



## COMO MUDAR A PERSPECTIVA DE SUA CIDADE

O desenvolvimento acontece com a  
força dos Pequenos Negócios

Vencedores do 8º Prêmio Sebrae  
Prefeito Empreendedor (2013-2014)

**Vencedor Estadual – Equenos Negócios Nos  
Eventos Esportivos**  
Município de Apucarana (PR)



Prêmio Sebrae  
**Prefeito  
Empreendedor**

# COMO MUDAR A PERSPECTIVA DE SUA CIDADE

O desenvolvimento acontece com a força dos Pequenos Negócios

## Vencedores do 8º Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor (2013-2014)

© 2014. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae  
Todos os direitos reservados.  
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

### Informações e contatos

Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas  
SGAS 604/605 – Conjunto A – Brasília-DF  
Tel.: (61) 3348-7100  
www.sebrae.com.br

### Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Roberto Simões

### Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

### Diretor-Técnico

Carlos Alberto dos Santos

### Diretor de Administração e Finanças

José Claudio dos Santos

### Gerente da Unidade de Políticas Públicas

Bruno Quick

### Gerente da Unidade de Marketing e Comunicação

Cândida Bittencourt

### Coordenadora Nacional do Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor

Denise Donati

### Consultor do Prêmio

Sandro Salvatore

### Coordenação Editorial

Plano Mídia Comunicação  
(61) 3244-3066 / 67 – planomidia@gmail.com

### Coordenador e Editor

Abnor Gondim

### Textos

Anna Bernardes, Carolina Andrade, Cláudio Barbosa, Emília Andrade, Luísa Mello, Francisco Pinilla e Ruth Rendeiro

### Estatísticas de empregos e empresas

Unidade de Gestão Estratégica  
Paulo Jorge de Paiva Fonseca  
Caio Ferraz da Fonseca

### Fotos

Agência Sebrae de Notícias / Sebrae UF / assessorias das prefeituras

### Colaboração

Unidades de Políticas Públicas / Sebrae UF e assessorias das prefeituras

### Revisão

Eliana Silva

### Projeto Gráfico / Diagramação

Bruno Vieira

### Versão eletrônica

Plano Mídia Comunicação / Maven

### Agradecimentos

Aos prefeitos e às prefeitas que fizeram 4.815 inscrições habilitadas nas oito edições do Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor (2001, 2002, 2003, 2005, 2007, 2009, 2011 e 2013) e aos futuros participantes da 9ª edição

# Sumário

TÍTULO DO PROJETO: NA COPA DO MUNDO O BONÉ É NOSSO! .....	4
Categoria .....	4
Área de Atuação .....	4
PÚBLICO-ALVO .....	4
Objetivo Geral.....	5
Surgimento da Ideia .....	5
Solução proposta .....	5
Resumo da situação antes da implantação do Projeto.....	5
Resumo da situação depois da implantação: .....	6
Principais desafios enfrentados .....	7
Principais etapas de implantação.....	7
Considerações finais.....	7
Nível de dificuldade enfrentada pelos realizadores.....	8
Relato dos beneficiados .....	9
Anexos.....	10



**VENCEDOR ESTADUAL  
PEQUENOS NEGÓCIOS NOS  
EVENTOS ESPORTIVOS**
**Município de Apucarana - PR**

Prefeito: CARLOS ALBERTO GEBRIM PRETO

Orçamento total da Prefeitura: R\$ 157.496.108,30

Qtd. Emp. Form.ME, EPP, EI: 8.545

Estimativa de Emp. Informais: 2.000

**TÍTULO DO PROJETO**

NA COPA DO MUNDO O BONÉ É NOSSO!

