

Marketing
Mudando antigos conceitos

ACIM

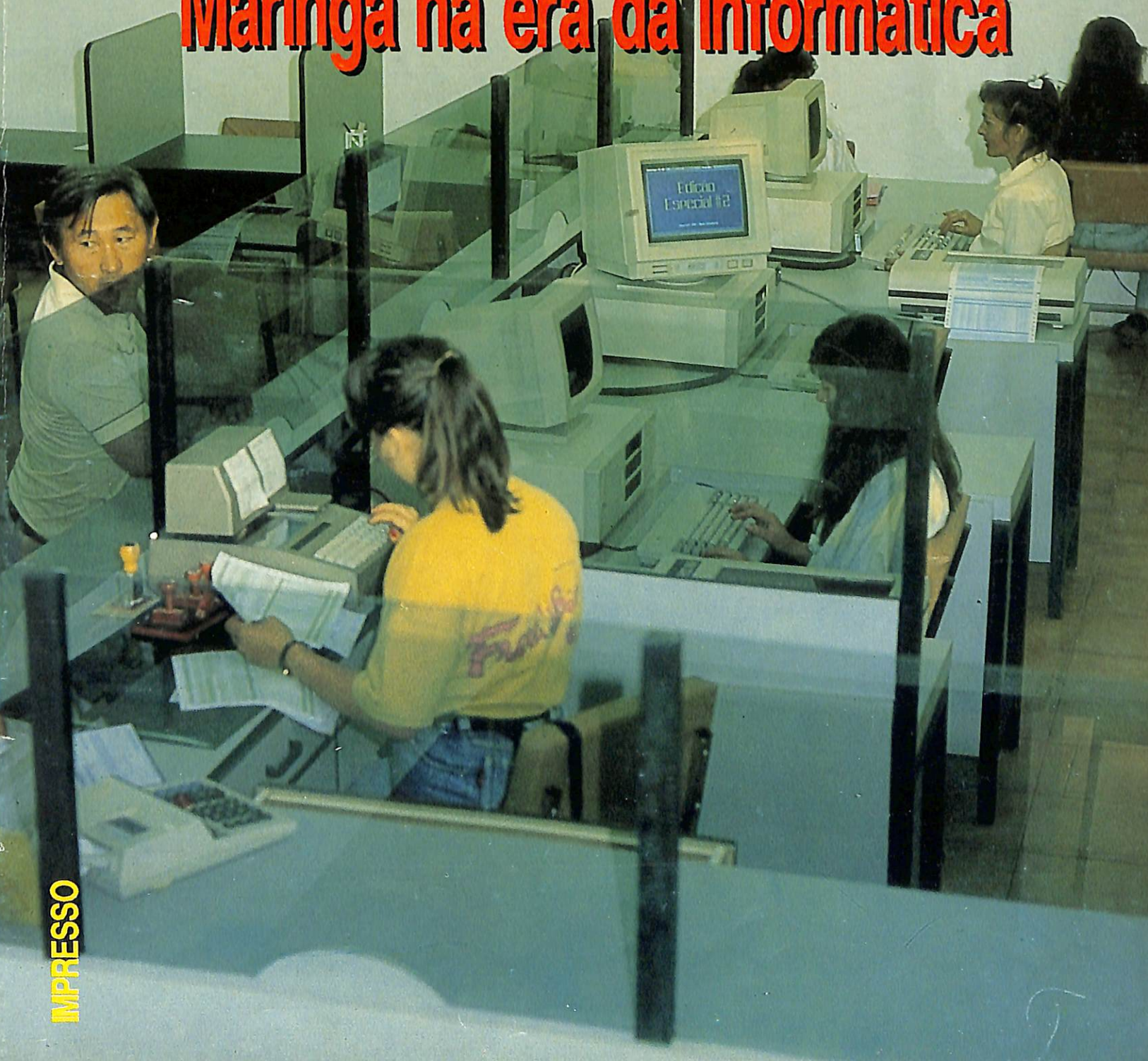
REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

DEZEMBRO/90
Nº 306
ANO 27

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

Informatização do Comércio II

Maringá na era da informática

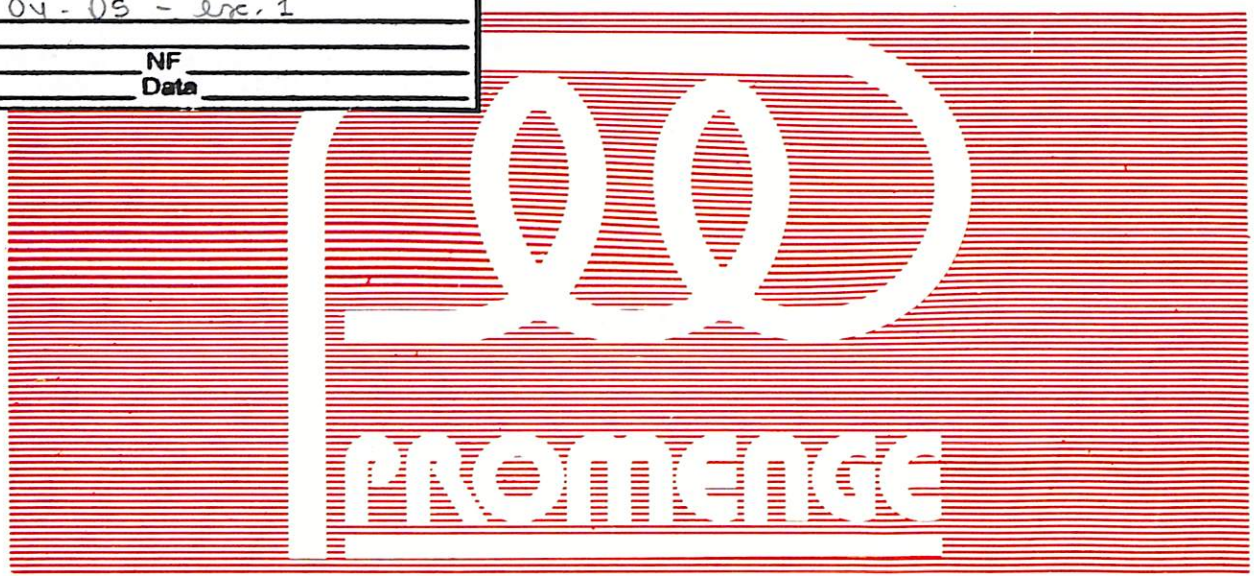


IMPRESSO

ACIM

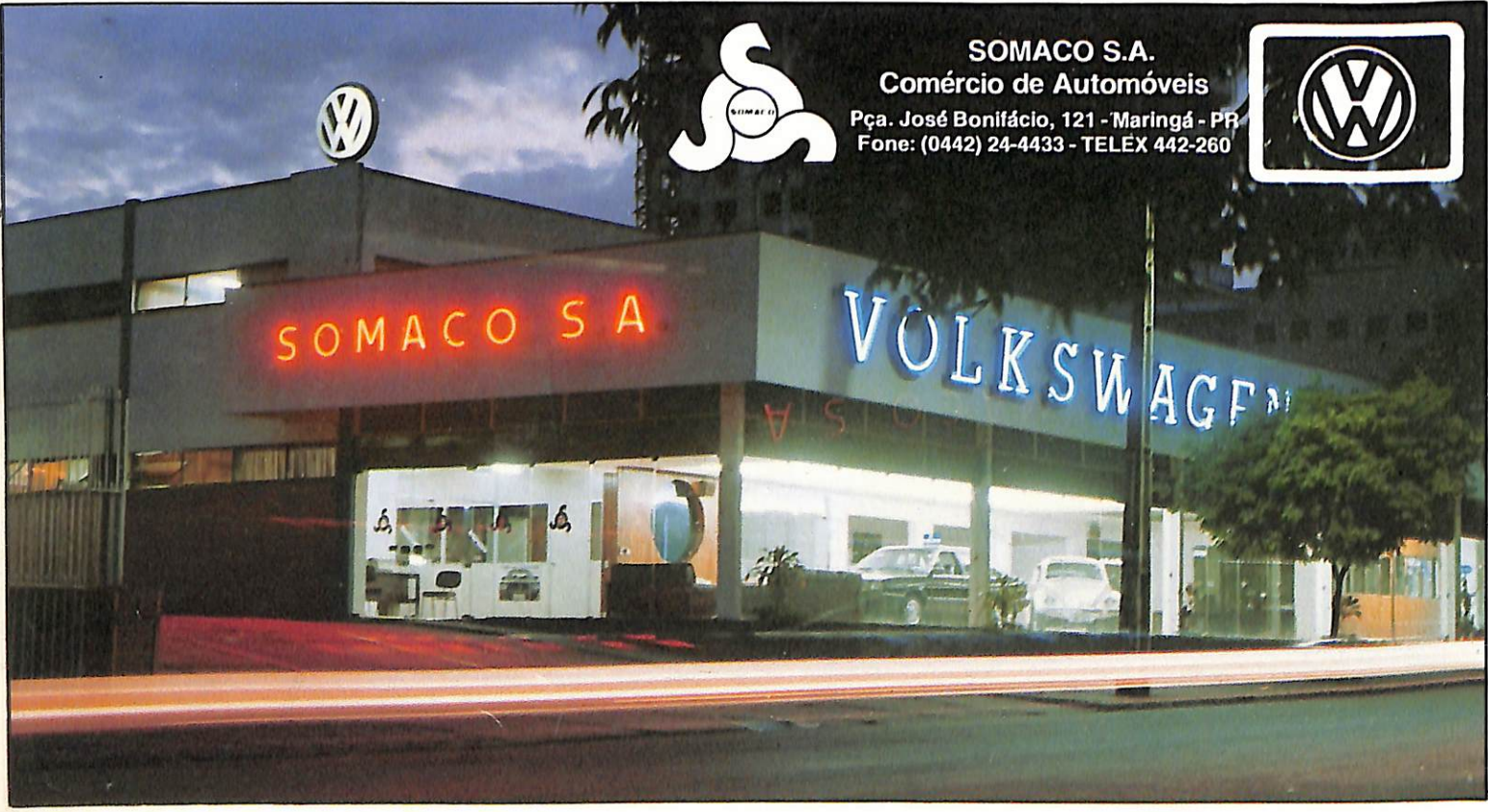
Clas. 050
R454
Reg. 0245
Data 22-04-08 - enc. 1
Proced. _____
NF _____
R\$ _____ Data _____

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

A SUA MARCA DE CONFIANÇA



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



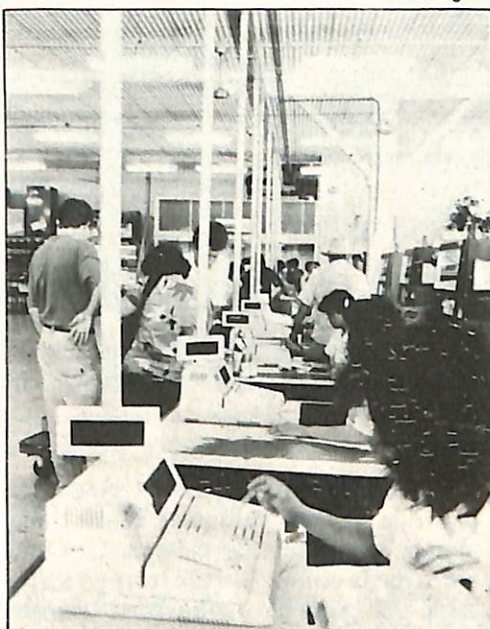
UMA ENTIDADE EM DEFESA DA LIVRE INICIATIVA

Empresas de Maringá apostam na informática

Vera Regina

A cada dia que passa, a informática vem se consolidando como instrumento definitivo para o gerenciamento das empresas. Em Maringá, muitas delas, dos mais variados setores, têm investido cada vez mais na informatização e a opinião unânime destes empresários é de que a automação é um processo irreversível. Nesta edição, a revista ACIM trata do assunto numa matéria sobre a experiência de 7 empresas e dos progressos que elas obtiveram com a informática. Com esta matéria fica concluído o tema Informatização do Comércio, que começou a ser explorado na edição de novembro como forma de mostrar as vantagens e os resultados da informática e de que maneiras o empresário deve planejar as etapas para informatizar sua empresa.

Leia nesta edição também uma entrevista com o presidente do Conselho Nacional de Associações Comerciais - CONESC, César Rogério Valente, que esteve em Maringá no mês passado. Valente fala sobre o plano econômico do governo Collor de Mello, afirmando que o Brasil tem conserto, mas é neces-



sária uma dose de sacrifícios para que a economia retome seu curso normal. Valente defende uma correção nos rumos do plano econômico para que as empresas possam sobreviver a este período de dificuldades. Porém estas alterações, no seu ponto de vista, devem ser feitas de modo a não prejudicar a es-

sência do plano.

Em tempos de reviravolta na economia, uma das formas de se manter no mercado e enfrentar a concorrência é o marketing. Mas para investir e obter retorno, o empresário precisa, em primeiro lugar, mudar conceitos antigos e começar todo um trabalho de base dentro da empresa. E isso só pode ser alcançado através de um trabalho sério e planejado de marketing, que deve abranger todos os setores da empresa. Nesta edição uma matéria com Carlos Alberto Ribeiro, especialista em marketing, com pós graduação no exterior e larga experiência na área, assessorando empresas como a L'Oreal de Paris, Gessy Lever e Matarazzo. Segundo Carlos Ribeiro, é importante que o empresário tenha em mente que o conceito que sua empresa tem junto aos seus próprios funcionários pode influenciar de maneira direta sua imagem no mercado. Por isso é importante um trabalho envolvendo todos os setores, inclusive com a participação dos funcionários, para que se possa chegar, num trabalho de equipe, aos resultados desejados.

Vera Regina



Marketing: como se manter no mercado Pág. 30

Vera Regina



Maringá conta agora com centro de vendas no atacado Pág. 27

Foto da Capa: Júlio Kusakawa

Meu Negócio	04
Entrevista	05 e 06
Novos Sócios	07
Ensino Social Para Todos	08
Informatização do Comércio - II	09 a 14
Caderno Técnico	15 a 22
Serviço	23
Ecologia	24
Agenda da diretoria	25
Indústria	26
Confecções	27
Política	28
História Empresarial Vivida ..	29
Marketing	30 a 31
Artigo	32
Cursos	33
Penso Assim	34

ACIM

Revista de publicação mensal
da Associação Comercial e Industrial
de Maringá - ACIM
Rua Néo Alves Martins, 2.321
Telefone (0442) 26-1331
S.P.C. (0442) 26-2299
Telex (442) 168 - Caixa Postal 1033
Maringá - PR

DIRETORIA

Presidente: Fernando Henriques
1º Vice-Pres.: Paulo Sérgio Magalhães Silva
2º Vice-Pres.: Shiniti Ueta
1º Secretário: Luis Carlos Masson
2º Secretário: Paulo Morais Badan
1º Tesoureiro: Fernando Vieira Raimundo
2º Tesoureiro: Valdecir de Brito
Diretor Adjunto: Massao Tsukada
Diretor Adjunto: Pedro Granado Martines

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Carlos Mamoru Ajita
Secretário: Moacir Somaggio
Membros:
Agenor Maia - Américo Fernandes - Amorim
Pedrosa Moleirinho - Antonio J. R.
Silvestre Ferreira - Eduardo Hideshiro Hase -
Euclides Sordi - Fernando José de Faria
Ferraz - Francisco Favoto - Futoshi Matsuda -
Hélio Shimabukuro - Heitor Bolela Júnior -
Joaquim Agostinho - José do Santos Ribeiro -
José Gomes Ferreira - Miguel Fujinami -
Reginaldo Nunes Ferreira -
Sabas Martins Fernandes - Shoiti
Okimoto - Simão Hirata - Tokoiti Guinoza

Membros Natos:

Alcides Siqueira Gomes - Álvaro Miranda
Fernandes - Atair Niero - Emílio Germani -
Ermelindo Bolfer - Joaquim Dutra - Luiz
Julio Bertin - Manuel Mário de Araújo Pismel -
Raymundo do P. Vermelho - Sidnei
Meneguetti - Ubirajara de Araújo Pismel -

CONSELHO FISCAL

Efetivos:

Jair Arduin
Milton Massar Morita
Orides Lopes

Suplentes:

Edmilson W. F. Brassanini
Edenilson Rossi
João Noma

DIRETOR RESPONSÁVEL

Luiz Carlos Masson

EDITOR RESPONSÁVEL

Regina Daefiol - MT-2538-PR

GERENTE ADMINISTRATIVO

Carlos Roberto Previdelli

PUBLICIDADES

Vera Regina de Paula e Silva

Programação Visual:

José Marcos P. Souza

Composição, Past-Up Fotolitos e Impressão:

**GAZETA
MARINGAENSE**

EDITORA PUBLICITÁRIA
MARINGAENSE LTDA.
Fone: (0442) 25-1140

Publicação mensal dirigida e gratuita.
Circulação nos quinze primeiros dias
de cada mês. Cartas para a Assessoria
de Comunicação Social da ACIM.

A Revista ACIM não se responsabiliza por
conceitos emitidos em matérias assinadas

Vera Regina



Buosi e seus filhos: 39 anos crescendo com Maringá

Meu negócio

Um pedaço da história de Maringá

Vindo de Neves Paulista, no interior de São Paulo, Valdemar Buosi resolveu se instalar em Maringá em 1951 a convite de um amigo que havia chegado alguns anos antes. Aqui seu Valdemar casou-se, teve 3 filhos e consolidou a tradição de sua empresa, que abriu 2 meses depois de chegar a Maringá

Quando se mudou para Maringá, em julho de 51, seu Valdemar Buosi tinha apenas uma idéia na cabeça. Um ano antes havia comprado um terreno na cidade que começava a nascer e pretendia então montar uma fábrica de refrigerantes. Dois meses depois de chegar à cidade, seu Valdemar já abria sua empresa, que até hoje funciona no mesmo local, a Avenida Mauá. "Quando cheguei aqui, esta avenida nem tinha casas ainda", recorda seu Valdemar.

