profissionais atualizados

Walter Fernandes



Enilda Carnier, da Academia Auê, encontrou no Sebrae/PR orientações para novas ideias e soluções: “elas estavam ao meu lado e eu não percebia”

quência. Hoje tenho mais clientes moradores do que estudantes”, comemora Enilda.

Neste processo de reformulação da empresa, os colaboradores tiveram participação fundamental, coletando informações junto aos clientes, sugerindo ideias e se adequando às mudanças. “Não é fácil sair da ‘zona de conforto’. É preciso muito trabalho para reconstruir o perfil da empresa e se adaptar aos novos processos”, avalia a gestora.

Todo esforço e investimento, porém, tem sido recompensado pelos resultados positivos. Um deles é a mudança de endereço da academia, programada para setembro, em função do aumento da demanda. O projeto é ocupar uma área de 1,2 mil metros, distante três quadras da atual estrutura e com o dobro do tamanho.

“Queremos proporcionar mais conforto aos clientes e colaboradores. Também vamos colocar em prática o novo conceito em saúde, desenvolvido por nós a partir de muita pesquisa”, adianta.

Com boas perspectivas, Enilda



Walter Fernandes

Jhoni Maciel, da Controlsul, afirma que o consultor é um agente de mudanças, não controlador dos processos

segue participando de consultorias na área de Recursos Humanos, de capacitações do Sebrae/PR e de ações da ACIM. “Aprendi que a busca por conhecimento tem de ser constante, sempre há o que aprender. O mercado prossegue em permanente evolução”.

Situações-problema

Além de auxiliar na reestruturação

da gestão, o gerente de consultoria da Controlsul, Jhoni Maciel, diz que o serviço pode ser contratado para atender diversas outras situações-problema, como planejamentos estratégicos, projetos de estruturação para o crescimento, remodelação da governança, aquisições e fusões de negócios e verificação de divergências legais e tributárias.

“As constantes alterações nas

ALÉM DA CONFEITARIA E GELATERIA,
OFERECEMOS NOSSO
café da manhã
PARA VOCÊ AGENDAR SUA REUNIÃO
DE NEGÓCIOS OU INICIAR BEM SEU DIA

três riche
CONFEITARIA E GELATERIA

AV. JK, 1187 / ZONA 02 / CEP: 87010-440 / MARINGÁ - PR
(44) 3226-3333 / (44) 3227-4444

TRÊS RICHE CONFETARIA
www.tresriche.com.br

E DE SEGUNDA À SÁBADO
NOSSO DELICIOSO
almoço gourmet.

www.acim.com.br

tributações e em legislações direcionadas às empresas estão entre os assuntos que mais preocupam e causam insegurança nos empresários. Por esse motivo, é importante que os gestores busquem consultorias que também ofereçam um bom suporte jurídico, tributária e contábil”, reforça Maciel.

Em tempos de crise, a consultoria empresarial também é bastante requisitada por empresas em busca de reduzir custos, minimizar riscos e prejuízos, aumentar a eficiência produtiva e aproveitar possíveis oportunidades.

“Quando a economia e o mercado estão turbulentos permanecem os melhores, ou seja, quem tem gestão estruturada e serviços ou produtos de qualidade. Neste aspecto, a consultoria estratégica tem muito a contribuir”, garante Maciel.

Definição do motivo

Antes de contratar uma consultoria, seja qual for a dificuldade enfrentada, é importante que o empresário se atente a critérios de escolha e saiba definir o motivo que o leva a buscar auxílio.

“Para o gestor com objetivos determinados, o critério é verificar se o profissional tem especialização e experiência no problema e dispõe de estrutura organizada e equipe multidisciplinar para atendimento personalizado”, explica o gerente da Controlsul.

Nos casos em que o empresário não reconhece com clareza as dificuldades da empresa, a orientação é observar se o prestador de consultoria identifica os problemas com análises coerentes. Outro critério é avaliar se o profissional demonstra ter conhecimentos e competências para encontrar mecanismos de melhorias.



Walter Fernandes

Os bons resultados e as constantes mudanças tecnológicas impulsionaram a procura por consultorias, diz Jerri Ribeiro, da PWC Brasil

Etapas da consultoria empresarial

- 
Visita e coleta
 de informações para mapear a situação da empresa **1**
- 
Diagnóstico
 Identifica os problemas da empresa e apresenta soluções **2**
- 
Proposta de trabalho
 Tarefas a serem realizadas, objetivos e resultados almejados **3**
- 
Contratação **4**
- 
Plano de ação
 Equipes vão a campo, juntamente com os profissionais da empresa, para executar as ações **5**
- 
Verificação de resultados
 O método de cálculo de resultados depende da área de atendimento empresarial, como finanças, procedimentos e adequações de contratos **6**

FONTE | Controlsul Consultoria Empresarial

Arte: Wellington Vener

de decisões e tornando a empresa mais profissional e lucrativa.

Contudo, para que este processo funcione, gestores e colaboradores devem participar do projeto e dar abertura para que as orientações sejam utilizadas pela empresa em seu processo de tomada de decisões. “O consultor atua como agente de mudanças e não como controlador dos processos da empresa, por isso a importância do envolvimento ativo da equipe”, reforça Maciel.

Segundo ele, o preço do serviço varia de acordo com a qualidade do atendimento e a complexidade da demanda a ser assumida. “É arriscado contratar o serviço pelo critério de valor, sem balancear qualidade e segurança. Uma decisão errada pode sair caro”, alerta o gerente.

Há ainda situações empresariais em que a remuneração da consultoria é avaliada com base em resultados. Neste método, o pagamento é calculado a partir de um percentual sobre os lucros financeiros advindos do trabalho da consultoria.

Consultoria em cenários opostos

Diante de um mercado concorrido, Jerri Ribeiro, sócio da PWC Brasil, empresa que atua no segmento há



Catálogos, folders, livros e revistas



Sacolas e embalagens personalizadas.

Inovação em tecnologia, qualidade e ótimo atendimento. Investimentos em modernos equipamentos, otimizando os processos de produção e mantendo a qualidade dos nossos impressos e serviços. Proporcionando a você e a sua empresa maior comodidade e confiança no cumprimento dos prazos pré estabelecidos.