**Categoria**

Pequenos Negócios nos Eventos Esportivos

**Área de Atuação**

Representação, cooperação e associativismo

Capacitação e empreendedorismo

Acesso a inovação e tecnologia

Planejamento e infraestrutura para o desenvolvimento econômico e social local

**PÚBLICO-ALVO**

Setor Econômico	Emp. Setor	Emp. Beneficiadas do Setor	%	Estimativa Emp. Inform.	Setor Emp. Informais Beneficiadas	%	Inv. médio / empresa
Indústrias de transformação	550	550	100	200	200	100	0

**RECURSOS**

Natureza Recurso	Rec. Financeiro (R\$)	%	Econômico (R\$)	%	Total(R\$)	%
Parceiros	144.000,00	77,42	23.000,00	0,00	167.000,00	72,93
Prefeitura	42.000,00	22,58	20.000,00	0,00	62.000,00	27,07
<b>TOTAL</b>	<b>186.000,00</b>	<b>100,00</b>	<b>43.000,00</b>	<b>0,00</b>	<b>229.000,00</b>	<b>100,00</b>

**APLICAÇÕES / DESPESAS**

Natureza da Despesa	Rec. Financeiros Próprios/R\$	%	Rec. Econômicos Próprios/R\$	%	Rec. Financeiros Parceiros/R\$	%	Rec. Econômicos Parceiros/R\$	%	Total
Cursos	0,00	0	0,00	0	80.000,00	100	3.000,00	100	83.000,00
Transporte	2.000,00	100	0,00	0	0,00	0	0,00	0	2.000,00
Impressão de publicação	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Mídia	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Elaboração de publicação	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Marketing	4.920,00	100	0,00	0	0,00	0	0,00	0	4.920,00
Consultoria	18.000,00	26,47	0,00	0	50.000,00	73,52	0,00	0	68.000,00
Outros	17.080,00	54,95	20.000,00	50	14.000,00	45,04	20.000,00	50	71.080,00

**Equipe responsável pelo projeto**

Marcello Auguto Machado - Secretário de Gestão Pública

Laércio Beani da Costa - Secretário de Indústria e Comércio

## Objetivo Geral

### O Objetivo deste projeto é:

“Promover e consolidar o desenvolvimento econômico e sustentável do setor de Bonés de Apucarana, como centro de excelência, trabalhando coletivamente com crescente participação no mercado interno e externo, com agregação de valor de design, moda e novas tecnologias de materiais, aumentando a competitividade pela inovação.”

## Surgimento da Ideia

O APL de Bonés tem um grupo de trabalho que se reúne periodicamente para tratar assuntos de Mercado (Grupo de Mercado), dentro do planejamento do grupo consta ações para ampliar as oportunidades de mercado, como a produção de Bonés para a Jornada Mundial da Juventude, Copa das Confederações, Copa do Mundo e Olimpíadas.

Começou-se um trabalho de levantamento de como acessar estas oportunidades e quais os caminhos para atingir nosso objetivo, de trazer para Apucarana as encomendas de produtos para estes eventos, sendo além do boné, camisetas, etc.

Ocorreu uma grata surpresa quando veio o contato da ADM, agência de Publicidade dos patrocinadores da Copa, e também a Globo Marcas, que é responsável pelos licenciamentos da FIFA no Brasil, vieram procurar o Arranjo Produtivo para iniciar as negociações.

## Solução proposta

Para alcançar o objetivo do projeto, foi necessário uma negociação muito cuidadosa, bem estudada, com várias idas e vindas, com os parceiros e empresariado bem alinhado nas questões das expectativas e investimentos. Conseguiu-se com isto fechar os contratos para produzir tanto os produtos licenciados quanto os brindes dos patrocinadores.

Neste interim, o Prefeito Beto Preto com uma comitiva de entidades de Apucarana, buscou junto ao Ministro de indústria e Comércio em Brasília, a criação de uma salvaguarda legal, para os produtos têxteis do Brasil, contra os produtos chineses. Garantindo assim para todo o setor têxtil, o mínimo necessário para conseguir competir com os produtos da China, dentro do país.

## Resumo da situação antes da implantação do Projeto

Em 1974, teve início a fabricação de bonés em Apucarana-PR, a partir da produção artesanal de bandanas e tiaras, que eram comercializadas em feiras agropecuárias, exposições e nas praias do litoral paranaense. De início, os empresários pioneiros na fabricação do artigo limitavam-se a copiar e produzir bonés com aba de papelão, reguladores de elástico e fazendo uso da técnica de silk screen.

