

COOPERATIVISMO
Cocamar diversifica e cresce

ACIM

NOVEMBRO/90
Nº 305
ANO 27

PORTE PAGO
DR/PR
ISR - 4B - 0708/88

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

INFORMATIZAÇÃO DO COMÉRCIO

A arma da concorrência

IMPRESSO

PDV's SID 6000 ligados em rede na loja da Rede Barateiro de Supermercados em São Paulo. No Norte do Paraná a SID é representada pela LDA Informática

ACIM

Clas. 050
R 454
Reg. 0244
Data 22-04-05 - exc. 1
Proced. _____
NF _____
R\$ _____ Data _____



FEMAR - FERRAGENS MARINGÁ LTDA.

COMÉRCIO DE FERRAGENS E MATERIAIS PARA CONSTRUÇÕES



FERROS CA-50, MECÂNICO EM GERAL, CIMENTO E CAL

Av. Colombo, 1611 - Fone (0442) 22-7290 - Maringá - PR

A SUA MARCA DE CONFIANÇA

A photograph of the SOMACO S.A. Volkswagen dealership at night. The building is illuminated, with "SOMACO S.A." in red neon and "VOLKSWAGEN" in blue neon. A Volkswagen logo is visible on the roof. The scene includes a palm tree and a car in the foreground.

SOMACO S.A.
Comércio de Automóveis
Pça. José Bonifácio, 121 - Maringá - PR
Fone: (0442) 24-4433 - TELEX 442-260



UMA ENTIDADE EM DEFESA DA LIVRE INICIATIVA

A importância da informática para o comércio

Neste final de século a informática reforça sua presença em todos os setores econômicos, tornando-os mais eficientes e limitando a intervenção do homem nos processos gerenciais à manipulação de botões. Isso não significa que os computadores acenam com a mecanização de todas as atividades humanas - sua incorporação ao sistema produtivo tem como objetivo imediato agilizar o gerenciamento e os serviços. Nesse contexto, a informática surge na área comercial como a solução para uma pilha de problemas que burocratizam as rela-



Caixa faz leitura do código de barras com scanner

ções de compra e venda, gerando entraves para consumidores e empresários. Mas o uso de computadores no setor ainda é tímido, por culpa da falta de informações sobre os reais benefícios da informática e, principalmente, pelos altos investimentos exigidos para a aquisição de sistemas e equipamentos. O custo, entretanto, se dilui quando se constata as inúmeras vantagens decorrentes do uso da informática nas atividades comerciais. O caminho que conduz à informatização de uma empresa

é repleto de peculiaridades, e percorrê-lo exige do empresário a familiarização com alguns temas comuns ao setor. Por constatar a importância da automação nos processos industriais e a pouca intimidade do empresário com o assunto, a revista da ACIM decidiu dedicar a capa desta edição à informática. Dado a complexidade e a abrangência do tema, o assunto será retomado no próximo número, quando se traçará um perfil da automação em Maringá e na região.

O crescimento da Cocamar também é matéria desta edição. Desde que nas-

Divulgação

ceu, há 27 anos, a cooperativa exercita a filosofia da diversificação como estratégia para se precaver contra as oscilações do mercado agrícola. As investidas da empresa em áreas distintas, como seda e feccularia, garantiram a expansão de seu parque industrial e a ampliação do mercado consumidor. O estímulo ao desenvolvimento de novas atividades agrícolas reforça a consistência da economia regional e abre novas perspectivas para pequenos e médios produtores rurais. Assentada sobre uma sólida base financeira, garantida pela produção de 20 mil co-

operados que têm na retaguarda o trabalho de 4 mil funcionários, a Cocamar continua a alinhar novos planos de diversificação, entre os quais se destaca a citricultura como um dos mais ambiciosos, na medida em que se propõe a harmonizar a rentabilidade econômica com a integração social do Noroeste, região que tem na laranja a solução a curto prazo para seus problemas sociais e econômicos. Assim, a Cocamar ensina uma importante lição em tempos bicudos - diversificar é crescer.



Cocamar diversifica os investimentos e cresce

Pág. 24



O uso da informática pelo comércio ainda esbarra na falta de informações sobre suas vantagens e no alto custo dos equipamentos e sistemas, mas a automação do setor é uma tendência irreversível, ditada pelo crescimento da concorrência e pela necessidade de se agilizar os processos gerenciais

Pág. 07



Maringá vai ganhar um shopping de US\$ 30 mi

Pág. 23

MEU NEGÓCIO	04	FEIMAR	28
ENTREVISTA	05	SERVIÇO	29
CADERNO TÉCNICO	15 a 22	NOVOS SÓCIOS	32
POLÍTICA	26	ENSINO SOCIAL PARA TODOS ...	33
CONSTRUÇÃO CIVIL	27	PENSO ASSIM	34

pio daqui para frente?

REMO LONGO - Desde que assumiu, o prefeito tem como meta promover o desenvolvimento industrial de toda a região e não apenas de Maringá, por que isso viria a beneficiar nossa cidade também.

ACIM - *Parece que existe a intenção de atrair grandes indústrias para Maringá.*

REMO LONGO: Sim, eu mesmo já estive com o prefeito em São Paulo, onde mantivemos contato com empresários do setor de couros. A intenção é verticalizar a indústria do couro na cidade. Hoje, temos a Central Couros, que trabalha a matéria-prima até um certo estágio. Mas seria necessária a implantação dos outros estágios de industrialização para que se possa chegar ao produto final, pronto para o consumo.

ACIM - *O setor de tecelagem também vem se desenvolvendo muito em Maringá...*

REMO LONGO - Sim, este é um setor muitíssimo promissor e nós temos tudo para que a cidade possa se desenvolver nesta área. Temos a terra de Maringá, que é maravilhosa, um clima propício, nossa gente já está familiarizada com a cotonicultura, nossa cooperativa já tem a fiação de algodão. Agora existe também a Cooperfios. Além disso, as cooperativas da região também têm seu setor de fiação. Então, temos tudo para que Maringá possa se tornar um pólo regional de industrialização do algodão, desde a fiação, passando pela tinturaria e estamparia, até o setor de confecções, completando o ciclo por aqui mesmo.

"Temos tudo para que a cidade possa se desenvolver no setor de tecelagem"

ACIM - *E com relação ao comércio. O que a Secretaria pretende fazer para dinamizar este setor, ainda mais agora, que o país atravessa toda esta crise?*

REMO LONGO - Veja bem, o fato de Maringá ser um pólo regional faz com que o comércio da cidade sinta os reflexos da crise com menor intensidade, se comparada a outros municípios. Mas para que o comércio se fortaleça ainda mais, é preciso que outras atividades paralelas também se fortaleçam. É por isso que existe, por exemplo, uma preocupação do prefeito em promover o desenvolvimento do turismo na cidade. É um modo de atrair mais pessoas e isso traz benefícios para o comércio, sem dúvida.

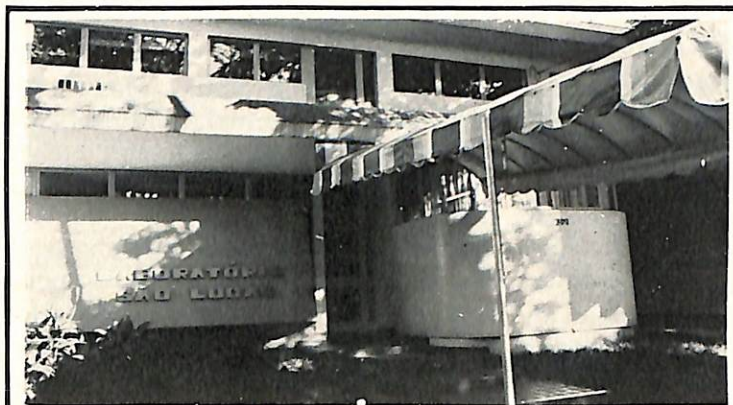
ACIM - *Como o senhor vê a questão da abertura do comércio à noite?*

REMO LONGO - Isso iria fortalecer o setor. Com o comércio funcionando à noite, tanto o maringaense como os moradores das cidades vizinhas poderiam trabalhar tranquilamente durante o dia e fazer suas compras à noite. Acredito que se empresários e comerciantes optarem pela mudança, o horário tem tudo para dar certo aqui.

"Para que o comércio se fortaleça, é preciso fortalecer outras atividades"

ACIM - *Agora que o senhor assumiu a secretaria, vai continuar como presidente do Conselho Comunitário?*

REMO LONGO - Não. Agora eu terei que deixar este cargo, porque entendo que é incompatível com a função de secretário municipal. É incompatível porque o conselho atua como organismo de crítica ao poder público, como um intermediário entre ele e a comunidade. Por isso não ficaria bem eu como secretário continuar como presidente.



CENTRAL:
AV. PARIGOT DE SOUZA, 391 - FONE: (0442) 24-5344

POSTO AV. LUIZ TEIXEIRA MENDES
AV. LUIZ TEIXEIRA MENDES, 680 - FONE: (0442) 24-0380

POSTO HOSPITAL SANTA RITA
RUA LOPES TROVÃO - FONE: (0442) 24-1195

MARINGÁ - PR



Motor 1000

ASSISTÊNCIA TÉCNICA DE VEÍCULOS LTDA.

Balanceamento e Alinhamento Eletrônico, Regulagem de Motores, Peças e Acessórios Mecânica em Geral, Check-Up Eletrônico e Serviço Autorizado BOSCH e BROSOL

**AVENIDA COLOMBO, 2749 -
FONES: (0442) 26-2838 E
26-2073 - CEP 87020
MARINGÁ - PARANÁ**

**VOCÊ PERDEU
SEU TALÃO
DE CHEQUES?**

**VIDEO
CHEQUE**

26-1331



Informatização do comércio

A arma da concorrência

Fernando Vieira Raimundo

A informatização, até há pouco tempo, era considerada assunto para o futuro. Hoje ela passou a ser uma necessidade para a sobrevivência no mercado, na medida em que otimiza a administração da empresa

Até o início da década de 80 admitia-se que a informatização de pequenas e médias empresas era assunto para o futuro, porque devido aos custos e à sofisticação, só as grandes empresas podiam ter acesso aos meios de automação.

Porém a revolução provocada pelo surgimento da microinformática e os avanços dos equipamentos periféricos, permitem afirmar que o empresário que se negar a enxergar a informatização como ferramenta essencial para o desempenho de suas atividades, estará condenando sua empresa a estagnar-se. A tal ponto que certamente chegará ao encerramento de suas atividades devido à falta

de competitividade. Esta verdade ganha ainda mais força com a perspectiva de barateamento de equipamentos, devido ao propósito do governo em eliminar aceleradamente a política de reserva de mercado.

Todos estes argumentos não objetivam trazer desânimo ao pequeno e médio empresários, mas sim, alertá-los sobre a realidade e despertá-los para a necessidade de tomar decisões rápidas e programadas, para que suas empresas possam entrar na era da gestão empresarial informatizada.

O processo de informatização exige um planejamento e execução que deman-

dam algum tempo, porque implica em mudanças culturais em todos os níveis da empresa.

Este processo requer uma maturação mínima de 1 ano e pode chegar a até 4 anos - conforme pesquisas da ABAC (Associação Brasileira de Automação Comercial) para que se atinja a viabilização dos primeiros passos de informatização da empresa.

Esta série de artigos e reportagens abordará todos os aspectos que envolvem a informática do comércio e experiências de empresas que já perceberam esta realidade e caminham a passos firmes nesta direção.

pio daqui para frente?

REMO LONGO - Desde que assumiu, o prefeito tem como meta promover o desenvolvimento industrial de toda a região e não apenas de Maringá, por que isso viria a beneficiar nossa cidade também.

ACIM - *Parece que existe a intenção de atrair grandes indústrias para Maringá.*

REMO LONGO: Sim, eu mesmo já estive com o prefeito em São Paulo, onde mantivemos contato com empresários do setor de couros. A intenção é verticalizar a indústria do couro na cidade. Hoje, temos a Central Couros, que trabalha a matéria-prima até um certo estágio. Mas seria necessária a implantação dos outros estágios de industrialização para que se possa chegar ao produto final, pronto para o consumo.

ACIM - *O setor de tecelagem também vem se desenvolvendo muito em Maringá...*

REMO LONGO - Sim, este é um setor muitíssimo promissor e nós temos tudo para que a cidade possa se desenvolver nesta área. Temos a terra de Maringá, que é maravilhosa, um clima propício, nossa gente já está familiarizada com a cotonicultura, nossa cooperativa já tem a fiação de algodão. Agora existe também a Cooperfios. Além disso, as cooperativas da região também têm seu setor de fiação. Então, temos tudo para que Maringá possa se tornar um pólo regional de industrialização do algodão, desde a fiação, passando pela tinturaria e estamparia, até o setor de confecções, completando o ciclo por aqui mesmo.

"Temos tudo para que a cidade possa se desenvolver no setor de tecelagem"

ACIM - *E com relação ao comércio. O que a Secretaria pretende fazer para dinamizar este setor, ainda mais agora, que o país atravessa toda esta crise?*

REMO LONGO - Veja bem, o fato de Maringá ser um pólo regional faz com que o comércio da cidade sinta os reflexos da crise com menor intensidade, se comparada a outros municípios. Mas para que o comércio se fortaleça ainda mais, é preciso que outras atividades paralelas também se fortaleçam. É por isso que existe, por exemplo, uma preocupação do prefeito em promover o desenvolvimento do turismo na cidade. É um modo de atrair mais pessoas e isso traz benefícios para o comércio, sem dúvida.

ACIM - *Como o senhor vê a questão da abertura do comércio à noite?*

REMO LONGO - Isso iria fortalecer o setor. Com o comércio funcionando à noite, tanto o maringaense como os moradores das cidades vizinhas poderiam trabalhar tranquilamente durante o dia e fazer suas compras à noite. Acredito que se empresários e comerciantes optarem pela mudança, o horário tem tudo para dar certo aqui.

"Para que o comércio se fortaleça, é preciso fortalecer outras atividades"

ACIM - *Agora que o senhor assumiu a secretaria, vai continuar como presidente do Conselho Comunitário?*

REMO LONGO - Não. Agora eu terei que deixar este cargo, porque entendo que é incompatível com a função de secretário municipal. É incompatível porque o conselho atua como organismo de crítica ao poder público, como um intermediário entre ele e a comunidade. Por isso não ficaria bem eu como secretário continuar como presidente.



CENTRAL:
AV. PARIGOT DE SOUZA, 391 - FONE: (0442) 24-5344
POSTO AV. LUIZ TEIXEIRA MENDES
AV. LUIZ TEIXEIRA MENDES, 680 - FONE: (0442) 24-0380
POSTO HOSPITAL SANTA RITA
RUA LOPES TROVÃO - FONE: (0442) 24-1195
MARINGÁ - PR



Motor 1000

ASSISTÊNCIA TÉCNICA DE VEÍCULOS LTDA.

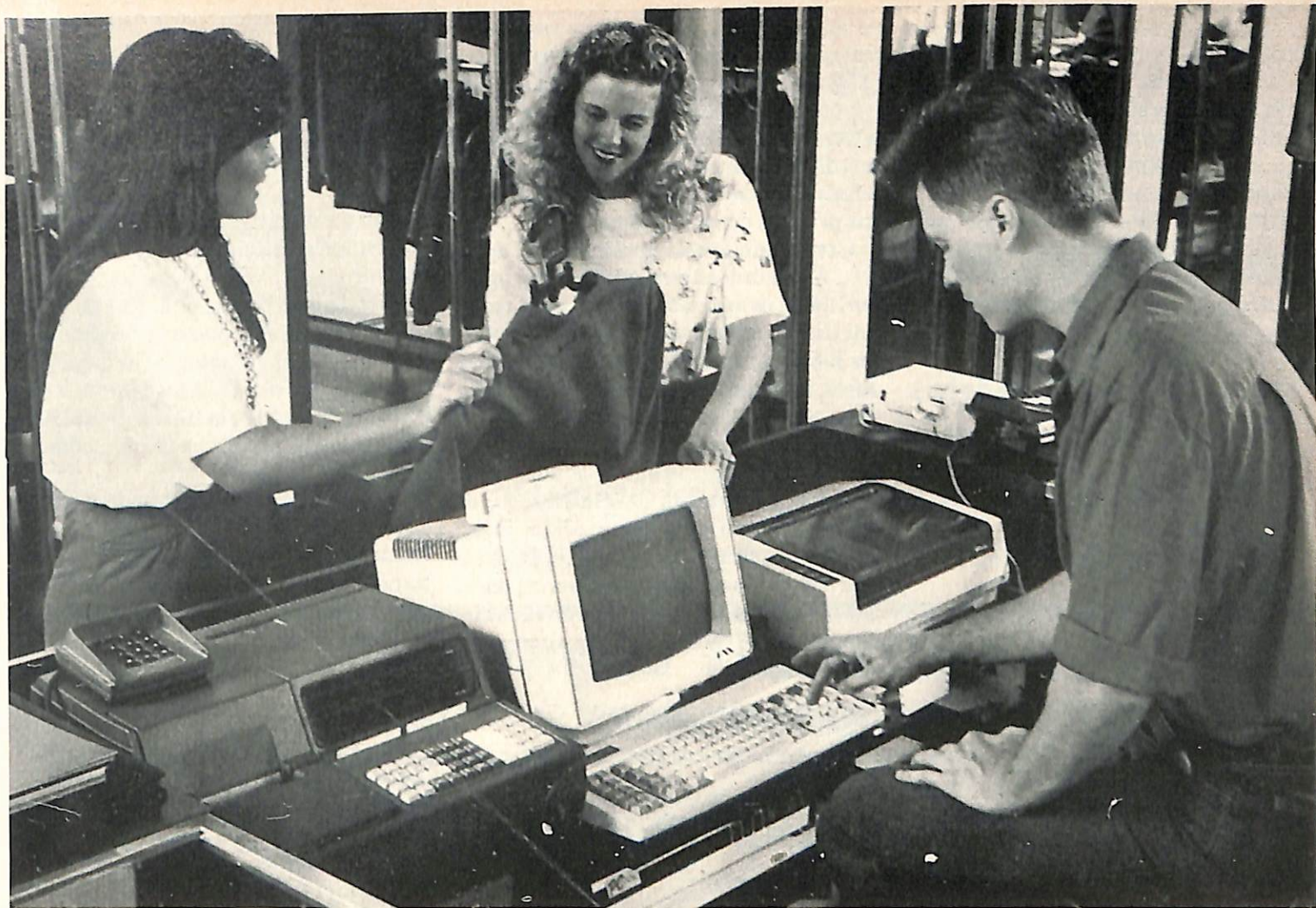
Balanceamento e Alinhamento Eletrônico, Regulagem de Motores, Peças e Acessórios Mecânica em Geral, Check-Up Eletrônico e Serviço Autorizado BOSCH e BROSOL

**AVENIDA COLOMBO, 2749 -
FONES: (0442) 26-2838 E
26-2073 - CEP 87020
MARINGÁ - PARANÁ**

**VOCÊ PERDEU
SEU TALÃO
DE CHEQUES?**

**VIDEO
CHEQUE**

26-1331



Informatização do comércio

A arma da concorrência

Fernando Vieira Raimundo

A informatização, até há pouco tempo, era considerada assunto para o futuro. Hoje ela passou a ser uma necessidade para a sobrevivência no mercado, na medida em que otimiza a administração da empresa

Até o início da década de 80 admitia-se que a informatização de pequenas e médias empresas era assunto para o futuro, porque devido aos custos e à sofisticação, só as grandes empresas podiam ter acesso aos meios de automação.