Nestes 39 anos de trabalho, muita história rolou. Seu Valdemar acabou ficando raízes na cidade e se consolidou como fabricante de refrigerantes. "Na época escolhi este tipo de atividade porque já tinha trabalhado, quando criança, numa fábrica de bebidas e por isso já tinha alguma experiência no ramo". Passados dois anos da instalação da fábrica, seu Valdemar resolveu então expandir as atividades e passou também a engarrafar aguardente, vinda de diversas partes do país. "Naquela época" - conta seu Valdemar - "o consumo de cachaça era uma coisa impressionante por aqui. Era muito trabalho, muita mata para ser derrubada, muita terra para ser desbravada. E havia muitos homens que vinham para cá em busca de trabalho"

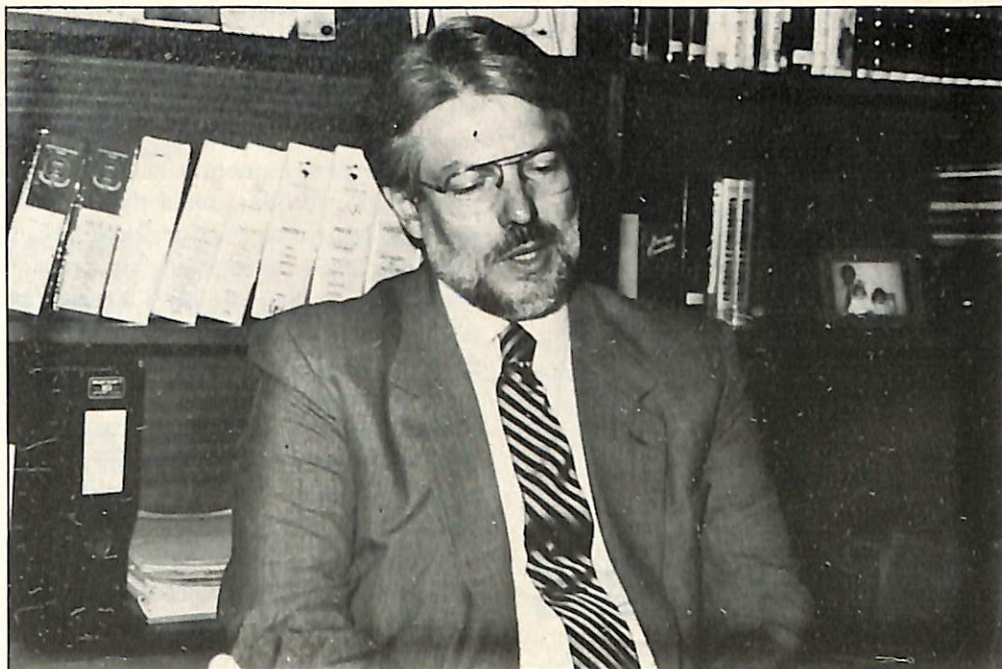
Durante 10 anos seu Valdemar conciliou as duas atividades: o engarrafamento de aguardente e a produção do guaraná e da soda-limonada Buosi. Hoje, da aguardente só restou a reserva especial que ele guarda com carinho e que costuma presentear os amigos. "O ano em que tivemos maior sucesso com

aguardente foi 1958. Foi quando nós lançamos a Caninha JK, em homenagem ao presidente da república. Tinha até um avião no rótulo, porque Juscelino gostava muito de viajar de avião", brinca Buosi.

CONCESSÃO DA BRAHMA - Com o passar dos anos, de fábrica a empresa passou a distribuidora e em 1956 passou a trabalhar exclusivamente com a Brahma. O nome também foi mudado para Comercial de Bebidas Virgínia, em homenagem à mãe de seu Valdemar - Virgínia Luppi Buosi - que veio com ele para Maringá em 1951 e que hoje tem 86 anos.

Como a empresa foi crescendo, seu Valdemar passou a contar com a ajuda dos filhos na administração. O primeiro a entrar no negócio foi Valdemar Buosi Filho, ou Didi, como é mais conhecido. Hoje com 25 anos Didi gerencia a empresa de seu pai. O mais novo dos filhos, Eduardo Buosi - o Duda - entrou para a empresa em 85 e hoje trabalha ao lado do pai e do irmão. "Hoje em dia você precisa se empenhar muito mais numa empresa, porque a concorrência é maior do que naquele tempo", explica seu Valdemar.

Mas, com a ajuda dos filhos, o negócio foi se expandindo. Hoje a distribuidora é a segunda maior da Brahma na região Norte. Funcionando num prédio de 2.500 metros quadrados, a Comercial de Bebidas Virgínia comercializa 20 mil caixas de cerveja e de 25 a 30 mil caixas de refrigerantes Brahma por mês, atendendo Maringá e mais 8 municípios da região.



Valente: confiança na política econômica de Collor

ENTREVISTA:

Crescimento com uma dose de sacrifício

César Rogério Valente é catarinense de Lages e hoje ocupa um dos cargos mais importantes no setor empresarial brasileiro: ele é presidente do Conselho Nacional de Associações Comerciais - CONASC. A liderança junto ao empresariado foi conquistada graças à sua participação nas lutas em defesa dos interesses da categoria. César Rogério Valente esteve em Maringá no dia 6 de novembro, e proferiu pa-

lestra no auditório da Associação Comercial e Industrial. Depois ele concedeu entrevista à revista ACIM, em que falou sobre as medidas econômicas do governo Collor e colocou que, apesar de todas as dificuldades, ele acredita que o Brasil vai derrotar a inflação e retomar o crescimento econômico. Mas neste processo, segundo ele, a recessão é uma consequência inevitável.

ACIM: O senhor acredita que as medidas adotadas pelo governo Collor vão realmente consertar a economia do Brasil?

CÉSAR ROGÉRIO VALENTE: No longo prazo eu tenho a convicção de que estas medidas acabarão debelando a inflação, embora isso signifique uma recessão muito profunda na economia brasileira. Mas a recessão é necessária para que os objetivos da política econômica sejam alcançados. Por outro lado, eu acredito que podem ser feitos pequenos reparos, algumas mudanças de rumo na política da ministra Zélia Cardoso de Melo. Especialmente agora que estamos numa fase de muitas dificuldades em termos de vendas e enfrentamos o desemprego. Isso está trazendo a retração das atividades econômicas, que até dezembro, eu

acredito, deverão registrar um índice de queda de 20 a 30 por cento em relação ao mesmo período do ano passado. As modificações na política econômica, no aspecto periférico do plano, são perfeitamente possíveis e passam pela compreensão por parte dos técnicos da área econômica do governo de que, se persistir este processo que estamos vivendo hoje, seremos obrigados a conviver com concordatas e dificuldades de muitas empresas outrora sadias. Então, estas correções deverão passar em primeiro lugar pela reavaliação das taxas de juros, que estão impedindo as atividades produtivas deste país.

ACIM: Então o senhor acredita que a recessão é um mal necessário para derrubar a inflação neste momento?

CÉSAR ROGÉRIO VALENTE: Eu diria

que ela é uma consequência inevitável. Nós devemos recordar um pouco e aí vamos constatar que, em governos anteriores – como o de Sarney, por exemplo, quando tivemos o Plano Cruzado e as correções feitas posteriormente pelos ministros Bresser e Maílson – a característica foi uma política econômica sem persistência. Toda vez que surgiam alguns indícios de dificuldade, imediatamente o governo recuava por causa da fraqueza do presidente da república de então. Mas agora não é o caso e o governo não vai recuar em seus objetivos. Mas eu acho que podemos ter alguns paleativos, para permitir que aquelas empresas que momentaneamente estão em dificuldades sérias possam reagir, mas sem prejudicar a essência do plano.

ACIM: O senhor concorda com as afirmações feitas pela ministra Zélia de que o empresariado brasileiro prefere a inflação porque se beneficia dela?

CÉSAR ROGÉRIO VALENTE: Eu conheço bem a ministra e não acredito que ela tenha feito uma afirmação com este grau de generalidade. Nós temos, como em toda a sociedade brasileira, alguns segmentos na área empresarial que se beneficiavam da inflação elevada. Nós tínhamos cartéis, oligopólios, monopólios, empresas que atuavam na reserva de mercado e que sempre foram servidas pelas benesses governamentais e por políticas de juros subsidiados. Entretanto, a grande maioria dos empresários brasileiros nunca foi beneficiada pela inflação alta. Portanto, se a ministra endereçou estas afirmações àquelas empresas que realmente se beneficiavam com a inflação alta, então acho que ela está correta.

ACIM: Sempre houve muito paternalismo na economia do Brasil por parte do governo. O senhor acredita que as empresas vão sobreviver sem ele?

CÉSAR ROGÉRIO VALENTE: Nós sempre lutamos muito pela desregulamentação da economia. Sempre propugnamos a economia de mercado, em que a liberdade fosse prioritária e que o consumidor fosse o árbitro na fixação de preços através de um maior ou menor consumo. Então esta desregulamentação vai prejudicar – eu diria até alijar do mercado – todas as empresas que se acostumaram a viver à sombra do governo. Mas a maioria dos empresários será beneficiada com a queda da inflação e muitas empresas que souberam lutar sozinhas neste período irão se recuperar e encontrarão nas regras de mercado a retribuição para seu esforço.

ACIM: O governo Collor tem pregado a "era da modernidade" no país. O que seria para o senhor esta modernidade?

CÉSAR ROGÉRIO VALENTE: Modernidade significa liberdade acima de tudo. Liberdade no campo político – que nós hoje já temos consolidada – e liberdade no campo econômico, com a possibilidade das regras normais de compra e venda e oferta e procura. A liberdade de importar e exportar, além da liberdade de exercer as atividades em qualquer dia e hora da semana. É uma economia desvinculada do estado, em que a peça fundamental

é sempre o consumidor. Onde o estado deve ser o árbitro, mas sem interferir na liberdade de mercado.

ACIM: O senhor acredita na teoria de alguns economistas de que 91 vai ser ainda mais difícil?

CÉSAR ROGÉRIO VALENTE: Sim, acredito que em 1991 vamos conviver com uma recessão bastante acentuada. Eu acho apenas, volto a repetir, que o governo terá que fazer pequenas correções no rumo da política econômica, para que as empresas possam sobreviver, apesar das dificuldades.

Administração

Diálogo na empresa dá resultados

Roberto Adami Tranjan

"Assim não dá!", exclama irritado o gerente de vendas. "Nossa equipe vem atingindo mensalmente as metas de vendas e a empresa está sempre sem dinheiro!".

"Acontece que nossos preços estão defasados e não conseguimos uma boa margem de lucro", explica com ar cansado o gerente financeiro.

"Não é possível!", retruca mais indignado ainda o gerente de vendas. "Estamos vendendo a preços superiores aos da concorrência. Só conseguimos atingir nossas metas por causa das boas condições de atendimento que estamos oferecendo, esticando um pouco o prazo para recebimento. A margem de lucro está baixa por causa desses juros altos que você contrata com os bancos".

"Mas o que eu posso fazer? Se necessitamos de recursos, temos que recorrer aos bancos e os juros encontrados são aqueles que pagamos", responde inconsolável o gerente financeiro.

"A verdade é a seguinte", afirma categórico o gerente de vendas. "O problema está nas despesas financeiras. Enquanto não nos livrarmos dessas despesas financeiras não teremos bons preços para negociar. Teremos que continuar oferecendo prazos maiores do que os da concorrência. Aliás, estamos tirando leite de pedra, já que conseguimos aumentar nossos volumes de vendas e atingir nossas metas. Estamos fazendo nossa parte. Você é quem deve cumprir a sua".

E fim de papo.

Qualquer semelhança com fatos reais não é mera coincidência. O diálogo acima não é raro. Costuma existir em muitas

empresas, principalmente entre as áreas comercial e financeira. O fim do diálogo também é muito parecido com este. Tudo fica do jeito que estava quando começou e a empresa não cria alternativas que possam tirá-la do impasse.

Se analisarmos a conversa acima podemos extrair alguns pontos que são muito comuns em muitas empresas.

1º) Durante todo o tempo o diálogo é embasado em sentimentos, impressões, palpites. Não existem informações que fundamentem a conversa. O único dado concreto é o "volume de vendas". Não existem mais dados. Todos "acham", ninguém tem certeza. Faltam informações gerenciais que permitam a tomada de decisões.

2º) O gerente financeiro está acuado diante da prepotência do gerente de vendas. Afinal, o gerente de vendas consegue atingir suas metas e o gerente financeiro não consegue resolver o problema de caixa. Aqui existe um outro problema comum nas empresas: o famoso "faz o teu que eu faço o meu". Os objetivos principais não são determinados e consensuados, impedindo que todos direcionem seus esforços no mesmo sentido.

3º) Na impossibilidade de operar a preços melhores, o gerente de vendas tem orientado sua equipe no sentido de oferecer prazos mais dilatados para que seus clientes efetuem seus pagamentos. Isso traz uma necessidade de recursos adicionais para que a empresa possa financiar seus clientes. Na medida em que o lucro não consegue cobrir esta nova ne-

cessidade de recursos, a empresa recorre aos bancos, em busca de auxílio financeiro. Resultado: mais despesas financeiras, menos lucros.

4º) O gerente de vendas vangloria-se do seu crescimento nas vendas e das metas atingidas. Ora, aumentar as vendas implica mais estoques, mais duplicatas a receber, mais despesas operacionais, e, portanto, mais necessidade de caixa. O gerente de vendas está mais atrapalhado do que ajudando.

5º) O gerente financeiro não está tomando medidas que possam orientar a ação da área comercial. Não se utiliza do principal instrumento de orientação que é o planejamento financeiro. Com isso não consegue demonstrar ao gerente de vendas os impactos causados pela forma de trabalhar que a empresa está adotando. Na falta de informações e de projeções, os gerentes não conseguem decidir. Resultado: a empresa perde em rentabilidade e enfraquece-se diante da concorrência.

6º) O diálogo não deu em nada. Os erros serão repetidos e a situação agravada. Os gerentes da empresa não criaram planos de ação que pudessem reverter o quadro.

Para retomar o diálogo, o gerente financeiro deveria estar munido de relatórios gerenciais, com informações atualizadas e confiáveis de onde pudesse extrair os seguintes dados:

– qual o tamanho de lucro que a empresa necessita?

– quais as alternativas de formação de preços que garantam um menor volume de vendas e um maior montante de lucros?

– escolhida a alternativa acima, qual o melhor "mix" de produtos que orienta uma melhor composição dos estoques, e por conseguinte, das compras?

– qual a estrutura ideal de custos fixos?
– para as várias relações de volumes e de preços, quais as novas necessidades de capital de giro que a empresa terá para financiar sua atividade?

– que redução de preços pode ser compatibilizada com a redução de prazo das vendas?

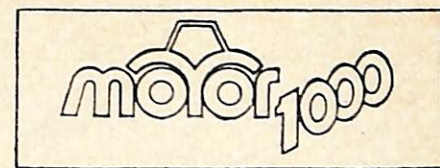
Essas e outras questões deverão ser conhecidas na reunião de decisão dos gerentes da empresa. A partir daí torna-se mais fácil escolher a melhor alternativa e combinar os novos objetivos e metas. O novo diálogo decorrerá, sem dúvida nenhuma, em alto estilo.

Roberto Adami Tranjan, sócio-diretor da TCA – Tranjan Consultores Associados

fonte: O Estado de São Paulo

N OVOS SÓCIOS

- MOTOR 1000
Av. Colombo, 2749 – fone: 26-2838
Mecânica e auto peças para Veículos
- ELETRO CANÇÃO
Av. Brasil, 2250 – fone: 22-1558
Com. de Materiais elétricos
- REFLEXO MODAS
Rua Taí, 543 – fone: 28-7113
Com. varejista de confecções
- SUPERMERCADO PARAÍSO
Rua Guaiapó, 483 – fone: 28-5514
- AUTO PEÇAS CINCO ESTRELAS
Av. Morangueira, 931 – fone: 24-5168
Com. de peças, reparação e manutenção para Veículos
- BATA CALZATURE
Praça Pedro Alvares Cabral, 94 – fone: 23-2062
Com. varejista de calçados e bijuterias
- YUPOINT
Rua Julio Meneguetti, 218 – fone: 22-6549
Com. de roupas feitas e industrializadas
- ARRUDA IMÓVEIS
Av. Parigot de Souza, 581 – fone: 24-0468
Compra, venda, locação e administração de imóveis.
- DEMAVEL
Av. Brasil, 6840 – fone: 24-3982
Com. de peças e mecânica para Veículos.
- JACARÉ CAÇA E PESCA
Av. São Paulo, 1033 – fone: 22-2967
Ind. e com. de lanternas e mat. p/caça e pesca.
- PAUAN JEANS
R. Mitsuzo Taguchi, 497 – fone: 28-6473
Ind. e com. de confec.
- SERPEL
Av. Brasil, 5709 – fone: 24-8965
Com. de mat. elétricos
- TECIDOS NOSSA SENHORA APARECIDA ATACADO
R. Joubert de Carvalho, 942 – fone: 23-4422
Com. atacado de tecidos e confec.
- SUPERMERCADO CIDADE CANÇÃO
Av. São Domingos, 1215 – fone: 26-4654
- PAPAGAIO AUTO PEÇAS
Av. Colombo, 2185 – fone: 22-9929
Ind. e com. de auto peças
- ENGEAS
Av. Cerro Azul, 1542 – fone: 22-6898
Projetos e obras de engenharia
- DATAPRO
Av. Riachuelo, 682 – fone: 22-4477
Treinamento de informática, comercialização de sistemas
- COURAMA
Av. Brasil, 3573 – fone: 22-8481
Ind. e com. de artigos de couro e confec.
- ARLYSUL CONFECÇÕES
Av. Morangueira, 668 – fone: 26-3352
Ind. e com. de confec., calçados, armarinhos e papelaria.



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

A
Revista
ACIM
está
mudando...
para melhor.
Para anunciar
DISQUE
26-1331

DECIDIDAMENTE!



DEDICAÇÃO CONQUISTANDO CONFIANÇA.

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

O Trabalho em Sentido Subjetivo

O Homem Sujeito do Trabalho

Para continuar a nossa análise do trabalho em adesão às palavras da Bíblia, em virtude das quais o homem tem o dever de submeter a terra, é preciso concentrarmos agora a nossa atenção no trabalho no sentido subjetivo; e isto muito mais do que fizemos pelo que se refere ao significado objetivo do trabalho, porquanto tocamos só brevemente aquela vasta problemática, que é perfeita e pormenorizadamente conhecida dos estudiosos nos vários campos e também dos mesmos homens do trabalho, segundo as suas especializações. As palavras do Livro do Gênesis, a que nos referimos nesta nossa análise, falam de maneira indireta do trabalho no sentido objetivo; e de modo análogo falam também do sujeito do trabalho; no entanto, aquilo que elas dizem é assaz eloquente e carregado de um grande significado.

O homem deve submeter a terra, deve dominá-la, porque, como "imagem de Deus", é uma pessoa; isto é, um ser dotado de subjetividade, capaz de agir de maneira programada e racional, capaz de decidir por si mesmo e tendente a realizar-se a si mesmo. É como pessoa, pois, que o homem é sujeito do trabalho. É como pessoa que ele trabalha e realiza diversas ações que fazem parte do processo do trabalho; estas, independentemente do seu conteúdo objetivo, devem servir todas para a realização da sua humanidade e para o cumprimento da vocação a ser pessoa, que lhe é própria em razão da sua mesma humanidade. As principais verdades sobre este tema foram recordadas ultimamente pelo Concílio Vaticano II, na Constituição *Gaudium et Spes*, especialmente no capítulo primeiro dedicado à vocação do homem.

E assim aquele "domínio" de que fala o texto bíblico, sobre o qual estamos meditando agora, não se refere só à dimensão objetiva do trabalho, mas introduz-nos, ao mesmo tempo, na compreensão da sua dimensão subjetiva. O trabalho, entendido como processo, mediante o qual o homem e o gênero hu-

mano submetem a terra, não corresponderá a este conceito fundamental da Bíblia senão enquanto, em todo esse processo, o homem, ao mesmo tempo, se manifesta e se confirma como aquele que "domina". Este domínio, em certo sentido, refere-se à dimensão subjetiva ainda mais do que à objetiva: esta dimensão condiciona a mesma natureza ética do trabalho. Não há dúvida nenhuma, realmente, de que o trabalho humano tem seu valor ético, o qual sem meio-termos, permanece diretamente ligado ao fato de que aquele que o realiza ser uma pessoa, um sujeito consciente e livre, isto é, um sujeito que decide por si mesmo.

Esta verdade, que constitui em certo sentido a medula fundamental e perene da doutrina cristã sobre o trabalho humano, teve e continua a ter um significado primordial para a formulação dos importantes problemas sociais ao longo de épocas inteiras. A Idade Antiga introduziu entre os homens uma própria diferenciação típica em categorias; segundo o tipo de trabalho que realizavam. O trabalho que requeria do trabalhador o emprego das forças físicas, o trabalho dos músculos e das mãos, era considerado indigno dos homens livres, e por isso eram destinados à sua execução os escravos. O Cristianismo, ampliando alguns aspectos já próprios do Antigo Testamento, neste ponto operou uma transformação fundamental de conceitos, partindo do conteúdo global da mensagem evangélica, e sobretudo do fato de aquele que, sendo Deus, se tornou semelhante a nós em tudo, ter passado a maior parte dos anos da vida sobre a terra junto de um banco de carpinteiro, dedicando-se ao trabalho manual. Esta circunstância constitui por si mesma o mais eloquente "evangelho do trabalho"; aí se torna patente que o fundamento para determinar o valor do trabalho humano não é em primeiro lugar o gênero de trabalho que se realiza, mas o fato de aquele que o executa ser uma pessoa. As fontes da dignidade

do trabalho devem ser procuradas sobretudo não na sua dimensão objetiva, mas sim na sua dimensão subjetiva.