A marca do manejo florestal responsável



CAIUÁS
GRÁFICA E EDITORA

Av. Dr. Gastão Vidigal, 2742 - Maringá - Paraná
44 3028-6323 | www.graficacaiuas.com.br

150 anos e atende 157 países, confirma a relevância de seguir todos estes critérios de escolha. “Muitos administradores têm optado por tornarem-se consultores, pois o setor prospera quando a economia vai bem e também quando vai mal”, esclarece.

Ribeiro vê dois motivos na origem do expressivo crescimento da consultoria empresarial. O primeiro é a conscientização de que o investimento é compensador, em função dos resultados positivos obtidos para as empresas.

O segundo diz respeito às frequentes mudanças tecnológicas, legais, mercadológicas e de comportamento de consumo, entre outras, que colocam os gestores diante da necessidade do apoio de profissionais especializados e inseridos na busca incessante por conhecimentos e informações atualizadas.

“A tendência das empresas que prestam consultoria empresarial de qualidade é formar equipes multidisciplinares para atender às diversas exigências deste cenário competitivo e repleto de mutações”, analisa Ribeiro.

Para acompanhar esse ritmo, a PWC Brasil conta com mais de 900 consultores organizados por setores econômicos e por competências. “Um profissional é especialista em gestão de risco com foco em indústria, já o outro atua em finanças para comércio de grande porte, e assim por diante”, exemplifica o sócio.

No escritório de Maringá, além de atender empresas privadas, a PWC desenvolve há um mês o plano estratégico socioeconômico, que vai estruturar o crescimento ordenado da cidade nas próximas décadas e foi contratado pela ACIM e Codem. Para tanto, serão utilizadas as mesmas técnicas e conheci-



Walter Fernandes

A Dinâmica, empresa júnior de Engenharia de Produção da UEM, utiliza as técnicas e etapas das consultorias privadas; na foto, o diretor de comunicação, Gustavo Calegari

Consultoria se aprende na academia

Empresários em busca do serviço de consultoria empresarial podem optar por Empresa Júnior. O modelo de organização, sem fins lucrativos, é gerido exclusivamente por acadêmicos, que prestam o serviço sob a orientação de professores da instituição de ensino à qual estão vinculados.

Em Maringá, empresas juniores atuam nos segmentos dos cursos de graduação aos quais estão ligadas. A Dinâmica, por exemplo, pertence ao curso de Engenharia de Produção da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Seis equipes atendem nas macroáreas de Administração da Produção, Pesquisa e Análise de Mercado, Qualidade, Sustentabilidade, Logística e Segurança no Trabalho.

O diretor de Comunicação e Negócios da Dinâmica, Gustavo Calegari, explica que o trabalho é desenvolvido com as mesmas

técnicas e etapas das consultorias privadas. “Nosso atendimento dura entre dois e três meses. Cobramos um preço menor do que o praticado no mercado somente para manter as despesas operacionais e impostos”, acrescenta.

Outros cursos de graduação da UEM que contam com Empresa Júnior são Ciências Contábeis, Ciências Econômicas, Administração, Agronomia, Comunicação e Multimeios, Geografia, Engenharia Química, Secretariado Executivo Trilíngue, Letras, Engenharia de Alimentos, Engenharia Civil, Arquitetura e Urbanismo, Educação Física, Estatística, Engenharia Mecânica e Elétrica, Psicologia, Biomedicina, Farmácia e Zootecnia.

Outras instituições de ensino também contam com consultoria júnior.

mentos aplicados em consultoria empresarial.

A previsão é que o projeto fique pronto em seis meses, apresentando os setores prioritários para a

economia de Maringá, os fatores críticos para o sucesso destes setores, um modelo de governança e um plano para a implementação do projeto. ■

MAIS DE 30 ANOS

Transformando Horizontes

MARINGÁ • BAURU • JAÚ • PRESIDENTE PRUDENTE • BOTUCATU • SÃO MANUEL

WWW.TAKY.COM.BR

Feira Ponta de Estoque, sucesso pelo 25º ano

Realizado no mês passado, evento atraiu em quatro dias mais de 160 mil consumidores e trouxe bons negócios para as empresas participantes

Matheus Gomes

Mais de 160 mil pessoas de Maringá e região visitaram a 25ª edição da Feira Ponta de Estoque, realizada entre 15 e 18 de julho, no Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro. Os consumidores aproveitaram os quatro dias do evento para visitar os 327 estandes das cerca de 200 empresas participantes.

Esperando há vários meses para ir às compras na feira, o funcionário público Cleiton Vieira Assunção aguardou pela abertura dos portões do primeiro dia junto com mais 1.150 consumidores. Menos de uma hora após entrar no parque ele havia gastado R\$ 150 e estava à procura da esposa para dar continuidade às compras. “Nos separamos para agilizar a procura por roupas e calçados. Estou procurando-a para saber quanto ela já gastou e calcular o quanto ainda podemos gastar”, disse.

O casal Moacir Camargo e Vilma Roseno também visitou a feira no dia da abertura atrás de boas opções e preços. Empolgados com os descontos, os dois calculavam que ficariam

ao menos quatro horas conferindo as ofertas. “Compramos calças e camisas, mas ainda vamos comprar mais”, garantiu Camargo. “Gastamos cerca de R\$ 300. Sem os descontos teríamos desembolsado pelo menos mais R\$ 200”, calcula Vilma.

A empresária Anita Delvecchio foi à feira acompanhada da sobrinha Sandra Araújo apenas para conferir a movimentação de consumidores e vendas. No entanto, em função do desconto oferecido por um dos expositores, ela não hesitou em abrir a carteira. “Comprei um sobretudo muito barato. Imagina, R\$ 30”.

Se para o consumidor a Ponta de Estoque é ótima para comprar diversos produtos, para os lojistas é ainda melhor. A empresária Ana Lúcia Malgarin que vende roupas infantis e participa há 11 anos, vê a feira como espaço ideal para vender os produtos que estavam parados há mais tempo na loja. “Este ano foi legal, deu para vender bastante em quatro dias”, afirma.