Porém a revolução provocada pelo surgimento da microinformática e os avanços dos equipamentos periféricos, permitem afirmar que o empresário que se negar a enxergar a informatização como ferramenta essencial para o desempenho de suas atividades, estará condenando sua empresa a estagnar-se. A tal ponto que certamente chegará ao encerramento de suas atividades devido à falta

de competitividade. Esta verdade ganha ainda mais força com a perspectiva de barateamento de equipamentos, devido ao propósito do governo em eliminar aceleradamente a política de reserva de mercado.

Todos estes argumentos não objetivam trazer desânimo ao pequeno e médio empresários, mas sim, alertá-los sobre a realidade e despertá-los para a necessidade de tomar decisões rápidas e programadas, para que suas empresas possam entrar na era da gestão empresarial informatizada.

O processo de informatização exige um planejamento e execução que deman-

dam algum tempo, porque implica em mudanças culturais em todos os níveis da empresa.

Este processo requer uma maturação mínima de 1 ano e pode chegar a até 4 anos - conforme pesquisas da ABAC (Associação Brasileira de Automação Comercial) para que se atinja a viabilização dos primeiros passos de informatização da empresa.

Esta série de artigos e reportagens abordará todos os aspectos que envolvem a informática do comércio e experiências de empresas que já perceberam esta realidade e caminham a passos firmes nesta direção.

O que se pode antecipar com toda certeza é que, o processo de informatização é irreversível.

Porque após superados todos os entraves iniciais de adaptação, a empresa passa a ter a informatização como um instrumento para a sua expansão.

Esta edição mostrará o estágio atual da informatização do comércio no Brasil, enfocando os seguintes aspectos:

- Automação comercial de retaguarda;
- Automação comercial de frente de loja;
- EDI - Intercâmbio Eletrônico de Dados;
- TEF - Transferência Eletrônica de Fundos;
- DB/MKT - Banco de Dados de Marketing;
- EMBRATEL - Serviços de Comunicação de Dados.

Apesar da complexidade de uma análise profunda de todos estes tópicos, a apresentação destes assuntos será feita

de uma maneira acessível aos empresários não iniciados na área de informática. O assunto será tratado de forma simples trazendo o significado de cada etapa da informatização, os cuidados que devem ser tomados, os recursos financeiros, materiais e humanos necessários e os objetivos práticos de cada tópico.

Completando esta apresentação, aparece o quadro esquemático, onde figuram todos os aspectos citados, para mostrar o inter-relacionamento entre empresas fabricantes, comerciantes, consumidores, transportadores e bancos, através do processo de informatização.

Isto é necessário para que a partir do momento que decida iniciar as consultas e o planejamento da informatização, o empresário não opte por medidas imediatistas ou simplórias, tentando improvisar, para que no futuro não perca, parcial ou totalmente os primeiros investimentos, devido à falta de uma visão global do processo.

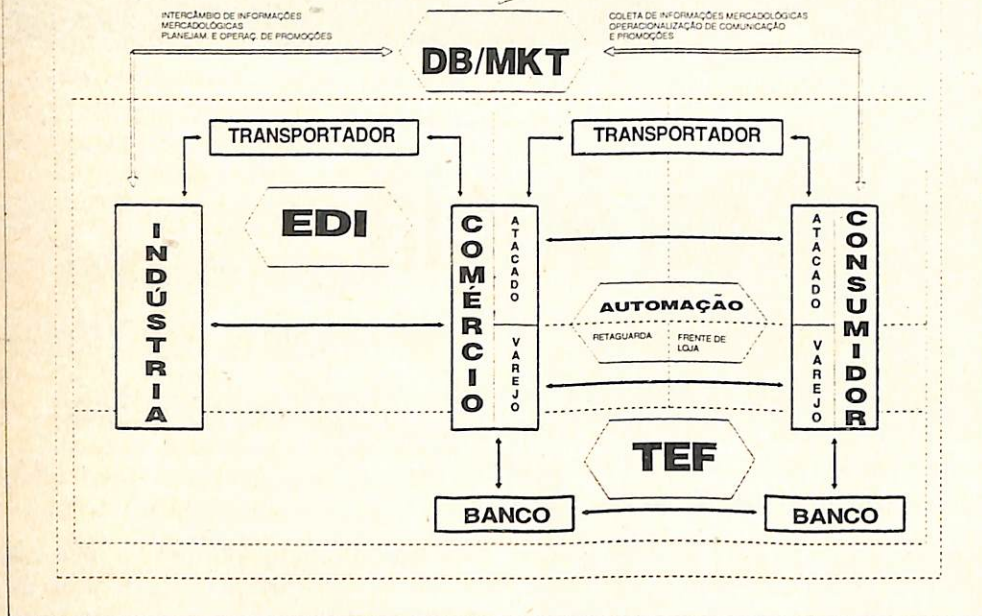
ESQUEMA DE RELACIONAMENTO INFORMATIZADO ENTRE EMPRESAS

DB/MKT - BANCO DE DADOS DE MARKETING

EDI - BANCO ELETRÔNICO DE DADOS

TEF - TRANSFERÊNCIA ELETRÔNICA DE FUNDOS

INFORMAÇÃO MACRO-AMBIENTE
COMUNIC. C/UNIVERSO CONSUMIDOR



Todo processo de informatização deve se iniciar necessariamente pela retaguarda, que se divide em dois setores: comercial e administrativo/financeira. A área comercial abrange os sistemas de controle de estoques, gestão de compras, vendas e administração de preços. Já a área administrativo/financeira implica nos processos de gestão de contas a pagar/receber, contabilidade fiscal e gerencial, controle de pessoal e controle patrimonial. A experiência com inúmeras implantações mostra que todo processo deve

começar pelo controle de estoques, pois este é o setor mais difícil de ser administrado numa empresa. Com um bom controle de estoques o empresário pode obter sensível redução do capital de giro, através do aumento da rotação de produtos e eliminação de itens com baixo volume de vendas. Com a informatização muitos problemas de falta ou excesso de mercadorias são detectados rapidamente.

Após a implantação do controle de estoques, deve-se iniciar a gestão de com-

Código de Barras: a marca imprescindível

Não é exagero afirmar que o código de barras é a carteira de identidade dos produtos.

O código de barras utilizado no Brasil é o EAN - European Article Numbering, o empregado internacionalmente (com exceção dos Estados Unidos e do Canadá), criado pela International Article Numbering Association, sediada na Bélgica.

A responsabilidade da administração da implantação da codificação no Brasil foi conferida à ABAC - Associação Brasileira de Automação Comercial, pelo Ministério da Indústria e Comércio, em 1984. O código EAN é formado por 13 dígitos, divididos em 4 grupos, sendo os 3 primeiros números para identificação do país de origem (no caso do Brasil, os números são 789), os 4 dígitos seguintes identificam a empresa fabricante do produto e é atribuído pela ABAC. A seguir vêm 5 dígitos que o fabricante utiliza para identificar os produtos - até 100 mil itens. O último número é o dígito de controle, calculado com base nos 12 primeiros dígitos, com a finalidade de verificar a correção do código no serviço de digitação das transações que envolvem o produto.

Para que seja possível a leitura do código de forma automática, sem a necessidade de digitação dos números, foi desenvolvido o sistema de barras paralelas, cuja configuração gráfica, pela combinação de barras e espaçamentos mais largos ou mais estreitos, formam uma combinação semelhante ao "Código Morse". A leitura automática do código de barras é feita por equipamentos que emitem feixes de raio laser, que podem ser de dois tipos: Caneta de Leitura Ótica - espécie de caneta que o operador passa sobre o código de barras gravado na embalagem do produto; Scanner - equipamento de leitura embutido na mesa do "check out" (caixa) da loja, onde o operador passa o produto com código voltado para a lente de leitura ótica. Para adotar a impressão do código de barras em seus produtos, a indústria deve recorrer à ABAC, para receber sua codificação de fabricante e orientações sobre as normas de qualidade da impressão.

Última Geração



- + 1 FAX
- + 1 Telefone
- + 1 Copiadora
- + 1 Secretária Eletrônica

Uma verdadeira central
de comunicação
+ Operação simples
+ Linha telefônica normal
+ Assistência técnica
TELETEXTO

UNIFAX 1.000 = 4 em 1

Manutenção TELETEXTO

Mais que um contrato de manutenção. Um seguro contra defeitos.

RELÓGIO DE PONTO NÃO CARIMBA. IMPRIME.

Projetado e industrializado com a experiência de 60 anos da
AMANO em engenharia e produtos de gerenciamento de tempo.

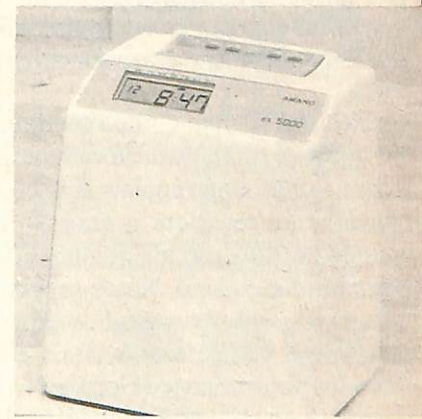


AMANO EX 3000

**Produto
Japonês**

Finais de mês
Horário de verão
Ano bissexto

TUDO É AUTOMÁTICO



AMANO EX 5000

Impressão limpa e silenciosa – Procura automática
Identifica a quinzena impedindo a impressão dupla.
Calendário perpétuo



TELETEXTO
COMUNICAÇÃO E INFORMÁTICA LTDA.

FONE: (0442) 23-5556

pras e vendas e administração de preços, para que os responsáveis pelo setor comercial possam tomar decisões com base no volume de vendas de cada item. Nesta fase já será possível atingir os primeiros passos do que se pode chamar de "automação comercial". As compras, a precificação e as vendas deixarão de ser feitas com base somente na experiência e bom senso, para serem baseadas na verdade dos números apresentados pelo desempenho dos produtos expostos nas prateleiras, sob os aspectos de giro e lucratividade.

A área administrativo/financeira o processo deve ser iniciado pelo controle de contas a pagar e receber, permitindo a administração do fluxo de caixa, otimizando as disponibilidades financeiras da empresa. Isto significa que a área comercial passará a trabalhar em sintonia com a gerência administrativo/financeira nas decisões de compras e lançamento de promoções de vendas. Isto significa que os gerentes não estarão "correndo atrás do prejuízo" causado por compras mal decididas, pois serão pautados pelas condições reais de mercado para determinado produto, em função da demanda e comportamento da concorrência.

É muito comum empresas com bom nível de informatização observarem o desespero da concorrência em vender seus produtos, às vezes até com prejuízos, ou terem que recorrer a bancos para fazer dinheiro por falta de uma eficiente gestão comercial e administrativo/financeira.

Os sistemas que complementam a automação de retaguarda abrangem os controles fiscais e gerenciais. Os controles fiscais compreendem a emissão dos livros de entrada e saída de mercadorias e contabilidade fiscal. Neste aspecto também é possível obter ganhos expressivos através do cumprimento mais eficiente de todas determinações legais. No Brasil, devido à constante mutação da legislação, muitas vezes a empresa incorre em falhas de escrituração, que podem torná-la vulnerável a fiscalizações que poderão acarretar pesadas multas e aborrecimentos junto ao fisco.

A informatização também permite a implantação de eficiente contabilidade gerencial, ou seja, a análise profunda do desempenho setor por setor. Com isto será possível a verificação correta do retorno sobre o capital investido no negócio, permitindo a decisão segura sobre a distribuição de lucros ou reinvestimentos que possam trazer o melhor retorno do capital disponível.

Complementando o processo de automação de retaguarda aborda-se a administração de pessoal e patrimonial..

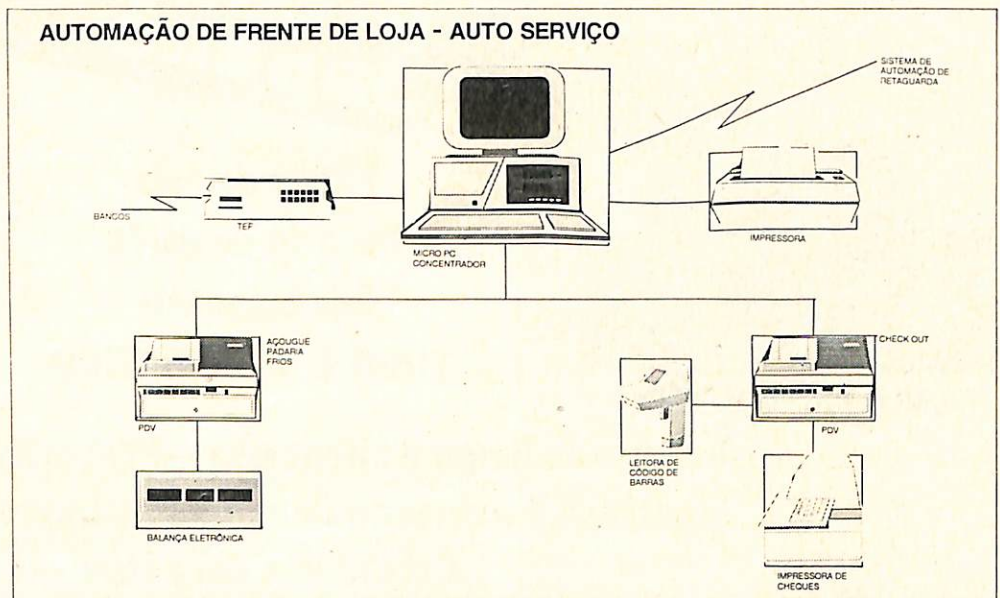
Sob o aspecto de administração de pessoal, deve-se encarar não só a simples emissão de folha de pagamento e seus complementos. O gerenciamento destes dados proporciona uma visão de análise de desempenho de produtividade desde o nível da loja como um todo, até o individual. Isto permite a correção de falhas de desempenho pela programação de treinamento ou substituição de pessoas não qualificadas para o cargo que ocupam. Também o planejamento da concessão de benefícios ao quadro funcional torna-se muito mais fácil em função da rapidez e veracidade das informações obtidas sobre a viabilidade e o retorno dos incentivos concedidos.

Por último, analisando o controle patrimonial, ou ativo imobilizado, o sistema de informatização auxilia a administração dos bens da empresa. Através dela é possível obter informações exatas sobre a localização, estado de obsolescência e depreciação do bem, assim como o perfeito controle de manutenção.

Para que se possa atribuir a todos estes aspectos citados o título de "Automação de Retaguarda" é preciso salientar que o uso deste termo implica em dispor de uma rede de terminais colocados à disposição de cada elemento responsável pelo respectivo setor das áreas comercial e administrativo/financeira. O

uso da informação gerada por um setor da empresa passa a ser complemento para que outros setores possam decidir baseados num banco de dados abrangendo todo o negócio. Isto significa que todos os setores necessariamente passem a tornar-se interdependentes, tendo os objetivos principais definidos pela empresa como elo de ligação entre as funções de cada um. Ou seja, um funcionário não estará preocupado mais com o desempenho seu, exclusivamente, mas com um conjunto de objetivos comuns da empresa que é o equilíbrio econômico/financeiro e, conseqüentemente, o crescimento constante das vendas, produtividade e a geração de lucro sobre o capital investido pelos acionistas.

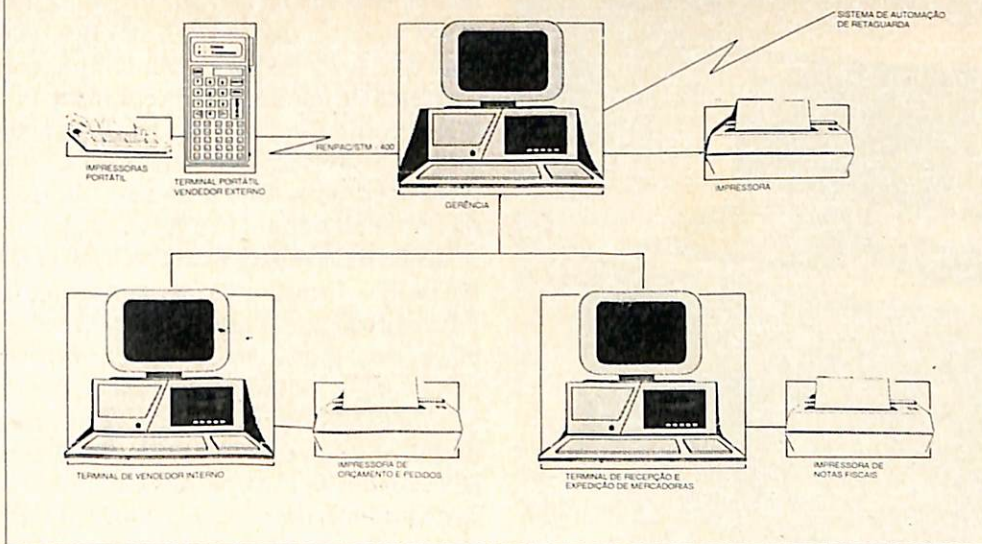
A capacidade e a sofisticação dos equipamentos (hardware) e os sistemas (software) necessários e disponíveis a cada empresa, dependerá do faturamento e volume de operações realizadas. Um bom início pode ser um microcomputador e sistemas padrões (pacotes). Passando depois a sistemas de maior complexidade com o uso de rede de micros, supermicros e equipamentos de grande porte, com desenvolvimento de sistemas por equipes próprias de analistas e programadores ou fornecedores de sistemas (software houses) mais complexos e abrangentes, podendo também operar através de sistemas de automação, como os fornecidos pela Jabur Processamento de Dados.



AUTOMAÇÃO DE FRENTES DE LOJA - A automação de frente de loja é a parte mais visível da informatização do comércio. Pode-se dizer que é a "ponta do iceberg", pois sem uma completa automação de retaguarda não é possível implantar um sistema eficiente de atendi-

mento direto ao cliente e que traga benefícios ao desempenho da empresa. As empresas pioneiras na automação de frente foram os bancos, e hoje é comum um cliente escolher a instituição financeira com que vai operar, em função das facilidades e rapidez dos serviços infor-

AUTOMAÇÃO DE FRENTE DE LOJA - ATENDIMENTO PERSONALIZADO



matizados colocados à sua disposição. No comércio está ocorrendo o mesmo fato, e já há alguns anos empresas de grande porte são organizadas em função da total automação. Um exemplo é a rede de lojas de materiais de construção Tenduto.

Hoje, observa-se que mesmo empresas de médio porte, tanto da área de auto-serviço, como lojas de atendimento personalizado, têm inaugurado novas lojas já totalmente automatizadas. O setor

mais evoluído é, sem dúvida, o supermercadista e lojas de departamento, onde se destacam grupos empresariais como Bom Preço, Sendas, Pães Mendonça, Real, Carrefour, Pão de Açúcar, Eldorado, Barateiro, Lojas Americanas, Pernambucanas e Makro. Todos eles optaram pela automação como uma ferramenta indispensável à obtenção de vantagens competitivas sobre a concorrência.

A automação completa de um "check out" (caixa), no Brasil, incluindo a-

lém do PDV, todos os equipamentos periféricos e de apoio, (ver figura 2), exige investimentos da ordem de 12 mil dólares, o dobro do custo no exterior. Apesar disso, a firme disposição para investimentos na automação é uma decisão estratégica visando o longo prazo, e que apesar dos altos custos já traz benefícios. O ganho de produtividade de um "check out" automatizado é da ordem de 30%, no tempo total dispendido com um cliente na sua passagem pelo caixa. Isto significa a conquista do cliente pela menor perda de tempo nas filas e apresentação de cupom fiscal com a discriminação completa dos produtos adquiridos. Sob o ponto de vista do varejista as vantagens maiores são o ganho de espaço, o controle unitário de vendas, manutenção da integridade dos preços, maximização das promoções, controle de caixa, etc.