Em tal concepção quase desaparece o próprio fundamento da antiga diferenciação dos homens em grupos, segundo o gênero de trabalho que eles faziam. Isto não quer dizer que o trabalho humano não possa e não deva ser de algum modo valorizado e qualificado do ponto de vista objetivo. Isto quer dizer somente que o primeiro fundamento do valor do trabalho é o mesmo homem, o seu sujeito. E relaciona-se com isto imediatamente uma conclusão muito importante de natureza ética: embora seja verdade que o homem está destinado e é chamado ao trabalho, contudo, antes de mais nada, o trabalho é "para o homem" e não o homem "para o trabalho". E por esta conclusão se chega a reconhecer justamente a preeminência do significado subjetivo do trabalho sobre o seu significado objetivo. Partindo deste modo de entender as coisas e supondo que diversos trabalhos realizados pelos homens podem ter um maior ou menos valor subjetivo, procuramos todavia pôr em evidência que cada um deles se mede sobretudo pelo padrão da dignidade do mesmo sujeito do trabalho, isto é, da pessoa, do homem que o executa. Por outro lado, independentemente do trabalho que faz cada um dos homens e supondo que ele constitui uma finalidade – por vezes muito absorvente – do seu agir, tal finalidade não possui por si mesma um significado definitivo. De fato, em última análise, a finalidade do trabalho, de todo e qualquer trabalho realizado pelo homem – ainda que seja o trabalho mais humilde de um "serviço" e o mais monótono na escala do modo comum de apreciação e até o mais marginalizador – permanece sempre o mesmo homem.



BR 369: pioneirismo nos terminais PDVs e na comunicação de dados

Informatização do Comércio - II

Maringá na era da informática

A semelhança do que ocorre em todo país, as empresas de Maringá também investem na informatização, cada uma procurando a melhor alternativa, em função de suas necessidades e disponibilidades de recursos. Um fator importante neste processo é o curso de Processamento de Dados da Universidade Estadual de Maringá, criado em 1975 e que coloca à disposição do

mercado regional profissionais qualificados. E não apenas do mercado regional. Grandes empresas de todo o país têm contratado os profissionais da área de informática saídos da UEM.

Um fato comum a todas empresas que investem na informatização é a constatação de que este é um processo irreversível, devido às facilidades gerenciais obtidas, pro-

porcionando, sem dúvida alguma, inúmeras vantagens competitivas.

Na continuação da matéria sobre informatização do comércio, iniciada na edição de novembro, que enfocou o nível de informatização no Brasil, esta edição mostra exemplos de várias empresas maringáenses, de diversos setores do comércio, que investem na informatização de forma constante.

Tendo dado os primeiros passos em informatização há 8 anos, o ATACADÃO é uma das empresas que neste caminho encontrou a condição para manter um ritmo de expansão constante e segura.

O primeiro sistema implantado foi o de controle de estoques do atacado, partindo a seguir para a emissão de pedidos de venda e notas fiscais.

Em dezembro de 1985 foi inaugurado o supermercado, com automação de frente de loja, através de utilização de PDVs nos check-outs e terminais de impressão de notas fiscais, integrados com os sistemas de automação de retaguarda

(sistemas comerciais e administrativo/financeiro).

Os sistemas são suportados por supermicros Digirede, utilizando-se a programação em linguagem Cobol, que a empresa deverá substituir em 1991 por Dataflex – Sistema Gerenciador de Banco de Dados Relacional –, que já foi implantado na matriz em São Paulo e em outras 5 filiais da empresa.

A troca da linguagem Cobol pelo Dataflex objetiva proporcionar maior agilidade no desenvolvimento e manutenção dos sistemas, que passarão a englobar o controle de crédito, cobrança, concilia-

ção bancária, controle de fluxo de caixa e outros. Os sistemas de automação têm proporcionado ao ATACADÃO rapidez e segurança nas questões que envolvem a análise de compras e manutenção dos níveis ideais de estoque, hoje em torno de 6 mil itens.

Outro fator importante, na opinião do gerente administrativo do ATACADÃO, Laércio Peraro, “é que atualmente, dado às constantes oscilações de mercado, fica impossível, numa empresa deste porte, manter gestões comercial e administrativo/financeira eficientes, equilibrando a oferta de mercadorias a preços

competitivos e variedade, com o fluxo de caixa”.

Através da automação a empresa consegue também obter informações sobre a lucratividade de cada item e a produtividade de suas lojas e seus vendedores, que hoje chegam à casa de 60 entre internos e externos, só na filial de Maringá.

Outro exemplo na área de supermercados é o MUSAMAR, que começou a se preocupar com a agilização dos processos de controle de estoque em 1978. No início, todo o processamento era feito no NPD – Núcleo de Processamento de Dados – da Universidade Estadual de Maringá. Mas no mesmo ano o MUSAMAR passou a ter computador próprio, utilizando atualmente equipamentos SISCO, operando um sistema de automação de retaguarda todo integrado e on-line, desenvolvido por equipe própria de analistas e programadores em linguagem Cobol.

Agora o MUSAMAR pretende partir para a automação de frente de loja, por causa da ampliação da loja da Av. Colombo, que de 4 mil m² passará até 7 mil m² de área de vendas. As dificuldades de implantação da automação de frente de loja, conforme Jorge Uchimura, diretor da empresa, está nos altos custos do PDVs e nas constantes alterações da legislação fiscal.

A alternativa encontrada e que será implantada no início do próximo ano será a instalação de 40 terminais on-line, com impressora nos check-outs, que emitirá as notas fiscais de venda. Este processo, na opinião do diretor, é mais simples e barato do que a utilização de

terminais PDVs. O MUSAMAR já vem fazendo experiência desde 1988 com um micro PC off-line (não interligado ao sistema de retaguarda), para atender os clientes que necessitam de notas fiscais completas em suas compras.

O MUSAMAR é mais uma entre muitas empresas que reconheceram a necessidade de se informatizar para poder prestar um melhor atendimento aos seus clientes e tornar a operação das lojas mais ágil, além de obter informações em nível gerencial de modo completo, rápido e seguro. Tanto que os investimentos em hardware e software são permanentes. Para a automação de frente de loja da Av. Colombo está previsto um investimento de 8 milhões de cruzeiros, em valores atuais.

Também do ramo de supermercados, a COOFBRAN – Cooperativa de Consumo dos Funcionários do Banco do Brasil de Maringá – está começando a implantar a automação de frente de loja, após ter desenvolvido os sistemas de retaguarda. Tendo em seu cadastro aproximadamente 5 mil itens e realizando cerca de 55 mil movimentações de saída de produtos por mês – o que representa um faturamento mensal de 40 milhões de cruzeiros –, a COOFBRAN adquiriu 6 PDVs e 1 microcomputador AT 386 da SID.

Para isso foram investidos 5 milhões de cruzeiros, desde a implantação do sistema, que deverá estar funcionando dentro de 90 dias, até o desenvolvimento do software por equipe própria. Os sistemas de automação de frente de loja visam melhorar o atendimento aos cooperados, além de agilizar e tornar mais seguros os

Vera Regina



Atacadão: Informatização é o segredo da vantagem competitiva

sistemas de retaguarda, que englobam a gestão de compras e estoques e gestão administrativo/financeira, através dos controles de contas a pagar e receber.

Além dos supermercados, outros setores do comércio de Maringá também se informatizam. É o caso da CONFECÇÕES BANDEIRANTES, que há 8 anos começou seu processo de automação com um microcomputador e atualmente conta com 20 micros da Microtec nas lojas de Maringá, Cascavel e na Fábrica de Acolchoados Maringá, empresa do grupo. Os microcomputadores estão interligados, dentro de cada uma das lojas, por um sistema de rede de fabricação Amplus. O processo de troca de dados entre as lojas – as lojas ainda não estão interligadas – é feito através de disquetes.

Os sistemas são desenvolvidos na própria empresa, sob o gerenciamento do administrador de empresa Luis Fernando Ferraz e do tecnólogo em processamento de dados Carlos Alexandre Ferraz, utilizando-se o sistema de gerenciamento de banco de dados Clipper. A empresa calcula, em valores atualizados, que o investimento em equipamentos e sistemas chega à casa dos 12 milhões de cruzeiros. Mas o investimento é compensado pela agilização dos processos de controle de estoque, principalmente porque hoje a empresa possui em seu cadastro cerca de 6 mil itens, que implicam numa movimentação mensal de aproximadamente 180 mil peças de confecções. Apesar destes números é possível fazer o levantamento do estoque total da empresa em apenas 1 hora, com a utilização

Vera Regina



Musamar: aquisição de 40 terminais com impressora para nota fiscal no próximo ano

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.

Japonês não chega atrasado.

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



Relógio de ponto

AMANO EX 3000

Made in Japan

Finais de mês
Horário de verão
Ano bissexto

TUDO É AUTOMÁTICO



Relógio de Ponto

AMANO EX 5000

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



TELETEXTO

Informática sem mistério

FONE: (0442) 23-5556



Confecção Bandeirantes: modernização comandada pela nova geração

dos computadores, ou obter a posição individual dos produtos a qualquer momento.

A automação de frente de loja na **CONFECÇÕES BANDEIRANTES** é composta por microcomputadores e impressora para emissão das notas fiscais de saída de produtos, que geram informações para os sistemas de retaguarda.

Na área de materiais de construção o **DEPÓSITO BR-369** foi o pioneiro na utilização de terminais PDVs junto ao caixa, para as vendas a consumidores, com a emissão de notas fiscais simplificadas e na utilização de comunicação de dados entre a matriz em Maringá e a filial recém-inaugurada em Campo Mourão. O **DEPÓSITO BR-369** utiliza microcomputadores Microtec com o sistema operacional PC-MDS e os sistemas aplicativos são desenvolvidos na empresa em D-Base. Atualmente a empresa está em processo de troca para a linguagem Clipper.

A decisão de abrir a filial de Campo Mourão já totalmente informatizada e integrada on-line com a matriz foi tomada por causa da necessidade de obter informações sobre o estoque das duas lojas. Isto agiliza o atendimento aos clientes, já que o cadastro da empresa abriga cerca de 5 mil diferentes itens, que muitas vezes podem não estar disponíveis na loja onde o cliente está fazendo suas compras e existir no estoque da outra loja.

Para isto a interligação entre as lojas

é feita por linha dedicada Transdata da Embratel, disponível 24 horas por dia. Atualmente praticamente todas as tarefas comerciais e administrativo/financeiras são feitas com base na informatização, com exceção da contabilidade fiscal. Os valores investidos na informatização da empresa aproximam-se dos 10 milhões de cruzeiros. Segundo o gerente administrativo/financeiro da empresa, Delfino Tsukuda, este investimento vale à pena. Tanto que a empresa pretende aperfeiçoar os sistemas de gestão implantados, com a incrementação de um processo de cruzamento de informações, visando obter uma análise global dos dados de desempenho para desenvolvimento de planejamento estratégico.

Outro setor que adotou a informatização em Maringá foi o de revenda de automóveis. As duas concessionárias Volkswagen na cidade, **SOMACO** e **DAMA**, se comunicam com a fábrica através do **Edi-Intercâmbio Eletrônico de Dados**, desde fevereiro de 89. Pelo processo de comunicação de dados a fábrica informa no momento da realização da operação o que está sendo faturado e a posição da conta-corrente da concessionária junto à Volkswagen. Além deste processo de comunicação, as revendas utilizam a informatização para controle de estoque, emissão de notas fiscais e duplicatas.

Na **DAMA**, superadas as resistências iniciais por parte dos funcionários, conforme a gerente administrativa da empre-

sa, **Suely Martins**, agora os planos são de expansão do sistema, dentro de no máximo 1 ano, com a instalação de sistema multiusuário, composto de pelo menos 20 terminais, abrangendo todas os serviços da empresa. Segundo **Suely**, "apesar da limitada abrangência do sistema atual, composto por dois micros Itautec, hoje nós não conseguiríamos voltar atrás e ficar sem a informática".

Para as empresas que preferam não se envolver diretamente com o desenvolvimento de sistemas e definição de equipamentos, existe a opção criada pela **Jabur Processamento de Dados**, que além de atender as empresas do **GRUPO JABUR**, presta serviços para as **CASAS FELIPE** e **PLACAS PARANÁ**, no Paraná, e **GRUPO TARRAF** e **NEVOEIRO** em São Paulo, através do **SIGLO** - Sistema Global para administração de empresas comerciais. O **SIGLO** pode ser adquirido ou alugado como **birô**.

Ele necessita de dispor da informação, como explica o diretor superintendente da **Jabur Processamento de Dados**, **Eimanoel Ribeiro**: "Informatizar uma empresa não é bicho de sete cabeças. É preciso no entanto que o empresário saiba escolher para não adquirir somente um sistema informatizado e sim uma solução gerencial".

A filosofia que orientou o desenvolvimento deste sistema foi a idéia de que para tomar as decisões corretas o administrador não precisa de ter o computa-

Vera Regina



Jabur Processamento: solução gerencial

Com este sistema a empresa passa a operar a automação comercial através de terminais interligados por comunicação de dados on-line em real time. Isto signi-

fica que cada transação – cadastro, compra, venda, pagamento, etc. – introduzida ou modificada, fica imediatamente disponível para toda a empresa.

Vera Regina



Duma: comunicação com a fábrica através do EDI

Estes são apenas alguns exemplos de empresas que optaram pelo desenvolvimento baseados na informatização. O que se constata de comum entre todas elas, é que apesar da concorrência acirrada presente no mercado, estas empresas têm conseguido manter-se em constante crescimento.

A informatização é hoje o caminho que o empresário deve trilhar se quiser se manter no mercado, e indiscutivelmente, se quiser fazer sua empresa crescer. Apesar das resistências iniciais que possam ser encontradas na implantação da informática numa empresa, a decisão vale à pena.

Ao contrário do que possa parecer, o computador não veio para tirar o lugar do homem, e sim para ajudá-lo no desempenho de suas tarefas. Os antigos hábitos que normalmente precisam ser alterados quando a informática passa a fazer parte do dia-a-dia de uma empresa, também podem ser uma barreira. Mas como todas as outras deve ser enfrentada para que a empresa possa trilhar o caminho da modernidade.

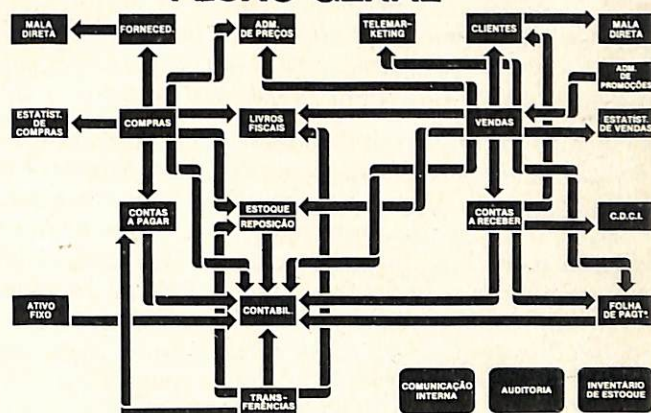
SIGLO LOJAS

A solução na medida certa para lojas de departamentos

O crescente nível de especialização e a acirrada concorrência a 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



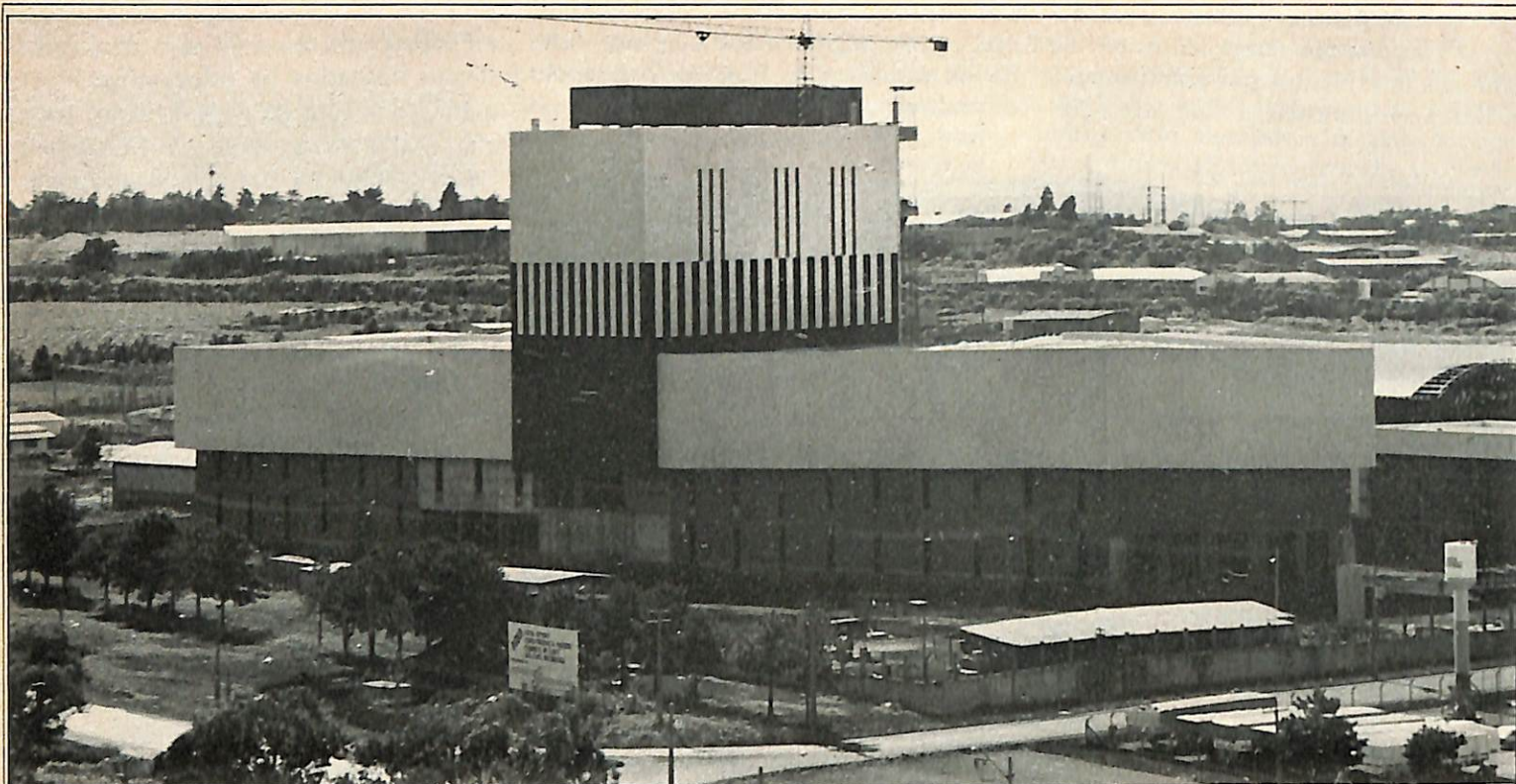
CARACTERÍSTICAS

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

JABUR

PROCESSAMENTO DE DADOS

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



Mercantil Internacional

Fábrica de Café Solúvel: projeto de prevenção contra incêndios, rede de esgoto industrial elaborado em 1990 pela PROEC Eng^a Civil Ltda.