No início da década de 1980, começaram a surgir as primeiras empresas do segmento, entre elas a Faroli, a Cotton's, a Sementec e a Kep's. A Sementec era uma empresa de revenda de produtos agrícolas, área em que os bonés eram mais difundidos. Com a divisão Sementec Promoções e Confeções, começaram a ser fabricados os primeiros bonés promocionais no município. O sucesso desses empreendimentos familiares foi tamanho que, à medida que o mercado interno se expandia, surgiam novos empreendimentos em um processo de transbordamento. Contudo, não havia na região os elos da cadeia produtiva de bonés e confeções. A 'dublagem' de tecidos era realizada em São Paulo, assim como a aquisição da matéria prima, máquinas e equipamentos.

Em 1986, surgiram na região as primeiras empresas complementares da cadeia produtiva de bonés, entre as quais, a Dalplast, Showa e outras. Os empresários do setor reuniram-se em torno de um objetivo comum: melhorar a qualidade e a produtividade das empresas do segmen-

to. Contrataram consultoria especializada nas áreas de qualidade, processo produtivo, formação do preço e controle de custos. Dividiram a produção em células e deram início ao processo de capacitação das costureiras do setor, com o apoio da agência local do Senai.

Através da cooperação, as empresas conseguiram melhorar a qualidade e a produtividade da indústria de bonés. Surgiram os primeiros contratos promocionais em nível nacional e internacional. Entre eles, o da Cofap, Arisco e de franquias de filmes mundiais como o Jurassic Park. No entanto, o fato marcante na formação do APL - Arranjo Produtivo Local de Bonés foi a celebração do contrato com o Banco Nacional. Através do acordo, o piloto Ayrton Senna, maior ídolo brasileiro da história da Fórmula 1, tornou-se o primeiro garoto propaganda do setor, contribuindo para a projeção da indústria de bonés de Apucarana na mídia nacional.

No início da década de 1990, com a expansão da demanda nacional de bonés promocionais, houve um crescimento desordenado do número de empresas do setor. Nesta fase, as empresas engajaram-se numa competição de preços o que, em última instância, afetou a rentabilidade e a lucratividade, na razão direta do crescimento da concorrência interna.

A estratégia de diferenciação utilizada pelas empresas foi buscar agregar valor ao produto, com a finalidade de manter e/ou ampliar o 'market share'. Entre 1994 e 1996, dois fatos importantes marcaram a mudança de paradigma na fabricação de bonés em Apucarana: a importação de máquinas de bordado computadorizadas e o surgimento, na região, de empresas distribuidoras de matérias primas (E.G., Dalplast, Dicatex, Boneon, Paranatex e Conviex) e de fornecedores de máquinas e equipamentos, tais como: Taicry e M.A.B. Fortuna, entre outras. Teve início, então, uma nova geração de bonés: a indústria de bonés bordados, com maior valor agregado e diferencial competitivo.

As empresas do segmento investiram pesado em 'marketing' e Apucarana conquistou um espaço importante na mídia televisiva, sendo conhecida como a 'Capital do Boné', em referência à produção de um dos brindes mais utilizados pelas empresas no país.

Em 1997, as lideranças desenvolveram ações de articulação, estimulando a cooperação, interação e aprendizagem entre os profissionais da área. A uma das iniciativas foi a constituição, com 13 empresas, da Associação Brasileira dos Fabricantes de Bonés de Qualidade, ABRAFAB'Q, em que foi elaborado e executado um projeto de exportação com o apoio da APEX; certificação ISO 9000 e central de compras.

O passo seguinte foi a constituição da Associação das Indústrias de Bonés e Brindes de Apucarana, ASSIBBRA, formada por 17 empresas. Os principais objetivos da ASSIBBRA foram operacionalizar uma central de compras; formar estoques reguladores e produzir, de forma conjunta, os insumos para a montagem de bonés.

Em 2003, a Prefeitura com o apoio do Sebrae/PR e entidades locais, o município de Apucarana passou a implantar o modelo de APL. No início de 2004 formou-se o Comitê Gestor do APL de Bonés de Apucarana, com a participação de empresários e entidades parceiras.

Em junho de 2004 foi realizada uma Oficina de Planejamento com o propósito de elaborar o Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Setor de Bonés do município, seguindo a metodologia dos Arranjos Produtivos Locais. Obteve-se como resultado da Oficina um conjunto de ações que norteiam não apenas as atividades inovadoras, mas também as atividades relacionadas à qualidade e à sustentabilidade do Setor.