Pequenas redes de supermercados, como a Covabra de Limeira (SP), com duas lojas, inaugurou a terceira equipada com 14 terminais PDV's, dotados de "scanners", e está implantando o mesmo processo nas lojas antigas. Mais perto daqui, em Londrina, a rede de Supermercados Ribeiro iniciou em junho a automação de uma loja com equipamentos SID, e pretende continuar a implantação em todas as demais lojas, tão logo a

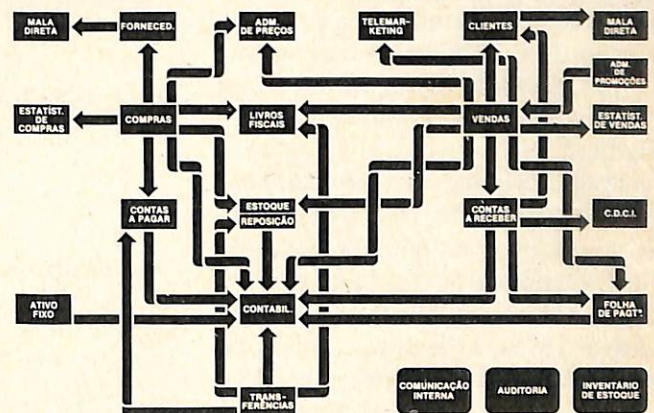
SIGLO LOJAS

A solução na medida certa para lojas de departamentos

O crescente nível de especialização e a acirrada concorrência à que se submete o mercado de lojas de departamentos no Brasil, obriga as empresas a buscar soluções que possibilitem dispor de informações sempre atualizadas e corretas, para apoiar as decisões que devem ser tão rápidas quanto as constantes mudanças econômicas. A Jabur Processamento de Dados desenvolveu o SIGLO - Sistema Global, um Software totalmente ON-LINE, REAL TIME e INTEGRADO.

Desenvolvido em LINC, linguagem de 4ª geração da UNISYS, o SIGLO, compõe-se de um conjunto de sub-sistemas, que interligados, são operados pelos próprios usuários através de terminais instalados nos diversos departamentos e/ou filiais da Empresa.

FLUXO GERAL



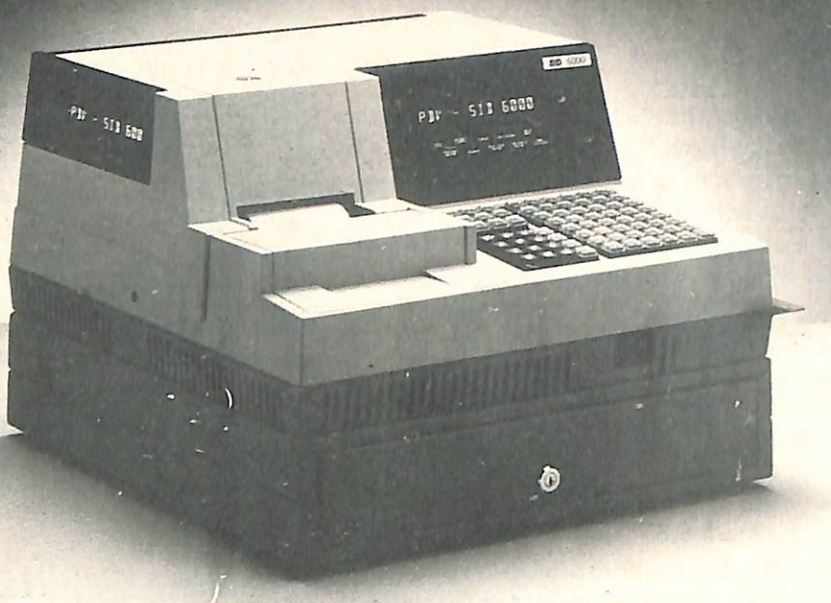
CARACTERÍSTICAS

- GESTÃO DE COMPRAS E VENDAS
- CONTROLE DE ESTOQUES
- ADMINISTRAÇÃO DE PROMOÇÕES
- CONTAS À PAGAR E À RECEBER
- FOLHA/ATIVO/CONTABILIDADE/FISCAL
- ADMINISTRAÇÃO GERAL
- AUDITORIA

JABUR

PROCESSAMENTO DE DADOS

Rua Maceió, 100 - Fone: (0432) 24-8797
Fax (0432) 21-3250 - LONDRINA - PR



nova tecnologia esteja absorvida pela empresa. Muitas outras iniciativas neste sentido estão sendo desenvolvidas, não só por supermercados, como também por todos os tipos de lojas. Aqui na região de Maringá temos exemplos que serão abordados na edição de dezembro.

A completa automação de frente de loja de auto-serviço ou varejista implica na instalação dos seguintes equipamentos: terminal de PDV, "scanner" ou caneta de leitura ótica, impressora de cheques, leitora de cartão de banco ou de crédito, micromputadores para concentração de PDV's, balanças eletrônicas, impressoras de etiquetas de código de barras e "no break's" (ver desenho esquemático).

A maior dificuldade para implantação da automação de frente de loja no Brasil encontra-se na falta de marcação por códigos de barras (ver box) de todos produtos comercializados. Atualmente, apenas de 13% a 17% dos produtos nacionais estão codificados pelos fabricantes, o que soma perto de 8,5 mil itens. Segundo pesquisas da ABAC, a cada dia aumenta a proporção de indústrias que se preocupam e tomam a iniciativa de marcarem seus produtos. Um processo iniciado há 5 anos. Vale lembrar que nos Estados Unidos, para que a codificação atingisse níveis de 90% a 95%, foram necessários 10 anos.

A solução encontrada pelas empresas varejistas nacionais é a digitação no PDV do código do produto, estabelecido pelo próprio comerciante, ou então etiquetar com código de barras impresso na loja, os produtos que não dispõem do código.

No caso de comerciantes que não ope-

ram com o sistema de auto-serviço, ou seja, o atendimento personalizado, o processo de automação de frente de loja é feito por terminais de computador colocados à disposição de cada vendedor, que o utiliza para informar preços ao cliente, emitir orçamentos e pedidos, que geram informações para emissão das notas fiscais na expedição. Para as empre-

sas que operam com vendedores externos existe o terminal portátil coletor de dados, que conectado ao sistema de comunicação de dados da Embratel, permite que o vendedor se comunique com o sistema de automação da empresa. Portanto, já está disponível no Brasil equipamentos e sistemas que permitem a completa integração dos clientes sob todos os meios de atendimento e localização.

INTERCÂMBIO ELETRÔNICO DE DADOS - Constatada as vantagens da informatização no ambiente interno das empresas, iniciaram-se os desenvolvimentos para implantação de sistemas de comunicação de dados entre empresas, na Europa entre 1975 e 1980. Atualmente, é comum na Europa, nos Estados Unidos e no Japão usar-se o termo "No EDI, no bussiness" - "sem EDI, não há negócios". Os países da Europa que mais usam o EDI são a Inglaterra, Dinamarca, Bélgica, Alemanha e França.

Os objetivos básicos do EDI são reduzir a quantidade de papel utilizado nas transações comerciais, diminuir o nível de erros, aumentar a velocidade de decisão, agilizar a entrega de pedidos de compra, reduzir custos de comunicação e manter estoques em níveis ideais. Todos estes fatores se resumem em aumen-

Via Embratel

Estatel desempenha papel fundamental na interligação de dados entre pontos remotos

A Embratel exerce papel de fundamental importância na informatização do comércio. Através de seus meios de comunicação é possível a interligação de pontos remotos para transmissão de dados entre filiais e outras empresas.

Os serviços de comunicação de dados prestados pela Embratel são vários, e sua utilização econômica e eficiente depende de uma análise envolvendo a distância entre os pontos, o volume de dados a serem transmitidos e a necessidade de ligação permanente para operações "on-line" ou não. Os serviços de transmissão de dados são divididos na seguinte forma:

Transdata - canal para o tráfego de dados dedicado (ligado 24 horas por dia). Ele pode ser usado por empresas com grande volume de operações ou com uma necessidade de respostas imediatas (on-line). Exemplo: bancos com agências interligadas;

Renpac (Serviço Nacional de Comunicação de Dados Por Comutação de Pacotes) - utilizado por empresas com um

baixo ou médio volume de transações e que não exijam ligações "on-line". Exemplo: operação de TEF entre a rede de postos Shell e o Bamerindus;

STM-400 (Sistema de Transmissão de Mensagens) - Este sistema funciona como uma caixa postal eletrônica. Um exemplo da utilização deste sistema pode ser o trabalho de um vendedor externo, que com um terminal portátil transmite os pedidos através de linhas telefônicas para a caixa postal eletrônica da empresa. Em determinada hora os computadores da empresa fazem a leitura dos pedidos registrados na caixa postal. As empresas interessadas em utilizar estes serviços devem procurar a Embratel. Assim será possível obter as informações pormenorizadas, inclusive com uma análise das necessidades da empresa e estudos de viabilidade para implantação de serviços de comunicação de dados. **Embratel** - Centro de Telex de Maringá, rua Néo Alves Martins, 2263, fone: (0442) 22-2528 - Telex: 442-126, Maringá - Pr.

tar o poder de competitividade no mercado.

No início, cada país começou a desenvolver seu padrão sem estender o processo em nível internacional. Aí começaram a surgir as dificuldades de integração dos diversos sistemas. Eram necessárias adaptações e traduções para que computadores localizados em diferentes países pudessem conversar entre si.

Para solucionar o problema via padronização foi acionada a EAN - International Article Numbering Association, que desenvolveu o projeto Eancom, baseado na configuração e normatização do Edifact - Eletronic Data Interchange

For Administration, Commerce and Transport, definido pela O.N.U. - (Organização das Nações Unidas).

O EDI/Eancom já padronizou aplicações para transações comerciais incluindo notas fiscais, pedidos de compra e está desenvolvendo mais de 30 aplicações visando englobar todos os procedimentos gerados pelos diversos tipos de negócios. O resultado de todo processo foi a criação de uma linguagem comum de negócios que junto com o código de barras EAN permite que todas as transações empresariais, nacionais ou internacionais sejam feitas de forma muito mais rápida, confiável e econômica.

No Brasil o projeto pioneiro foi iniciado há três anos pela Colgate-Palmolive e pelos Supermercados Bompreço, a partir de trabalhos de definição do padrão de comunicação desenvolvido pela ABAC, baseados no EDIFACT. As duas empresas estabeleceram a implantação do EDI, que engloba cadastro de produtos/empresa (pontos de entrega), listas de preços, pedidos, avisos de faturamento, embarque, recebimento e comunicação de irregularidades. A operacionalização do sistema em nível de testes terá início neste mês.

Para tornar possível a comunicação direta entre equipamentos de diferentes marcas (o Bompreço utiliza computado-

A utilização de dados comerciais em automação

CARLOS ALBERTO ANDRIOLI

A Automação Comercial é o processamento automático de forma direta e integrada, abrangendo desde a compra das mercadorias até sua venda ao consumidor final, com vistas à agilização e melhor desempenho da administração das funções de compra, gestão de preços, estoques, venda a crédito.

A idéia da automação comercial surgiu em 1955, durante uma convenção da Câmara de Comércio dos Estados Unidos, onde a princípio discutia-se qual seria o desenvolvimento do varejo nos próximos 20 anos, isto é, até 1975. Na ocasião detectou-se a necessidade de se ter um "olho eletrônico" nas caixas registradoras, a fim de identificar os produtos que por ela passassem. As razões que levaram à conclusão que o produto deveria ser identificado foram: evitar marcar o preço em cada produto, controle do estoque e compras e evitar falta de produtos. Um paralelo com o Brasil de hoje, se constata que o país se encontra em situação semelhante.

Em 1972 surgem nos Estados Unidos as primeiras lojas automatizadas com terminais PDV e leitoras óticas de Código de Barras. Para o sucesso da implantação de automação, algumas atitudes básicas devem ser tomadas. Inicialmente há necessidade de que a alta direção da empresa, ou o proprietário do estabelecimento, assumam o chamado "compromisso de automação", pois as informações obtidas causarão uma alteração na forma de gerenciar o negócio. O controle operacional mais rígido (relatório de performance) exige uma

maior disciplina gerencial, a qual passa por treinamento dos usuários. Dessa forma, o processo de tomada de decisão passa a ser baseado em informação. Os benefícios são diretamente proporcionais ao montante de mudanças construtivas que se está disposto a fazer.

As principais tendências que se verificam no varejo são: aumento de concentração (um número menor de empresas concentram um grande volume de vendas), desenvolvimento do Marketing, maior e mais extenso uso de tecnologia, "Scanning" (leitura ótica de código de barras), gerenciamento de espaços e DPP (lucro direto por produto).

Essas tendências do varejo levam os fabricantes a terem nova abordagem de vendas, alteração da posição de opositores para parceiros, produtos mais competitivos (com maior retorno aos varejistas) e aumento nos investimentos em ofertas ao varejo.

Esse contexto nos leva então a novas necessidades de informações de Marketing. Dessa forma há necessidade de se ter bases comuns de informações, isto é, os bancos de dados terão que ser unificados. Por outro lado, as informações de Marketing deverão ser em nível micro (por cidade, por cadeia, por loja, por família de produtos) e também com maior frequência (mensal, quinzenal, semanal e até diária).

Os sistemas analíticos devem ser rápidos e de fácil manuseio como instrumentos de tomada de decisão (relatórios demais são tão prejudiciais como a

falta deles).

O consumidor também, tem tendência a ser mais maduro e informado, com comportamento de compra mais racional levando com isso a se ter uma maior competitividade do produto no ponto de venda, aumentando a importância das promoções de vendas.

Os produtos por sua vez passam a ter diferencial de qualidade menos perceptível, com similaridade de suporte de Marketing entre marcas competitivas.

Concluindo, gostaríamos de citar uma frase de nosso vice-presidente de Trade Services nos Estados Unidos, T. Richardson, sobre o futuro do varejo: "Uma empresa precisará mais que tecnologia para ter sucesso. Não podemos esquecer as coisas básicas. Entretanto, apenas ter as coisas básicas não será adequado para competir com uma empresa que tem o básico e também a tecnologia".

No Brasil a Nielsen desenvolve há dois anos, um trabalho de levantamento da evolução da marcação de códigos de barras nos produtos.

O levantamento é feito através de cartas enviadas aos fabricantes e pelos nossos mais de 200 pesquisadores espalhados pelas regiões cobertas pelos índices Nielsen de varejo, que cobrem 92% da população nacional, 95% do PIB e meio milhão de pontos de vendas.

Embora possamos ter a automação comercial utilizando-se a digitação de códigos nos PDV's, a leitura ótica se torna importante em estabelecimentos com grande mix de produtos e elevado número de itens comprados pelos clientes.

Carlos Alberto Andrioli é técnico em estatística e administrador de empresas; atua na Nielsen-Serviços de Marketing como executivo de atendimento ao varejo

res Unisys e a Colgate-Palmolive, IBM), foi preciso alocar entre as duas empresas uma "clearing house", que significa um agente que permite a adaptação dos diferentes padrões operacionais de cada fabricante de computadores. No caso a empresa escolhida foi a Proceda. Numa analogia simples, pode-se dizer que a "clearing house" funciona como uma câmara de compensação de cheques entre bancos, permitindo a troca de documentos.

Portanto, assim como a codificação EAN vem sendo implantada cada vez mais aceleradamente, o EDI, tão logo esteja aprovado pelo desenvolvimento pioneiro da Colgate-Palmolive/Bompreço, deverá estar disponível para todas as empresas industriais, comerciais e prestadores de serviços.

TRANSFERÊNCIA ELETRÔNICA DE FUNDOS - Em países como os Estados Unidos e Canadá o cartão magnético de bancos ou de crédito é na prática uma identidade financeira de cada pessoa. Isto ocorre porque as transações de pagamentos de clientes através de TEF-Transferência Eletrônica de Fundos - atinge índices altíssimos, chegando a 60% nos Estados Unidos e a 78% no Canadá.

A TEF é um procedimento em que o cliente, ao pagar sua despesa na loja, apresenta o cartão magnético, que é passado no terminal PDV. Em seguida o cliente digita sua senha secreta (assinatura eletrônica) no teclado. Existindo saldo na conta bancária, automaticamente a conta do cliente é debitada e a conta do comerciante é creditada, no valor da compra. No caso do cartão de crédito, o débito é registrado na conta do cliente, para posterior crédito, na data do vencimento do cartão, na conta do comerciante.

No Brasil, a operação TEF está sendo feita em caráter pioneiro pelo Supermercados Eldorado (loja Rebouças, em São Paulo), em convênio com os bancos Itaú, Bradesco e Tecnologia Bancária, que congrega operações de outras 49 instituições financeiras. Juntas estas instituições respondem por mais de 90% do volume de transações bancárias do país. Os equipamentos utilizados pelo Eldorado são fabricados pela itautec e na instalação pioneira estão em operação 78 PDV's.

A decisão pela implantação da TEF ocorreu por motivos de agilização, segurança e economia. Para os bancos a transação TEF representa redução de 40% no custo do lançamento da operação, pela eliminação do cheque. Para o

comerciante ela representa segurança pelo recebimento garantido, economia nos processos de tesouraria e ganhos de produtividade nos caixas - o pagamento pela TEF em relação a cheques, economiza 50% do tempo dispendido. Para o

cliente, isto representa comodidade, pela economia de tempo.

A desvantagem para o cliente que paga com cartão ao invés de cheque, é que nas operações TEF o débito ocorre imediatamente em sua conta-corrente, contra um prazo médio de 3 dias quando o pagamento é feito com cheque. Para contornar este problema, o Eldorado e os bancos estão estudando a possibilidade de manter este "floating" nas operações eletrônicas, como é feito nos E.U.A. Como a implantação ainda está em caráter experimental, a participação de operações TEF no movimento total de transações da loja representa apenas 5% em valores.

Alguns problemas técnicos ainda existem, porém como as operações TEF comprovadamente oferecem vantagens aos clientes, comerciantes e bancos, as soluções vem sendo encontradas, de modo a tornar a operação disponível brevemente a todos os interessados em implantar este segmento de informatização em seus negócios.

As operações TEF são realizadas "on-line". Para isto a loja é interligada aos bancos por linha dedicada Transdata, da Embratel.

No caso de empresas que operam com grande volume de transações, de baixo valor unitário, como é o caso de postos de abastecimento e lanchonetes, a operação "on-line" torna-se inviável devido aos custos de aluguel de linhas Transdata. A solução é que estes estabelecimentos disponham de PDV's com um periférico para verificação da validade da senha do cliente. Deste modo as operações irão sendo registradas durante o dia e em determinada hora o comerciante fará a ligação com o banco, via linha discada, para proceder os lançamentos de débitos nas contas dos clientes e crédito na sua conta.

Para isto ser possível é necessário que os bancos assumam o risco de garantir o crédito na conta do comerciante, independentemente de existir ou não saldo disponível na conta do cliente. As primeiras experiências neste sentido estão sendo feitas pela rede de postos Shell e Bamerindus.

BANCO DE DADOS DE MARKETING - Definitivamente a conquista dos clientes tornou-se muito complicada,

porque a oferta de produtos é maior e segmentada. Um exemplo são os produtos de higiene pessoal. Existem várias marcas e vários tipos de produtos para cada tipo de pele, cabelo e comportamento pessoal.