Informe publicitário

Lei exige sistema de segurança contra incêndios

Hoje, para se construir um prédio comercial, ou mesmo para se obter a renovação do alvará de uma empresa, é preciso estar em dia com as normas de segurança estabelecidas pelo corpo de bombeiros. Uma empresa de engenharia civil de Maringá é especializada na área, oferecendo projetos e assessoramento no que se refere a equipamentos de combate e prevenção a incêndios

Há algum tempo o corpo de bombeiros de Maringá está notificando empresas para que regularizem a situação de seus equipamentos de prevenção e combate a incêndios. Inclusive agora, para obter a renovação do alvará junto à prefeitura, e também para a construção de prédios comerciais, residenciais e industriais, as empresas terão que obter primeiro a aprovação de seu sistema de prevenção e combate a incêndios pelo corpo de bombeiros.

As exigências variam de acordo com a área de cada obra: para aquelas que têm menos de 750 metros quadrados, são necessários apenas extintores de incêndio. Já para aquelas com área superior a 750 metros quadrados, o corpo de bombeiros exige, além de extintores, um sistema de hidrantes eficiente. Este sistema deve ser composto de esguichos e mangueiras, de forma que possa ser operado pelos próprios funcionários ou membros da CIPA da empresa, no caso de um princípio de incêndio.

PROJETO E ADMINISTRAÇÃO – “O empresário que não adequar sua empresa a estas exigências do corpo de bombeiros vai ter problemas para con-

seguir a renovação do alvará”, afirma o engenheiro Edison Cawahisa, que trabalhou durante 7 anos no setor de prevenção de incêndios do Corpo de Bombeiros de Maringá. Ele e seu irmão Eduardo Cawahisa são proprietários da **Proec Engenharia Civil**, empresa especializada em projetos de prevenção contra incêndios, projetos hidráulicos, elétricos e telefônicos.

O trabalho da empresa compreende toda a elaboração do projeto do sistema de prevenção e combate a incêndios, e também a administração e acompanhamento das obras. O trabalho de execução fica por conta de quem contratou o projeto, o que torna o serviço mais barato. “O preço do projeto de um sistema varia muito. Vai depender do tamanho e das condições da obra e do tipo de equipamento que precisa ser instalado”, explica Edison Cawahisa.

EXPERIÊNCIA – Os dois irmãos trabalham na área de projetos de sistemas de prevenção e combate a incêndios há 8 anos. Mas a empresa – a **Proec Engenharia Civil** – eles instalaram há 5 anos. Neste tempo eles projetaram mais de um milhão e duzentos mil metros

quadrados de obras. Entre estes projetos, estão os de empresas do porte da Cocamar, do Makro Atacadista, das Casas Alô Brasil, Transparaná, Fábrica de Café Solúvel “Mercantil Internacional”, que está em fase de conclusão.

Antes de executar qualquer projeto, o primeiro item verificado é o tamanho da obra, para que seja determinado o tipo de equipamento a ser utilizado, obedecendo as normas estabelecidas pelo corpo de bombeiros. Depois, é feita uma vistoria de toda a obra, para verificar as condições do local. Aí então o projeto é executado, adequando-se às necessidades de cada empresa. “O empresário desta forma, além de estar garantindo segurança à sua empresa, estará também obtendo uma outra vantagem: dependendo do tipo de equipamento de segurança instalado, ele poderá obter um desconto no valor pago em seguro. Em alguns casos, com o dinheiro economizado, o empresário consegue recuperar em poucos anos o que investiu em equipamentos”, explica Edison.

Proec Eng^a Civil Ltda.
Av. Dr. Luiz T. Mendes, 1242
Fone: (0442) 24-3436 – Maringá-PR

"Nova Lei de Falências"

A concordata consoante o Artigo 136 da Lei de Falências é o meio pelo qual o devedor pode evitar a declaração da falência, requerendo do Juiz, que seria competente para decretá-la, lhe seja concedida concordata preventiva. É o único meio judicial preventivo da declaração da falência, e conseqüentemente do estado jurídico da falência, em nosso direito, a qual favorecendo ao devedor desventurado e honesto, resguarda-o das severidades e conseqüências desastrosas que no geral acarretam as falências.

Prevenindo a declaração da falência essa concordata não cancela a administração do devedor, nem impede a continuação do seu negócio, e, por isso mesmo, não antecipa o vencimento dos créditos não sujeitos dos seus efeitos. Os titulares de privilégios continuam no exercício pleno de seus direitos. Não sendo envolvidos os seus interesses no processo, a ele não devem comparecer.

A concordata concedida obriga a todos os credores quirografários, comerciais ou civis, admitidos ou não ao passivo, residentes no país ou fora dele, ausentes ou embargantes. (Artigo 174 da Lei de Falências).

A Medida Provisória nº 266 de 19 de Novembro de 1.990, a seguir transcrita, veio modificar a Lei de Falências, dando nova redação aos artigos 144, 159, 163 e 210.

São basicamente três artigos da Lei de Falências (Decreto-Lei nº 7.661, de 21 de Junho de 1.945) que mudam. O Artigo 163, parágrafo único, que dispõe sobre os juros de 12% ao ano; o Artigo 175, parágrafo 6º, que trata da correção monetária; e o artigo 159, parágrafo único, que elenca os documentos necessários para se pedir uma Concordata.

MEDIDA PROVISÓRIA Nº 266 de 19 de Novembro de 1.990. (D.O.U. 20 de Novembro de 1.990)

Art. 1º – Os artigos 144, 159, 163 e 210 do Decreto-Lei nº 7661, de 21 de Junho de 1945 passam a vigorar com as seguintes redações:

“Art. 144 – Decorrido o prazo sem apresentação de embargos, será ouvido o representante do Ministério Público, no prazo de cinco dias, e, a seguir, os autos serão imediatamente conclusos ao Juiz, que proferirá sentença, concedendo ou negando a concordata pedida.

Parágrafo único. Havendo embargos, o devedor, nas quarenta e oito horas seguintes ao vencimento do prazo dos mesmos poderá apresentar contestação, indicando as provas do alegado”.

“Art. 159 – O devedor fundamentará a petição inicial explicando, minuciosamente, o seu estado econômico e as razões que justificam o pedido.

§ 1º – A petição será instruída com

os seguintes documentos:

I – prova que não ocorre o impedimento do nº I do Artigo 140;

II – prova do requisito exigido no nº I do artigo anterior;

III – contrato social, ou documento equivalente, em vigor;

IV – demonstrações financeiras referentes ao último exercício social e as levantadas especialmente para instruir o pedido, confeccionados com estrita observância da legislação societária aplicável e compostas obrigatoriamente de:

a) balanço patrimonial;

b) demonstração de lucros ou prejuízos acumulados;

c) demonstração do resultado desde o último exercício social;

V – auditorias relativas às demonstrações financeiras referidas no inciso anterior elaboradas por auditores ou contadores – desde que inexistentes aqueles na localidade, independentes e legalmente habilitados;

VI – inventário de todos os bens e a relação das dívidas ativas; e

VII – lista nominativa de todos os credores, com domicílio e residência de cada um, a natureza e o valor dos respectivos créditos.

§ 2º – Às demonstrações financeiras especialmente levantadas para instruir o pedido aplicam-se, ainda, os preceitos dos §§ 2º, 4º e 5º do artigo 176 e os dos artigos 189 e 200 da Lei nº 6404, de 15 de Dezembro de 1976, independentemente da forma societária do devedor.

§ 3º – Às demonstrações financeiras referidas no inciso V do parágrafo primeiro deste artigo, aplica-se a sistemática de correção monetária prevista pela Lei nº 7799, de 10 de Julho de 1989, e, no caso das companhias abertas, a de-

ÍNDICE

Nova Lei de Falências	15
Análise da Conjuntura	16
Economia Maringense – Indicadores conjunturais	17
FGTS – Novo Regulamento, Relatório de Consultas	19
Inspeção do Trabalho	20
Feridos – Revogação de Comemoração Antecipada ...	21

corrente das normas baixadas pela Comissão de Valores Mobiliários”.

“Art. 163 – O despacho que manda processar a concordata preventiva determina o vencimento antecipado de todos os créditos sujeitos aos seus efeitos.

§ 1º – Os créditos legalmente habilitados serão monetariamente atualizados e vencerão juros, nos termos e condições que anteriormente houverem sido acordados entre devedor e credor.

§ 2º – Se não houver ajuste a respeito, os créditos legalmente habilitados serão monetariamente atualizados de acordo com a variação do Bônus do Tesouro Nacional e os juros serão calculados à taxa de doze por cento ao ano, tudo a partir da data do ajuizamento do pedido de concordata.

§ 3º – O disposto nos parágrafos anteriores não se aplica aos créditos fiscais, que continuarão regidos pela legislação pertinente”.

Art. 210 – O representante do Ministério Público, além das atribuições expressas na presente lei, será ouvido em toda a ação proposta pela massa ou contra esta. Caber-lhe-á o dever, em qualquer fase do processo, de requerer o que for necessário aos interesses da Justiça, tendo o direito em qualquer tempo de examinar todos os livros, papéis e atos relativos à falência ou à concordata”.

Art. 2º – Esta Medida Provisória entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

São as seguintes alterações na Lei de Falências:

a) Os juros e correção monetária passam a incidir sobre todos os contratos com empresas fornecedoras. O índice da correção monetária será aquele pactuado no contrato. Na ausência deste, valerá a indexação plena do Bônus do Tesouro Nacional.

b) Antes de a empresa apresentar ao Juiz a sua solicitação de concordata, terá que levar ao conhecimento do Ministério Público. Na hipótese de entrar em concordata, um Promotor acompanhará todo o processo, podendo solicitar documentação e informações que a seu Juízo sejam importantes para ter uma avaliação. Caso o Promotor constate irregularidades na moratória deverá informar ao Juiz.

c) As empresas terão que apresentar uma clara demonstração de sua situação financeira. Além do balanço patrimonial corrigido, as empresas terão de fazer demonstração de lucros e prejuízos acumulados e demonstrações de sua situação financeira, desde o último exercício social.

Análise da Conjuntura

Crescimento Atípico no Número de Títulos Protestados prevê dificuldades para 1991

O crescimento no número de títulos protestados de 105% em outubro relativamente ao mês de setembro e de 192% em relação ao mês de outubro de 1989 é, no mínimo, preocupante.

Normalmente os últimos meses do ano são caracterizados por aquecimento das vendas do comércio varejista proporcionado pelo aumento da propensão ao consumo dos indivíduos, devido, principalmente, a dois fatores:

* Aumento na demanda de bens semi-duráveis, sobretudo na linha de vestuários;

* Aumento na demanda de bens duráveis (eletrodomésticos, eletroportáteis e eletroeletrônicos) e artigos para presente.

Dois pressupostos básicos explicam este comportamento no mercado consumidor:

No primeiro caso: O lançamento da linha de produtos do vestuário feminino e masculino, primavera-verão, estimulando o consumidor a renovar seu guarda-roupas ;

No segundo caso: a aquisição de bens duráveis para reposição de aparelhos eletrodomésticos e eletroeletrônicos antigos por produtos modernos, que oferecerão maiores recursos em função de apresentarem tecnologia mais avançada, aliado à antecipação das compras natalinas, tendo em vista o recebimento do 13º salário, geralmente utilizado para este fim.

Estes estímulos ao consumo levam muitos indivíduos incautos a contraírem dívidas que extrapolam sua capacidade de pagamento, o que os tornam inadimplentes. Tal fato contribui para o aumento no volume de títulos protestados durante os últimos meses do ano. Portanto, até determinado ponto, o crescimento no número de títulos protestados encontra-se dentro das expectativas.

No entanto, um aumento de 105% durante um mês está bem acima de qualquer previsão, principalmente quando o valor atingido é maior numa série de 82 meses correspondente ao período janeiro de 1984 a outubro de 1990.

Este quadro torna-se ainda mais preocupante ao associarmos o número de títulos protestados ao indicador con-

juntural que representa o movimento das vendas a crédito no comércio varejista, a saber, o número de consultas ao SPC.

A variação de 5,19% no número de consultas ao SPC no mês de outubro relativamente ao mês de setembro, de -2,13% em relação a outubro de 1989 e uma previsão de queda para o mês de novembro de aproximadamente 15%, confirmam o fraco desempenho das vendas a prazo do comércio varejista durante o ano corrente relativamente ao ano de 1989. O acumulado janeiro/outubro de 1990 comparado ao mesmo período do ano de 1989 apresenta uma redução de 5,57% no número de consultas. Se considerarmos as previsões para o mês de novembro a queda é ainda maior, 6,92% aproximadamente.

Nestes termos, analisando paralelamente o comportamento dos dois indicadores conjunturais durante o mês de outubro – aumento considerável no número de títulos protestados contra um pequeno acréscimo no número de consultas ao SPC com tendências díspares para o mês de novembro, provável estabilidade ou aumento do primeiro e queda do segundo – somos levados a crer que a conjuntura econômica atual explica-se pelas seguintes hipóteses:

* Uma vez constatado o crescimento desproporcional entre os dois indicadores analisados pressupõe-se que os agentes econômicos (indivíduos e empresas) encontram dificuldades em saldar compromissos assumidos no passado (no caso dos indivíduos, compras a prazo no comércio varejista; no caso das empresas, pagamento a fornecedores de insumos, matérias-primas e mercadorias para reposição de estoques), não sendo esta situação, portanto, consequência de uma aceleração desmedida do consumo presente.

* Partindo-se desta premissa, o lado da demanda é pressionado pela queda do poder aquisitivo dos salários e ordenados e pela inexistência de crédito pessoal no mercado financeiro. O lado da oferta, por sua vez, depara-se com uma demanda deprimida e com juros reais elevadíssimos na ponta tomadora de empréstimos, contra ganhos reais signi-

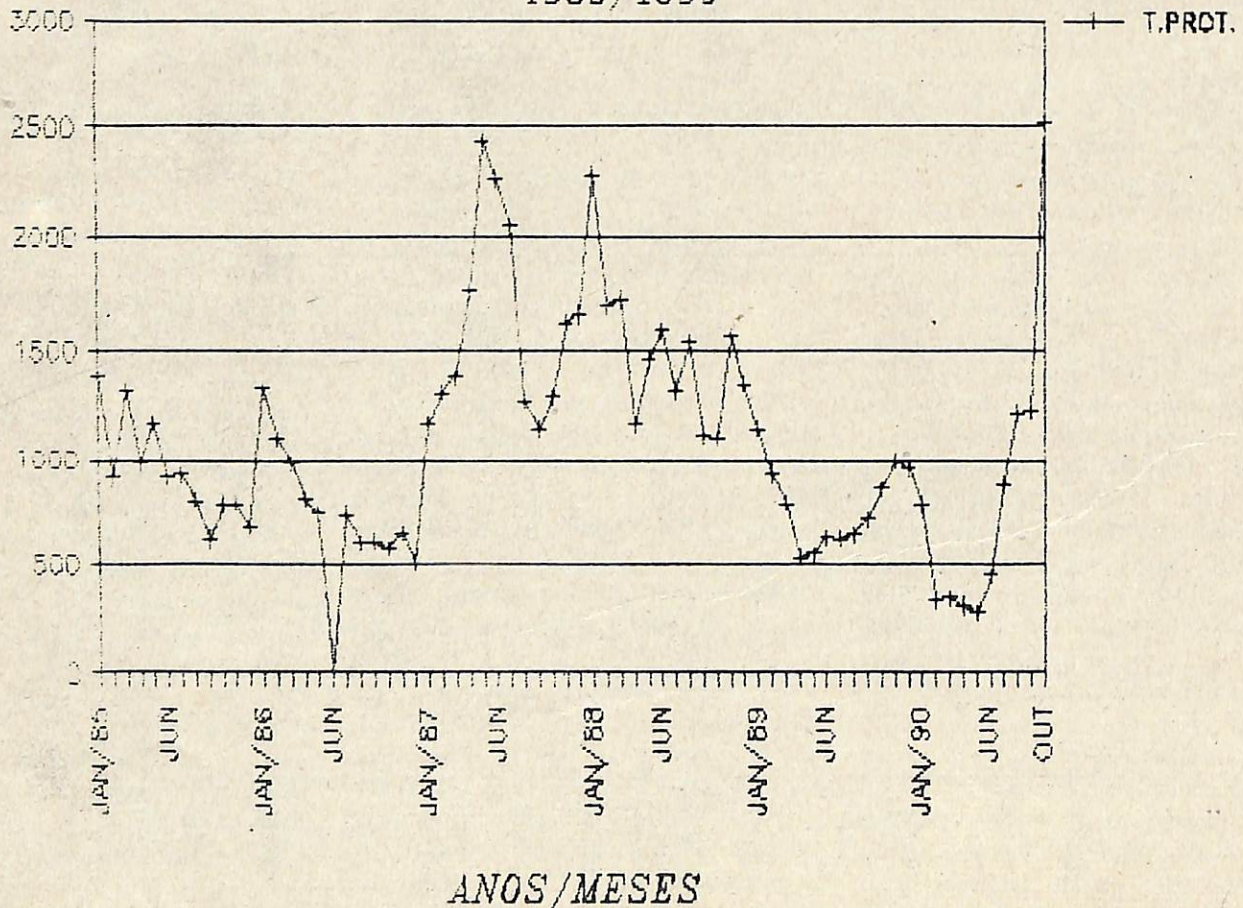
TITULOS LAVRADOS NO PERIODO QUE ABRENDE 1984 A 1990 (MES A MES)

TITULOS PROTESTADOS

ANOS MESES	1984	%	1985	%	1986	%	1987	%	1988	%	1989	%	1990	%
JANEIRO	1421	10,82	1384	12,25	1333	15,43	1166	6,03	2272	12,68	1145	12,22	788	9,47
FEVEREIRO	878	6,69	923	8,17	1094	12,66	1314	6,79	1700	9,49	932	9,95	331	3,98
MARCO	1322	10,07	1315	11,64	977	11,31	1383	7,15	1725	9,63	792	8,45	339	4,07
ABRIL	1116	8,50	979	8,67	811	9,39	1762	9,11	1164	6,50	533	5,69	305	3,66
MAIO	1150	8,76	1171	10,37	745	8,62	2428	12,55	1464	8,17	548	5,85	274	3,29
JUNHO	1082	8,24	912	8,07	0	,00	2260	11,68	1593	8,89	629	6,71	446	5,36
JULHO	1037	7,90	928	8,22	742	8,59	2047	10,58	1322	7,38	621	6,63	882	10,59
AGOSTO	997	7,59	804	7,12	603	6,98	1275	6,59	1541	8,60	643	6,86	1218	14,63
SETEMBRO	806	6,14	617	5,46	611	7,07	1140	5,89	1113	6,21	717	7,65	1226	14,73
OUTUBRO	1187	9,04	787	6,97	573	6,63	1291	6,67	1097	6,12	861	9,19	2516	30,22
NOVEMBRO	1194	9,09	793	7,02	648	7,50	1624	8,39	1567	8,75	992	10,59		
DEZEMBRO	943	7,18	682	6,04	503	5,82	1659	8,57	1354	7,56	956	10,20		
TOTAL	13133	100	11295	100	8640	100	19349	100	17912	100	9369	100	8325	100