Responsabilidade social

Juntamente com os bons negócios



Fotos/Walter Fernandes

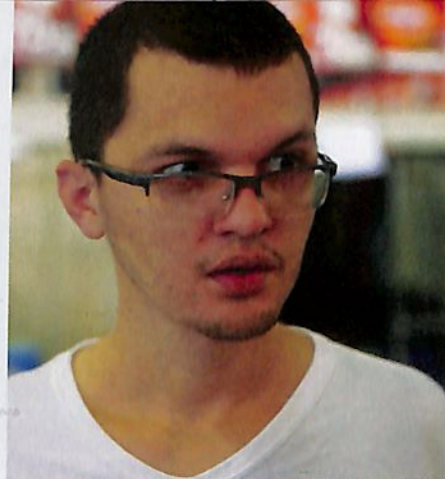
para consumidores e lojistas, a feira deu exemplos de boas práticas sociais. Alunos do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), acompanhados de três professores, ofereceram cortes de cabelo gratuitos aos participantes, atendendo mais de 350 pessoas. “Foi uma ótima oportunidade, tanto para os visitantes renovarem o visual quanto para os alunos desenvolverem habilidade e agilidade no corte”, diz a coordenadora da área de beleza, Jonilse Costa Rodrigues.

O estacionamento arrecadou R\$ 80.560, valor revertido para as entidades Projeto Vida Maringá, Associação Beneficente Casa de Nazaré, Asilo São Vicente de Paulo, Associação de Mães Especiais Sol da Manhã, Sociedade São Vicente de Paulo (Conselho Central de Maringá), Lar Escola Bom Samaritano, Sistema de Apoio à Saúde São Rafael e Lar Escola da Criança de Maringá. Os coletores de recicláveis também conseguiram renda extra com aproximadamente duas toneladas de materiais como papelão, papel, alumínio e plástico.

Foi realizada ainda uma ação



Abertura da feira, em 15 de julho: mais de 1.100 pessoas aguardavam o início da liquidação



O funcionário público Cleiton Vieira Assunção fez questão de ir no primeiro dia e estava procurando a esposa para continuar comprando

de responsabilidade ambiental realizada pelo Núcleo Ambiental do Programa Empreender, da ACIM. A BF Ambiental Engenheiros Associados, integrante do núcleo, está encarregada de calcular a emissão de gás carbônico durante o evento para depois fazer o plantio de árvores em fundos de vale para neutralizar a quantidade de gás produzida. “Mensuramos a emissão de gás carbônico a partir de dados concretos, como a quantidade de pessoas, de carros, de resíduos orgânicos e recicláveis, entre outros itens”, comenta o sócio da empresa, Jacir Boeira. O cálculo ficará pronto neste mês.

Em levantamento realizado pelo Departamento de Pesquisa e Estatística da ACIM, a maioria dos expositores classificou como positiva a edição deste ano: 96% aprovaram o local, 87% consideraram como válida a participação e 67% pretendem voltar a expor a marca no ano que vem.

A Ponta de Estoque é promovida pela ACIM e pelo Sindicato do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar), com organização do ACIM Mulher e apoio da Sociedade Rural de Maringá (SRM), prefeitura, Sicoob e Unimed Maringá.



Conselheiras do ACIM Mulher, o presidente e o superintendente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa e João Paulo Silva, respectivamente



Doações dos lojistas foram repassadas pela presidente do Acim Mulher, Nádya Felipe, para representantes de seis entidades

Carlos Walter Martins Pedro, o Empresário do Ano 2015

Cerimônia de homenagem para o industrial proprietário da ZM Bombas aconteceu no mês passado reunindo mais de 500 pessoas; a ACIM é promotora do prêmio anual em parceria com Fiep, Sivamar e Apras

Giovana Campanha

Em uma cerimônia prestigiada por mais de 500 pessoas e com direito a muitas homenagens, Carlos Walter Martins Pedro, da ZM Bombas, recebeu o prêmio Empresário do Ano 2015. O evento aconteceu em 24 de julho no Moinho Vermelho, em Maringá.

Um vídeo mostrou a atuação de ZM Bombas, empresa com mais de 30 anos de mercado que produz, comercializa e exporta bombas d'água, lavadoras de alta pressão e turbinas hidráulicas para clientes do Brasil e países da América do Sul, América Central e África. Depois, o presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, discursou. "Esta é uma homenagem não apenas para reconhecer a trajetória empresarial de um industrial, mas para compartilhar bons momentos associativistas. Carlos Walter sempre foi um homem que quis construir uma Maringá melhor. Estou feliz por nesta gestão homenageá-lo".

Biratã Giacomoni, da Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), afirmou: "tenho o prazer de me relacionar com o Carlos Walter na federação. Você sai engrandecido com este prêmio, mas Maringá também se engrandece. Na discussão sobre o salário mínimo regional,



Fotos/Walter Fernandes

Representantes das quatro entidades promotoras com o homenageado: Amauri Donadon Leal, Paulo Meneguetti, Carlos Walter Martins Pedro, Marco Tadeu Barbosa e Maurício Bendixen

“você mostrou capacidade de negociação e teve uma forma singela de dialogar com o governo”.

A vice-governadora Cida Borghetti relatou que conhece há muitos anos o homenageado. “É uma pessoa visionária e sempre questionadora se dá para fazer mais e melhor. É um homem de capacidade crítica elevada, de articulação e muito trabalho”.

Já o prefeito de Maringá, Carlos



Pupin, ressaltou a contribuição de Carlos Walter para a criação do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem) e na articulação para que a prefeitura cedesse o prédio do CTM para a instalação do Instituto Senai de Tecnologia em Metal Mecânica, que está recebendo R\$ 8 milhões da Fiep para a viabilização.

Num dos momentos mais aguardados da noite, os representantes das quatro entidades promotoras do prêmio, Marco Tadeu Barbosa (ACIM), Amauri Donadon Leal (Sivamar), Paulo Meneguetti (Fiep) e Maurício Bendixen da Silva (Apras) entregaram o certificado de Empresário do Ano para Martins Pedro. Na sequência Ison Rezende, Empresário do Ano 2014, entregou o troféu do prêmio, concebido pelo artista plástico Zanzal Mattar.