A mídia é cada vez mais segmentada, existindo um tipo de veículo para cada tipo de consumidor. Pode ser citado o caso da televisão. As emissoras estão se especializando em determinados público. Por exemplo: a Rede Bandeirantes nos esportes, o SBT visando o popular, Manchete, classes A e B. Em São Paulo já estão surgindo canais mais específicos, como MTV (música), TV Luki (esportes). Os outros veículos também seguem o mesmo caminho.

O consumidor, pela oferta diferenciada de produtos e diversificação dos meios de comunicação, além de estar melhor esclarecido, tornou-se muito mais exigente. Para conseguir fixar sua mensagem na cabeça do consumidor, as indústrias têm que usar cada vez mais criatividade. O comércio por sua vez, para conquistar o consumidor, tem que conhecê-lo muito melhor.

Isto implica em dispor de um banco de dados com todas informações possíveis sobre hábitos de consumo, poder aquisitivo e nível cultural. O uso da mídia para atingir o consumidor vai depender desse conhecimento, porque do contrário a divulgação da empresa será dinheiro jogado ao vento.

Portanto, todo o processo de informatização deve estar voltado para a coleta de informações que, dispostas num banco de dados, fornecerão um guia seguro para planejamento, execução e avaliação do marketing da empresa.

O banco de dados de marketing deve estar fundamentado nos seguintes tópicos: Verificação dos hábitos de consumo e demais informações junto aos clientes da loja; Intercâmbio de informações mercadológicas com os fornecedores; Pesquisa de informações macro-ambientais junto ao universo consumidor.

Com este banco de dados será possível o planejamento e operacionalização de campanhas e promoções, bem como medir o seu retorno, de forma segura, porque as margens de lucro serão preservadas devido ao planejamento correto do marketing e o uso correto da linguagem e dos veículos de comunicação para atingir o público.

A informatização facilita a coleta das informações mercadológicas e também permite, com a automação das operações, a disponibilidade maior de pessoas para prestar um atendimento personalizado direto ao consumidor.

13º Salário - cálculo e pagamento

SUMÁRIO

- a - Valor do 13º salário
- b - Falta ao serviço
- c- Adicionais
- d - Pagamento da 1ª parcela
- e - Pagamento nas férias
- f - Base de cálculo
- g - Empregados admitidos no curso do ano
- h - Salário fixo mais variável
- i - Pagamento da 2ª parcela do 13º salário
- j - Remuneração variável
- l - Diferença apurada após o pagamento
- m - Desconto da Contribuição Previdenciária
- n - Incidência do FGTS
- o - Incidência do IRRF
- p - Penalidades
- q - Recibo de pagamento do 13º salário

a - VALOR DO 13º SALÁRIO

A gratificação do 13º salário corresponde a 1/12 da remuneração devida ao empregado em dezembro, por mês de serviço, sendo a fração igual ou superior a 15 dias de trabalho.

b - FALTA AO SERVIÇO

No cálculo do 13º salário, somente poderão ser deduzidas as faltas não justificadas. As faltas que não tenham sido descontadas na remuneração do empregado são consideradas como faltas justificadas.

O desconto das faltas: a fração igual ou superior a 15 dias de serviço é considerada como mês integral, para efeito de pagamento do 13º salário.

c - ADICIONAIS

Quando o empregado receber, além do salário estabelecido no contrato, as parcelas adicionais, estas deverão ser incluídas na base de cálculo do 13º salário pelo seu total ou pela média, quando variáveis. Caracterizam-se como adicionais: horas-extras (média), adicional noturno (20% do salário efetivo), insalubridade (10%, 20% ou 40% de 40 BTN mensal), periculosidade (30% do salário efetivo) e repouso semanal remunerado (média).

d - PAGAMENTO DA 1ª PARCELA

Entre os meses de fevereiro e novembro de cada ano, o empregador deve, de uma só vez, como adiantamento de gratificação de Natal, pagar metade do salário recebido pelo respectivo empregado no mês anterior.

Entretanto, o empregador não está obrigado a pagar a 1ª parcela do 13º salário no mesmo mês a todos os seus empregados, podendo pagá-la em meses diversos, desde que até 30 de novembro do respectivo ano.

e - PAGAMENTO NAS FÉRIAS

O pagamento da 1ª parcela do 13º salário pode ser efetuado por ocasião das férias do empregado. Para isto, é necessário que o empregado requeira à empresa durante o mês de janeiro do ano correspondente.

f - BASE DE CÁLCULO DA 1ª PARCELA

A 1ª parcela do 13º salário será determinada de acordo com a forma de pagamento da remuneração do empregado conforme explicação a seguir:

MENSALISTA:

Consideramos que um empregado tenha recebido, no mês de outubro/90, a remuneração de Cr\$ 10.000,00 assim teremos $\text{Cr\$ } 10.000,00 = \text{Cr\$ } 5.000,00$.

2

COMISSIONISTA:

A base de cálculo da 1ª parcela do 13º salário do comissionista é constituída pela média das comissões percebidas, durante o ano, até o mês anterior ao pagamento.

Assim um comissionista que tenha recebido de janeiro a outubro/90 os valores a seguir discriminados, terá o valor da 1ª parcela paga em novembro calculada da seguinte forma:

Janeiro	5.000,00
Fevereiro	5.500,00
Março	8.000,00
Abril	7.500,00
Maió	10.500,00
Junho	12.000,00
Julho	11.000,00
Agosto	18.500,00
Setembro	22.000,00
Outubro	26.500,00
Total	126.500,00
$(126.500 : 10) : 2 = 6.325,00$	
Valor da 1ª parcela é de Cr\$ 6.325,00	

ÍNDICE

13º Salário	15
Jornada de trabalho	16
Falta empregado/ seguro-desemprego	17
Cadastro Empregados/ desempregados,	
Tabela de preços, ICMs	18
Locação predial urbana	20
Relatório SPC, Tabela IRRF,	
Aviso prévio, Horas Extras	21
Tabela prática	22

g - EMPREGADOS ADMITIDOS NO CURSO DO ANO

A 1ª parcela do 13º salário do empregado admitido no curso do ano correspondente à metade de 1/12 da sua remuneração por mês integral ou fração igual ou superior a 15 dias. exemplo:

Admitimos um empregado em 15 de março de 90, seu salário em outubro é de Cr\$ 30.000,00

o período até dezembro é de 9/12

ou seja, 9 meses

$(30.000,00 \times 9) : 2 = 11.250,00$

2

O adiantamento da 1ª parcela é de Cr\$ 11.250,00

h - SALÁRIO FIXO MAIS VARIÁVEL

O empregado que recebe salário fixo mais salário variável terá a 1ª parcela do 13º salário, determinada pela média das parcelas variáveis acrescida da remuneração fixa, dividida por dois até o mês anterior ao pagamento.

i - PAGAMENTO DA 2ª PARCELA DO 13º SALÁRIO

O pagamento da 2ª parcela do 13º salário deve ser realizado até o dia 20 de dezembro de cada ano.

O valor da 2ª parcela do 13º salário é determinada pela apuração da diferença entre a importância correspondente à 1ª parcela, paga até 30 de novembro e à remuneração devida ao empregado no mês de dezembro, observando o tempo de serviço do empregado no respectivo ano.

j - REMUNERAÇÃO VARIÁVEL

A base de cálculo da 2ª parcela do 13º salário para empregado que recebe remuneração variável à média dessas parcelas na base de 1/2 da soma das importâncias variáveis nos meses trabalhados até novembro de cada ano, se houver parte fixa será acrescida ao resultado obtido pela média das parcelas variáveis.

l - DIFERENÇA APURADA APÓS O PAGAMENTO

Embora o prazo de pagamento do 13º salário esteja fixado em 20 de dezembro, em alguns casos torna-se impossível o pagamento de sua totalidade, tendo em vista que os valores que o empregado faz jus, no referido mês, ainda não estão definidos. Isto ocorre com os comissionistas, tarefeiros, etc., que recebem remuneração variável.

Para os empregados nesta situação, a empresa pode efetuar o pagamento da diferença apurada ou quando for o caso se ressarcir do valor pago a maior, até o dia 10 de janeiro do ano seguinte ao pagamento.

m - DESCONTO DA CONTRIBUIÇÃO PREVIDENCIÁRIA

O desconto da contribuição à previdência social se aplica na soma das parcelas, utilizando a tabela de dezembro e respeitando o teto máximo, ou seja, salário a receber no mês, mais 1ª parcela, mais segunda parcela do 13º salário.

n - INCIDÊNCIA DO F.G.T.S

A incidência sobre o valor pago tanto na primeira como na segunda parcela do 13º salário deve ser de 8% (oito por cento), para depósito do F. G. T. S., cujos valores terão que ser recolhidos até o dia 7 dos meses subsequentes ao pagamento.

NOTA: pagamento da 1ª parcela do 13º salário efetuado em julho, o depósito terá de ser efetuado no mês subsequente, ou seja, agosto.

o - INCIDÊNCIA DO IRRF

O valor da gratificação de natal, ou 13º salário, será totalmente tributado por ocasião da quitação, à mesma alíquota que estiver sujeito o rendimento mensal antes de sua inclusão.

Na gratificação a regra do regime de caixa não é aplicável ao adiantamento, independente do mês de pagamento

contudo o regime de caixa é aplicável por ocasião do pagamento da segunda parcela do 13º salário na sua totalidade, utilizando a tabela vigente do dia do efetivo pagamento.

p - PENALIDADES

Serão punidas com multas de 160 BTN's por trabalhador prejudicado, dobrada no caso de reincidência. As infrações às disposições contidas na Lei nº 7.855/89.

q - RECIBO DE PAGAMENTO DO 13º SALÁRIO

A legislação não determina modelo oficial para o recibo de 13º salário. Portanto, podem ser utilizados recibos próprios, folhas de pagamento com espaço para quitação, adquiridos em papelerias especializadas ou modelos criados pela própria empresa para esse fim.

Orientação sobre jornada de trabalho

A jornada de trabalho é estabelecida na legislação ou nas Convenções Coletivas de Trabalho.

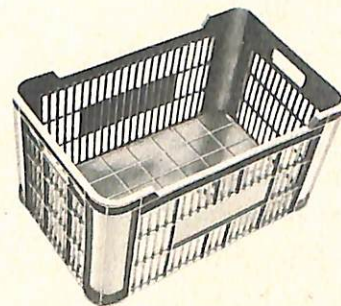
A duração não pode exceder a 8 (oito) horas diárias, a não ser que fique ex-

Ciclos I

REP. EXCLUSIVO

MARFINITE

Av. Brasil, 4856 - Fone: 24-4144 - Maringá - PR



CAIXAS INDUSTRIAIS
P/ USO EM GERAL

CESTA EXPO® (S)

Empilháveis e práticas para o armazenamento de materiais e mantimentos. Usadas em supermercados, indústrias, residências, etc...

pressamente fixado outro limite, exceto para os vendedores praticistas, viajantes e os empregados que exerçam funções externas não subordinados a horário, devendo estas condições constar na C T P S e no livro de registro ou ficha de empregados.

EXCEÇÕES

Os empregados que possuem cargo de confiança; gerentes, diretores e encarregados, que pelo seu padrão mais elevado de vencimentos se diferenciam dos demais empregados; e aos empregados que trabalham sujeitos a regimes especiais, tais como: estivadores, mineiros, etc.

JORNADA SEMANAL

A jornada semanal corresponde à multiplicação das horas normais em que o empregado está obrigado a trabalhar na empresa, pelo número de dias fixado em 44 (quarenta e quatro), horas.

TRABALHO NOTURNO

A hora de trabalho noturno por ficção jurídica corresponde a 52 (cinquenta e dois) minutos e 30 (trinta) segundos e está compreendida entre as 22 (vinte e duas) e as 5 (cinco) horas.

INTERVALOS

O empregado tem direito a um intervalo para repouso alimentar, não sendo esta interrupção computável na duração do trabalho.

REPOUSO ALIMENTAÇÃO

Em qualquer trabalho contínuo de duração superior a 6 (seis) horas, será obrigatória a concessão de um intervalo para repouso alimentar, observando os usos e costumes da região, não se computando este na duração do trabalho, sendo no mínimo de 1 (uma) hora e no máximo de 2 (duas) horas.

Nos serviços caracteristicamente intermitentes, não serão computados como de efetivo exercício os intervalos entre uma e outra parte da execução da tarefa diária.

DESCANSO ENTRE AS JORNADAS

Entre uma jornada de trabalho e outra o empregador deverá conceder 11 (onze) horas consecutivas no mínimo, de descanso.

PRORROGAÇÃO DA JORNADA

O empregador poderá prorrogar o horário de seus empregados no máximo em 2 (duas) horas diárias, mediante contrato escrito ou acordo coletivo. No entanto, o empregado tem assegurado, no mínimo, 50% (cincoenta por cento) a mais do que o valor de sua hora normal.

Falta do empregado, férias e rescisão de contrato

Conforme o artigo 130 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), após cada período de 12 (doze) meses de vigência do contrato de trabalho, o empregado terá direito a férias na seguinte proporção: 12 (doze), 18 (dezoito), 24

(vinte e quatro) ou 30 (trinta) dias corridos, conforme as faltas obtidas no período aquisitivo.

Entretanto, nas rescisões de contrato de trabalho, o cálculo das faltas deve ser feito observando a tabela a seguir:

Férias Proporcionais - Remuneração em dias/horas - Tabela

Férias Proporcionais	30 dias (até 5 faltas)	24 dias (de 6 a 14 faltas)	18 dias (de 15 a 23 faltas)	12 dias (de 24 a 32 faltas)
1/12	2,5 dias ou 20h	2 dias ou 16h	1,5 dias ou 12h	1 dia ou 8h
2/12	5 dias ou 40h	4 dias ou 32h	3 dias ou 24h	2 dias ou 16h
3/12	7,5 dias ou 60h	6 dias ou 48h	4,5 dias ou 36h	3 dias ou 24h
4/12	10 dias ou 80 h	8 dias ou 64h	6 dias ou 48h	4 dias ou 32h
5/12	12,5 dias ou 100h	10 dias ou 80h	7,5 dias ou 60h	5 dias ou 40h
6/12	15 dias ou 120h	12 dias ou 96h	9 dias ou 72h	6 dias ou 48h
7/12	17,5 dias ou 140h	14 dias ou 112h	10,5 dias ou 84h	7 dias ou 56h
8/12	20 dias ou 160h	16 dias ou 128h	12 dias ou 96h	8 dias ou 64h
9/12	22,5 dias ou 180h	18 dias ou 144h	13,5 dias ou 108h	9 dias ou 72h
10/12	25 dias ou 200h	20 dias ou 160h	15 dias ou 120h	10 dias ou 80h
11/12	27,5 dias ou 220h	22 dias ou 176h	16,5 dias ou 132h	11 dias ou 88h
12/12	30 dias ou 240h	24 dias ou 192h	18 dias ou 144h	12 dias ou 96h

Seguro desemprego - requisitos

SUMÁRIO:

- 1 - Do direito
- 2 - Do Período de concessão
- 3 - Do Salário variável
- 4 - Dos Funcionários com menos de 3 meses na empresa
- 5 - Do pagamento
- 6 - Do valor de concessão
- 7 - Da suspensão do benefício

1 - DO DIREITO

Todo o trabalhador tem direito ao seguro-desemprego, desde que dispensado sem justa causa, observando os se-

guintes requisitos:

- a) - Ter recebido salários nos últimos 6 meses imediatamente anteriores à data da dispensa.
- b) - Ter trabalhado para pessoa jurídica ou física equiparada, durante 15 meses nos últimos 24 meses.
- c) - Não estar em gozo de qualquer benefício da Previdência Social.
- d) - Não possuir renda própria de qualquer natureza, capaz de satisfazer suas necessidades.
- e) - Não estar em gozo do auxílio-de-

semprego.

NOTA: o trabalhador doméstico não tem direito ao seguro-desemprego.

2 - PERÍODO DE CONCESSÃO

O seguro-desemprego será concedido ao trabalhador por um período de 4 meses consecutivos.

O benefício será retomado a cada período aquisitivo.

3 - SALÁRIO VARIÁVEL

Para que os trabalhadores que trabalham por comissão, produção, peças, etc, deve se tomar por base o valor percebido no mês.

Para os trabalhadores que não recebem salário mensal, o valor do benefício será calculado de acordo com o salário equivalente, ou seja, salário hora, salário dia, salário semana ou salário quinquena.

4 - FUNCIONÁRIO COM MENOS DE 3 MESES NA EMPRESA

Suponhamos que a empresa contraia um funcionário em 1º de setembro/90 e demite no dia 30 de outubro/90, e este funcionário havia trabalhado 14 meses nos últimos 24 meses em empresas anteriores: neste caso o valor do benefício será baseado na média dos 2 últimos salários.

5 - DO PAGAMENTO

O trabalhador receberá a primeira parcela correspondente aos primeiros 30 dias de desemprego e assim sucessivamente até o quarto mês de desemprego contados da emissão da parcela anterior.

NOTA: o pagamento da primeira parcela será efetuado 30 dias após a data da dispensa ou da data da postagem do requerimento.

6 - DO VALOR DA CONCESSÃO

O valor do seguro-desemprego é calculado pela média dos últimos 3 salários e fixado em BTN na forma como segue:

- Média do salário até 300 BTN multiplique o salário médio pelo fator 0.8; ou seja no mês de outubro/90 salário de 300 BTN $300 \times 66.6465 \times 0.8 = \text{Cr\$ } 15.995,16$ valor do seguro a receber.
- Média dos salários acima de 300 e até 500 BTN o fator é 0.8 até 300 BTN e o que exceder a 300 BTN o fator é 0.5 ou seja: $(300 \times 66.6465) + (200 \times 0.5) = 15.995,16 + 6.664,65 = 22.659,81$; o valor do seguro-desemprego é de Cr\$ 22.659,81.
- A média dos salários acima de 500

BTN o valor do benefício está fixado em 340 BTN. Ou seja: $340 \times 66.6465 = 22.659,81$. $16 + 6.664,65$

7 - DA SUSPENSÃO DO BENEFÍCIO

7.1 - admissão em um novo emprego

7.2 - início de percepção de benefício de prestação continuada da Previdência Social, exceto o auxílio-acidente, auxílio suplementar e o abono de permanência em serviço.

7.3 - início de percepção de auxílio-desemprego

7.4 - pela recusa por parte do trabalhador desempregado, de outro emprego condizente com sua qualificação e remuneração anterior

7.5 - comprovação de falsidade na prestação das informações necessárias à habilitação

7.6 - comprovação de fraude visando percepção indevida do benefício.

CADASTRO GERAL DE EMPREGADOS E DESEMPREGADOS MULTA POR ATRASO

Alterações a partir de 25/10/89

O formulário postado fora do prazo, ou seja, após o dia 15 (quinze) do mês subsequente ao da movimentação, será recebido pelo Ministério do Trabalho e Previdência Social carimbado com a frase FORA DO PRAZO.

O formulário ilegível, rasurado ou preenchido de forma errônea será devolvido pelo Ministério do Trabalho e Previdência Social e considerado não-entregue.

O valor da multa é de 1/3 (um terço) do Valor de Referência Regional (VRR), por empregado, de competência da Delegacia Regional do Trabalho.

Se o pagamento da multa for efetuado dentro de 30 (trinta) dias, fica reduzida para 1/9 (um nono) do VRR e 1/6 (um sexto) do VRR por empregado, quando, antes de qualquer procedimento fiscal por parte do Ministério do Trabalho e Previdência Social, a comunicação for feita, respectivamente, dentro de 30 (trinta) ou 60 (sessenta) dias após o término do prazo fixado.