ESTATISTICA DE T.PROTESTADOS

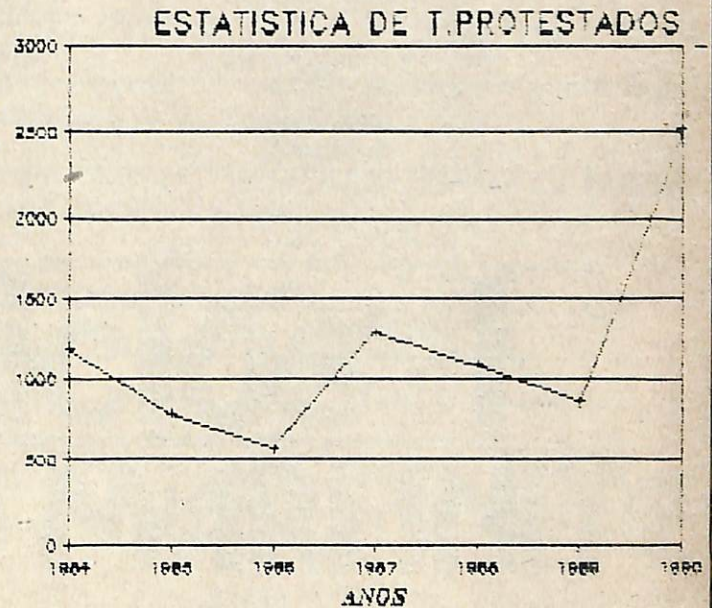
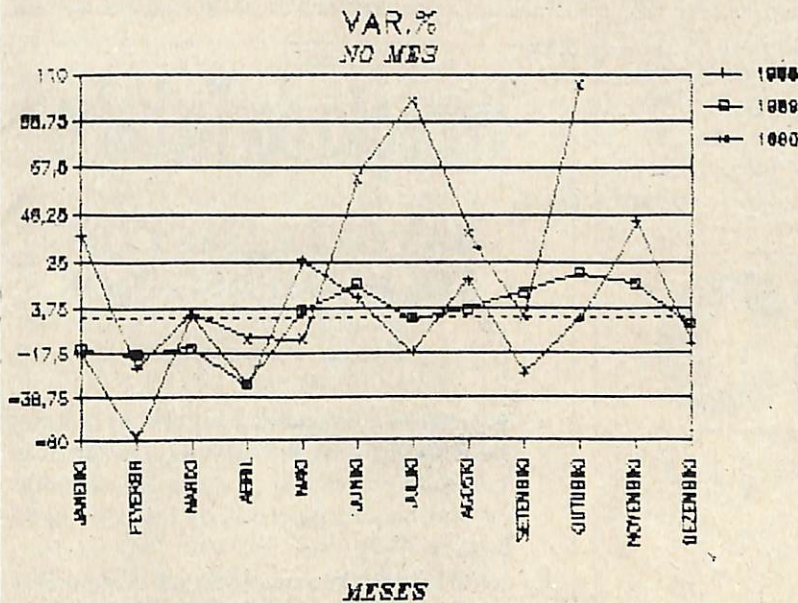
1985/1990



INDICE DE VARIACAO DO NUMERO DE PROTESTOS LAVRADOS NO TRIENIO 88/90 (BASE - MEDIA DO ANO DE 1989 = 100)

***	I	1988		1989		1990	
MESES	*** I	INDICE	VAR.% NO MES	INDICE	VAR.% NO MES	INDICE	VAR.% NO MES
JANEIRO		290,91	36,950	146,61	-15,44	100,90	-17,57
FEVEREIRO		217,67	-25,18	119,38	-18,60	42,382	-57,99
MARCO		220,87	1,4706	101,41	-15,02	48,406	2,4169
ABRIL		149,04	-32,52	68,246	-32,70	39,052	-10,03
MAIO		187,45	25,773	70,166	2,8143	35,053	-10,16
JUNHO		203,97	8,8115	80,538	14,781	57,106	52,774
JULHO		169,27	-17,01	79,513	-1,272	112,93	97,758
AGOSTO		197,31	16,566	82,330	3,5427	155,95	38,095
SETEMBRO		142,51	-27,77	91,805	11,509	156,98	,65681
OUTUBRO		140,46	-1,438	110,24	20,084	322,15	105,22
NOVEMBRO		200,64	42,844	127,02	15,215		
DEZEMBRO		173,37	-13,59	122,41	-3,629		

OBS: MEDIA MENSAL DE TITULOS PROTESTADOS NO ANO DE 1989 = 781



Fundo de garantia por tempo de serviço-novo regulamento

O empregador não mais precisa concordar, expressamente, com a opção retroativa, basta a simples declaração do empregado para que se opere. A inovação está contida no novo regulamento do FGTS, aprovado pelo decreto nº 99.684 de 08-01-90.

O decreto revoga 20 decretos anteriores e consolida normas sobre o Fundo. Prevê que, após a centralização das contas vinculadas na Caixa Econômica Federal, o que ocorrerá até 14-05-91, o

empregador fica dispensado de anotar na Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS), de cada empregado o nome e o endereço da agência do banco depositário. Além disso, a movimentação da conta vinculada pelo empregado não depende mais da expedição, pelo empregador, da "AUTORIZAÇÃO PARA MOVIMENTAÇÃO - AM", que foi extinta. No caso de despedida sem justa causa ou de extinção da empresa, o recibo de quitação das verbas rescisórias substitui a AM.

Relatório de Consultas

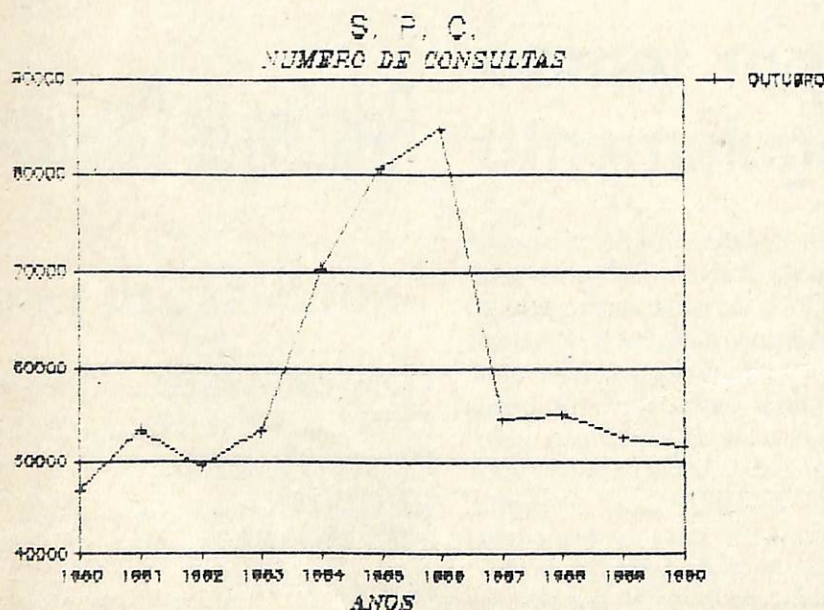
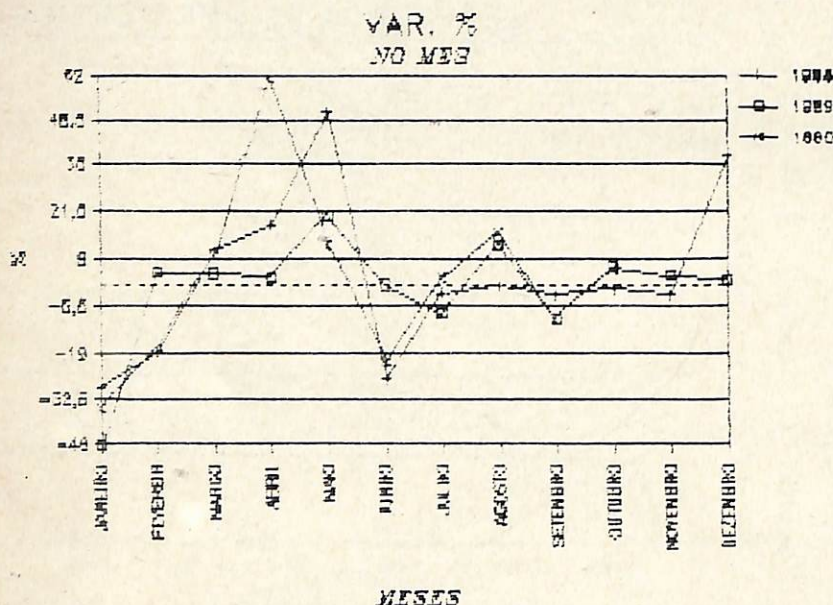
NOVEMBRO DE 1.990

CONSULTAS SPC	36.485
CONS. CHEQUES	6.046
RESPOSTAS DE REGISTRO	2.206
INCLUSÕES	3.118
EXCLUSÕES	1.213
INTERURBANOS	283

INDICE DE VARIACAO NO NUMERO DE CONSULTAS NO TRIENIO 88/90 (BASE - MEDIA DO ANO DE 1989 = 100)

MESES	1988		1989		1990	
	INDICE	VAR. % NO MES	INDICE	VAR. % NO MES	INDICE	VAR. % NO MES
JANEIRO	100,44	-28,77	81,04	-45,88	72,88	-35,00
FEVEREIRO	81,54	-18,82	84,28	4,01	60,39	-17,14
MARCO	90,14	10,55	87,43	3,73	65,63	8,67
ABRIL	105,68	17,24	89,62	2,50	105,55	60,84
MAIO	159,29	50,72	107,91	20,41	117,93	11,73
JUNHO	117,02	-26,54	108,33	,38	92,83	-21,29
JULHO	114,90	-1,62	99,75	-7,92	94,91	2,25
AGOSTO	115,27	,33	111,46	11,75	109,30	15,16
SETEMBRO	112,48	-2,42	101,19	-9,21	99,36	-9,09
OUTUBRO	111,68	-,72	106,79	5,53	104,52	5,19
NOVEMBRO	109,17	-2,25	110,07	3,08		
DEZEMBRO	149,73	37,15	112,13	1,87		

OBS: MEDIA MENSAL DE CONSULTAS NO ANO DE 1989 = 49220



Inspeção do Trabalho

NAS EMPRESAS COM ATÉ 10 EMPREGADOS

(documentos exigidos)

- a - registro de empregados, com as anotações atualizadas, inclusive a do horário de trabalho e com a indicação dos acordos ou convenções coletivas de trabalho celebradas;
- b - acordo para prorrogação ou compensação de horário de trabalho;
- c - escala de revezamento de folgas semanais, quando houver trabalho nos dias de repouso obrigatório;
- d - comunicação de admissão e dispensa;
- e - CTPS, recibo de entrega e devolução;
- f - aviso e recibo de férias;
- g - aviso prévio;
- h - pedido de demissão, se for o caso;
- i - recibo de quitação da rescisão de contrato de trabalho;
- j - cartão de inscrição no CGC;
- l - atestado médico;
- m - comprovante da entrega do Vale-Transporte;
- n - comprovante do Seguro-Desemprego (CD)
- o - recibo ou folhas de pagamento;
- p - relação de empregados (RE)
- q - guias de recolhimento do FGTS

JORNADA DE TRABALHO

A jornada de trabalho em regra geral é de 8 (oito) horas, observado o limite constitucional de 44 (quarenta e quatro) horas semanais. No entanto, a lei fixa limites inferiores para certas profissões tuteladas, ou regulamentadas.

Exemplo: cabineiro 6 (seis) horas, médico 4 (quatro) horas, jornalista 5 (cinco) horas, etc.

A jornada normal poderá ser acrescida de 2 (duas) horas suplementares, mediante acordo escrito entre a empresa e empregados (homens maiores de 18 anos), ou mediante acordo coletivo de trabalho com o sindicato da respectiva categoria profissional. No entanto a remuneração da hora suplementar será convencionalizada com pelo menos 50% (cinquenta por cento) superior à hora normal.

Será dispensado este acréscimo salarial quando se tratar de compensação de horário. Neste caso, o excesso de horas de um dia deve ser compensado pela respectiva diminuição em outro dia, de maneira que não exceda o horário normal da semana (44-quarenta e quatro horas), nem seja ultrapassado o limite das horas diárias (10 horas).

Exemplo: de segunda a sexta-feira a empresa adota jornada de 8 (oito) horas e 48 (quarenta e oito) minutos perfazendo 44 (quarenta e quatro) horas semanais e restando desta forma o sábado livre.

Para a compensação de horário a empresa necessita promover acordo individual ou coletivo homologado pelo respectivo sindicato, a não ser que este acordo esteja citado em Convenção Coletiva de Trabalho ou Dissídio, que produzirá os efeitos legais por ocasião da admissão do empregado

FÉRIAS COLETIVAS

As férias coletivas poderão ser dadas a todos os empregados da empresa ou de determinados setores

a - As férias poderão ser gozadas em dois períodos anuais, desde que nenhum deles seja inferior a 10 dias corridos.

b - Os empregados contratados há menos de 12 meses gozarão na oportunidade

de férias proporcionais, iniciando então um novo período aquisitivo.

c - Tratando-se de empregados maiores de 50 anos e menores de 18 anos, as férias serão concedidas de uma só vez.

d - Caso o funcionário não faça jus à remuneração dos dias de férias coletivas: por exemplo o empregado tem direito a 10 dias de férias e a empresa vai conceder 20 dias de férias coletivas; os 10 dias excedentes a empresa considera como licença remunerada, a ser paga em folha de pagamento normal, sem o terço constitucional, evitando assim, a ocorrência da redução de salário. Neste caso a empresa faz o recibo de férias de 10 dias com um terço, e os outros 10 dias em folha de pagamento a título de licença remunerada.

e - O empregador comunicará ao órgão local do Ministério do Trabalho, com antecedência mínima de 15 dias, as datas de início e fim das férias, precisando quais os estabelecimentos ou setores abrangidos pela medida.

f - Em igual prazo o empregador enviará cópia da aludida comunicação aos sindicato representativo da respectiva categoria profissional, e providenciará a fixação de aviso nos locais de trabalho.

Feriados - Revogação da Comemoração Antecipada

Desde 30.10.90, data da publicação da Lei nº 8.087 de 29 de Outubro de 1.990, a seguir transcrita, está revogada a comemoração antecipada dos feriados nacionais, instituída pela Lei nº 7320 de 1.985.

LEI nº 8087 de 29.10.90

O presidente da República,

Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

Art. 1º - Fica revogada a Lei nº 7320 de 11 de Junho de 1985, que dispõe sobre antecipação de feriados e dá outras providências.

Art. 2º - Esta lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 3º - Revogam-se as disposições em contrário.

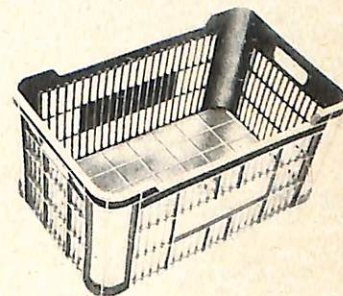
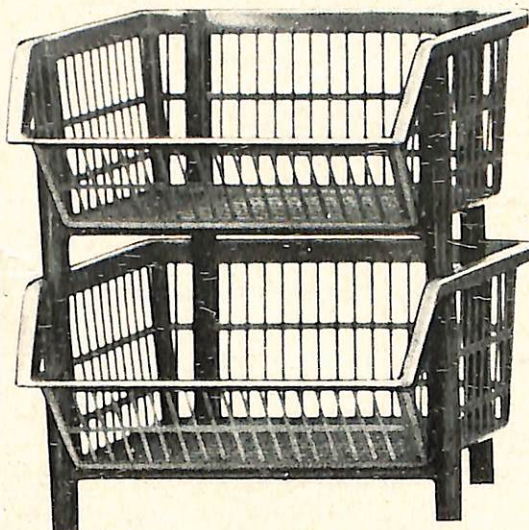
Brasília, em 29 de Outubro de 1990; 169ª da Independência e 102ª da República.

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...

DEPARTAMENTO DE ESTUDOS SÓCIO-ECONÔMICOS

INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS

INDICAD./MESES	MAI/90	JUN/90	JUL/90	AGO/90	SET/90	OUT/90	NOV/90	DEZ/90
SAL. MÍNIMO (Cr\$)	3674,06	3857,76	4904,76	5203,46	6056,31	6425,14	8329,55	8836,82
VARIAÇÃO %	0,00	5,00	27,14	6,09	16,39	6,09	29,64	6,09
SAL. FAMÍLIA (Cr\$)	52,06	54,86	69,75	74,00	86,13	91,38	118,47	125,68
VARIAÇÃO % (*)	0,00	5,38	27,14	6,09	16,39	6,10	29,65	6,09
POUPANÇA (REND.%)	5,9069	10,1580	11,3439	11,1329	13,4142	14,2785	17,2232	
M.V.R (Cr\$) (*)	527,66	785,69	861,12	954,03	1054,97	1190,53	1353,75	1579,01
VARIAÇÃO %	0,00	48,90	9,60	10,79	10,58	12,85	13,71	16,64
V.R.R (Cr\$) (*)								
1º SUB-REGIÃO	490,60	730,50	800,63	887,02	980,87	1106,91	1258,67	1468,11
VARIAÇÃO %	0,00	48,90	9,60	10,79	10,58	12,85	13,71	16,64
V.R.F (Cr\$) (*)	548,40	577,91	633,45	701,79	776,04	875,78	995,83	1161,54
VARIAÇÃO %	0,00	5,38	9,61	10,79	10,58	12,85	13,71	16,64
U.P.C (Cr\$)	592,67	592,67	684,58	684,58	684,58	946,46	946,46	946,46
VARIAÇÃO %	0,00	0,00	15,51	0,00	0,00	38,25	0,00	0,00
U.F.M (Cr\$) (*)								
PAGTOS. DE TAXAS	1454,01	1532,24	1679,49	1860,70	2057,57	2321,96	2640,30	3079,50
VARIAÇÃO %	0,00	5,38	9,61	10,79	10,58	12,85	13,71	16,64
U.F.M (Cr\$) (*)								
PAGTOS. DE IMPOSTOS	561,74	591,96	648,85	718,86	794,92	897,06	1020,05	1189,85
VARIAÇÃO %	0,00	5,38	9,61	10,79	10,58	12,85	13,71	16,64
F.G.T.S (REND.%)	5,6399	9,8803	11,0632	10,8527	13,1283	13,9904	16,9276	
BTN MENSAL (Cr\$)	41,7340	43,9793	48,2057	53,4070	59,0576	66,6465	75,7837	88,3941
VARIAÇÃO %	0,00	5,38	9,61	10,79	10,58	12,85	13,71	16,64
OVER BRUTO RENDIMENTO (%)	5,70	8,76	13,81	11,50	15,22	16,47	19,80	
OVER LÍQUIDO RENDIMENTO (%)	4,81	8,34	12,67	10,69	14,01	15,08	18,44	

OBS: MVR - MAIOR VALOR DE REFERÊNCIA; VRR - VALOR DE REFERÊNCIA REGIONAL; VRF - VALOR DE REFERÊNCIA FISCAL; UPC - UNIDADE PADRÃO DE CAPITAL; UFM - UNIDADE FISCAL DO MUNICÍPIO;

(*) OS VALORES REFERENTES AO MÊS DE DEZEMBRO NÃO FORAM DIVULGADOS PELOS ORGÃOS OFICIAIS ATÉ A ELABORAÇÃO DESTA TABELA.