Em um discurso repleto de memórias e agradecimento, Martins Pedro fez questão de dividir a homenagem com pessoas que contribuíram com sua trajetória. Ele agradeceu todas as entidades que o indicaram para receber o prêmio, colegas da Fiep, Lions Maringá Pioneiro, autoridades, amigos, funcionários e familiares. "Reconheço o valor do prêmio, mas não conseguia imaginar o quanto era grande a satisfação em recebê-lo. Participo de entidades há muito tempo. Tenho a plena convicção de que além de trabalho como empresário, o envolvimento com a Fiep, Sindimetal e ACIM foi determinante para a conquista deste prêmio".

Depois, ele destacou três projetos importantes da cidade, apresentando fotos, vídeos e homenageando pessoas que foram importantes para a execução do Repensando Maringá, que deu origem ao Codem; Incubadora Tecnológica de Marin-



Marco Tadeu Barbosa: "esta é uma homenagem não apenas para reconhecer a trajetória empresarial de um industrial, mas para compartilhar bons momentos associativistas"



Carlos Walter Martins Pedro e a família: o filho Pedro, a esposa, Maria Amália, a filha Tatyane e o genro, Amir

gá e Instituto Senai de Tecnologia em Metalmeccânica. "Estes projetos são a materialização de ações desenvolvidas por voluntários. Como ninguém faz nada sozinho, considero importante agradecer pessoas fundamentais para os projetos se tornassem realidade".

Por fim, ele afirmou "o país tem inúmeros problemas e em Maringá não estamos imunes a eles. Mas, com perseverança e unidos, temos condições de repetir o trabalho dos nossos valorosos pioneiros e tirar das dificuldades a energia para o nosso desenvolvimento".

A cerimônia teve patrocínio de A. Yoshii, Perfilve, Central de Negócios Imobiliários, Centro de Cirurgia da Obesidade Daoud Nasser, Cocamar, Controlsul, Coopercard, DB 1 Global Software, Fiep, Fipal Concessionária Jeep em Maringá,

Fomento Paraná, Get Card, Gráfica Caiuás, Internegócios, Maringá Park, Noroeste Garantias, O Diário, Revista A a Z, Sancor Seguros, Sebrae, Sicoob, Unicesumar, Unimed Maringá e Usaçúcar.

O prêmio

O prêmio Empresário do Ano é sucessor do Comercial do Ano, criado em 1980 pelo Sivamar, que homenageava anualmente comerciantes. Depois a ACIM, Apras e Fiep passaram a realizar conjuntamente a premiação, ampliando a abrangência do título. A escolha do ganhador se dá em duas etapas, sendo que na primeira 26 entidades fazem indicações de empresários e depois uma comissão organizadora escolhe o ganhador entre os nomes indicados na primeira fase.



Alguns benfeitores da Capela, como membros das famílias Crippa, Limonta, Feltrin, Calvi, Nunhes e Bulla



Armando Crippa (à esquerda) durante a festa de Nossa Senhora Aparecida em 1955; à direita, Benedito Ponce



Fachada da capela na década de 1950

Do envolvimento da comunidade a patrimônio da cidade

Foi graças ao empenho da comunidade do núcleo Guaiapó que a Capela Nossa Senhora Aparecida foi construída. Primeiro veio a doação do terreno feita pela família Nunhes e depois, o lançamento da pedra fundamental em 1949 e a outra entre 1950 e 1955.

Já a concretização da obra foi possível graças ao envolvimento de Armando Crippa e das famílias Limonta, Feltrin, Calvi, Nunhes e Bulla. Além deles, Inocente Villanova Júnior, que se tornaria prefeito em 1952, se comprometeu: "se a comunidade doar a madeira, pode levar à serraria que eu corto". Como era proprietário da Serraria Villanova, ele teve papel fundamental no beneficiamento da matéria-prima da estrutura da capela.

Décadas mais tarde a capela passou

por um turbulento processo de restauro feito pela própria comunidade. Antes da restauração, a capela era amarela e a comunidade resolveu pintá-la da cor original, azul. No entanto, apesar da consciência histórica, ela sofreu modificações, como a instalação de lustres e o piso (tem até um pedaço que foi pintado à mão para que tivesse o mesmo desenho do piso original). A maior parte da estrutura, porém, é original.

A capela foi erguida em madeira de lei, com peroba rosa, encontrada em abundância no norte do Paraná. A enorme quantidade de serrarias e o conhecimento das técnicas de construção em madeira foram fundamentais para a edificação em uma área de 235,18 metros. A fachada frontal apresenta uma porta central, duas janelas semelhantes

às existentes nas laterais e uma torre na parte superior, onde está o sino. As fachadas laterais são compostas por uma porta de madeira e cinco janelas, feitas de ferro e vidro translúcido boreal.

As janelas têm um arco ogival dividido em cinco partes, cada uma com uma cor: azul, amarelo, roxo, amarelo e azul. Porém, fotografias anteriores indicam que os vidros, inicialmente, eram transparentes. A parte inferior é composta por um retângulo dividido em sete partes iguais. Desde este ano a capela é Patrimônio Histórico Material do Município de Maringá.

Miguel Fernando é especialista em História e Sociedade do Brasil (maringahistorica.blogspot.com - veja mais sobre a história de Maringá)

A Rede Massa DISPAROU NA FRENTE.



COM A MAIOR
AUDIÊNCIA DA
HISTÓRIA.
CANAL HD 11.1

A nova pesquisa Ibope apontou um **crescimento de 60% na audiência da Rede Massa em Maringá.**
Vice-líder absoluta em toda programação, em todas as faixas horárias e com quase o **triplo da audiência da concorrência.**



Cris Lauer

Eduardo Santos

Silvio Santos

Ratinho

Fernando Rípoli

Andreia Silva

Você tem fome do quê?