A partir de 25 de outubro de 1989, com a publicação da Lei 7.855, de 24 de outubro de 1989, as multas previstas na CLT (Consolidação das Leis do Trabalho) e suas legislações, tiveram seus valores triplicados e transformados em BTN (Bonus do Tesouro Nacional).

Assim teremos a seguinte tabela para a região de Maringá:

1/3 do VRR passa a fração de 3/3 correspondente a 16.6071 BTN

1/6 do VRR passa a fração de 3/6 correspondente a 8.3035 BTN

1/9 do VRR passa a fração de 3/9 correspondente a 5.5357 BTN

RECOLHIMENTO ESPONTÂNEO
Até 30 dias de atraso 5.5357 BTN
de 30 a 60 dias de atraso 8.3035 BTN
após 60 dias de atraso 16.6071 BTN

Tabela de Preços para Associados - Novembro/90

Fotocópia - Normal - Cr\$ 5,00

Plastificação Cr\$ 40,00

Mimeógrafo a tinta

Papel + tinta Cr\$ 4,00

Somente tinta Cr\$ 2,50

Encadernação - Espiral circular
Quantidade de Folhas Valor Cr\$

Até 100 165,00

101 a 150 190,00

151 a 200 205,00

201 a 250 215,00

251 a 300 230,00

301 a 350 240,00

351 a 400 255,00

401 a 450 265,00

451 a 500 280,00

Condições de pagamento: Os serviços efetuados no mês serão cobrados no mês seguinte.

Prorrogação dos Benefícios - ICMS

De acordo com o Decreto 7.314, de 04.10.90, foram introduzidas várias modificações e alterações na Legislação do ICMS. Transcrevemos abaixo a prorrogação de alguns dos benefícios estabelecidos pelo referido Decreto.

I - Até 31 de dezembro de 1990

Itens 27, 29, 43, 48 e 52 da Instrução SEFI nº 935/85.

“Item 27 - Saídas para fins de industrialização, promovidas pelo Instituto do Açúcar e do Alcool (IAA), de açúcar e dos demais produtos derivados de cana-de-açúcar e respectivos retornos, desde que o retorno, real ou simbólico, ocorra no prazo de 120 dias e que o produto resultante seja posteriormente exportado”.

“Item 29 - Saídas de estabelecimento de CONCESSIONÁRIA de serviços PÚBLICOS DE ENERGIA ELÉTRICA E DE TELECOMUNICAÇÕES;

a) de bens destinados à utilização em suas próprias instalações ou guarda em

outro estabelecimento da mesma empresa;

b) de bens destinados à utilização por outra empresa concessionária dos mesmos serviços públicos de energia elétrica, desde que os mesmos bens ou outros de natureza idêntica devam retornar aos estabelecimentos da empresa remetente”.

“Item 43 - Fornecimento de REFEIÇÕES por estabelecimentos industriais, comerciais, ou produtores, diretamente a seus empregados”.

“Item 48 - Saídas de produtos industrializados de origem nacional, destinados ao CONSUMO OU USO DE EMBARCAÇÕES OU AERONAVES DE BANDEIRA ESTRANGEIRA, a portadas no País”

“Item 52 - Saídas de produtos típicos de artesanato regional, provenientes de trabalho manual, realizado por pessoa natural, sem o auxílio ou a participação de terceiros assalariados, promovidas a títulos de venda ao consumidor.

a) diretamente ou

b) por intermédio de entidade reconhecida da qual o artesão faça parte ou seja assistido”.

Até 31 de dezembro de 1991

a) itens 16, 20, 23, 24, 28, 33.1, 33.2, 39, 40, 47, 50, 51 e 54 da Instrução SEFI nº 935/85.

“Item 16 - Saída de sucata, em operação interna e interestadual, promovida por empresa concessionária de serviço público, para fins de industrialização, desde que os produtos industrializados retornem à empresa remetente, observado, quanto aos deveres acessórios, o disposto em acordo de regime especial.

- Saída interna ou interestadual, real ou simbólica, de sucata já recebida da concessionária de serviço público com isenção, promovida por estabelecimento industrial paranaense, por conta da empresa concessionária remetente para a realização da primeira etapa da industrialização, desde que após a fase final da industrialização, neste Estado, o produto industrializado retorne à empresa concessionária, observado, igualmente, quanto aos deveres acessórios, o disposto em acordo de regime especial”.

“Item 20 - de AMOSTRAS DE DIMINUTO OU NENHUM VALOR COMERCIAL, distribuídas, gratuitamente, desde que em quantidade suficiente para dar conhecimento quanto à natureza, espécie e à qualidade da mercadoria.

- de MERCADORIA COM DESTI-

NO A EXPOSIÇÕES OU FEIRAS, para fins de exposição ao público em geral, desde que devam retornar ao estabelecimento de origem no prazo de 60 dias.

- das mercadorias referidas no subitem anterior, em retorno ao estabelecimento remetente”.

“Item 23 - Vendas realizadas às MISSÕES DIPLOMÁTICAS, repartições consulares e representações de órgãos internacionais e seus integrantes, em substituição ao direito de importar mercadorias com isenção de impostos, nos termos do artigo 15 do Decreto-lei nº 37, de 18.11.66, desde que haja, na operação, isenção do imposto de competência da União, sobre produtos industrializados”.

“Item 24 - Vendas, a partir de 01 de janeiro de 1985, de mercadorias de produção própria, promovidas por instituições de assistência social e de educação, sem finalidade lucrativa, cujas rendas líquidas sejam integralmente aplicadas na manutenção de suas finalidades assistenciais ou educacionais, no País, sem distribuição de qualquer parcela, a título de lucro ou participação, desde que as vendas, no ano anterior, não tenham ultrapassado o valor equivalente ao de 10.000 (dez mil) ORTN pela sua valorização vigente no mês de janeiro desse mesmo ano”.

“Item 28 - Saídas em operações internas, de leite pasteurizado, tipo “A”, “B” e especial com 3,2% de gordura e de leite pasteurizado magro, reconstituído ou não, com 2% de gordura, com destino ao consumidor final.

- Saídas de leite em pó importado e destinado à reidratação, cuja importação estiver vinculada à Política Nacional de Abastecimento”.

“Item 33.1 - Saídas, em operações internas e interestaduais, promovidas gratuitamente pela Legião Brasileira de Assistência (LBA), em atendimento ao Programa de Complementação Alimentar, dos seguintes produtos:

a) So03 - Mistura enriquecida para sopa;

b) GH3 - Mistura láctea enriquecida para mamadeira;

c) MO2 - Mistura láctea enriquecida com minerais e vitaminas;

d) leite em pó adicionado de gordura vegetal hidrogenada enriquecido com vitamina A e D.”

“Item 33.2 - Comercialização de CARTÕES DE NATAL e respectivos envelopes, adquiridos em operações de cir-

culação isentas, efetuadas pela Legião Brasileira de Assistência (LBA) ou por terceiros, em seu nome, desde que neles esteja impressa a indicação de que se trata de promoção da Entidade”.

“Item 39 - Saídas de embarcações construídas no País;

- Aplicação de peças, partes e componentes utilizados no reparo, conserto e reconstrução de embarcações.

Obs.: Estão excluídas das isenções declaradas neste item as embarcações recreativas e esportivas”

“Item 40 - Saída de mercadorias, em decorrência de vendas à ITAIPU BINACIONAL”.

“Item 47 - Saída promovida pelo fabricante paranaense de seus produtos manufaturados, com destino a empresa nacional exportadora de serviços relacionada em ato do Ministro da Fazenda”.

“Item 50 - Saídas dos seguintes produtos, adquiridos diretamente pela CASA DA MOEDA do BRASIL (CMB), ou a ela devolvidos após industrialização por terceiros.

a) DISCO DE AÇO INOXIDÁVEL CUPRONÍQUEL e de outros metais e ligas, destinados à fabricação de moedas;

b) PAPÉIS, UTILIZADOS EXCLUSIVAMENTE NA FABRICAÇÃO DE PAPEL MOEDA.

Obs.: A isenção alcança, também, as saídas ocorridas durante a fase de industrialização sob encomenda da Casa da Moeda do Brasil quando a mercadoria deva transitar por mais de um estabelecimento industrializador”.

“Item 51 - Saídas de MERCADORIAS, em decorrência de doações a entidades governamentais e a entidades reconhecidas de utilidade pública que atendam aos requisitos do artigo 14 do Código Tributário Nacional, para a assistência ÀS VÍTIMAS DE CALAMIDADE PÚBLICA, assim declarada por ato expresso da autoridade competente.

Obs.: Os requisitos constantes do art. 14 do CTN são os seguintes:

a) não distribuírem qualquer parcela de seu patrimônio ou de suas rendas, a título de lucro ou participação no seu resultado;

b) aplicarem integralmente, no País, os seus recursos na manutenção dos seus objetivos institucionais;

c) manterem escrituração de suas receitas e despesas em livros revestidos de formalidades capazes de assegurar sua exatidão”.

“Item 54 - Saídas de PRODUTOS FARMACÊUTICOS, realizadas entre

órgãos e entidades, inclusive fundações, da administração pública federal, estadual, ou municipal, direta ou indireta, estendendo-se o benefício às saídas promovidas pelos referidos órgãos ou entidades para consumidores finais, desde que efetuadas por preço não superior ao custo dos produtos”.

b) Instrução SEFI 713, de 09.09.81

Estabeleceu normas relativas à suspensão do imposto na remessa e retorno de mercadoria destinada à industrialização ou conserto.

c) Instrução 728, de 30.12.81

Reduziu, em 80%, a base de cálculo do ICMs nas saídas dos seguintes bens usados:

máquinas, aparelhos, veículos, motores, móveis e vestuários.

d) Artigo 2º do Decreto nº 6883., de 30.05.90

“Art. 2º - São isentas do pagamento do ICMs:

I - as saídas internas e interestaduais de reprodutores e/ou matrizes de animais vacuns, ovinos, suínos e bubalinos puros de origem, ou puros por cruzamento, acompanhados de certificados oficiais de registro genealógico.

II - as entradas em estabelecimentos comerciais ou produtor dos animais indicados no subitem anterior, importados do exterior”.

III - Itens 4, 5, 8, 14, 21, 22, 42 e 44 da instrução SEFI nº 935/85

“Item 4 - ALIENAÇÃO FIDUCIÁRIA EM GARANTIA e a saída dela decorrente, do estabelecimento do devedor para o credor, ou para depósito em nome deste e no retorno ao estabelecimento do devedor, em virtude da extinção da garantia”.

“Item 5 - Saída, de estabelecimento prestador dos serviços a que se refere o art. 8º do Decreto-lei nº 406, de 31.12.68, de MERCADORIAS A SEREM OU QUE TENHAM SIDO UTILIZADAS NA PRESTAÇÃO DE TAIS SERVIÇOS, ressalvados os casos de incidência previstos na lista constante na legislação complementar à Constituição do Brasil”.

“Item 8 - Saída, em operação interna, de MERCADORIA com destino a ARMAZEM GERAL, à ordem do remetente, ou a DEPÓSITO FECHADO, do próprio contribuinte.

- Saída de MERCADORIA dos estabelecimentos referidos no subitem anterior em retorno ao estabelecimento remetente”.

“Item 14 - Saídas de estabelecimento de empreiteiro de construção civil, obras

hidráulicas e outras semelhantes, inclusive serviços auxiliares, ou complementares, de MERCADORIAS ADQUIRIDAS DE TERCEIROS e destinadas às construções, obras ou serviços referidos a cargo do remetente”.

“Item 21 - Saídas de peças, veículos, ferramentas, equipamentos e de outros bens, não pertencentes à linha normal de comercialização do contribuinte, quando utilizados como instrumento de sua própria atividade, ou trabalho”.

“Item 42 - Saída de mercadoria que TENHA ENTRADO PARA INTEGRAR O ATIVO FIXO, desde que a saída ocorra depois do uso normal a

que se destinou.

Obs.: A isenção abrange, também, as transferências de bens do ativo fixo de um para outro estabelecimento da mesma empresa”.

“Item 44 - Saída de MATERIAL DE USO E CONSUMO, de um para outro estabelecimento da mesma empresa, desde que as mercadorias tenham sido adquiridas de terceiros e não se destinem à utilização ou consumo em processo de industrialização, ou comercialização pelo estabelecimento destinatário”.

Nota: A Instrução SEFI nº 935/85 refere-se às operações imunes e isentas.

Locação Predial Urbana as mudanças ocorridas com a MP nº 227/90

A Medida Provisória nº 227 de 20 de Setembro de 1.990, publicada no Diário Oficial da União em 21 de Setembro de 1.990, modifica a Lei nº 6649 de 16 de Maio de 1.979, que regula a locação predial urbana, dando nova redação aos Artigos 15 e 49, e dá outras providências.

Conforme a Lei nº 6649/79, a redação dos Artigos 15 e 49 era a seguinte: Art. 15 “É livre a convenção do aluguel. § 1º - A correção monetária do aluguel somente poderá ser exigida quando o contrato a estipular, fixando a época em que será efetuada e as condições a que ficará sujeita.

§ 2º - A correção monetária do aluguel não poderá ultrapassar a variação do valor nominal da ORTN.

§ 3º - Sem prejuízo do disposto no Artigo 31 do Decreto nº 24.150 de 20.04.34, é admitida a correção monetária dos alugueres, na forma e pelos índices que o contrato fixar, limitada pelo disposto no § 2º deste artigo.”

Art. 49 - “No silêncio do contrato, o aluguel será reajustável anualmente.

§ 1º - Na locação contratada por tempo determinado sem cláusula de reajuste, o locador só poderá exigí-lo ao término do prazo contratual e a cada ano subsequente.

§ 2º - O aluguel será reajustado proporcionalmente à variação do valor nominal da ORTN, desde o dia do reajuste anterior ou, na falta deste, desde o início do contrato.

§ 3º - É lícito às partes fixar, de comum

acordo, novo aluguel.

§ 4º - Não tendo havido acordo, nos termos do parágrafo antecedente, o locador, após cinco anos de vigência do contrato, poderá pedir revisão judicial do aluguel, a fim de ajustá-lo ao preço de mercado, aplicando-se o disposto nos §§ 2º e 3º do Art. 53.

§ 5º - A revisão judicial poderá ser requerida de cinco em cinco anos, contados do acordo, ou, na falta deste, no início do contrato.”

Tais artigos, com a MP no 227/90, passaram a ter a seguinte redação:

Art. 15 - A este artigo introduziu-se o parágrafo único, qual seja:

Parágrafo único: “Sem prejuízo do disposto no Artigo 31 do Decreto nº 24.150, de 20.04.34, o reajuste do aluguel somente poderá ser exigido quando o contrato o estipular, fixando a época em que será efetuado, mediante a aplicação de índice livremente pactuado pelas partes, dentre os editados pela Fundação Getúlio Vargas - FGV, pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE ou por órgão oficial, exceto os de variação de taxa cambial e do salário mínimo”.

Art. 49 - “Na locação de imóveis residenciais, poderá ser estipulada cláusula de reajuste de aluguel, com periodicidade não inferior a um semestre”.

§ 1º - No silêncio do contrato, far-se-á, semestralmente, o reajuste do aluguel.

§ 2º - Na locação contratada por prazo determinado, sem cláusula de reajuste do aluguel, o locador só poderá exigí-la

ao término do prazo contratual e a cada semestre subsequente.

§ 3º - Far-se-á o reajuste do aluguel, mediante a aplicação desde o mês de início da locação ou do último reajuste, de índice livremente pactuado pelas partes, dentre os editados pela Fundação Getúlio Vargas - FGV, pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE ou por órgão oficial, exceto os de variação da taxa cambial e do salário mínimo.

§ 4º - É lícito às partes fixar, de comum acordo, novo aluguel, bem assim inserir ou modificar cláusula de reajuste.

§ 5º - Não tendo havido acordo, nos termos do parágrafo anterior, o locador ou o locatário, após três anos de vigência do contrato, poderá pedir a revisão judicial do aluguel, a fim de reajustá-lo ao preço de mercado, aplicando-se o disposto nos parágrafos 2º e 3º do Artigo 53, conforme o caso.

§ 6º - A revisão judicial poderá ser requerida de três em três anos, contados do último acordo ou, na falta deste, do início do contrato.

Em decorrência do exposto, estas foram as principais alterações introduzidas pela Medida Provisória 227/90, que é necessário salientar:

a) Um aluguel só poderá ser reajustado se houver uma previsão contratual expressa;

b) os índices para tais reajustes podem ser os editados pela Fundação Getúlio Vargas; pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas ou por órgãos oficiais;

c) permanece livre a convenção inicial do aluguel;

d) continua vedada a indexação dos reajustes dos aluguéis ao salário mínimo ou à moeda estrangeira;

e) nas locações residenciais, a periodicidade do reajuste não poderá ser inferior a seis meses;

f) nas locações não-residenciais, comerciais ou industriais a periodicidade dos reajustes poderá ser mensal;

g) se não houver previsão contratual expressa, os reajustes dos aluguéis, não importando a destinação, serão semestrais;

h) nos contratos por prazo determinado sem previsão de reajuste, este só poderá ser aplicado findo o prazo contratual;

i) fica facultado ao locador e locatário fixarem, de comum acordo, o valor do novo aluguel bem como alterar a cláusula contratual de reajuste;

j) o prazo para a ação revisional foi diminuído de 5 para 3 anos, mantidos os critérios de contagem, ou seja, do início do contrato ou da data do último acordo;

k) a denúncia vazia continua possível para as locações não residenciais e comerciais não amparadas pela Lei de Luvas e vedada para as locações residenciais;

l) a ação revisional pode ser impetrada tanto pelo locador ou pelo locatário, objetivando adequar o aluguel ao seu valor de mercado;

m) foi instituído o **aluguel provisório**. Assim, na propositura da ação, o autor poderá requerer a fixação judicial do novo aluguel, que não poderá exceder a 80% do pleiteado pelo autor na petição inicial e será devido pelo réu até que seja proferida a sentença de primeiro grau;

n) se o pagamento do valor provisoriamente arbitrado acarretar "fundado receio de lesão grave ou de difícil reparação", o réu poderá, na contestação, requerer a revisão do valor arbitrado;

o) a apelação da sentença proferida em ação revisional será imediatamente recebida somente no efeito devolutivo. Isto significa que a sentença proferida é imediatamente executável;

p) para as locações residenciais fica consolidada a inexistência de reajustes durante os meses de abril a setembro, bem como a aplicação de 41,28% para o mês de março e não os 84,32% de variação do IPC;

q) ficam revogados os Arts. 6º e 7º da Lei nº 7801 de 11.07.89 (recomposição parcial da inflação de janeiro de 1.989 - plano verão e peridiocidade quadrimestral para as locações residenciais), e art. 7º da Lei nº 8030/90 (indexação dos aluguéis residenciais à meta inflacionária).

Fonte: IOB - Informações Objetivas - Consultoria Dinâmica

Relatório do SPC Mês/Outubro/90

Consultas SPC	43.810
Consultas/Cheques	7.634
Respostas/Registro	2.281
Registros Incluídos	2.474
Cancelados	1.111

Tabela IRRF Novembro/90

Base de cálculo	Alíquota %	Parcela a deduzir Cr\$
Até 43.197,00	Isento	
de 43.197,01 a 143.989,00	10	4.319,70
acima de 143.989,00	25	25.918,05

Dependente: Cr\$ 3.031,00, até o limite de cinco.