IRSS - PROBABILIDADE(*) TRABALHADOR ASSALARIADO		(Competência - de- zembro)	TABELA DO IMPOSTO DE RENDA (Competência - dezembro)			
BASE DE CÁLCULO (Cr\$)		ALÍQUOTA (%)	BASE DE CÁLCULO (Cr\$)		ALÍQUOTA (%)	PARCELA A DEDUZIR (Cr\$)
ATÉ 19.823,94		8	ATÉ 50.385,00	ISENTO		
DE 19.823,95 ATÉ 33.039,91		9	DE 50.385,01 ATÉ 167.949,00	10		5.038,50
DE 33.039,90 ATÉ 66.079,80		10	ACIMA DE 167.949,00	25		30.230,85

OBS: Pagamento até 02/01/91 sem c.monetária; até 07/01/91 com c.monetária pelo btmf; a partir de 10/01/91 com c.monetária pelo btmf, multa de 10% e juros de 1% ao mês;
DEDUÇÕES: 1) Cr\$ 3.536,00 por dependente, até o máximo de cinco; 2) Cr\$ 42.429,00 por aposentadoria (uma apenas) paga por entidade pública a quem já completou 65 anos; 3) pensão alimentícia; 4) parcela de gastos com saúde que exceder a 5% da renda bruta mensal do contribuinte.

(*) OS VALORES ACIMA APRESENTADOS NÃO FORAM DIVULGADOS PELOS ORGÃOS OFICIAIS ATÉ A ELABORAÇÃO DESTA TABELA



Jamil Josepetti falou sobre o poder legislativo

Mais dois almoços empresariais em novembro

A Associação Comercial e Industrial de Maringá promoveu no mês de novembro dois almoços empresariais que contaram com a presença de políticos e empresários. Este evento é realizado a cada quinzena, com o objetivo de aproximar a classe empresarial para discutir questões ligadas ao setor. E a cada almoço, a ACIM convida uma personalidade para a realização de uma palestra.

No dia 13, o convidado foi o presidente da Câmara dos Vereadores de Maringá, Jamil Josepetti. Ele falou sobre o poder legislativo e sua função no município, no Estado e na União. Segundo Jamil, "o poder legislativo é o sustentáculo da democracia". Ele justificou sua afirmação dizendo que em 64 e durante os regimes ditatoriais, a primeira iniciativa do governo sempre foi amordaçar o legislativo, que até hoje se recorre de um certo desgaste. "Existem muitos grupos na sociedade que têm interesse nesta situação", colocou Jamil.

Segundo o presidente da Câmara dos Vereadores, o legislativo só pode cumprir seu papel com a participação da sociedade. "No caso da Câmara dos Vereadores,

por exemplo, são os segmentos da sociedade que devem levar o pensamento de toda a comunidade e suas reivindicações também".

Outro convidado para o almoço, que aconteceu no último dia 27, foi o presidente da Cooperativa dos Cafeicultores e Agropecuaristas de Maringá - Cocamar, Luis Lourenço, que abordou a situação da agricultura.

Ele começou falando de sua recente viagem à Holanda, dizendo que voltou de

lá um tanto decepcionado. "Verificamos que pouco interesse existe por lá pelos problemas do Brasil". O presidente da Cocamar contou que na Holanda existe um banco cooperativo que financia a agricultura para que ela funcione sem a ajuda do estado, uma realidade bastante diferente da vivida pelo Brasil hoje.

Durante sua palestra, Luis Lourenço disse ter sentido na Holanda a dificuldade de se trazer novos investimentos para o país. E com isso, a agricultura também é afetada. O presidente da Cocamar citou a falta de recursos para o setor por parte do governo, "o que tem levado a agricultura a uma situação insustentável".

Mas, apesar de tudo, Luis Lourenço acredita que ainda há esperanças. Segundo ele, existe a possibilidade de preços melhores para os produtos agrícolas. "É o caso da soja e do algodão, que por causa da demanda têm boas perspectivas de preço no mercado externo".

Luis Lourenço contou também que em sua viagem à Holanda ele manteve contato com o ministro da Agricultura e falou sobre as dificuldades do setor. "Cabeira creditou a culpa desta situação, em parte, à desunião dos agricultores. Mas ele também não está realmente conseguindo fazer muito pela agricultura. Ele está sem força e na Holanda se queixou disto".



O presidente da Cocamar colocou a situação da agricultura

É BOM VOCÊ PODER CONTAR COM UMA EMPRESA PARA:

- Limpeza e conservação em geral de Condomínios e Empresas
- Limpeza geral em final de obra em edifícios
- Limpeza de carpete com maquinário específico

COM 20 ANOS DE TRADIÇÃO E ATÉ NO NOME!

MARINGÁ



(0442)22-8223

PARANÁ



A poda deixou muitas árvores praticamente sem as folhas

ECOLOGIA

O verde pede socorro

Moradores e comerciantes de Maringá protestam contra a forma como a Copel fez a última poda de árvores na cidade. Segundo a opinião de técnicos da área, a poda foi feita de forma radical e fora da época certa

Maringá tem hoje 75 mil árvores de rua, entre 70 espécies diferentes. Estes números e também os parques e reservas florestais fazem da cidade uma das mais arborizadas do país. Apesar disto, moradores e comerciantes estão protestando contra a forma indiscriminada como a Copel vem podando as árvores da cidade. Em novembro, a empresa fez uma das podas mais drásticas dos últimos anos, apesar de ser primavera, época em que as árvores estão no auge de seu verde.

“Maringá é considerada o coração verde do Brasil e não podemos admitir uma coisa destas. Desta vez as árvores não foram podadas, elas foram mutiladas”. Esta é a opinião do comerciante e presidente da Associação Comercial e Industrial de Maringá, Fernando Henriques.

Junto ao coro dos moradores e comerciantes vêm se juntar os ecologistas e técnicos da área. “Veja bem, eu considero a poda um mal necessário. Mas ela deve ser feita de forma criteriosa e na época certa, ou seja, nos meses de junho, julho e agosto”, afirma o engenheiro agrônomo Aníbal Bianchini, que há 38 anos deu início ao plantio das árvores de Maringá, juntamente com a equipe da Companhia Melhoramentos Norte do Paraná. Aní-

bal explica que, da forma como foi feita, a poda vai prejudicar as árvores, diminuindo seu tempo de vida.

FISCALIZAÇÃO – Na opinião de Bianchini, a poda indiscriminada só pode ser evitada com o acompanhamento de uma pessoa realmente capacitada, que oriente o trabalho dos operários. “O verde de Maringá merece esta atenção. Apesar de ser a Copel quem contrata o trabalho das empresas que fazem a poda, cabe à prefeitura contratar um engenheiro florestal para fazer o acompanhamento. Além de caber a ela também o trabalho de fiscalização deste tipo de serviço”.

Segundo Bianchini, antes de fazer a poda, o pessoal da Copel esteve na companhia para falar sobre a necessidade do serviço. “Veja bem, eu concordo com as razões apresentadas pela Copel. Mas com que eu não posso concordar é com a poda indiscriminada e feita fora da época”. Bianchini coloca que todas as entidades e associações da cidade devem começar a discutir o assunto, porque “não adianta a gente querer fugir da realidade, dizendo que a solução são os cabos subterrâneos e estas coisas. A realidade é esta que está aí e não podemos permitir que nossas árvores continuem sendo podadas de forma radical”.

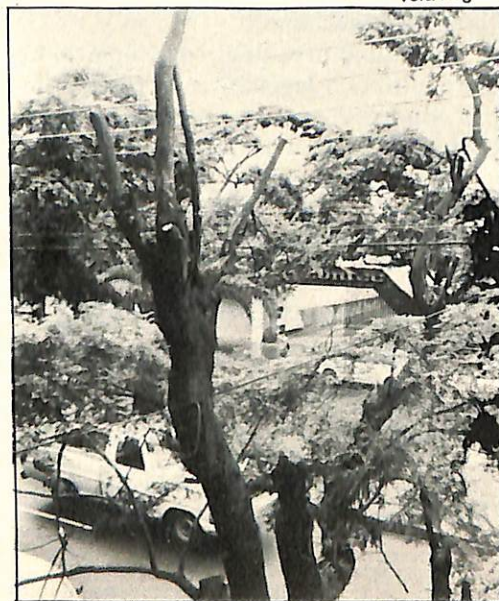
SOLUÇÃO DISTANTE – A Copel, por sua vez, afirma que o serviço foi feito desta forma porque há muitos anos que as árvores da cidade não eram podadas. “E o risco de acidentes com árvores de grande porte é muito alto. Em casos de temporais, por exemplo, a queda de galhos sobre a rede de energia pode comprometer o abastecimento da cidade inteira, como já chegou a acontecer. Sem contar o perigo que representa os galhos estarem tocando, constantemente, os fios de alta tensão”. A explicação é do gerente de manutenção da Copel, Altamiro Silvestre.

A empresa justifica que a poda não foi feita no prazo certo por causa das chuvas deste inverno. “O excesso de chuva nos meses de junho, julho e agosto prejudicou o trabalho e tivemos que fazer a poda agora, para evitar maiores danos”, explica Silvestre.

Mas, apesar de toda a discussão, a solução para este problema parece estar ainda distante. A Copel vem testando o uso de cabos com proteção de borracha para os fios de alta tensão. Só que os fios estão em experiência apenas em alguns pontos da cidade e não deverão estar aprovados tão cedo. “Faz mais ou menos um ano que estamos testando este tipo de fio. Se funcionar, as podas drásticas deixarão de ser feitas porque não haverá mais problema se os galhos tocarem a rede de alta tensão”.

Outra saída seria a colocação de cabos subterrâneos. Mas, segundo a Copel, esta é uma solução cara e inviável para uma cidade com o centro ainda em crescimento, como é o caso de Maringá. “Este sistema tem dado certo em cidades mais antigas e em pontos em que praticamente não há mais espaço para o crescimento”, explica Silvestre.

Vera Regina



Agenda da diretoria

No mês de novembro, a diretoria da Associação Comercial e Industrial cumpriu uma extensa agenda de visitas a empresas, clubes e entidades da cidade.

No dia 7, a diretoria da ACIM participou de um almoço com o Secretário de Indústria, Comércio e Agricultura de Maringá, Remo Longo, no restaurante Aldo. No mesmo dia, às 16h30m, a diretoria visitou a Câmara dos Vereadores e seu presidente, Jamil Josepetti. O presidente da ACIM, Fernando Henriques, ainda no dia 7, participou de reunião na Secretaria de Cultura e Turismo do município.

Dia 13 a diretoria esteve visitando a empresa Mercantil Internacional de Café e no dia seguinte visitou o juiz Luiz Mitsuyoshi Ta-

gushi, no fórum de Maringá. Na mesma semana, no dia 16, o presidente Fernando Henriques e o primeiro tesoureiro Fernando Vieira Raimundo estiveram presentes à abertura do I Encontro de Jornalismo de Maringá.

No dia 20 aconteceu outra edição do projeto História Empresarial Viva, promoção da ACIM e da Universidade de Maringá. Estiveram presentes à palestra representando a diretoria da ACIM, Fernando Henriques e Fernando Vieira Raimundo. E no dia 29, Shiniti Ueta esteve representando a diretoria na caravana rural promovida pela prefeitura e Emater para mostrar o trabalho de conservação de solos e micróbacias em Maringá

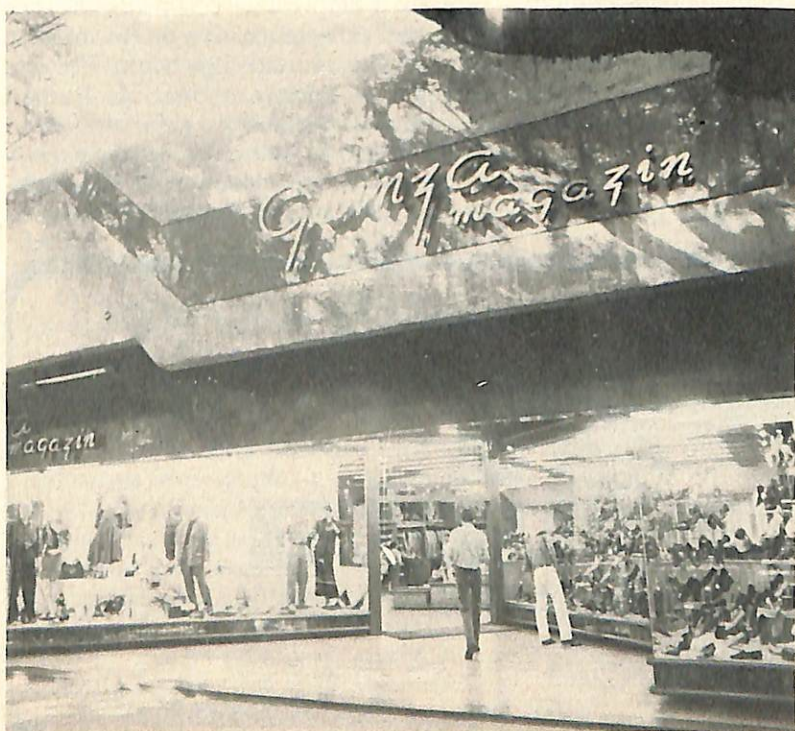
A SUA EMPRESA ESTÁ EM NOSSOS PLANOS



ACIM

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL
E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

Já aqui, a arte e inspiração estão presentes o ano todo



Guinza magazin

Rua Santos Dumont, 2.529 — Fone 22-6999 — Maringá



Prefeitura assinou contratos de venda com 12 indústrias

INDÚSTRIA

Expandindo as atividades

Indústrias de Maringá adquirem da prefeitura 20 lotes no Conjunto João de Barro I. A maioria delas já atuava em Maringá e agora tem planos de expandir suas atividades. Elas terão prazo de 2 anos para se instalar nos terrenos e a previsão é de que depois de entrar em funcionamento, as indústrias deverão gerar cerca de 300 novos empregos

Ao todo são 12 indústrias – do ramo de confecções, artefatos de cimento, produtos químicos e alimentícios – que adquiriram lotes no Conjunto João de Barro I. A solenidade de assinatura dos contratos de compra e venda aconteceu no dia 16 de novembro na prefeitura, com a presença do prefeito Ricardo Barros, do Secretário de Indústria, Comércio e Agricultura, Remo Longo, do presidente da Associação Comercial e Industrial de Maringá, Fernando Henriques e dos representantes das indústrias.

Os lotes foram vendidos pela prefeitura num plano especial e uma das condições impostas para as indústrias foi de que elas já atuassem em Maringá. A venda por este plano especial possibilitou abrir uma exceção na lei municipal 1.581/82, que determina que a prefeitura só pode vender lotes a partir de mil metros quadrados. Desta vez, foram vendi-

dos terrenos a 500 mil metros quadrados, por se tratar de pequenas indústrias. Além disso, as empresas vão poder pagar os lotes em até 24 meses.

PRIMEIRO GRUPO: A área total dos lotes vendidos às empresas chega a quase 10 mil metros quadrados. Este é o primeiro grupo de pequenas indústrias a se instalar no João de Barro I e ali elas terão inclusive facilidade na contratação de mão-de-obra. É que todo o projeto da venda dos terrenos foi feito considerando que o conjunto João de Barro I é habitado por famílias de baixa renda e que têm sido as mais atingidas pela onda de desemprego. Com a instalação das indústrias estas famílias terão uma nova perspectiva de trabalho e mais perto de suas casas, não tendo portanto a despesa com transporte coletivo.

Das 12 empresas que vão se instalar no local, apenas uma não é da cidade –

sua sede é em Sarandi. Juntas, elas vão gerar cerca de 275 novos empregos diretos e outros 200 indiretos. A previsão da prefeitura é de que as indústrias deverão construir o equivalente a 7 mil e 500 metros quadrados de área no João de Barro I.

EXPANSÃO: Muitas das indústrias que adquiriram lotes da prefeitura não estão pensando apenas em construir sede própria. Algumas têm planos já antigos de expansão de atividades. É o caso de uma fábrica de roupas profissionais, que atua em Maringá há mais de 4 anos. Com a aquisição do terreno a indústria vai construir um prédio maior do que ocupa hoje e também deixar de pagar aluguel. “Isso vai nos trazer uma economia que fará com que nossos custos também sejam reduzidos, tornando nosso produto mais competitivo”, explica Mário Pupulin, um dos diretores da indústria.

Além disso, a fábrica poderá ter instalações mais apropriadas, o que na avaliação do empresário poderá trazer uma melhoria na qualidade do produto. “Nesta época que vivemos, as empresas precisam encontrar fórmulas de reduzir custos e de tornar seus produtos mais competitivos, se elas quiserem sobreviver no mercado”. Depois que começar a funcionar na nova sede, a indústria de roupas deverá contratar cerca de 40 novos funcionários.

Isso sem contar que a empresa tem planos de entrar num outro ramo no setor de confecções: a fabricação de roupas especiais para o trabalho em câmaras frias. A empresa já tem um projeto neste sentido e há mais ou menos um ano vem desenvolvendo testes com roupas especiais que pretende fabricar, inclusive em alguns frigoríficos da cidade. “Nós já temos até a empresa aberta no papel, e se tudo correr bem, dentro de no máximo um ano já estaremos operando. Por isso adquirimos 2 lotes no João de Barro I para instalarmos mais esta indústria”, conta Mário Pupulin. A previsão do empresário é de que esta nova fábrica deverá criar pelo menos 20 novos empregos.

AGORA, COM MODERNÍSSIMO LABORATÓRIO
A SUA FOTO FICA PRONTA EM
APENAS 27 MINUTOS.



17 LOJAS AO SEU DISPOR

Paranavá - Umuarama
Assis Chateaubriand
Goioerê - Cuiabá (MT)

ÓRGÃOS MINAMI, PIANOS E
INSTRUMENTOS
DE SOPRO



REVELAÇÃO A CORES ANTES DO TEMPO

Av. Brasil, 3347 – Tel: (0442) 22-6015 — MARINGÁ - PR — Av. Herval, 620 - Tel: (0442) 23-4595



O pavilhão da feira tem 41 estandes

CONFECÇÕES

Uma resposta para a crise

Com o objetivo de encontrar uma nova opção para os industriais fugirem da crise nas vendas, há 90 dias foi criada a Feira Permanente do Vestuário em Maringá. Porém mais do que driblar a crise, a iniciativa promete conquistar um espaço definitivo no mercado

A Feira Permanente da Indústria do Vestuário foi instalada há apenas 90 dias mas já é motivo de muito otimismo. Criada com o objetivo de concentrar num único espaço várias indústrias de confecções de Maringá e região, a feira está alcançando boa média de vendas e a previsão é de que ali poderão ser arrecadados cerca de 1,5 milhão de cruzeiros por mês em ICMS.

A iniciativa da criação da feira partiu do Sindicato da Indústria do Vestuário, que congrega 35 municípios. Hoje já estão instaladas no pavilhão do parque de exposições – com uma área de 2 mil metros quadrados e que foi totalmente reformado para receber os estandes – 41 indústrias, 39 delas de Maringá, 1 de Paranavaí e 1 de Arapongas.

O sucesso já começa a aparecer e isso fez crescer o número de indústrias interessadas em montar estandes na feira. Mas agora, para entrar no negócio, o empresário tem que ter um pouco de paciência: existe uma lista de cerca de 40 indústrias interessadas e que aguardam uma oportunidade. “Além disso, está sendo feita uma espécie de seleção das indústrias que querem participar, para que a feira possa oferecer cada vez mais uma maior variedade de produtos”, explica Sérgio Vendrameto, que é presidente do Sindicato das Indústrias do Vestuário. “Mas até isso está sendo positivo,

porque as indústrias estão começando a atentar para a necessidade de diversificar seus produtos. Por exemplo, algumas indústrias que só trabalhavam com malharia já estão partindo para a produção de outros tipos de roupas, como o jeans”.

EXCURSÕES – A feira funciona das 8 da manhã até quase 6 horas da tarde e durante este período os estandes recebem diariamente uma média de 4 ônibus, trazendo excursões de lojistas interessados em comprar das indústrias. As vendas são feitas apenas no atacado e o lojista pode comprar com prazo de 30 a 60

dias.