Em 2005 surgiu uma nova Associação, a ANIBB, Associação Nacional das Indústrias de Bonés, Brindes e Similares. Resumo da situação depois da implantação do Projeto

### **Resumo da situação depois da implantação:**

A previsão de venda de 6 a 10 milhões de bonés para a Copa do Mundo em 2014, somente de produtos licenciados, que representam mais de 30 milhões de reais a mais na economia local.

## Principais desafios enfrentados

- Descrença do empresariado local;
- Falta de flexibilidade da ADM (Agência de publicidade dos patrocinadores da Copa e da Globo Marcas (licenciadora da FIFA));
- Dificuldade de contratar mão de obra qualificada;
- Sazonalidade da demanda;
- Poucos recursos disponíveis (crédito) no mercado para investimento em equipamentos;
- Necessidade de criar barreiras legais para produtos chineses, pois os produtos entram no Brasil com valor muito abaixo do custo dos produtos daqui.

## Principais etapas de implantação

- 2012 e 2013 - Negociação dos contratos com ADM e Globo Marcas para a exclusividade do fornecimento de Bonés para COPA;
- JUN 2013- Reunião do Prefeito Beto Preto e comitiva de Apucarana com Ministro em Brasília solicitando a salvaguarda para produtos têxteis brasileiros;
- JAN a MAI 2014 - Produção de mais 6 milhões de Bonés para COPA;
- JUN a JUL 2014 - Realização da COPA do Mundo no Brasil.

## Considerações finais

Os eventos esportivos programados para serem realizados no Brasil geram expectativa de movimentar muitos negócios e para isso as empresas devem estar ajustadas a atender este mercado, onde na sequência apresentamos alguns números divulgados somente as Copa do Mundo em 2014. Números fornecidos pelo Ministério dos Esportes e FIFA para a Copa de 2014

- 3 milhões de ingressos;
- 3.7 milhões de turistas;
- Transmissão para mais de 200 países;
- 738 mil empregos gerados;
- R\$ 33 bilhões de investimento em infraestrutura;
- R\$ 183 bilhões de incremento ao PIB.

Existem dois canais de comercialização de produtos homologados para a Copa das Confederações e a Copa do Mundo, além do atendimento privado de empresas que buscam também divulgar suas empresas nestes períodos:

### Por licenciamento de produtos junto a Globo Marcas

Fornecimento de produtos para a ADM Solutions (empresa contratada pela FIFA para compra de produtos para os patrocinadores dos eventos).

O maior interesse das empresas de bonés de Apucarana é junto a ADM Solutions, onde o fornecimento é direto para a empresa e não requer investimento em royalty.

A ADM Solutions é uma empresa associada à Policoncept, esta última mantém um armazém mundial de brindes para abastecer qualquer demanda de volume.

A ADM, cujo escritório brasileiro atua no Brasil e México, se diferencia pela expertise em criar brindes exclusivos, e foi por isso que a FIFA os contratou há 3 copas (Alemanha, África e Brasil).

A ADM desenvolve continuamente produtos para a L'Oréal, Unilever, Kraft, e a Diageo (dona das marcas de bebidas destiladas Johnnie Walker, Smirnoff, etc.).

Para a Copa de 2014, a ADM, pretende adquirir um volume muito maior de produtos do que a Copa na África, porque o Brasil é referência em futebol e está em evidência, estimam volume 5 vezes maior.

Sinalizaram para a FIFA que pretendem produzir os brindes no Brasil, para privilegiar a indústria brasileira, mas também pelo desembaraço aduaneiro e custo, muitas criações deverão ser “tropicalizadas”, pois aqui no Brasil não temos alguns tecidos (poliéster) e cores que existem no exterior.

Informou que os patrocinadores não são obrigados a comprar os brindes da ADM, mas que é muito mais conveniente e rápido que o façam assim, pois se produzirem algo não homologado terá o lote todo destruído.

Uma exigência para fornecimento é que todos os produtos deverão ser de empresas certificadas pela SGS em ética nos negócios (regularidade fiscal), trabalhista (segurança e saúde).

A expectativa de vendas para a ADM é de aproximadamente 6 milhões de bonés, com um faturamento total aproximado de R\$ 30 milhões, até o final da Copa do Mundo em Julho de 2014. E Apucarana e região serão beneficiadas com estas ações.