Cr\$ 36.376,00 a parcela isenta dos rendimentos provenientes de aposentadoria e pensão, transferência para a reserva remunerada ou reforma pagos pela Previdência Social da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, ou por qualquer pessoa jurídica de direito público interno, no caso de contribuinte com idade igual ou superior a 65 anos.

Para determinação da base de cálculo e do imposto não serão considerados os centavos.

Aviso Prévio

A falta da concessão das horas ou dias livres, anula o aviso prévio, impedindo a procura de emprego, sua finalidade. (enunciado TST 230)

A substituição pelo pagamento das horas reduzidas da jornada de trabalho: É ilegal substituir o período que se reduz da jornada de trabalho, no aviso prévio, pelo pagamento de horas correspondentes.

Horas Extras

Horas suplementares habituais-integração no salário.

O valor das horas suplementares prestadas habitualmente, por mais de 2 anos, ou durante todo o contrato, se suprimidas, integra-se no salário para todos os efeitos legais. (súmula 76 do TST)

TABELA PRÁTICA

NOMENCLATURA MÊS	IRVF	PISO NAC. DO SALÁRIO/ SALÁRIO MÍN.	SALÁRIO FAMÍLIA	I. P. C.		POUPANÇA	M.V.R.	V.R.R 1º SUB- REG. PR	BTN	IGP/FGV NO MÊS	U.P.C.	VRF
				NO MÊS	NOS ÚLTIMOS 12 MESES							
SETEMBRO/89	-	249,48	4,75	35,95	1.198,00	36,6297	48,13	44,71	2,6956	38,92	17,62	27,15
OUTUBRO/89	-	381,73	6,46	37,62	1.303,78	38,3081	65,46	60,86	3,6647	39,70	39,89	36,91
NOVEMBRO/89	-	557,33	8,89	41,42	1.464,16	42,1271	90,07	83,74	5,0434	44,27	39,89	50,80
DEZEMBRO/89	-	788,18	12,57	53,55	1.764,87	54,3177	127,36	118,41	7,1324	49,39	39,89	71,84
JANEIRO/90	-	1.283,95	19,30	56,11	1.609,68	56,8905	195,62	181,88	10,9518	71,70	119,21	110,31
FEVEREIRO/90	-	2.004,37	30,13	72,78	2.751,34	73,6439	305,36	283,91	17,0968	71,68	119,21	172,20
MARÇO/90	-	3.674,06	52,06	84,32	4.853,90	85,2416	527,66	490,60	29,5399	81,32	119,21	297,53
ABRIL/90	-	3.674,06	52,06	44,80	6.584,60	0,5000	527,66	490,60	41,7340	11,33	592,67	548,40
MAIO/90	-	3.674,06	52,06	7,87	6.458,74	5,9069	527,66	490,60	41,7340	9,08	592,67	548,40
JUNHO/90	9,61	3.857,76	54,86	9,55	5.655,91	10,1580	785,69	730,50	43,9793	9,02	592,67	577,91
JULHO/90	10,79	4.904,76	69,75	12,92	4.947,82	11,3439	861,12	800,63	48,2057	12,98	684,58	633,45
AGOSTO/90	10,58	5.203,46	74,00	12,03	4.272,25	11,1329	954,03	887,02	53,4071	12,93	684,58	701,79
SETEMBRO/90	12,85	6.056,31	88,13	12,78	3.528,44	13,4142	1.054,97	980,87	59,0576	11,72	684,58	776,04
OUTUBRO/90	13,71	6.425,14	91,38	14,20	2.909,30	14,2785	1.190,53	1.108,91	66,8485	—	946,76	875,77
NOVEMBRO/90	—	8.329,55	*	—	—	—	—	—	75,7837	—	946,76	—

Até a elaboração da tabela prática, os valores não foram divulgados pelos órgãos oficiais.

Sistema S.C.I. Um poderoso instrumento de negócios para sua empresa.

Informações instantâneas sobre empresas de todo o Brasil.

O S.C.I. é o mais moderno e eficaz sistema continuado de informações comerciais em todo território brasileiro. Na hora de selecionar novos clientes, reativar ex-clientes, aprovar, limitar ou negar crédito, conte com a mais eficiente ferramenta para aumentar seus lucros e diminuir seus riscos.

Ligue já e receba 10 consultas inteiramente grátis.

(0432) 24-0033

Filiais nas principais cidades do Brasil.

Ligue grátis (011) 800-8854

cular uma única publicidade do empreendimento para as quatro cidades.

O Shopping Catuaí-Maringá vai ter uma área de 47 mil m² num terreno de 200 mil m². Neste espaço vão funcionar 154 lojas, 4 delas de grandes grupos como o Magazine Pernambucanas e a rede Mac'Donalds. O shopping terá também três cinemas e um espaço de 2 mil m² quadrados, onde funcionará um centro de diversões.

ARRECAÇÃO: "Todo o projeto foi feito pensando em humanizar ao máximo o local. Por isso, o verde foi muito valorizado. Destinamos uma boa área para o verde. Ele não poderia ser esquecido numa cidade como Maringá", explicou Alfredo Khouri, diretor-superintendente também proprietário da empresa de Londrina responsável pela construção.

Com toda esta estrutura e com um investimento de cerca de 30 milhões de dólares, o Shopping Catuaí-Maringá vai ser o segundo do estado e o maior da região Noroeste. Estes números vão representar uma arrecadação de 400 a 500 mil dólares por mês em ICMS para a Prefeitura. Além disso, segundo as previsões dos técnicos, só na fase de construção, serão criados dois mil novos empregos. Depois, quando o shopping estiver funcionando, outras 2.500 pessoas deverão ser empregadas ali.

Para o diretor-presidente do empreendimento, "todos estes números são mais uma prova de que Maringá não está vivendo a recessão que o resto do país vive". Isso, segundo o grupo, se deve também ao fato de Maringá polarizar uma região muito grande. Por este motivo, a localização do shopping foi escolhida a dedo: ele vai ser construído na avenida Gastão Vidigal, entre o Aeroporto e o Contorno Sul, que é uma via que vai facilitar o acesso aos compradores das cidades vizinhas.



Durante reunião de apresentação do shopping, Alfredo Khouri explicou detalhes do projeto

INVESTIMENTO

Drible na crise

Grupo de empresários esquece as dificuldades e investe 30 milhões de dólares na construção de um shopping center em Maringá, destinado a ser o maior centro de compras da região Noroeste

O projeto do shopping Catuaí-Maringá foi apresentado no mês passado, durante reunião entre diretores do empreendimento, o prefeito Ricardo Barros e secretários municipais. Segundo as previsões apresentadas, o novo shopping center deverá ser inaugurado em outubro de 1992.

Um grupo de quatro empresários

(três de Maringá e um de Londrina) está à frente do empreendimento. Além de Maringá, o grupo deve inaugurar também mais três shoppings em outras cidades, um em Londrina, um em Cascavel e outro em Foz do Iguaçu. Foi por este motivo que o nome do shopping, que era para ser Ingá, acabou sendo modificado. Segundo os empresários, assim dá para vei-



ARMARINHO GUINOZA

SUPER ATACADO

ROUPAS FEITAS - PERFUMARIAS - ARTIG. ESCOLARES - BRINQUEDOS - BIJOUTERIAS - MIUDEZAS EM GERAL

RUA JOUBERT DE CARVALHO, 637 - CXP, 1151 - FONE: (PABX) 26-2626 - MARINGÁ - PR.

(PRÓXIMO À RODOVIÁRIA)



O parque industrial da Cocamar continua a se expandir sob estímulo da diversificação

COOPERATIVISMO

Diversificar para crescer

Com investimentos na diversificação industrial Cocamar fortalece sua presença na região, estimula a exploração de novas atividades agrícolas e fica menos vulnerável às oscilações do mercado

Diversificar é o caminho para crescer. Essa é a filosofia da Cooperativa dos Cafeicultores e Agropecuaristas de Maringá (Cocamar), que vem investindo firme na diversificação industrial. Mas a idéia da cooperativa não visa apenas o seu crescimento, e sim de toda a região onde atua. Uma das formas encontradas para viabilizar estes planos foi a instalação de agroindústrias em pequenas cidades.

É o caso de uma indústria de fécula de mandioca, que vai ser instalada no município de Altônia, com capacidade para processar 30 mil toneladas de raiz por ano. A previsão é de que a indústria comece a funcionar em junho do ano que vem e para isso serão empregados cerca de 191 milhões de cruzeiros.

A fecularia vai funcionar numa área de 2 mil metros quadrados de construção, além de quatro lagoas de tratamento

da água proveniente da industrialização. Toda a estrutura da fecularia será viabilizada pela Cocamar. Os produtores assinarão contratos, comprometendo-se a entregar toda a produção de mandioca para garantir o abastecimento da indústria.

MIL HECTARES - Para que a fecularia possa ser viabilizada e comece a operar, será necessária uma área contratada de cerca de mil hectares plantados. Esta contratação de área está dentro do que a cooperativa chama de "projeto integrado". O empreendimento só poderá ser viabilizado a partir do comprometimento dos cooperados no que se refere ao fornecimento da matéria-prima.

No "projeto integrado" o produtor também se beneficia, porque assim pode ter uma nova opção, para sair da monocultura. E ele poderá optar sem medo, já que terá uma indústria para absorver sua

produção.

Para os técnicos envolvidos com a instalação da fecularia, este tipo de projeto é importante para regiões onde predomina a monocultura - como é o caso do café em Altônia. Por isso mesmo, a cooperativa já tem planos para investir em outras pequenas indústrias. Uma delas é a de conversa de frutas e de palmitos. Mas estes projetos ainda irão passar por uma fase de estudos para que possam ser implantados.

PROJETO ARROJADO - A investida da Cocamar na diversificação industrial inclui projetos ainda mais arrojados. Um deles é a implantação de tecelagens regionais, através da criação de um condomínio têxtil.

Este projeto prevê a instalação de 5 módulos para a produção de tecidos finos - como brim, popeline, tricoline, cambraia e alguns outros - para abastecer a indústria de confecções. A previsão é de que estes módulos ou tecelagens regionais entrem em operação em 1992, em 5 cidades da região.

A instalação das tecelagens vai ficar por conta de cooperados e empresários das cidades interessadas em participar do projeto, que formarão uma espécie de sociedade. O Badep, (Banco de Desenvolvimento do Paraná, que vem acom-

panhando o projeto desde a sua criação, deverá ser o agente financeiro na aquisição dos equipamentos.

A Cocamar vai entrar na sociedade construindo uma unidade prestadora de serviços, que funcionará como a preparadora da matéria-prima. Neste trabalho se inclui a chamada pré-tecelagem, que é o preparo do fio, e também um assessoramento às tecelagens na área de comercialização, industrialização e até de preparo da mão-de-obra.

PÓLO TÊXTIL - "Hoje o Paraná absorve apenas 20 por cento de todo o algodão em pluma que produz. A maior parte é industrializada fora daqui. Por isso é importante que se invista mais no setor de tecelagem. Até porque hoje existe um número considerável de indústrias de confecções no estado", explica Celso Carlos dos Santos Jr., coordenador do projeto de instalação das tecelagens e do condomínio têxtil.

Para ele, com iniciativas como esta, "a região Noroeste pode vir a se tornar um pólo têxtil tão importante quanto os que existem em Santa Catarina e São Paulo". Mas para isso é necessária a união de todos, empresários, comunidade e cooperativa. O investimento para a viabilização de um projeto desta envergadura é alto.



Óleo produzido pela Cocamar abastece mercados de diversas partes do país

Para se ter uma idéia, a instalação de apenas um módulo têxtil igual ao que foi projetado pela Cocamar, com 24 teares em operação, empregaria hoje recursos da ordem de 400 milhões de cruzeiros. "Só que é um investimento compensador e que trará um retorno muito grande para a região", afirma Celso Carlos.

Segundo os cálculos que estão no projeto, os 120 teares que funcionarão nos 5 módulos irão consumir em média 300 toneladas de algodão por mês, produzindo 1 milhão e 100 mil metros de tecido mensalmente. Esta produção, no mercado de hoje, está avaliada em mais de 2,5 milhões de dólares.

Vocação de berço

Desde que foi fundada, há 27 anos, a cooperativa decidiu apostar em outras culturas além do café

A idéia de diversificar já é antiga na Cocamar. Tudo começou com a decisão da cooperativa, alguns anos depois da fundação, de partir para o recebimento de outros produtos agrícolas, além do café.

Como o mercado para o produto passava por uma séria crise, a cooperativa voltou sua atenção para o algodão, que começava a ser plantado por muitos produtores da região. A Cocamar, então, adquiriu uma máquina de beneficiamento de algodão e daí em diante começou a receber um volume muito grande do produto. Tanto que logo teve que adquirir outra máquina de beneficiamento.

A consolidação da soja, na década de 70, foi o passo definitivo para que a

cooperativa partisse para a industrialização. Em 1979 foi inaugurada a primeira unidade produtora de óleo de soja, com uma capacidade inicial de esmagamento de 1.200 toneladas de soja por dia. Como a cooperativa era auto-suficiente em matéria-prima - a soja entregue pelos associados era suficiente para movimentar a indústria o ano todo - o empreendimento obteve êxito.

Daí para a implantação de uma nova unidade produtora de óleos vegetais foi um passo. Em 1980 a cooperativa colocou em funcionamento outra unidade, para a produção de óleo de caroço de algodão, e 4 anos depois foi instalada a refinaria de óleo de soja.

BICHO-DA-SEDA - A cooperativa deu outro passo importante para a con-

solidação de seu parque industrial em 1986: ingressou na sericicultura. Muitos produtores da região já estavam na atividade, mas as empresas que monopolizavam a compra dos casulos pagavam um preço muito baixo pelo produto.

A pedido de seus cooperados, a cooperativa resolveu entrar na atividade. Mas havia alguns riscos a serem assumidos, como o fato de a Cocamar nunca ter tido experiência com o bicho-da-seda. Mas, com a assistência de técnicos da extinta Acarpa, a cooperativa acabou implantando sua fiação seda e passou a receber casulos de seus associados.

Depois de todos estes anos investido na diversificação, a Cocamar tem hoje um dos parques industriais mais importantes do estado, e está entre as 3 maiores do Brasil. O complexo soja é o responsável pela movimentação do maior volume da matéria-prima. Os derivados de soja têm grande participação nas exportações da cooperativa. Para se ter uma idéia, mais de 70 por cento de todo o volume embarcado vem da comercialização do farelo da soja.

Hora de trabalhar

Resultado das urnas indica queda na representatividade política de Maringá, mas candidatos eleitos prometem contornar a falta de cadeiras no Legislativo com muito trabalho

Como único deputado estadual eleito pela região, José Alves (PTB) vai ter muito trabalho pela frente na Assembléia Legislativa. Ele diz que pretende continuar com o trabalho de assistência social que já desenvolvia no último mandato - fórmula, aliás, que garantiu sua reeleição este ano. "Eu sei que esta não é propriamente a função de um deputado. Mas num país como o nosso não há como deixar de fazer este tipo de trabalho. E também isso já é uma tradição para mim, por causa de minha atuação no rádio", explica José Alves.

Mas ele esclarece que esta não será sua única preocupação. "Existem outros pontos que considero básicos, que são a educação, a saúde e a segurança. E pretendo trabalhar por eles na Assembléia". José Alves acredita também que, na função de deputado, ele terá que realizar uma tarefa que considera espinhosa: promover a união política em Maringá. "Nós pretendemos unir políticos, independente de partidos, empresários e representantes de associações para que consiga-

mos do governo tudo o que Maringá precisa".

O ORÇAMENTO - Já o deputado federal Antônio Bárbara (PRN) diz que prefere não fazer promessas antes de "conhecer a situação e as possibilidades do governo para saber o que poderemos conseguir". Mesmo assim, ele diz que tem uma meta fundamental: o fortalecimento da agricultura.

"Somos um país essencialmente agrícola. Nós, deputados federais, temos que lutar para a criação de uma política agrícola forte e que realmente dê condições ao produtor. Com o fortalecimento da agricultura, os outros setores da economia também irão se estabilizar", explica Bárbara.

O deputado considera a reforma agrária o ponto-chave para a resolução dos problemas da agricultura - "mas uma reforma agrária séria, que realmente promova a distribuição das terras no país". Para ele, "o Brasil só vai conseguir crescer quando passar a dar condições para quem quer produzir".

DESCENTRALIZAÇÃO - O ex-prefeito Said Ferreira (PMDB) já estabeleceu seu plano de trabalho na Câmara dos Deputados. Nele está incluída uma proposta de reforma constitucional que permita a descentralização administrativa, que na opinião dele, traria independência econômica aos estados e municípios. "Os índices de distribuição da arrecadação têm que ser reestudados", afirma o deputado.

A partir da autonomia econômica, segundo Said, será possível aos estados e principalmente municípios administrar melhor seus recursos. "Hoje, a crise que vivemos é administrativa, pois é muito difícil administrar um país grande como este. Por isso, é necessário descentralizar a administração, dando mais autonomia a cada estado e município".

Outra questão fundamental para o deputado é o planejamento familiar. "Hoje o Brasil cresce o equivalente à população de um país como o Uruguai, por ano. Isso é uma explosão demográfica. Por isso é importante a viabilização de recursos para um programa sério de planejamento familiar", explica Said.

O deputado diz que pretende também trabalhar na elaboração de uma nova política agrícola para o país. "Pretendo participar da Comissão de Agricultura na Câmara dos Deputados, e lá vou trabalhar para a elaboração de uma nova política que garanta preços mínimos compensadores, para que o produtor possa obter o seu lucro", afirma Said Ferreira.



José Alves é paulista de Pongá, mas está no Paraná desde 1976. Em 1982 foi eleito vereador pelo PDS, para quatro anos depois eleger-se deputado estadual pelo PDT com 12,8 mil votos. Ocupou no mandato a quarta secretaria da Assembléia Legislativa



Said Felício Ferreira nasceu em Dois Córregos, São Paulo, há 56 anos. Iniciou sua vida política em 1976 como candidato a prefeito de Maringá pela Arena. Com a reforma partidária, Said Ferreira se filiou ao PMDB. Em 1982 se elegeu prefeito da cidade



Português de Leiria, Antonio Bárbara imigrou para o Brasil aos 15 anos, fixando-se em São Paulo. O empresário iniciou sua carreira política em 1986 como candidato a deputado estadual pelo PMDB. Filiou-se ao PRN durante a campanha presidencial

Fotos: Vera Regina



Irmãos Pollselli: tradição em estruturas



Execução de obras de saneamento

CONSTRUÇÃO CIVIL

Negócio entre irmãos

A J.C. Poliseli completa 15 anos de atividade no ramo de estruturas de concreto e mostra que o sistema de sociedade dá certo quando os interesses são comuns; a empresa é dirigida por cinco irmãos

A J. C. Poliseli e Irmãos é uma das mais tradicionais empresas maringenses do ramo de estruturas de concreto. Esta tradição tem 15 anos de história completados em agosto, e que é festejada por cinco irmãos que, literalmente, "põem a mão na massa".

Eles são Anselmo, Alexandre, José Carlos, Adécio e Severo Poliseli, sócios desde que a empresa foi fundada. Eles gostam de estar sempre por perto e de trabalhar nas obras que executam. Toda esta dedicação é que torna possível a esta empresa tocar uma média de sete obras de uma só vez, inclusive fora da cidade. E não são obras pequenas. Para se ter uma idéia, a empresa está fazendo todo o trabalho de estrutura do Royal Garden - o edifício mais alto do Paraná, com 35 andares, que está sendo construído em Maringá.