A maior parte dos ônibus que trazem lojistas é de outros estados, principalmente de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul. Mas o movimento de compradores de cidades da região também é muito grande. E na avaliação dos organizadores estes números são bons, se for considerado o fato de que a feira está nos primeiros meses de funcionamento. Para eles, este é um sinal de que a iniciativa tem tudo para dar certo.

Criada como uma opção para ajudar a indústria a enfrentar o desaquecimento das vendas, a feira pode vir a se tornar um pólo confeccionista dentro de Maringá. E a prova disto é que os industriais já começam a pensar na expansão do negócio: a prefeitura já reservou um terreno de 12 mil metros quadrados para que daqui há um ano a feira possa ter sua sede própria.

ROUPAS E ACESSÓRIOS – As 41 indústrias instaladas no pavilhão da feira oferecem para o lojista um leque variado de opções de compra. Lá podem ser encontrados desde artigos de couro, roupas e bijuterias, até estandes especializados em roupas de banho. Com esta variedade de produtos, a intenção é atrair cada vez mais compradores de outros estados, especialmente do sul do país. Para isso então é necessária a oferta de produtos variados e que possam atrair um número maior de lojistas até mesmo de Santa Catarina, que é um dos maiores pólos de venda do país no setor de malharia.

A diversificação pode ser vista de várias formas. “Veja um fato curioso: apesar de ter grandes indústrias no setor de malharia, em Santa Catarina você quase não encontra a camisa pólo, tão tradicional por aqui”, explica Vendrameto. A partir daí, as indústrias podem encontrar caminhos para a diversificação, aumentando suas vendas e consolidando, de vez, a feira como um pólo confeccionista na região.

Vera Regina



A feira recebe compradores de vários estados



Paulo Roberto: um ano acumulando 2 secretarias

Política

Missão Cumprida

O secretário de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente, Paulo Roberto Pereira de Souza, às vésperas do encerramento de seu mandato, faz um balanço de sua gestão à frente das duas secretarias para a revista ACIM. Ele ficou durante 3 anos e meio na secretaria de Ciência e Tecnologia e em março deste ano assumiu a pasta do Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente

Um dos programas mais importantes desenvolvidos pela Secretaria de Desenvolvimento Urbano e Meio Ambiente este ano foi o PEDU – Programa Estadual de Desenvolvimento Urbano, que destinou recursos da ordem de 210 milhões de dólares para obras em municípios.

Através do PEDU foram realizadas obras em 126 municípios do estado e para o ano que vem a previsão é de que este número deve aumentar para cerca de 200 municípios.

Este ano também, a secretaria criou a nova lei do meio ambiente. Esta lei, que ainda está tramitando pela Assembléia Legislativa, prevê uma série de inovações, entre elas as penalidades no caso de danos ao meio ambiente. Um exemplo é o artigo que prevê que o poluidor deverá assumir as despesas com a reparação do meio ambiente. “Antes da criação da lei, este ônus era assumido apenas pelo estado”, coloca o secretário Paulo Roberto Pereira de Souza. A nova lei determina também que a pena de indenização vai ser aplicada, independente se o dano ao meio ambiente foi causado intencionalmente ou não.

CTA – Com a extinção da antiga secretaria de Indústria e Comércio, a pasta da Ciência e Tecnologia passou a cuidar das questões ligadas a estes setores no estado. A partir disto, foram criados diversos programas visando dar mais força e estrutura para o comércio e para a indústria do Paraná.

Um dos programas criados foi o Qualidade Paraná, que está sendo gerenciado pelo Centro de Tecnologia Industrial do Tecpar. “O programa tem por objetivo controlar os produtos industrializados no estado, para que possam ter maior competitividade no mercado externo. E em breve o Centro de Tecnologia In-

dustrial passará a editar o selo de controle de qualidade do Paraná”, afirma o secretário.

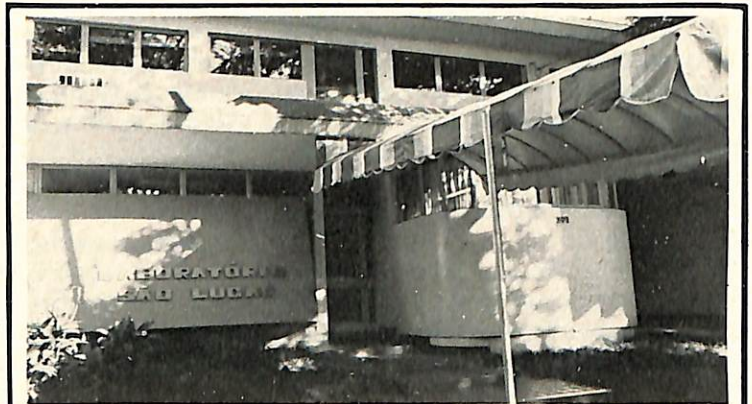
Dentro deste programa, Maringá e toda a região deverão ganhar dentro de pouco tempo um Centro de Tecnologia Agroindustrial, que vai desenvolver a análise do controle de qualidade dos ali-

mentos produzidos na região. “Além disso, este laboratório vai realizar também pesquisa no sentido de desenvolver novas aplicações para determinados produtos agrícolas”, explica Paulo Roberto.

Numa segunda etapa, está prevista a instalação de um laboratório de controle de qualidade do couro. Este trabalho será desenvolvido desde o acompanhamento do animal ainda no campo, orientando os produtores sobre o manejo correto para que o couro não perca seu valor por causa de defeitos e marcas de fogo. Juntamente com o laboratório deverá ser instalado em Maringá também um curtume-escola para a formação de mão-de-obra destinada à indústria do couro na região.

O programa prevê também a implantação, a médio prazo, de um centro alcoquímico, que desenvolverá tecnologias do uso do álcool e de seus subprodutos, além da pesquisa para a melhoria do rendimento de motores a álcool. “Tudo o que for desenvolvido em termos de pesquisa será revertido para o setor, que conta com números expressivos na região. Hoje funcionam na região de Maringá 27 destilarias de álcool”, explica o secretário.

E, finalmente, numa quarta etapa do programa, será instalado aqui um pólo óleo-químico, que segundo Paulo Roberto Pereira de Souza, vai pesquisar formas de melhor aproveitamento dos resíduos das indústrias de óleo, além da geração de novos subprodutos da soja, caroço de algodão, milho, mamona e sorgo.



VOCÊ PERDEU
SEU TALÃO
DE CHEQUES?

**VIDEO
CHEQUE**
26-1331

LABORATÓRIO
são lucas

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



Meneguetti: princípios básicos para uma empresa

História Empresarial Vivida

Planejamento e persistência: a alma do negócio

O empresário Felizardo Meneguetti, do grupo da Usina de Açúcar Santa Terezinha, foi o palestrante do projeto de pesquisa História Empresarial Vivida, no dia 30 de outubro. Este projeto é promovido pela ACIM e pelo Departamento de Administração da Universidade de Maringá e tem por objetivo resgatar a história de empresas e empresários da região

Falando de forma bem simples e objetiva sobre sua vida empresarial, Felizardo Meneguetti colocou para os presentes alguns princípios de gerenciamento que considera fundamentais em qualquer tipo de negócio. Ele começou citando um ensinamento de seus pais, que diziam que é preciso uma visão segura de se estar realizando um excelente negócio, para que quando as oportunidades surgirem elas possam ser aproveitadas.

Meneguetti lembrou que foi assim com a fundação do grupo empresarial que hoje preside. "Ao analisarmos uma touceira de cana-de-açúcar – que servia apenas de alimentação suplementar para o gado de nossa fazenda – fomos despertados para a visão de um novo negócio e demos início a atividade da destilaria de aguardente", contou Meneguetti.

Esta mesma visão, segundo ele, norteou etapas importantes no desenvolvimento da empresa. Como por exemplo, quando a destilaria passou à produção de açúcar e depois de álcool. O empresário contou que dentro deste processo, a destilaria foi crescendo, e o grupo foi adquirindo outras empresas do ramo.

Meneguetti lembrou também uma lição aprendida pelo grupo ainda quando

a destilaria começava a produção de açúcar e álcool: é preciso muita persistência para que um negócio possa ser levado adiante. O empresário afirmou que outras lições foram sendo aprendidas com o passar do tempo. Como por exemplo, que as dificuldades legais podem ser superadas mesmo por pequenas organizações.

A importância do planejamento foi uma lição aprendida à custa de alguns

SERVIÇO

ACIM adquire vídeos técnicos

Pensando em levar a seus associados mais uma oportunidade de atualização em assuntos de interesse empresarial, a Associação Comercial e Industrial de Maringá adquiriu este mês algumas fitas de vídeo com palestras de especialistas na área de desenvolvimento gerencial.

Ao todo são 6 fitas de vídeo, abordando os seguintes temas: Recursos Humanos, com o professor Luiz C. Cabrera; Administração de Produção e Materiais, com o professor Leão Carvalho; Administração Geral e Planejamento, com o

contratempos inesperados, porque o grupo não fez um estudo de viabilidade do empreendimento quando iniciou a produção de açúcar. "Com isso, começaram a surgir as dificuldades financeiras e acabamos adquirindo um verdadeiro "know-how" em administração de dívidas. Aprendemos a usar a criatividade para atingir o equilíbrio financeiro", explicou Meneguetti.

O crescimento do grupo foi fazendo com que passasse a oferecer um número maior de empregos e isso demonstrou a função social de uma empresa. Por isso segundo o empresário o apoio ao funcionário é fundamental para o seu bem-estar, contribuindo até mesmo para o aumento de sua produtividade no trabalho.

A característica familiar da empresa, constituída por seis irmãos, trouxe à tona outra dificuldade com o passar do tempo: a sucessão. A solução encontrada foi limitar o ingresso de dependentes, levando em consideração a vocação e as aptidões demonstradas.

O trabalho conjunto com outras empresas do setor possibilitou ao grupo o aprimoramento técnico-científico de forma mais rápida. Meneguetti frisou que a meta do grupo sempre foi crescer, dentro de uma filosofia de programação e comum espírito de cooperação entre os acionistas. Isso levou à consolidação de uma organização sólida, moderna e dinâmica, que congrega hoje as seguintes empresas: Usina de Açúcar Santa Terezinha S/A; Agropecuária Santa Terezinha S/A; Usina São José S/A e Usina Juliana S/A.

Finalizando sua palestra, Felizardo Meneguetti deixou uma mensagem de otimismo, dizendo que "sem crise, não há desafios e sem desafios a vida se torna uma rotina sem méritos".

professor Carlos Bertero; Contabilidade e Finanças, com o professor Francisco Mazzucca; Marketing e Vendas, com o professor Marcos Cobra; e Sistema Tributário na Nova Constituição, com o professor Ives Gandra.

Estas fitas de vídeo estão à disposição de todos os associados da ACIM. Elas poderão ser retiradas, sem qualquer despesa, na sede da Associação Comercial e Industrial, com prazo máximo de empréstimo de 5 dias.



Carlos Ribeiro: "É preciso mudar conceitos antigos"

MARKETING

Uma ponte para o sucesso

O marketing é hoje uma das armas de que o empresário dispõe para lutar contra as incertezas do mercado. Mas para utilizá-la, ele necessita em primeiro lugar reformular conceitos, especialmente aqueles que definem o marketing como simples propaganda

O trabalho de marketing abrange uma área enorme e vários departamentos de uma empresa. Este conceito é bastante amplo, mas segundo Carlos Alberto Ribeiro, especialista na área de Marketing e Planejamento Estratégico, é a melhor definição para esta palavra, tão usada hoje mas tão pouco compreendida em seu real significado. Carlos é português e está no Brasil há 20 anos ("vim fazer pós graduação em economia aqui porque não entendia a economia brasileira"). Formado em direito, com especialização nas áreas de Marketing e Administração de Empresas, além de ter um vasto currículo de prestação de serviços para grandes empresas do Brasil e do exterior — como a Gessy Lever, a Gillete Portuguesa e a L'Oreal de Paris — Carlos faz questão de esclarecer que marketing não é apenas publicidade.

Com a experiência de muitos anos no assunto, ele coloca que no mercado de hoje é quase impossível para um empresário sobreviver sem lançar mão das armas oferecidas pelo marketing. "Ao contrário do que muitos pensam, o marketing não é apenas propaganda. Ela é apenas um dos recursos do marketing, que

engloba desde a maneira como os funcionários de uma empresa se portam diante do cliente, até mesmo o controle de distribuição e custos do seu produto", explica Carlos. Ele considera o marketing essencial como estratégia de planejamento, principalmente em países como o Brasil, com uma economia instável e sujeita a muitas oscilações. "O marketing permite ao empresário prever o maior número de acontecimentos possíveis no quadro econômico e com isso planejar alternativas para que a empresa não seja apanhada de surpresa".

Carlos coloca que o momento vivido na economia hoje está obrigando o empresário a diminuir seus lucros para poder vender e sobreviver no mercado. Para isso, segundo ele, a empresa tem que ter um planejamento estratégico que lhe permita reduzir preços, sem que isso se reverta em prejuízo. Mas a pergunta é como chegar a isso? "O empresário só pode chegar a esta situação ideal se ele tiver um acompanhamento rigoroso de seus custos, da distribuição de seus produtos e até mesmo o conhecimento do número aproximado dos consumidores deste produto". Isso tudo, segundo ele,

pode ser obtido através de um trabalho sério de marketing, que implica, é claro, em toda uma mudança de comportamento dentro da empresa e muitas vezes até mesmo da mentalidade do empresário.

MUDANÇA DE CONCEITOS: Muitos empresários relutam em enxergar no marketing uma oportunidade de rever seus conceitos e existe, segundo Carlos Ribeiro, uma explicação lógica para isso: o fato de sua empresa ter um passado de sucesso. Em cidades do porte de Maringá, por exemplo, isto pode ser sentido de maneira bem mais marcante. Muitos empresários considerados bem-sucedidos começaram suas atividades quando a cidade ainda estava nascendo, e quando a concorrência e as oscilações na economia praticamente não existiam. Hoje se encontram em dificuldades. E a pergunta que estes empresários se fazem é onde estão falhando como administradores.

Carlos coloca que todo o problema está justamente no fato de o empresário estar, na maioria das vezes, acostumado a ser o centro das decisões. "É que o sucesso que sua empresa vinha obtendo até então não justificava uma mudança de comportamento deste empresário. Mas na medida em que o próprio mercado se altera e o quadro econômico começa a apontar dificuldades, é hora dele pensar em mudanças", explica Carlos, lembrando que, no entanto, só com um trabalho sério de marketing o empresário pode atingir seus objetivos.

Muitas vezes, por pura falta de informação, a empresa investe grandes quantias em propaganda, sem um planejamento que permita saber onde se quer chegar e a quem se quer atingir. Desta forma, os objetivos não são alcançados e o empresário passa a não acreditar no marketing. "É por isso que insisto em que o marketing é todo um trabalho conjunto e planejado. Aqui em Maringá mesmo, eu tive um exemplo que ilustra muito bem o que estou dizendo. Um empresário veio até mim e pediu que eu realizasse um trabalho para que suas vendas aumentassem. Eu lhe expliquei que o primeiro passo seria introduzir uma nova mentalidade dentro da empresa e que o que ele queria acabaria vindo como consequência".

Mas Carlos reconhece que esta mudança de comportamento dos empresários não vai acontecer da noite para o dia, especialmente em cidades fora do eixo dos grandes centros. Porém, é cada vez maior o número de empresários que têm procurado os trabalhos de assessoria de marketing e empresarial. E segundo Car-

los Ribeiro, é nesta hora que o empresário precisa ter muito cuidado. "O marketing, para que alcance seus objetivos, precisa ser feito por profissionais, de fato. O grande perigo são os 'franco atiradores', que usam de falsa fraseologia e que no fundo pouco ou nada entendem do assunto".

PARTICIPAÇÃO DE TODOS: Os objetivos do marketing, segundo Carlos Ribeiro, começam a ser atingidos a partir do momento em que o trabalho consegue a participação de todos os setores na mudança de conceito de uma empresa. "Veja, por exemplo. A própria atitude de uma recepcionista pode mudar a partir do momento em que ela muda sua visão sobre a empresa. Seu trabalho, com isso, deixará de ser apenas aquela coisa mecânica, feita só como forma de obter um determinado salário no final do mês. E esta mudança de atitude do funcionário vai refletir no conceito desta empresa no mercado".

Neste trabalho conjunto é necessário que o empresário esteja atento também às opiniões e sugestões vindas do próprio pessoal da empresa. "Se o empresário passar a promover reuniões com seus funcionários, ele verá que pode obter idéias e sugestões que nem ele mesmo imaginava. Por isso, muitas vezes é importante que o produto seja colocado para que os funcionários o analisem como consumidores. Eles têm que se sentir participantes do sucesso de um determinado produto", explica Carlos. Mas ele afirma que tudo isso envolve um trabalho de base, mudando de fato a mentalidade, muitas vezes conservadora, que impera na empresa. "Isso é um verdadeiro trabalho de doutrinação, uma doutrinação voltada para os resultados".

Outra questão colocada por Carlos Ribeiro é o fato de o empresário encarar o marketing como despesa e não como investimento. "Esta mentalidade, este conceito precisam ser modificados. Ainda mais no momento atual, em que não é mais possível vender e obter os mesmos lucros de antigamente. E por isso investir em marketing é garantir que seu produto terá aceitação, porque o empresário poderá, através do planejamento de produção, reduzir custos, vender por menos e, conseqüentemente, vender um número maior de unidades".

As mudanças hoje estão acontecendo num ritmo vertiginoso. Por este motivo, empresas e empresários precisam estar preparados para enfrentar esta situação. "Mais do que nunca é imprescindível que

o empresário se informe, participe de eventos abrangentes para que ele possa ter uma visão de todas estas mudanças e aplicar isso na sua administração. Mais do que nunca é preciso que o empresário se convença de que ser um excelente co-

mercante não quer dizer ser um bom administrador. Hoje, mais do que ontem, um bom administrador tem que estar preparado e ter uma boa retaguarda para que seu negócio alcance o sucesso desejado".

Convênios Médicos

A revista ACIM publica aqui a relação de médicos, dentistas e psicólogos conveniados com a Associação Comercial e Industrial de Maringá. O associado que quiser utilizar este convênio, deve ir até a sede da Associação, onde poderá pegar a requisição para o atendimento.

CONVÊNIOS

DRA: NOELI SANCHES LISBOA

ESPECIALIDADE: PSICOTERAPIA INFANTIL, ATENDIMENTO DE ADOLESCENTE E ADULTO E ORIENTAÇÃO VOCACIONAL (PSICÓLOGA)

DESCONTO: 50% EM CADA SESSÃO

ENDEREÇO: RUA Néo Alves Martins, 2321 - Edf. Centro Médico-s/204 - Fone: 24-9738

HORÁRIO:

De Segunda à Quarta-feira, das 8:30 às 11:30 horas

De Sexta-feira, das 8:30 às 11:30 e 13:30 às 17:30 horas;

Sábado, das 8:30 às 11:30 horas.