Estamos nos preparando também para os próximos eventos internacionais de grande monta que vem para o Brasil nos próximos anos.

## Nível de dificuldade enfrentada pelos realizadores

### Principais dificuldades do projeto:

A maior dificuldade enfrentada foi a descrença do empresariado local, que não acreditava no potencial instalado na cidade, e com o temo de competição com os preços chineses. Os grandes incentivadores foram o SEBRAE e APL, que não se deixaram abater pela descrença, e buscaram alternativas de convencimento dos empresário, de forma a melhorar sua competitividade e cooperação. Com isto a cidade e a região, só tiveram a ganhar.

### Metas relevantes efetivamente alcançadas

Em 2003, a Prefeitura e entidades, com o apoio do Sebrae/PR, iniciou um processo organização e planejamento na metodologia de APL - Arranjo Produtivo Local. No início de 2004, formou-se o Comitê Gestor do APL de Bonés de Apucarana, com a participação de empresários e entidades. Em junho de 2004, foi realizada uma Oficina de Planejamento com o propósito de elaborar o Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Setor de Bonés. Obteve-se como resultado um conjunto de ações norteadoras, não apenas nas atividades inovadoras, mas também nas relacionadas à qualidade e à sustentabilidade do setor.

Apucarana é um dos grandes pólos na confecção de bonés e produtos associados (bandanas, bolsas, camisetas, etc.), com uma produção mensal em torno de 2 milhões de peças por mês, o que representa mais da metade da produção nacional do setor. Os elos da cadeia produtiva estão presentes em Apucarana, que hoje encontra no mercado local a matéria prima e o maquinário necessários à produção do boné.

A governança do APL está composta por empresários do setor e membros representantes de organizações locais.

A governança se estrutura na realização das ações por grupos temáticos: Grupo Mercado, Grupo Inovação/Tecnologia, Grupo Imagem, Grupo Capacitação e Grupo Gestor.

As reuniões da governança acontecem há 10 anos todas às quintas feiras das 7h30 às 8h30, período em que são tratados assuntos inerentes às ações desenvolvidas pelos grupos e também são traçados alinhamentos estratégicos dos trabalhos, validando as ações e a construção de estratégias para o alcance dos resultados.

Contudo, não havia na região mão de obra qualificada para atender às necessidades de expansão do setor. Assim, a Prefeitura de Apucarana, a ACIA - Associação Comercial Industrial

e de Serviços de Apucarana, em um esforço conjunto que envolveu os empresários do setor, iniciou um processo de negociação, junto ao Ministério da Educação/PROEP, para implantar um centro de formação e treinamento nas áreas têxtil e de confecções.

Como resultado dessas iniciativas, foi implantado no município o Centro Moda: escola técnica para formação e capacitação de profissionais para a indústria do vestuário e moda, cuja missão era “Formar, Capacitar e Requalificar Profissionais Necessários ao Atendimento do Setor da Indústria do Vestuário da Região”.

Em 2008, o então presidente da República em exercício, José Alencar, sancionou o Projeto de Lei número 2.793/08, de autoria do deputado Alex Canziani, concedendo oficialmente o título de “Capital do Boné” ao município de Apucarana.

À partir da articulação e do resultado alcançado no setor, o APL foi procurado pela ADM (Agência de Publicidade dos Patrocinadores da Copa) e pela Globo Marcas (que licencia os produtos da FIFA).

Depois de diversas reuniões de negociação e articulação com a ADM e também com a Globo Marcas, foi aberta a oportunidade de criar e produzir os Bonés da Copa do Mundo do Brasil de 2014 em Apucarana, tanto os produtos licenciados, quanto os produtos patrocinados.

Foram desenvolvidos 5 modelos que foram aprovados, entre eles o Boné do Fuleko, o mascote da Copa, já comercializado na Copa das Confederações de 2013.

Para conseguir atender a produção a ANIBB - Associação das Indústrias de Bonés, Brindes e Similares fechou a negociação junto aos seus associados.