É hora de trabalhar, mas você só pensa em saborear algumas delícias, até aí tudo bem. Difícil é controlar quando o estômago começa a se manifestar e seu chefe quer ler o relatório assim que voltar do almoço. Antes de ligar para o primeiro *delivery* que aparecer na tela do computador e correr o risco de manchar um documento com dedos engordurados, pense duas vezes. Há uma lista de alimentos que apresentam menos riscos ao seu trabalho e podem matar a fome.

O ideal é respeitar a hora do almoço ou do café para sair da mesa de trabalho e comer tranquilamente em um local adequado, aproveitando para caminhar um pouco, nem que sejam alguns passos. Porém, tem hora que realmente não dá. E se for inevitável, pense primeiro em higiene: mesa e mãos limpas, antes e depois do lanche. Para estas horas é bom ter na gaveta um pacote de lenços umedecidos. Quem leva alimentos de casa deve observar ainda a necessidade de serem conservados em geladeira.

Na hora de escolher o cardápio, a melhor dica é optar por comidas que não tenham um aroma muito acentuado, como os molhos a base de alho. Lanches frios, frutas e saladas são sempre boas opções, principalmente quando as porções não são muito exageradas para não acumular resto de comida no cesto de lixo. Um dos problemas de se alimentar enquanto trabalha é acabar comendo além da conta, somado a escolhas pouco saudáveis, o que pode não fazer bem a saúde e forma física.

Outra dúvida recorrente é ofe-

Comer durante o expediente exige delicadezas que não podem ser esquecidas quando a fome apertar; e se a equipe fizer 'vaquinha' para comprar o lanche da tarde, o mais simpático é contribuir



Walter Fernandes

recer ou não os alimentos. É claro que devemos oferecer para quem estiver mais próximo, de maneira educada e sutil. Mas ofereça antes de começar a comer. Vale ainda dizer: 'você gostaria de um pedaço?'. Deixe claro que não está ofertando por inteiro. Sim, existe gente que se aproveita de uma situação como esta. Bem como há profissionais que se aproveitam das 'vaquinhas' para os lanches de fim de tarde, sem ter contribuído com a compra.

A regra deve ser clara: quem paga, come. Mas na prática não

é bem isso que acontece. Acho simpático participar, nem que seja uma vez ou outra, mas ninguém é obrigado. Mas deselegante mesmo é nunca participar e sempre tirar uma 'casquinha'. Ser rotulado de folgado ou mesquinho não vai contribuir muito para uma boa imagem. Quem não participa, não deve se aproveitar nem do dinheiro dos colegas e nem de quem organiza as compras.

Dayse Hess é jornalista especializada em Design de Moda

COBRANÇA SICOOB

Tranquilidade e
vantagens para
você e seu negócio



Com todo suporte da Cobrança Sicoob você terá uma preocupação a menos no dia a dia e poderá se dedicar mais às suas vendas.

Confira outras vantagens no site: www.sicoob.com.br

Encontre a cooperativa Sicoob mais perto de você, ligue 0800 642 0000.
Ouvidoria 0800 725 0996 / Deficientes auditivos ou da fala 0800 940 0458



SICOOB
ASSOCIADO A VOCÊ.

Atendimento para superar expectativas

A segunda palestra do projeto Acim dem Ação foi no mês passado no Jardim Liberdade; ainda não conferiu? Neste mês e em setembro tem mais palestras gratuitas

Giovana Campanha

O consultor de vendas e atendimento Amauri Crozariolli abriu a palestra do projeto ACIM em Ação de 9 de julho com uma recomendação: “dê o seu melhor na primeira vez que fizer contato com o cliente ou ele vai parar na concorrência”. Foi a segunda palestra dele deste ano a convite da ACIM com o tema “um show no atendimento – superando as expectativas do cliente”, e desta vez o

local foi o Centro Social Urbano, no Jardim Liberdade.

Sem humildade, disciplina, determinação, bom gerenciamento do tempo, boa comunicação e estar informado não dá para ser um campeão de vendas, aconselha o consultor. É preciso ter disposição no atendimento, que deve ser feito com sorriso e máxima atenção. “O preço do produto fica em segundo plano quando o cliente é bem atendido”, diz. Outra dica é não usar palavras negativas na abordagem,











Amauri Crozariolli aconselha: não use palavras negativas na abordagem, como 'pois não?'

como ‘pois não?’. Ter clareza na apresentação do produto ou serviço também faz diferença.

Quem ainda não conferiu poderá participar das palestras em 20 de agosto (no Buffet Ilha de Capri, na avenida Alziro Zarur, 172, no Jardim Mandacaru) e 24 de setembro (no Teatro Reviver, que fica na praça Todos os Santos, na Zona 7) com início às 19h30. A participação é gratuita, mas é preciso retirar convite na ACIM ou com os consultores comerciais.

Cliente impaciente? Confuso? Saiba como atender bem

Tem cliente de todo jeito. Cliente difícil dá ganho financeiro e oportunidade de desenvolvimento, mas testa o controle emocional e profissionalismo do atendente. O único cliente ruim é aquele que não entra na empresa. **Veja como tratar consumidores com diferentes perfis:**

CLIENTE	PERFIL	O QUE FAZER
 Impaciente	Perguntador cíclico, insistente, compulsivo, chegando a insultar quando contrariado	Tratá-lo com brevidade, mas com cortesia. Este tipo de cliente exige sinceridade, segurança nas respostas e autocontrole
 Bom Senso	Agradável e inteligente	Agir com atenção, demonstrando interesse, mantendo sempre o clima de simpatia e cordialidade
 Agressivo	Gosta de discutir ou reclamar de qualquer coisa. Crítica abertamente	Não interrompa a fala do cliente, nem diga que ele está nervoso, porque isto o deixará mais furioso. Use frases que ajudam a acalmar como: ‘imagino o que o senhor está sentindo’ ou ‘farei tudo para resolver o problema’
 Confuso	É indeciso	Apresentações firmes e convincentes, reiniciando com paciência sempre que o cliente solicitar
 Bem-humorado	Agradável, de conversa envolvente, mas que desvia do assunto constantemente, dificultando o diálogo	Buscar constantemente retomar o rumo da conversa. Não perder as rédeas da situação
 Silencioso	Demonstra não ter conhecimento, aparenta ar de cansaço, mostrando-se sempre pensativo e quase não conversa	Induzir ao diálogo, bastando apenas formular perguntas claras, num clima de atenção
 Barganhador	Procura insistentemente vantagens	Agir com tato, analisando minuciosamente a fala para argumentar com convicção
 Agitado	Inquieto, geralmente interrompe a fala do atendente e não tem paciência de ouvir explicação	Agir com calma, falando moderadamente, sem se irritar. Usar respostas claras e objetivas