DR. WESLEY FALCÃO TULER

ESPECIALIDADE: DENTISTA

DESCONTO: 10% e Orçamento Parcelado

ENDEREÇO: Rua Néo Alves

Martins, 3415 - FONE: 24-5600

DR. JOSÉ RAMOS MARTINS

ESPECIALIDADE: CLÍNICA GERAL

DESCONTO: 1 vez a tabela atualizada da AMB;

ENDEREÇO: Av. XV de Novembro, 1267 - Centro Médico Maringá - Hospital Santa Rita e Hospital São Marcos

DRA: RITA DE CÁSSIA UBIALLI CINTRA

ESPECIALIDADE:

PSICÓLOGA

DESCONTO: 50% em cada sessão

ENDEREÇO: Av. Cerro Azul, 198, S/21 - FONE: 26-1687

HORÁRIO: De Terça a Sábado, das 8:00 às 12:00 e de 13:00 às 17:30 hrs; às terças-feiras, também de 18:00 às 21:00 horas

DR. ORLANDO RIBEIRO DO PRADO

ESPECIALIDADE: CLÍNICA GERAL

DESCONTO: 1 vez a tabela da AMB;

ENDEREÇO: Rua Silva Jardim, 560 (Clínica) e Santa Casa e Hospital Maringá - Fone: 24-9982 - Consultório

HORÁRIO: C/ horário marcado - das 8:00 às 17:00 horas

Cultura organizacional & marketing

por Dirceu Simabucuro

“Os fatores que contribuem para as diferenças de comportamento entre as empresas são sua história, seu tamanho, a inércia organizacional acumulada, a relevância da sua competência, as necessidades impostas pelo ambiente e particularmente as ambições, a motivação e as potencialidades dos administradores”

IGOR ANSOFF

Estamos na última década do segundo milênio. Uma década que sem dúvida está trazendo transformações radicais em todos os sentidos; basta ver as mudanças que ocorrem no leste Europeu. Essas mudanças acabam afetando até mesmo as organizações, pois elas são o reflexo do futuro, inovam produtos, serviços, transportes e tecnologia. Porém, as organizações devem se preocupar em estar em sintonia com estas mudanças, ou do contrário perderão seu poder de competitividade e fatalmente serão eliminadas do mercado pela concorrência.

Mas a pergunta é como acompanhar transformações tão rápidas? É preciso inovar, modernizar, rever velhos valores. O empresário precisa mudar sua administração conservadora dando lugar a uma visão progressista. Em todas as empresas existe um tipo de cultura que as caracteriza, que espelha o comportamento das organizações no mercado.

Assim como todo ser humano expressa sua personalidade através de um comportamento, toda organização expressa sua cultura através de um comportamento coletivo dos membros da empresa. E essa cultura organizacional é gerada pela personalidade do administrador. Os membros dirigentes, sem dúvida, têm uma influência decisiva na per-

sonalidade das organizações e qualquer mudança deve partir prioritariamente da alta administração.

Mas pensar em uma organização em que só funcione a alta administração é o mesmo que pensar em um corpo em que só funcione o cérebro. O administrador deve ter em mente que uma organização funciona como um todo, no qual cada parte executa seu trabalho, visando um único objetivo, que é a empresa.

A cultura organizacional, associada ao marketing estratégico, são os elementos fundamentais que compõem a cultura estratégica, que visa a otimização dos lucros e a expansão da empresa. Ou seja, seu objetivo é canalizar forças neste sentido, integrando todo os membros da organização na busca de lucros e expansão.

Em marketing o objetivo final é a venda. Assim, podemos ver cultura estratégica como marketing interno. É necessário que o funcionário “compre” a idéia de que a empresa passa por transformações e que ele é parte integrante desta mudança.

Mas fazer com que o funcionário “compre” a idéia nem sempre é tarefa fácil. Ele convive com uma série de “estímulos” que o fazem desacreditar nas mudanças. Estímulos como, por exemplo, uma administração autoritária e conservadora, que im-

pede o funcionário de manifestar seu desejo de escolha e opinião. Muitas vezes ele é obrigado a aceitar as decisões, que sempre chegam de forma vertical.

Por isso é necessário que sejam criadas condições que estimulem os funcionários a se comprometerem com um planejamento de expansão e otimização dos lucros da empresa. É preciso fazer com que todas as partes da organização convirjam para um único objetivo. É preciso fazer com que todos os funcionários tenham uma única meta, não deixando que as forças se dispersem e percam seu potencial de execução. É necessário disseminar uma consciência de equipe.

Para tanto os funcionários devem ser transformados em agentes ativos no processo de planejamento, colhendo suas opiniões e sugestões. Isso irá motivá-los, comprometê-los com o sucesso dos resultados, obtendo-se uma equipe coesa na consecução dos objetivos da empresa.

As organizações mais competitivas sabem que sua sobrevivência depende de tornar a empresa apta a qualquer alteração do mercado. E só sobreviverão à guerra mercadológica as empresas que não sofrerem de “atrofia perceptiva” e que souberem se dobrar ante os ventos das mudanças.

Dirceu Simabucuro é consultor em Marketing e Treinamentos da RGM Consultoria em Sistemas e Treinamentos

PROGRAMAÇÃO MENSAL DE CURSOS - JANEIRO DE 1991

ÁREA/CURSOS	PERÍODO	HORÁRIO
ADMINISTRAÇÃO E GERÊNCIA Chefia e Liderança Matemática Financeira Introdução à Administração de Recursos Humanos	21/01 a 29/01 28/01 a 08/02 30/01 a 15/02	19:30 às 22:30 19:30 às 22:30 19:30 às 22:30
ARMAZENAGEM, EMBALAGEM E EXPEDIÇÃO Empacotador para Supermercado Repositor de Mercadorias	21/01 a 01/02 28/01 a 19/02	19:30 às 22:30 19:30 às 22:30
COMUNICAÇÃO Aperfeiçoamento em Comunicação e Expressão Escrita Técnica Vocal Telefonista Etiqueta Social e Profissional	02/01 a 15/01 16/01 a 24/01 23/01 a 30/04 28/01 a 01/02	19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00
ESCRITÓRIO Datilografia Auxiliar de Escritório/Datilografia Auxiliar de Escritório/Datilografia Auxiliar de Contabilidade/Datilografia Legislação Trabalhista Redação Comercial Matemática Básica	07/01 a 05/04 07/01 a 07/06 14/01 a 14/06 14/01 a 24/05 21/01 a 01/02 28/01 a 27/02 28/01 a 08/02	20:30 às 22:30 13:30 às 17:30 08:00 às 12:00 18:30 às 22:30 19:30 às 22:30 19:30 às 22:30 19:30 às 22:30
INFORMÁTICA 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 D'BASE III PLUS - Modo Direto e Programado Operador de Microcomputador IBM/PC	03/01 a 04/02 07/01 a 06/02 07/01 a 06/02 09/01 a 08/02 19/01 a 30/03 21/01 a 06/03 28/01 a 04/03	18:30 às 20:30 10:00 às 12:00 13:30 às 15:30 15:30 às 17:30 13:30 às 17:30 20:30 às 22:30 08:00 às 10:00
PROPAGANDA Impressor de Serigrafia (Silkscreen) Desenhista de Modas Desenhista de Modas Desenhista de Móveis A Arte de Bem Fotografar	07/01 a 01/02 14/01 a 12/04 14/01 a 12/04 21/01 a 29/03 28/01 a 05/02	19:00 às 22:00 13:30 às 17:30 19:00 às 22:00 19:00 às 22:00 19:30 às 22:30
SAÚDE Atualização para Assistência de Creche e Pré-Escolar Socorros de Urgência	28/01 a 05/02 31/01 a 08/02	14:00 às 17:00 19:00 às 22:00
VENDA Intensivo de Vendas Formação de Vendedores Aperfeiçoamento para Caixa de Supermercado Telemarketing - Técnica de Venda por Telefone	21/01 a 25/01 28/01 a 15/03 28/01 a 08/02 28/01 a 01/02	19:30 às 22:30 19:00 às 22:00 20:00 às 22:00 19:30 às 22:30

O SESC Maringá está promovendo um curso de inglês completo, com material importado, feito por quem entende de América e que procurou a melhor maneira de unir duas grandes coisas: a cultura dos Estados Unidos e a língua inglesa num jeito gostoso de ser aprendida. Solte seu lado curioso e descubra a América falando inglês, é claro. As aulas começam em fevereiro/91, todas as segundas, quintas e sábados, no período da tarde e da noite. As inscrições já estão abertas e você pode obter maiores informações no próprio SESC.

Coluna dos Correios

A partir desta edição, a revista ACIM passa a oferecer a seus leitores mais um serviço: a Coluna dos Correios. Você empresário poderá, a cada edição, conhecer melhor os serviços oferecidos pela Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos e muitos deles poderão se encaixar com a necessidade de sua empresa. Além disso, você conhecerá também os prazos, os equipamentos que os Correios têm à sua disposição e as formas de pagamento destes serviços.

Empresário

Você já ouviu falar em E.M.S. (Express Mail Service) ou Serviço de Correio Acelerado Internacional?

Este é o mais novo serviço oferecido pelos Correios para remessa de documentos e mercadorias para o exterior, com prioridade no encaminhamento e entrega. Isto representa prazos entre 3 e 5 dias, dependendo do país de destino.

Existe ainda a possibilidade de faturamento, com até 45 dias de prazo, sem acréscimos e descontos progressivos em função da quantidade de remessas feita ao longo do mês.

Se você faz despachos para o exterior e se interessou pelo serviço, entre em contato com as Agências locais dos Correios ou ligue 22-5965 para maiores informações.

E.M.S. - a sua nova modalidade de remessas de documentos e mercadorias para o exterior.

AEROGRAMAS SOCIAIS DE NATAL DOS CORREIOS

Refleta sobre esta idéia

As vantagens você já conhece:

- não precisa de selos
- não precisa de envelopes
- você não perde tempo na postagem
- oferece melhor preço do mercado
- diversos modelos, com ou sem mensagem
- possibilidade de atendimento no seu endereço

Então:

- se você deseja remeter mensagens de bom-gosto,
- se você não pretende dispor de grandes somas em dinheiro, entre em contato com as Agências locais dos Correios ou ligue 22-5965.

Riscos e incertezas da conjuntura econômica atual

por Moacir Colombo

A conjuntura econômica atual provoca preocupações em alguns, angústias em outros e calafrios em muitos. A política monetária vai mantendo o dinheiro escasso, a inflação teima em subir, e o governo apela para as medidas mais drásticas que desembocam no aprofundamento da recessão.

Enquanto se procura demônios culpados pela resistência da inflação, vemos a situação atual das pequenas e médias empresas se degradar. Para muitas delas a queima de estoques, muitas vezes a preços que não permitirão a reposição, significa recursos para cobrir despesas ou pagar compromissos, enquanto observam o índice de liquidação de contas a receber cair assustadoramente.

O aperto financeiro tem forçado muitas a se socorrer nos bancos. Essa atitude, hoje, é verdadeiro suicídio.

Em menos de um mês as taxas de juros reais da economia, acima da inflação, oscilaram de 2% ao mês para 10%, que anualizadas, variaram de 40% para 160%. Essas taxas são absurdas, pois numa economia em retração não há como absorver estes custos financeiros. Quem tenta repassar para os preços, vê suas vendas caírem ainda mais. E juros altos assustam os consumidores do cotidiano.

A escalada de juros ressuscitou a ciranda financeira e fez o paraíso dos bancos e de quem tem dinheiro para aplicar. Com a escassez do dinheiro, os bancos tornaram seus empréstimos mais seletivos, o que significa quase nenhum acesso para os pequenos e médios, cuja situação financeira se agrava.

A retração econômica não pode ser atribuída exclusivamente à política monetária. O governo reduziu prazos para pagamento de impostos e vai alcançando superávits financeiros reduzindo o dinheiro em circulação. Enquanto os preços sobem, os salários já defasados ficam congelados ou com reajustes que não repõem a inflação nas datas-bases e o mercado encolhe ainda mais.

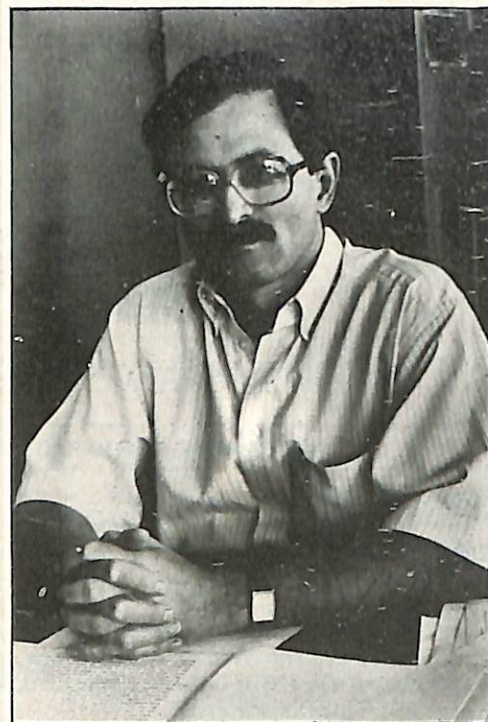
Pequenas e médias indústrias vivem hoje uma situação difícil. Fica cada vez mais clara a necessidade de reduzirem

drasticamente seus custos, enquanto vêem os preços em suas compras continuarem subindo. O custo atual do dinheiro não lhes permite manter a produção e formar estoques crescentes, que não são absorvidos pelo mercado. O quadro para os próximos meses é sombrio se algo não mudar a rota.

A maioria não espera muito deste final de ano, mesmo considerando os possíveis gastos com décimo terceiro salário. O aprofundamento da recessão conduzirá ao aumento do desemprego, que poderá ser agravado pelo aumento do número de concordatas e falências, provocando maior redução do mercado. Por mais esforços que as pequenas e médias empresas dispendam, elas não dispõem de "gorduras" para absorver custos crescentes, pois com a retração da demanda, os custos fixos têm que ser diluídos num volume maior de produção ou de vendas. É esse um outro foco de resistência da inflação.

Diz-se que em qualquer país decente, uma política econômica como a atual já teria produzido os efeitos esperados. Por que isso ainda não ocorreu aqui? É visível a continuidade de práticas de reajustes com base na inflação passada, e à medida em que esta aumenta, com reajustes preventivos. É evidente a ação de grupos e empresas que conseguem impor seus preços no mercado. É o caso da indústria têxtil, cimento, química, etc. E há uma parcela considerável de empresários que não se engajaram numa nova atitude e rejeitam a recessão, argumentando que antes, mesmo com a inflação alta, ganhavam dinheiro e agora correm o risco de quebrar. Para eles, que volte a inflação alta! E mais ainda a constatação de que no Brasil, a inflação só declinou naturalmente quando a economia estava em expansão, mostrando ser compatível o crescimento da demanda desde que a oferta também cresça. Daí bastaria administrar o equilíbrio entre oferta/demanda, o que em parte se faz com a política monetária.

Uma política econômica recessiva deveria ser temporária, dentro de um programa mais amplo que levasse à retomada do crescimento econômico e



não ser instrumento para dobrar alguns aniquilando a maioria. O que se vê hoje é que a política econômica não conseguiu conter a inflação em patamares mais baixos e o governo, ao aprofundar a recessão, pode provocar o aniquilamento da pequena e média indústria, do comércio e da agricultura. Esta última um dos fatores que permitiam à nossa região desconhecer em parte a crise do resto do país. E não há perspectivas de retomada do crescimento. A próxima safra agrícola está comprometida e parece que o governo terá a comemorar a redução da liquidez por não ter financiado a agricultura. Mas a frustração da safra reduzirá a oferta de produtos agrícolas, com impactos previsíveis.

É interessante observar como tudo isso acontece, com a inércia das classes produtoras. A paralisia das classes trabalhadoras é compreensível, pois os trabalhadores hoje estão mais preocupados em não perder seus empregos. Mas os pequenos e médios empresários – por enquanto estes – estão com a sobrevivência de suas empresas ameaçada. A maioria dessas empresas são meros repassadores de preços e sua contribuição para reduzir a inflação é limitada. Mas serão os que mais sofrerão o impacto da recessão que se aprofunda.

Moacir Colombo é professor-adjunto do Departamento de Economia da Universidade Estadual de Maringá e membro titular do Conselho Regional de Economia – 6ª Região – Paraná, gestão 1990/93



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

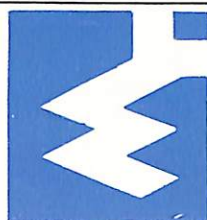
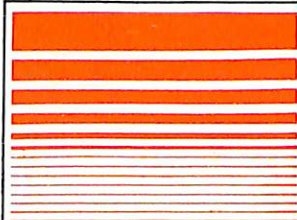
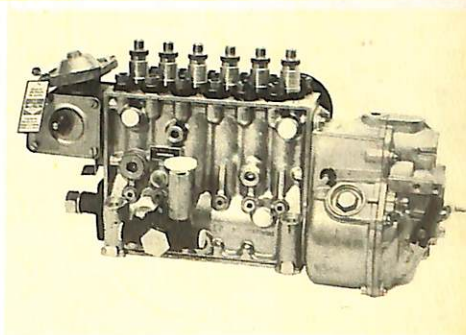
ELETRO TOYO DIESEL



**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

MICROTEC / INFO SHOPPING. TRABALHANDO PRA VOCÊ.

Para ser o maior fabricante de micros do país, a Microtec teve que trabalhar muito.

Nesses dez anos ela não parou um só instante, sempre preocupada em criar as soluções mais completas pra você.

Por isso sua Linha MF, que segue os mais avançados padrões internacionais, hoje faz parte do dia-a-dia das pequenas às maiores empresas do país.

E o trabalho dos seus Revendedores Exclusivos e de sua Rede de Assistência Técnica-RAM tem muito a ver com esse sucesso.

Agora, com o lançamento das novas unidades de negócios Multimicro, Netmicro e Workstations, a Microtec inova mais uma vez, trazendo até você, definitivamente, a era da integração de sistemas.

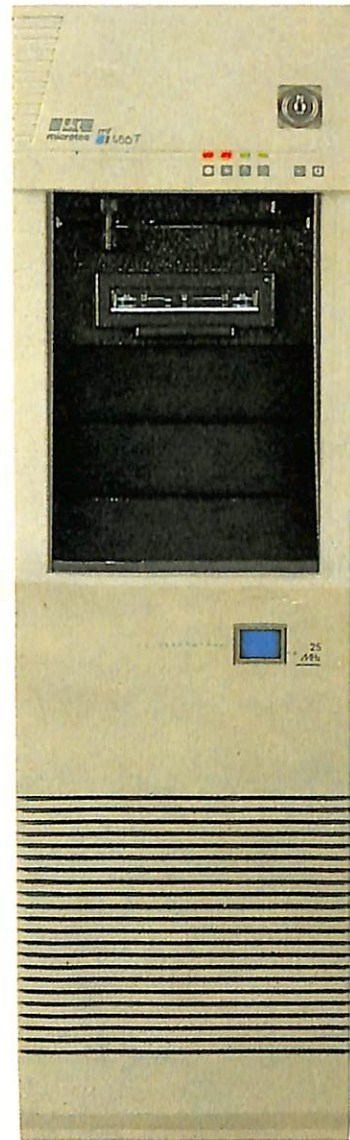
Com isso, ela valoriza aquilo que você tem de mais importante: seu tempo.

Conheça agora tudo o que a Microtec faz para facilitar a sua vida, através da Info Shopping - seu revendedor exclusivo.



microtec

**Empresa do Ano
INFORMÁTICA**



Info Shopping
INFORMÁTICA



INFO SHOPPING - Depto. de Marketing
AVENIDA PEDRO TAQUES, 919 - CEP 87030 - MARINGÁ - PARANÁ
FONE: (DDD 0442) 23-2488

Gostaria de receber maiores informações sobre o MF 386 SX,
o equipamento ideal para ingressar no universo dos 32 bits.

Nome _____
Empresa _____
Ramo de Ativ. _____ Cargo _____
Endereço _____ CEP _____
Cidade _____ Est. _____ Tel. _____

D.N. - INST. - MF386SX - 02/01-07/90



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.