Além deste edifício, a J. C. Poliseli e Irmãos foi responsável pelas estruturas de obras como o Colégio Marista, o Centro Comercial Europa, que está sendo construído na avenida Carneiro Leão, e do edifício Maison Royale. "Estas são as obras maiores, porque se a gente for enumerar todas as que fizemos nestes 15 anos...", orgulha-se Alexandre Poliseli.

PRAZOS RIGOROSOS - A empresa

dos irmãos Poliseli ganhou impulso a partir do momento em que as construtoras se viram obrigadas a setORIZAR os serviços e uma construção por causa do volume de obras. "Hoje, cada fase de uma obra é executada por uma empresa diferente, todas contratadas pela construtora, desde a fundação e em alguns casos até o acabamento. Isso agiliza a obra", explica Alexandre.

E agilizar é preciso, porque o cumprimento dos prazos é imprescindível, principalmente nas obras financiadas. Os agentes financeiros são extremamente rigorosos com os prazos de conclusão de cada etapa da obra. "É por isso que o pessoal da construção civil trabalha com sol ou com chuva. Se o prazo não for cumprido, é prejuízo para a construtora", afirma Alexandre.

A J. C. Poliseli e Irmãos, que começou fazendo apenas um tipo de serviço, hoje realiza obras bastante diversificadas. Além da sua tradição em estruturas de concreto, a empresa faz também obras de saneamento, como os reservatórios que estão sendo construídos em Paranaíba, serviço contratado pela Sanepar, além da execução de coberturas, pontes e construção de piscinas. Para garantir o cumprimento dos prazos e toda execução dos serviços, a J. C. Poliseli e Irmãos conta hoje com cerca de 80 funcionários.

De pai para filho

Seguindo a trilha do pai, os irmãos fundaram a empresa que hoje é um referencial para as construtoras

O gosto pela construção os cinco irmãos herdaram do pai, Ernesto Polizeli, que era carpinteiro. "Seu" Ernesto chegou com a família em Maringá, vindo de Marialva, em 1950. Aqui ele começou construindo casas de madeira para os colonizadores da cidade.

"Seu" Ernesto era ajudado neste trabalho pelos dois filhos mais velhos, Alberto (que hoje não trabalha mais com os irmãos) e Anselmo. Nesta trilha seguiram os outros quatro filhos, Alexan-

dre, José Carlos, Adécio e Severo, que acabaram fundando, em sociedade, a J. C. Poliseli e Irmãos.

Mas antes mesmo da empresa existir, eles já trabalhavam com estruturas de concreto. A primeira obra feita por eles foi o prédio do Indaiá Hotel. "Isso já faz tempo. Acho que foi há mais ou menos 23 anos", recorda Alexandre. Mas a primeira obra da empresa, já com registro e tudo, "como manda o figurino", foi o prédio do frigorífico Parplan, que hoje é a fábrica da Sadia.



Os três primeiros colocados receberam troféus

FEIMAR

Criatividade premiada

Participantes da IV Feimar comemoraram final da exposição com almoço e ACIM distribuiu prêmios aos melhores estandes

O encerramento da IV Feimar foi comemorado com um almoço, no dia 13 de outubro, no CTG Rincão Verde em Maringá. Durante o almoço foram entregues os troféus para os estandes premiados durante a feira.

O júri foi composto por uma comissão especial, formada por técnicos e empresários representando diversos setores. No julgamento foram considerados o visual, a decoração e a visitação.

Os estandes premiados foram o da Nova Pedra Mármore e Granitos, que ficou com o terceiro lugar; da Shandola Noivas, segundo colocado; e da Modulaque Móveis, o primeiro colocado.

Além dos expositores e de seus fami-

liares, estiveram presentes também à festa de encerramento várias autoridades, entre elas o prefeito Ricardo Barros, o secretário de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico, Paulo Roberto Pereira de Souza, o secretário de Indústria, Comércio e Agricultura do município, Remo Longo e a diretoria da Associação Comercial e Industrial, capitaneada pelo presidente, Fernando Henriques.

A organização da festa de encerramento foi comandada pela presidente do Conselho da Mulher Empresária, Maria Aparecida Bekner da Silva, juntamente com suas companheiras de diretoria.

SERVIÇO

A ACIM é assim

Além de congregar, defender e representar os interesses da livre iniciativa, a ACIM oferece às suas associadas vários serviços

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC) - destinado ao fornecimento de informações cadastrais de pessoas físicas mantendo um arquivo de informações fornecidas por todas as empresas filiadas ao sistema. Realiza intercâmbio com todos os SPCs do Brasil recebendo e transmitindo dados de clientes inadimplentes;

SISTEMA VÍDEO-CHEQUE - totalmente informatizado com informações de cheques cadastrados no Banco Central, cheque extraviados, furtados e de emitentes de cheques sem fundos na praça de Maringá;

DEPARTAMENTO TÉCNICO-INFORMATIVO - presta informações trabalhistas, previdenciárias, tributárias, índices econômicos, tributos federais, estaduais e municipais;

SETOR COPIGRÁFICO - dotado de fotocopiadoras, mimeógrafo, plastificação e encadernação. Atende as empresas associadas com preços subsidiados e pagamento mensal;

TELEX - para recebimento e transmissão de mensagens, a preço de custo;

BIBLIOTECA TÉCNICA - com acervo à disposição das associadas, mantendo assinatura de periódicos, diários oficiais da União, estado e município, legislação e outros;

AUDITÓRIO - para uso das empresas associadas;

CONVÊNIO - com hotéis em diversas cidades do país, com descontos oferecidos mediante a apresentação da carteira de associado da ACIM.

DECIDIDAMENTE!



DEDICAÇÃO CONQUISTANDO CONFIANÇA.

DAMA S/A - Distribuidora de Automóveis Maringá - Av. Paraná, 1.222 - Fone: 24-7133 - Maringá - PR

Seguro contra riscos

ACIM adota sistema de informações comerciais que reduz riscos na operação de crédito entre empresas

A Associação Comercial e Industrial de Maringá assinou no mês passado um convênio com a empresa Protector-Administração e Serviços Ltda., de São Paulo, que é a administradora do SCI - Serviço de Segurança ao Crédito Industrial.

Agora os associados da ACIM poderão contar com o mais moderno e eficiente sistema de informações comerciais, destinado a agilizar negócios e diminuir riscos nas operações de crédito entre empresas.

Para utilizar este serviço, o associado obterá uma senha, ou código de acesso, e através dela poderá receber informações sobre mais de 1,2 milhão de empresas de todo o país. Os dados fornecidos pelo SCI se referem a emissão de cheques sem fundos, protestos em cartórios, ações, falências, concordatas, etc.

O associado que tiver interesse em utilizar este serviço poderá usar o seu telex

ou o da própria Associação Comercial e Industrial.

FUNCIONAMENTO - Para o associado que for realizar no máximo 10 consultas por mês, o serviço será utilizado através do convênio com a ACIM, que fornecerá inclusive senhas ou códigos de acesso. A fatura dos serviços será feita em nome da Associação Comercial e Industrial, que depois passará os valores a serem cobrados de cada associado que utilizou o SCI.

E para aqueles empresários que desejarem um número maior que 10 consultas por mês, poderão firmar o convênio diretamente com a empresa de São Paulo, mas com a vantagem de um desconto especial por ser associado da ACIM.

Para obter mais informações sobre o SCI, é só ligar ou dar uma passada na sede da ACIM, que inclusive poderá fornecer as tabelas de preços.

**A
Revista
ACIM
está
mudando...
para melhor.**

Para anunciar

DISQUE

(0442)

26-1331

Aqui o melhor da moda acontece em quatro estações



Geoko

Av. Brasil, 3.200 - Fone: 26-5455 - Maringá

Iluminação de Natal

A Prefeitura já determinou o roteiro de ruas e avenidas para a iluminação de Natal. A Prefeitura vai assumir a despesa do consumo de energia elétrica da rede instalada em frente aos estabelecimentos comerciais, no período de 1º a 25 de dezembro.

Se alguma empresa que estiver fora do roteiro tiver interesse, é só procurar a Secretária de Indústria e Comércio do Município para que seja incluída no esquema. Abaixo, o roteiro das ruas determinado pela secretária:

ROTEIRO

AV. BRASIL - da Praça Souza Naves até a Praça Geoffrey Wildedim; **AV. COLOMBO** - da divisa do Município de Sarandi até a COCA-COLA; **RUA JOURNALBERT DE CARVALHO** - toda extensão; **RUA SANTOS DUMONT** - da Avenida Cidade de Leiria até Avenida Laguna; **RUA NÉO ALVES MARTINS** - da Avenida Cidade de Leiria até Avenida São Paulo; **AV. XV DE NOVEMBRO** - da Praça Presidente Kennedy até Avenida São Paulo; **AV. TIRADENTES** - da Praça Manoel Ribas até Avenida Anchieta; **AV. PAISSANDU** - toda extensão; **AV. RIO BRANCO** - da Praça Manoel Ribas até a Praça dos Expedicionários; **AV. CURITIBA** - toda extensão; **AV. LAGUNA** - da Avenida Riachuelo até Praça Souza Naves; **AV. HUMAITÁ** - da Praça Amália Giroldo até Avenida Euclides da Cunha; **AV. DR. LUIZ TEIXEIRA MENDES** - toda extensão; **AV. 19 DE DEZEMBRO** - da Praça 7 de Setembro até Avenida Colombo; **AV. CARNEIRO LEÃO** - toda extensão; **AV. CIDADE DE LEIRIA** - toda extensão; **AV. PRUDENTE DE MORAES** - toda extensão; **AV. MAUÁ** - toda extensão; **AV. TAMANDARÉ** - toda extensão; **AV. GUAÍRA** - toda extensão; **RUA FERNÃO DIAS** - toda extensão; **AV. BENTO MUNHOZ DA ROCHA NETTO** - toda extensão; **AV. PARIGOT DE SOUZA** - toda extensão; **RUA SILVA JARDIM** - toda extensão; **AV. PARANÁ** - da Avenida Tiradentes até Avenida Colombo; **RUA VEREADOR BASÍLIO SALTCHUCK** - toda extensão; **AV. DUQUE DE CAXIAS** - da Avenida XV de

Novembro até Avenida Tamandaré; **AV. GETÚLIO VARGAS** - toda extensão; **AV. HERVAL** - da Avenida XV de Novembro até Avenida Tamandaré; **RUA PIRATININGA** - da Avenida XV de Novembro até Avenida Tamandaré; **AV. SÃO PAULO** - da Avenida XV de Novembro até Avenida Colombo; **RUA ITAPIRÚ (Océvio Periotto)** - toda extensão; **AV. CERRO AZUL** - toda extensão; **AV. PEDRO TAQUES** - da Praça Rocha Pombo até Praça Ari de Lima; **AV. RIACHUELO** - toda extensão; **AV. MONTEIRO LOBATO** - do Colégio João XXIII até Avenida Brasil; **AV. PARANAÍ** - toda extensão; **AV. SÃO DOMINGOS** - toda extensão; **AV. TUIUTI** - da Praça Souza Naves até o seu final; **RUA MITSUZO TAGUCHI** - toda extensão; **AV. DR. ALEXANDRE RASGULAEFF** - toda extensão; **AV. LU-**

CILIO D'HELD - toda extensão; **AV. DO NA SOPHIA RASGULAEFF** - toda extensão; **RUA DOS PALMARES** - da Avenida Guaiapó até Avenida Osiris S. Guimarães; **AV. GUAIAPO** - da Avenida Colombo até a Rua dos Palmares; **AV. DAS INDÚSTRIAS** - toda extensão; **AV. OSIRIS STENGHEL GUIMARÃES** - toda extensão; **AV. MORANGUEIRA** - da Avenida Colombo até a Rua Cezar Lattes; **RUA VITÓRIA** - toda extensão; **RUA MÁRIO CLAPIER URBINATTI** - toda extensão; **RUA PARANAGUÁ** - toda extensão; **AV. MANDACARU** - toda extensão; **AV. CARLOS CORREIA BORGES** - toda extensão; **AV. KAKOGAWA** - toda extensão; **AV. DAS PALMEIRAS** - toda extensão; **AV. ALZIRO ZARUR** - toda extensão; **TRAVESSA JÚLIO MESQUITA** - toda extensão; **TRAVESSA G. ALMEIDA** - toda extensão.

Profissão: secretária

Maria Alice Pinatti

A função da secretária é de suma importância na estrutura organizacional de uma empresa e seu objetivo é assessorar diretores/gerentes, auxiliando-os no desenvolvimento de suas atribuições.

Atualmente esta profissional vem ocupando uma boa fatia do mercado, unindo a competência técnica às habilidades pessoais necessárias para o desempenho desta função.

O campo de atuação está sendo considerado bastante abrangente, alcançando empresas industriais, comerciais e prestadoras de serviços, além do assessoramento a corporações, colégios, associações, hospitais, etc.

Palavras como realização profissional e pessoal, autodesenvolvimento, treinamento, reciclagem, fazem parte do seu dia-a-dia, motivando-a dentro do contexto empresarial.

A secretária pode ser analisada sob dois ângulos: o profissional e o pessoal. Sob o aspecto profissional, é necessário um conhecimento técnico para o exercício da função. Tais como datilografia, redação comercial, noções de arquivo, etiqueta profissional, elaboração de roteiros, conferência de documentos, controle de contas-correntes através de apontamento de depósitos e descontos em bancos, necessidade de dominar um idioma para algumas empresas, técnicas de atendimento pessoal e por telefone

Como pessoa, ela deve possuir certas qualidades indispensáveis, como a

aparência, voz agradável, postura profissional, boa memória, sigilo, dinamicidade, criatividade, esforço extra, orgulho por aquilo que faz e "feeling", ou seja, sensibilidade para perceber o todo.

Quem trabalha lida diariamente com diversos tipos de clientes, desde conhecidos, desconhecidos, colegas de trabalho, amigos, familiares e superiores. O bom atendimento deve ser dado a todos, indistintamente.

O equilíbrio emocional é fator preponderante para fazer do trabalho um ambiente de boa convivência, facilitando o relacionamento.

Em se tratando de cliente, devem ser considerados aspectos fundamentais, como por exemplo, a prestação de informações corretas. A orientação deve ser dada da melhor forma possível, sem que fiquem dúvidas no ar. A forma como ela trata o cliente não pode jamais passar a idéia de descaço.

Enfim, ser secretária é fazer de sua profissão "uma arte e um desafio". Arte porque necessita, além do conhecimento técnico, de todo aquele "jogo de cintura" para lidar com as pessoas. E desafio porque está sempre correndo riscos, que tornam esta profissão emocionante, atingindo os objetivos propostos pela empresa e, conseqüentemente, sua auto-realização.

Maria Alice Pinatti é vice-presidente do Conselho da Mulher Empresária, advogada e consultora do CEAG/PR

CENTRO DE DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DE MARINGÁ

PROGRAMAÇÃO MENSAL DE CURSOS - NOVEMBRO/90

AREA/CURSOS	PERÍODO	HORÁRIO
ADMINISTRAÇÃO E GERÊNCIA Matemática Financeira Eficácia em Chefia e Liderança Recrutamento, Seleção e Treinamento de Pessoal	19/11 a 30/11 21/11 a 29/11 26/11 a 07/12	19:30 às 22:30 19:30 às 22:30 19:30 às 22:30
ARMAZENAGEM, EMBALAGEM E EXPEDIÇÃO Pacotes para Presentes	19/11 a 23/11	19:30 às 22:30
COMUNICAÇÃO Técnica Vocal Telefonista Etiqueta Social e Profissional Técnica de Falar em Público Técnica de Atendimento ao Público Relações Interpessoais e Postura Profissional	06/11 a 14/11 12/11 a 28/02 19/11 a 23/11 19/11 a 23/11 26/11 a 04/12 05/12 a 13/12	19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00
ESCRITÓRIO Datilografia Matemática Básica Organização de Arquivos Aux. de Escritório/Datilografia Aux. de Escritório/Datilografia Aux. de Contabilidade/Datilografia	12/11 a 18/02 19/11 a 03/12 26/11 a 30/11 26/11 a 05/04 26/11 a 05/04 26/11 a 05/04	20:30 às 22:30 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 08:00 às 12:00 13:30 às 17:30 18:30 às 22:30
HIGIENE E BELEZA Aperfeiçoamento para Cabeleireiros Atualização em Corte, Penteados e Escova Maquiagem Pessoal	05/11 a 04/12 26/11 a 21/12 26/11 a 30/11	19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00
INFORMÁTICA Operador de Microcomputador IBM/PC d'BASE III - PLUS - Modo Direto e Programado Operador de Microcomputador IBM/PC Operador de Microcomputador IBM/PC Operador de Microcomputador IBM/PC Operador de Microcomputador IBM/PC Operador de Microcomputador IBM/PC Operador de Microcomputador IBM/PC	03/11 a 12/01 12/11 a 27/12 17/11 a 26/01 26/11 a 27/12 27/11 a 28/12 29/11 a 31/12 10/12 a 14/01 17/12 a 22/01	13:30 as 17:30 13:30 as 15:30 08:00 as 12:00 15:30 as 17:30 10:00 as 12:00 18:30 as 20:30 20:30 as 22:30 08:00 as 10:00
PROPAGANDA Desenho Artístico com Técnicas Mistas Arranjos Natalinos A Arte de Bem Fotografar	19/11 a 30/11 26/11 a 30/11 26/11 a 04/12	19:30 as 22:30 19:00 as 22:00 19:30 as 22:30
SAÚDE Atualização para Assistente Infantil	21.11 a 29/11	19:00 as 22:00
TURISMO Reciclagem para Guia de Turismo	12/11 a 05/12	19:00 as 22:00
VENDA Intensivo de Vendas Estratégias de Venda para Final de Ano	19/11 a 23/11 26/11 a 30/11	19:30 as 22:30 19:30 as 22:30



APERFEIÇOAR-SE

É importante, a partir do momento que você, como parte da Equipe Gerencial da empresa, tem a responsabilidade de assessorá-la para atingir resultados positivos:

CURSOS NOVEMBRO/90

O PAPEL DO GERENTE NA ATUAL REALIDADE

Dias: 9/11/90 - das 19h30m às 22h30m
10/11/90 - das 8 horas às 12 horas e
das 14 horas às 18 horas.

Local: Sala de treinamento CEAG/PR -
Instrutor: Nelson Rocha, administrador
de empresas e gerente regio-
nal do CEAG/PR

ADMINISTRAÇÃO DO CADASTRO, CRÉDITO E COBRANÇA

Dias: 05/11 a 08/11/90 - das 19h30m às
22h30m

Instrutor: Paulo Afonso Tives - econo-
mista, Consultor CEAG/PR

Local: CEAG/PR MARINGÁ COMO FAZER DO ATENDIMENTO AO CLIENTE MAIS UMA FORÇA DA EMPRESA

Dias: 27 a 30/11/90 - das 19 horas às 22
horas

Instrutora: Maria Alice Pinatti, - advoga-
da, pedagoga, consultora do
CEAG/PR e Instrutora de
Treinamentos na Área Com-
portamental.