FONTE | Consultor Amauri Crozariolli

Arte: Wellington Viana

DESCONTO EM ASSESSORIA JURÍDICA PARA E-COMMERCE

As empresas que querem ingressar no *e-commerce* ou precisam ampliar os negócios virtuais podem usufruir da nova parceria da ACIM com a advocacia Jobim & Bonin Advogadas Associadas. Pelo acordo, assinado em julho, os associados têm 50% de desconto em consultorias jurídicas, assessoria para criação de *e-commerce* e também no serviço mensal de assessoria jurídica para *e-commerce*. Para usufruir do benefício, a empresa deverá apresentar uma carta da ACIM comprovando a filiação – o documento deverá ser solicitado ao departamento comercial da Associação Comercial. O endereço do escritório Jobim & Bonin é avenida Brasil, 3.772, sala 1411, Edifício Shimabukuro. O fone é (44) 3031-5108.

A parceria é uma das ações do projeto ACIM Inova que visa capacitar às empresas locais para que possam também fazer negócios pela internet. Os números reforçam a força do *e-commerce*: neste ano as compras deverão atingir R\$ 43 bilhões no Brasil, o que significará um crescimento de 21% em relação a 2014. No ano passado os maringenses integraram o ranking das 30 cidades brasileiras que mais fizeram compras pela internet, com gastos superiores a R\$ 250 milhões.

Walter Fernandes



PREFEITURA SE COMPROMETE COM MASTERPLAN

Por meio de um termo de cooperação, assinado em 22 de julho, o prefeito Carlos Roberto Pupin garantiu a prefeitura o acesso às informações do Masterplan, plano estratégico socioeconômico para Maringá que será realizado por economistas e administradores especializados em planejamentos estratégicos de cidades – o plano será elaborado até o início do ano que vem pela PWC.

Além do prefeito, assinaram o documento o presidente da ACIM, Marco Tadeu Barbosa, e o presidente do Codem, Edson Cardoso. As duas instituições foram as responsáveis pela contratação do estudo, que será integralmente custeado pela iniciativa privada. O objetivo é obter um plano diretor voltado ao desenvolvimento socioeconômico nas próximas décadas.

Para o coordenador do BID, Leopoldo Fiewski, a assinatura do termo entre prefeitura e sociedade civil assegura o comprometimento dos próximos gestores municipais com o Masterplan.

CAMPANHA ENTREGA ÚLTIMO CARRO

Foi entregue em 21 de julho o último carro da campanha "Abasteça sua sorte", realizada pelo Núcleo Setorial dos Postos de Combustíveis de Maringá (Nuscom), que integra o Programa Empreender. O ganhador foi José Luiz Brunelli, de Sarandi/PR.

No total, três veículos UP zero foram sorteados. O primeiro sorteio foi realizado em dezembro do ano passado, quando o advogado Nereu Vidal César foi contemplado. E a servidora pública Gleisi Volponi Mortean recebeu as chaves do segundo UP em maio deste ano. Para concorrer era preciso gastar R\$ 50 em um dos 13 postos identificados com o selo da campanha.

A promoção "Abasteça sua sorte" teve como parceiros Servopa e Novo Card, além dos postos que aderiram à promoção: Posto Bérnago (avenida Mandacaru), Posto Chicago (avenida Mandacaru), Posto Kakogawa (avenida Kakogawa), Posto Presidente (avenida Colombo), Posto Universidade (avenida Morangueira), Posto Trabuço (avenida Colombo), Posto Emirados (avenida Colombo), Posto Morangueira (avenida Morangueira), Posto Pupim (avenida Morangueira), Posto G 10 (prolongamento da avenida Morangueira), Posto Novo Horizonte (avenida Cerro Azul), Posto PetroMile (avenida Gastão Vidigal) e Posto São Vicente (avenida Pedro Taques).

Walter Fernandes



COMITIVA MEXICANA VISITA OBSERVATÓRIO SOCIAL

De 14 a 16 de julho o Observatório Social de Maringá (OSM) recebeu a visita de uma comitiva mexicana composta por oito integrantes. O objetivo do grupo foi conhecer a metodologia dos trabalhos desenvolvidos pelo OSM, principalmente nas áreas de educação fiscal e acompanhamento das contas públicas, para constituir quatro observatórios em diferentes cidades do México.

Segundo o coordenador do projeto mexicano, Francisco Gallardo, muitas organizações foram pesquisadas para se copiar o modelo no combate à corrupção. Neste levantamento, o OSM foi o que apresentou mais experiências positivas.

A comitiva mexicana já desenvolve, desde 2003, o Programa Integrado de Desenvolvimento Social e Sustentável. Trata-se do primeiro projeto de cooperação internacional estabelecido entre entidades estatais do México e da União Europeia. Em 2010 novas parcerias possibilitaram replicar o modelo nas regiões da Sierra e Selva de Chiapas, no México.

Outra iniciativa positiva é a Escola de Formação de Promotores de Economia Social e Desenvolvimento Local, integradas aos agricultores de Selva e Sierra. O trabalho visa formar, sensibilizar e capacitar lideranças para elaborar projetos, tomar decisões e contribuir com o desenvolvimento do território. Neste contexto de capacitação os mexicanos também estão implantando a Escola para Cidadãos Observadores de Políticas Públicas para o Desenvolvimento Municipal. O trabalho parte de organizações sociais de quatro municípios da Sierra de Chiapas.



Walter Fernandes

ASSOCIADO DO MÊS //

No mercado há seis meses, a Universo Natural – Produtos Naturais foi aberta por uma nutricionista maringaense, depois de detectar uma lacuna de mercado. Graziela Climaco acalentava o sonho de abrir uma loja no segmento há uma década e com a ajuda da família o sonho se concretizou.