Hoje com estas oportunidades que surgiram com a venda de Bonés para COPA 2014 e outros eventos internacionais, houve a criação de diversos eventos e atividades voltados para criação e design no setor, como o Concurso o “Brasil está na Moda” que ocorreu durante a EXPOBONÉ em setembro, também a “Feira de Ideias” que está ocorrendo neste mês de Outubro, que é uma mostra de trabalhos com incentivo ao empreendedorismo, também em Outubro o Fórum Norte Paranaense de Inovação no Setor do Vestuário.

Relação entre recursos previstos e resultados previstos (custo/benefício)

Relação Custo X Benefício

Recursos Previstos Resultados Previstos

Financeiros e Econômicos

R\$ 229.000,00

Em vendas de Bonés, somente os licenciados para COPA,  
que sejam injetados no mercado local mais de R\$ 30 milhões,

## Relato dos beneficiados

Maria Abigail Fortuna - Presidente do SIVALE - Sindicato das Indústrias do Vestuário - Aqui nós temos toda a verticalização industrial do boné, desde a produção do tecido, uma empresa fortíssima produzindo tecido em Apucarana. Existe aqui toda uma estrutura do desenvolvimento do produto, que isso é uma riqueza, é um valor muito grande. Aqui existe uma forte estrutura de desenvolvimento do produto, do boné, de pesquisa de moda, de estabelecer toda a estrutura da produção, todos os processos. A gente espera que esse movimento, esse mega evento (Copa do Mundo) venha trazer crescimento, mais qualidade de vida, mais emprego, mais faturamento para as empresas, gerando aí um crescimento substancial do trabalho das empresas de Apucarana e região. Essa é a expectativa e já está começando a acontecer.

Jayme Leonel - Empresário e participa da Governança do APL de Bonés - O SEBRAE fez questão que esse trabalho, que esses produtos que fossem vendidos durante a Copa fossem produzidos no país. E nestas condições escolheu Apucarana, que é reconhecida como polo nacional do boné, para aqui produzir estes bonés, para serem feitos para as Copas (Copa das Confederações e Copa do Mundo). Nós já temos uma infraestrutura, nós temos inclusive uma fábrica de tecidos local, aqui, que fabrica tecidos específicos para boné. Temos o APL (Arranjo Produtivo Local) aqui, que é um conjunto de empresas ajudado a fazer esse tipo de trabalho, porque na realidade não vai ser trabalho para uma empresa só, mas para toda a cidade, evidentemente, vai acontecer, vai contemplar todas as entidades, inclusive as fábricas de abas, as fábricas de tecidos, as facções, os bordados, enfim a cidade toda vai ser beneficiada por esse trabalho.

Maria Leonora Batista - Presidente do STIVAR - Sindicato dos Trabalhadores da Indústria do Vestuário - Com a participação na Copa do Mundo do Brasil, vai melhorar a situação dos trabalhadores, vai aumentar a renda de cada um dos trabalhadores e também para Apucarana, que é a capital nacional do boné, é muito importante, para a cidade e para o nosso segmento.

Emerson Dalossi - Empresário EmDax e membro da ANIBB - Associação Nacional da Indústria de Bonés - Hoje, o boné de Apucarana é considerado um dos melhores bonés do mundo, nós hoje mandamos boné não só da marca Ferrari, mas nós atendemos muitas marcas importantes aqui no Brasil. Nós temos na cidade muitas empresas que tem se consolidado dentro de sua própria marca e já está vendendo no Brasil todo e exportando para fora do Brasil. Nós já temos contratos firmados e fechados já para a produção de boné já para a Copa do Mundo, nós já estamos além da fabricação de boné, que Apucarana já tem mensalmente, por causa deste grande evento aqui dentro do Brasil, nós estamos calculando aí, que de janeiro até o final de maio, a Copa vai começar em junho, estaremos aumentando aí de seis a dez milhões a mais de bonés, além do que já estamos fabricando. Nós tivemos que lutar muito para trazer este boné da Copa do Mundo para a cidade de Apucarana, tivemos que mostrar à FIFA, aos nossos Brindes e Similares.

## Anexos

Foto Oficial Prefeito Beto Preto - Prefeito do Município de Apucarana

Outros sobre Vídeo de depoimentos

APUCARANA-PR, 4 de Julho de 2014

CARLOS ALBERTO GEBRIM PRETO

Prefeito(a) do município de APUCARANA - PR