Local: Sala de Treinamento do CEAG/ PR

ASSESSORIA E TREINAMENTO ACOPLADO

Dias: 1ª Fase 19 a 22/11/90 - das 19h30m
às 22h30m

2ª Fase no decorrer dos treinamentos
Instrutor: Roberto Rinaudo - consultor
do CEAG/PR

Local: Sala Treinamentos CEAG/PR TREINAMENTO DE DESENVOLVIMENTO DE HABILIDADES EM VENDAS

Dias: 03/12 a 07/12/90 - das 19h30m às
22h30m

Local: Sala de Treinamentos CEAG/PR
Instrutor: Lourenço Fadel Filho, admi-
nistrador de Empresas, com
especialização em Marketing
e Vendas

NOVOS SÓCIOS

LOJAS BANNACH - Ind. e com. de confec., calçados, armarinhos; av. Tuiuti, 1634 - fone: 26-5969

TEM SOM - Com. de peças e acessórios para veículos; rua Paranaguá, 37 - fone: 24-2930

CONCENTRO ENGENHARIA E EMPREENDIMENTOS LTDA - Projetos de engenharia, adm. e execução de obras civis; rua Santos Dumont, 2138 - fone: 26-1025

VIGIPONTO - Com. de relógios de ponto, peças e assistência; av. Brasil, 2348 - fone: 22-4595

BOLAMEL - Fabricação e com. de bolachas, bolos, biscoitos; Lote 313 C - 1 - PQ. Indl. Gleba - Patrimônio Mandaguari - fone: 23-0192

LIMA ALIMENTOS CONGELADOS: av. Juscelino Kubitschek de Oliveira, 580 - fone: 22-5177

ESTACIONAMENTO SÃO JOSÉ - Av. Brasil, 1887 - fone: 22-1869

FACCINI - Av. São Paulo, 448 - Loja E-11 - fone: 26-1802

Com. de confec. e bijuterias.

FARINHA DE OSSO MARINGÁ - Rua Prof. Jailton Saraiva, 67 - fone: 28-5181
Ind. e com. de farinha de osso p/ ração animal.

NOVA ERA ATACADO DE MÓVEIS, ELETRODOMÉSTICOS E ARMARINHOS - Av. Colombo, 5202 - 24-3212

TECTIME - Com. de peças hidráulicas e consertos em geral; av. Mauá, 2475 - fone: 23-0967

THEAR TECIDOS - Com. de tecidos; av. Brasil, 3285 - fone: 26-3400

CRIS BLUSAS - Com. de roupas feitas e armarinhos; rua Piratininga, 457, fone: 22-9238

J. C. POLISELI & IRMÃOS LTDA - Ind. de carpintaria (madeiramento e estruturas de concreto); rua Fernandes Vieira, 71 - fone: 23-4793

OSMAN CONFECÇÕES - Com. varejista de confecções; av. Brasil, 3556 - fone: 26-2745

PERFIL - Com. varejista de artigos de vestuários e calçados; av. Herval, 395 - fone: 26-1134

TOQUE ÍNTIMO - Com. de moda íntima - atacado e varejo; av. Brasil, 3772 - 14º andar, sala 142.2 - fone: 23-1710

CAPRICO - Confec. e com. de roupas, artigos de decoração e armarinhos; rua Santos Dumont, 3289 -

fone: 24-8609

PANUS & TRAPUS - Com. de confecções e bijuterias; av. Herval, 78 - fone: 23-5114

FÁBRICA DE FURGÕES ALVORADA LTDA - Ind. de carrocerias metálicas, frigoríficas e consertos em geral; rod. PR 317 - km 4 - saída p/ Campo Mourão - fone: 24-2974

DIVIMAR - Com. de divisórias, forros, pisos com serviços de montagem; av. Morangueira, 1235 - fone: 28-1818

CONDOMÍNIO RESIDENCIAL PERUÍBE - Rua Mitsuzo Taguchi, 922 - fone: 23-1238

TIMÓTEO IMÓVEIS - Compra, venda, locação e adm. de imóveis; rua Arthur Thomas, 974 - fone: 22-7173

JÓIA ESCAPAMENTOS - Com. de escapamentos para automóveis e caminhões; av. Mauá, 3007 - fone: 26-1512

DEPÓSITO TAPEROÁ - Com. de materiais para construção; rua Rio Tape-roá, 777 - fone: 22-9075

LOJAS BANDEIRANTES - Com. varejista de tecidos e confecções; av. Cerro Azul, 133 - fone: 22-1858

A SUA EMPRESA ESTÁ EM NOSSOS PLANOS



ACIM

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL
E INDUSTRIAL DE MARINGÁ



ESCRITÓRIO "GOMES" DE CONTABILIDADE S/C LTDA.

CRC - PR 2147

CONTABILIDADE COMERCIAL,
INDUSTRIAL E AGRÍCOLA.
ASSESSORIA EMPRESARIAL E
TRIBUTÁRIAS. ORGANIZAÇÕES E
CONSTITUIÇÕES DE EMPRESAS.

AVENIDA PAISSANDU Nº 1.192 -
CAIXA POSTAL 1309 - FONE PABX (0442) 22-5693
TELEX 442-368 - END. - TELEG. "ESGO"
CEP 87050 - MARINGÁ - PR

O trabalho em sentido objetivo: a técnica

Esta universalidade e, ao mesmo tempo, esta multiplicidade de tal processo de "submeter a terra", projetam luz sobre o trabalho humano, uma vez que o domínio do homem sobre a terra se realiza no trabalho e mediante o trabalho. Assim emerge o significado do mesmo trabalho em sentido objetivo, o qual tem depois a sua expressão nas várias épocas da cultura e da civilização. O homem domina a terra quer pelo fato de domesticar os animais e tratar deles, granjeando assim o alimento e o vestuário de que precisa, quer pelo fato de poder extrair da terra e dos mares diversos recursos naturais. Mas o homem, além disso, "submete a terra".

"Nós somos testemunhas das transformações que foram possibilitadas pelo progresso da ciência e da técnica"

Muito mais quando começa por cultivá-la e, sucessivamente, reelabora os produtos da mesma, adaptando-as às suas próprias necessidades. A agricultura constitui assim um campo primário da atividade econômica e, mediante o trabalho humano, um fator indispensável da produção. A indústria, por sua vez, consistirá sempre no conjugar as riquezas da terra - quer se trate dos recursos vivos da natureza, quer dos produtos da agricultura, quer, ainda, dos recursos minerais ou químicos - com o trabalho do homem, tanto o trabalho físico como o intelectual. Isto é válido, em certo sentido, também no campo da chamada indústria dos serviços e no campo da investigação pura ou aplicada.

Hoje, na indústria e na agricultura a atividade do homem, em muitos casos, deixou de ser um trabalho prevalentemente manual, uma vez que os esforços das mãos e dos músculos passaram a ser ajudados pela ação de máquinas e mecanismos cada vez mais aperfeiçoados. Não somente na indústria, mas também

na agricultura, nós somos testemunhas das transformações que foram possibilitadas pelo gradual e contínuo progresso da ciência e da técnica. E isto, no seu conjunto, tornou-se historicamente causa também de grandes viragens da civilização, partir das origens da "era industrial", passando pelas sucessivas fases de desenvolvimento graças às novas técnicas, até se chegar às da eletrônica ou dos "microprocessores" nos últimos anos.

Se pode parecer que no processo industrial é a máquina que "trabalha", enquanto o homem só cuida dela, tornando possível e mantendo de diversas maneiras o seu funcionamento, também é verdade que, precisamente por isso, o desenvolvimento industrial serve de base para se repropor de um modo novo o problema do trabalho humano. Tanto a primeira industrialização, que fez com que surgisse a chamada questão operária, como as sucessivas mudanças industriais e pós-industriais, demonstram claramente que, mesmo na época do "trabalho" cada dia mais mecanizado, o sujeito próprio do trabalho continua a ser o homem.

"A técnica favorece o progresso em função do aumento da quantidade dos produtos de trabalho"

O desenvolvimento da indústria e dos diversos setores com ela ligados, até se chegar às mais modernas tecnologias da eletrônica, especialmente no campo da miniaturização, da informática, da telemática e outros, indica o papel imenso que, na interação do sujeito e do objeto do trabalho (no sentido mais amplo da palavra), assume precisamente aquela aliada do mesmo trabalho gerada pelo pensamento humano, que é a técnica. Neste caso, entendida não como uma capacidade ou aptidão para o trabalho, mas sim como um conjunto de meios de que o homem se serve no próprio trabalho, a técnica é indubitavel-

mente uma aliada do homem. Ela facilita-lhe o trabalho, aperfeiçoa-o, acelera-o e multiplica-o; favorece o progresso em função de um aumento da quantidade dos produtos do trabalho e aperfeiçoa mesmo a qualidade de muito deles. Mas é um fato, por outro lado, que em alguns casos a técnica de aliada pode também transformar-se quase em adversária do homem, como sucede: quando a mecanização do trabalho "suplanta" o mesmo homem, tirando-lhe todo o gosto pessoal e o estímulo para a criatividade e para a responsabilidade; igualmente, quando tira o emprego de muitos trabalhadores que antes estavam empregados; ou ainda quando, mediante a exaltação da máquina, reduz o homem a ser escravo da mesma.

Assim, se as palavras bíblicas "submete a terra", dirigidas ao homem desde o princípio, foram entendidas no contexto de toda a época moderna, industrial e pós-industrial, elas encerram em si indubitavelmente também uma relação com a técnica, com aquele mundo de mecanismos e de máquinas que é fruto de um trabalho da inteligência hu-

mana e a confirmação histórica do domínio do homem sobre a natureza.

A época recente da história da humanidade, e especialmente a de algumas sociedades, trouxe consigo uma justa afirmação da técnica como um coeficiente fundamental de progresso econômico; ao mesmo tempo, porém, juntamente com tal afirmação surgiram e continuamente estão surgindo as interrogações essenciais respeitantes ao trabalho humano em relação com o seu sujeito, que é precisamente o homem. Tais interrogações contêm em si uma carga particular de conteúdos e de tensões de caráter ético e ético-social. E por isso elas constituem um desafio contínuo para muitas e diversas instituições, para os Estados e os Governos, bem como para os sistemas e as organizações internacionais; e constituem um desafio também para a Igreja.

Serviço de Imprensa da Arquidiocese de Maringá; Carta Encíclica de João Paulo II - "O Trabalho Humano"



A política industrial de Maringá

RICARDO BARROS

“Maringá cresce, e num ritmo acelerado, tendo a possibilidade de se consolidar como um dos municípios mais bem sucedidos em todos os ramos da indústria. Nos últimos três anos, o segmento que mais cresceu no setor industrial do município foi o ramo de confecções. Ramo este que consta do levantamento realizado pela Simonsen como sendo bastante atrativo para empresários que queiram investir em nosso promissor município”

Numa administração pública, seja ela de caráter municipal, estadual ou federal, é de suma importância que seja efetuado um estudo no sentido de constatar, por exemplo, quais são as potencialidades de investimento no setor industrial, apontando inclusive as oportunidades para os pretenso empresários.

Foi isso o que fez nossa administração, cuja filosofia de trabalho é atuar para uma Maringá melhor. Depois de uma concorrência pública, a empresa de consultoria Simonsen e Associados, de São Paulo, foi contratada para efetuar um levantamento a fim de apontar as oportunidades de investimento no setor industrial. E não somente em Maringá, mas em todos os municípios da região.

A administração liberal vem manifestando a público qual deverá ser o seu tratamento para com o setor industrial. Vamos consolidar o investimento de grandes indústrias na cidade, de forma a melhorar o padrão de vida da classe trabalhadora, uma vez que as grandes indústrias, com tecnologia de ponta e mais avançadas, darão aos trabalhadores assistência completa.

Em face da realidade econômica que assola o país atualmente, e das potencialidades propor-

cionadas por nosso pujante município, torna-se oportuno possibilitar que grandes empresários ou grupos financeiros de grande poder de investimento possam ter a chance de fincar raízes em nosso solo. Ao mesmo tempo, esta atitude implicará, num médio ou longo prazo, na expansão ainda maior de nossa região, o que certamente trará uma maior renda per capita.

Maringá cresce, e num ritmo acelerado, tendo a possibilidade de se consolidar como um dos municípios mais bem sucedidos em todos os ramos da indústria. Nos últimos três anos, o segmento que mais cresceu no setor industrial do município foi o ramo de confecções. Ramo este que consta do levantamento realizado pela Simonsen como sendo bastante atrativo para os empresários que quiserem investir em nosso promissor município.

Em 1987 Maringá possuía 46 indústrias de confecções. Hoje são 128. Este segmento representa nada menos que o emprego direto para 4 mil pessoas. Se relatarmos num quadro demonstrativo o número de indústrias existentes em todo o Estado, veremos que Maringá figura como um dos municípios que mais atrai estabelecimentos neste se-

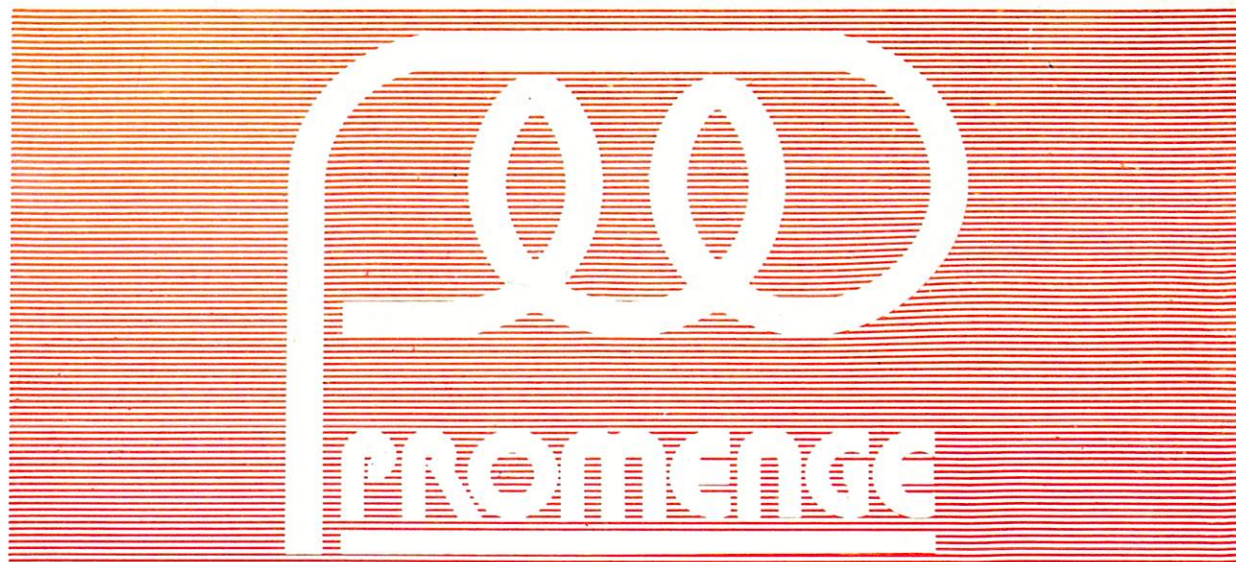
tor.

Em todo o Paraná existem hoje 23.801 indústrias, 87.313 estabelecimentos do comércio varejista, 8.348 estabelecimentos do comércio atacadista e 25.901 estabelecimentos do comércio diversos, num total de 145.363. Já a Microrregião 9, na qual Maringá está incluída, o total de indústrias chega a 1.491, além de 4.578 estabelecimentos do comércio varejista, 533 estabelecimentos do comércio atacadista e mais 1.167 diversos. Maringá possui 948 indústrias, 3.059 estabelecimentos do comércio varejista, 420 do comércio atacadista e 770 estabelecimentos diversos, num total de 5.197.

Paralelo a este levantamento, podemos constatar que 4% do total das indústrias do Paraná estão localizadas no município de Maringá. Além disso, nosso município abriga 9,8% do total das indústrias do interior. Maringá arrecada 3,4% do ICMS gerado em todo o estado e de 1988 para 1989, o município registrou um crescimento real de 46% na arrecadação do ICMS, enquanto o Estado registrou neste mesmo período um crescimento de apenas 16%.

Ricardo Barros é engenheiro civil e prefeito de Maringá

NA INDÚSTRIA, A QUALIDADE CONFIRMA
ENGENHARIA ELÉTRICA
É



Projeto · Montagem · Manutenção · Assessoria
PROMENGE · Projetos e Montagens de Engenharia Elétrica Ltda.

Rod. Pr. 317 · Km 4 · Distrito Industrial II

Fone (0442) 24-3711 - Telex 44-2245

MARINGÁ · PR

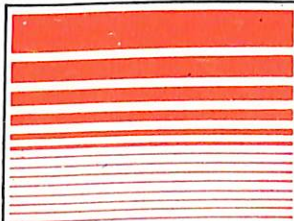
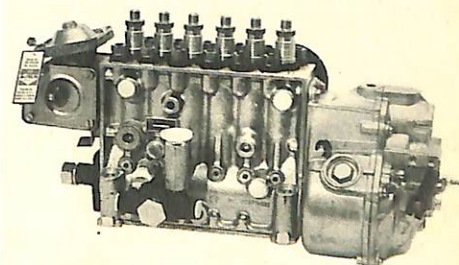
ELETRO TOYO DIESEL



**SERVIÇO AUTORIZADO
BOSCH - DIESEL E ELÉTRICO**

Peças e Acessórios
Regulagem de Bombas Injetoras
de todos os tipos.

Av. Colombo, 2972 - Fone: PABX (0442) 26-3835
CEP - 87100 - MARINGÁ - PR.



Eletro Maringá

ADALBERTO VIEIRA & CIA. LTDA.

MATERIAIS ELÉTRICOS EM GERAL

MARINGÁ - RUA JOUBERT DE CARVALHO, 299 - FONE 22-2512
Matriz - Rua Quintino Bocaiúva, 822-B - Fone 23-0999 - Londrina
Filial - Avenida Tiradentes, 858 - Fone 27-3000 - Londrina



Equipamentos
Automação Comercial/Industrial
Programas para Computadores
Assistência Técnica
Suprimentos
Cursos/Seminários

 **PS**
INFORMÁTICA

A Tecnologia ao seu alcance

P. S. EMPRESA PARANAENSE DE INFORMÁTICA LTDA.
RUA NÉO ALVES MARTINS, 2762 - SALAS 01/02
FONES: (0442) 26-1763 - CEP 87050 - MARINGÁ - PR.

Na SITTA você encontra a nova geração Nashua

NASHUA 4435

**Copiadora
Amplidora e Redutora**

A opção ideal para médios e grandes volumes de cópias. Amplia a produtividade e reduz os custos. Funcionamento perfeito e garantido em todo o território nacional.



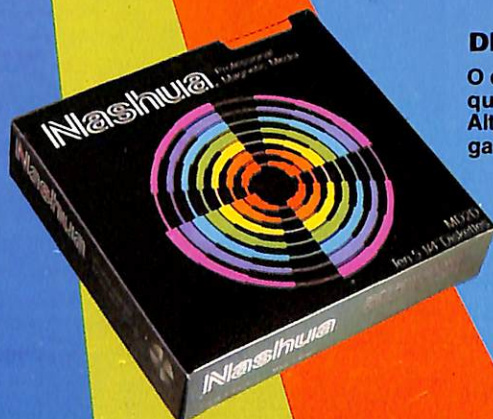
NASHUA 4020

**Nova Copiadora
Duplicadora - Digital**

Para quem exige elevado padrão tecnológico e confiabilidade de desempenho. A copiadora na medida certa para o departamento de cópias de sua empresa.

DISQUETE NASHUA

O disquete que você quer e que seu computador merece. Altíssima qualidade e garantia da NASHUA.



**S
I
T
T
A**

Comércio de Máquinas Copiadoras Ltda.

Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 1153 - Fone: (0442) 25-3601 - Maringá - PR