A Universo Natural possui produtos diferenciados na qualidade e alimentos para pessoas com restrição ao glúten e à lactose, além de alimentos vegetarianos e veganos. O estabelecimento entrou rapidamente na rota dos maringaenses e já tem uma clientela fiel.

Outro diferencial do negócio é a participação da nutricionista para a indicação dos melhores produtos a iniciantes em dieta com restrições. “Damos orientações, desde a utilização de temperos aos procedimentos de cozimento, melhores tipos de óleos e produtos para diversos tipos de dietas”.

Graziela já faz planos de expansão do espaço físico, da equipe e quer abrir filiais. A Universo Natural fica na rua Neo Alves Martins, 2.304, funcionando de segunda à quinta-feira, das 8h30 às 18 horas, e às sextas-feiras, das 8h30 às 17 horas.

POLO AERONÁUTICO APRESENTADO NA ACIM

Autoridades, empresários e expositores da Feira Internacional de Aviação – EAB Air Show, que foi realizada em Maringá de 9 a 12 de julho, participaram de uma apresentação na sede da ACIM em 10 de julho. Na ocasião o prefeito Roberto Pupin e os presidentes da Associação Comercial, Marco Tadeu Barbosa, e do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), Edson Cardoso, apresentaram indicadores de Maringá, bem como detalhes do projeto do polo aeronáutico de Maringá.

Novos associados da ACIM

Empresas filiadas entre 21 de junho a 20 de julho

A.V. R Distribuidora	Inovação
Academia do Chopp	Gráfica Primavera
Academia Star Fit	Helder Lopes Imóveis
Açaí Vila Roxa	Idep Instit. Desenv. Educ. do Paraná
Acessórios Truckbras	Iluminasom Eventos
Adan Car	Ingå Ecológica
ADM Corretora de Imóveis	Jardins e Afins
ADM Peças	Karol Brinquedos
Agência Bussola	KK Refrigeração
Bellaue	Lazari Corretora
Ben Limpo	Limpbem Limpeza e Conservação
BF Ambiental	Marco Photos
Bio Esonja	Martinez Assessoria
Blue Numbers Consultoria Empresarial	Maurineti Aparecida da Costa
Brisa Ar Condicionado Automotivo	Nakanishi
Buffet Pétala Dourada	MBM Capas e Acessórios
Canaã Baby	Mendes Odontologia
Canal Drink Eventos	Miguel Joaquim de Oliveira
Casa Di Maira Aviamentos e Artesanatos	Moderniza Design
Catalmedic	Multinoxi
Cleberson L. Galego	Obra e Cia
Construtora RM Garcia	Panificadora e Confeitaria São José
Consultório Odontológico SPA do Sorriso	Piccolino Motonetas
CRM TI	Portões e Cia
Cuidar + Maringá	Pratica Móveis
Decore Glass	Programa JB Mariano
Doria Assessoria Administrativa	Rebekeka Kids and Teens
Eliane Ramos	Ruza Equipamentos
Ellen Confeções	Ser & Man
Engebras	Silva Dellazari Transportes
Edsel	Stop Motos Oficina e Reformas
Estação a gula	SWQuality Consultoria e Sistemas
Estação Verde Paisagismo e Jardinagem	Temitope Motunrayo Chidi Amadi
Fabio Reis Odontologia	Tessuti Estofados
Fereriche Mincache Advocacia Empresarial	The Place English School
Fenix Distribuidora de Cosméticos	Transagrícola Serviços
Fernando Batistoto Cruz	Transjornal
Flex Nippon Brasil	Tributanet Consultoria Tributária
Formax Formaturas	Unimed Maringá
Fortec	Universo Natural
Fundmello	Urbe Vital Consultoria
Geração Empreendedora	Valdar Móveis - Arapongas
GPMG Soluções em Gestão e	Valleseg Treinamentos
	Vec Sistemas
	Via Sul Diesel
	Vivah Fisioterapia e Estética
	Viveiro Terra Viva
	Yukie Embalagens

ACONTECEU NA ACIM

No mês passado foram realizadas 249 reuniões na sede da ACIM, com destaques para a palestra "Os desafios dos herdeiros nas empresas familiares" em 1 de julho, palestra sobre rotulagem, em 7 de julho promovida pela Apras, jantar da ONG Amigos da UEM, em 9 de julho, e a reunião da Faciap Jovem, no dia 17.

PALESTRA INCENTIVA O VOLUNTARIADO

Trabalho voluntário é a vontade de fazer e a oportunidade de servir, a partir de talentos individuais, para solucionar problemas e transformar o mundo em um lugar melhor. Foi com este 'convite' que a especialista em Recursos Humanos Adriana Pierini abriu a palestra "Programa de Capacitação de Voluntários", em 7 de julho na ACIM.

"O voluntário é uma pessoa de atitude que prefere escrever o seu futuro a seguir uma história que outra pessoa está escrevendo", descreveu Adriana para sensibilizar os presentes com interesse e tempo de realizar ações voluntárias, para atuar em entidades do terceiro setor como Noroeste Garantias, Conselho Comunitário de Segurança de Maringá (Conseg) e Observatório Social de Maringá.

Além de contribuir para a construção de um mundo melhor, o voluntariado é uma experiência enriquecedora para quem pratica. Luiz Ajita e Jefferson Nogaroli, presidentes do Conselho de Administração do Sicoob Metropolitano e do Sicoob Central Unicoob, respectivamente, garantem que a experiência vale a pena. Em depoimentos, os dois definiram o trabalho voluntário como um aprendizado que ajuda no crescimento pessoal e profissional.

Na sequência, os presidentes das três entidades promotoras da palestra apresentaram o trabalho de cada uma e a demanda por voluntários. Os interessados em conhecer mais sobre as entidades e serem voluntários podem procurar o Conseg (3025-9647), Observatório Social (3025-1282) ou Noroeste Garantias (3023-2283).



	CURSOS	DATA
AGOSTO	Departamento pessoal e cálculos trabalhistas	10 a 21
	Prezi: criando apresentações de alto impacto	11 a 13
	Licitações: vantagens para micro e pequenas empresas	11 a 14
	Planejamento e gestão de vendas	17 a 19
	Gerência de vendas	17 a 21
	Como implantar ou revisar o plano de cargos e salários	17 a 21
	Orçamento empresarial: pauta para crescimento sustentável	18 a 19
	Atendimento excelente e eficaz	18 e 19
	O líder e sua comunicação com a equipe	19 e 20
	Comunicação e oratória	20 a 22
	Análise de crédito visando à redução da inadimplência	22
	Endomarketing: a boa imagem da empresa para o cliente interno	22
	Excel profissional para o seu dia a dia	24 a 27
	Rotinas e práticas do departamento financeiro	25 a 27
	Telemarketing uma ferramenta de vendas	25 a 27
	Como recuperar clientes inativos e mantê-los	25 a 27
	Como lidar com as pessoas e seus diferentes temperamentos	25 e 26
SETEMBRO	Remuneração estratégica	14 a 17
	Perícia em cálculo trabalhista	16 a 22
	Percepção como a arte de recrutar e selecionar: conceitos e práticas	17 a 21
	Interpretando o Código de Defesa do Consumidor	19
	Disputa de poder e gestão de conflito nas organizações: a psicologia por trás delas	19
	Excel: construindo planilhas	21 a 24
	Gestão do capital de giro e fluxo de caixa	21, 22 e 23
	Técnicas de vendas - os 8 passos da venda	22 a 24
	Atendimento de alta performance - para porteiros e vigias	23 e 24
	Cálculo trabalhista	16 a 18, 21 e 22



A região de Maringá conta com uma SGC, a Noroeste Garantias, que atua não só no processo de liberação de financiamento, mas no gerenciamento financeiro. A Noroeste orienta os empresários a colocar em ordem controles como fluxo de caixa, faturamento gerencial e faturamento contábil

A crise e o papel das SGCs na garantia do crédito

A crise na economia brasileira, agravada pelos ajustes do Governo Federal, com o corte no orçamento, são os grandes desafios enfrentados pelos empresários que convivem hoje com juros altos, baixa produtividade, legislações precárias, desemprego e inadimplência.

Este ambiente contrasta com as águas calmas vividas pelo mundo dos negócios no Brasil até julho de 2014. Por conta daquele cenário, muitos empresários investiram em novas tecnologias e contratações, ampliando a produção ou estoques. A oferta de crédito também era farta e contribuiu para que as empresas contraíssem dívidas com créditos para investimento ou capital de giro.

Com a crise, veio o crescimento de 75% da Selic, que estava em 7,25% ao ano em 2013 e passou para 12,75% em 2015. Os pequenos negócios sofrem com esta situação. É preciso ser realista e entender que a tendência é de um cenário pior em curto prazo, com aumento da inflação. Consequentemente aumenta o custo do crédito. É uma 'bola de neve', já que os empresários têm que repassar os custos para os preços, principalmente para aqueles que financiam as vendas com parcelamento.

Este cenário aumenta a importância das Sociedades de Garantia de Crédito (SGC) no Brasil, principalmente para os pequenos e microempresários. As SGCs surgiram na Itália, na década de 1950, em pleno ambiente pós-Segunda Guerra Mundial, com o objetivo de viabilizar fontes de financiamento para micro e pequenos empresários.

Graças a empresários ousados, a região de Maringá conta com uma SGC, a Noroeste Garantias, que atua não só no processo de liberação de financiamento, mas no gerenciamento financeiro. A Noroeste orienta os empresários a colocar em ordem controles como fluxo de caixa, faturamento gerencial e faturamento contábil.

Também orienta que empresas em dificuldades devem renegociar prazos e condições de pagamento com fornecedores; revisar seu planejamento; buscar mais liquidez nos ativos para suprir eventuais faltas de capital de giro ou inadimplência, entre outras.

Essa "profissionalização" na gestão contribui tanto para o desempenho das empresas como para a obtenção de crédito no mercado financeiro. Como a Noroeste conhece bem as empresas e seus movimentos financeiros pode indicar a melhor operação de crédito, levando em consideração a necessidade da empresa, tipo de financiamento, taxa de juros, taxas de serviços, entre outros.

A Noroeste mostra o caminho de como o empresário pode obter o melhor crédito para ampliar seus negócios e também a usar melhor o mercado financeiro. Centenas de empresas já utilizaram os serviços da Noroeste e o crédito concedido já passou de R\$ 7 milhões, sempre com juros menores e oferecendo garantias acessórias em operações de crédito.

Everaldo Belo Moreno é presidente da Noroeste Garantias, com sede em Maringá

ANS - nº 34818-0

☎ 44 3028 2000



EU AMO
MINHA
SAÚDE

UMA FAMÍLIA CHEIA DE SAÚDE
COMEÇA COM UM PLANO.



SANTA RITA
SAÚDE

O plano para uma vida melhor.

If SPINA is 12 and STEVE is 11, one is probably a member of hallogroup 612.

If SPINA is 13, one is probably a member of hallogroup 612, or 7.



UNICESUMAR. UM UNIVERSO INTEIRO DE POSSIBILIDADE PARA O SEU FUTURO.



Com 25 anos de tradição no Ensino Superior, a Unicesumar está entre 4% das melhores instituições do País. Possui nota 4 (na escala de 1 a 5) na avaliação do IGC (Índice Geral de Cursos), feita pelo Ministério da Educação (MEC).

Com o foco na conversão da sociedade ao conhecimento, a Unicesumar conta hoje com aproximadamente 70 mil alunos, distribuídos em 46 cursos de graduação presenciais, 27 à distância, mais de 60 cursos de especialização e quatro mestrados.

A Unicesumar tem como missão promover a educação de qualidade nas diferentes áreas do conhecimento, formando profissionais cidadãos que contribuam para o desenvolvimento de uma sociedade justa e solidária. É reconhecida por sua forte atuação na área social e pelo destaque em vários indicadores oficiais nas áreas de ensino, pesquisa e extensão.

(44) 3027-6222
www.unicesumar.edu.br

