

Franchising
Um grande
negócio

ACIM

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

FEVEREIRO/92

Nº 318

ANO 29

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

050
R454
N-318-ano-29-1992

Autopeças

CRESCIMENTO APESAR DA CRISE

DRUGOVICH
Auto Peças

A Drugovich Auto Peças é uma empresa que se destaca
na comercialização de peças usadas Scania

ACIM

Clas. 050

R454

Reg. 0256

Data 22-04-05

Proced.

NF

R\$

Data



Nasceste em Maringá e és Qualidade no Brasil.



Prêmio Qualidade
Paraná - 91

*Em reconhecimento a sua destacada atuação no mercado, a
NECAR - DISTRIBUIDORA DE AUTO PEÇAS,
foi a única empresa do setor, no estado, a receber o
Prêmio Qualidade Paraná 91.*

*E graças à sua organização, nível de vendas, qualida-
de das mercadorias e atendimento qualificado, a
NECAR - DISTRIBUIDORA DE AUTO PEÇAS,
conquistou também, o
Prêmio Qualidade Brasil 91,
conferido pela Internacional Exporters Service, com
sede na Itália, sendo a única empresa de revenda de
auto peças premiada no Brasil.*



Prêmio Qualidade
Brasil - 91

Qualidade Paraná e Qualidade Brasil

CONQUISTAS QUE MARCAM 5 ANOS DE TRABALHO E COMPETÊNCIA



**NECAR - Distribuidora de Auto Peças Ltda.
Peças em Geral para Mercedes e Scania**

Av. Colombo, 2153 - Fone: (0442) 23-6009 - Fax: (0442) 23-6861 - Telex: (442) 427 NDAP - MGÁ - PR

UMA ENTIDADE EM DEFESA DA LIVRE INICIATIVA

Um setor alheio à crise

Novas empresas e investimentos nas existentes. Foi o panorama geral do setor de autopeças de Maringá, em 1991. Alheios à briga entre governo federal e montadoras de veículos, os empresários do setor abriram mão das tabelas oficiais, e reduziram seus lucros para manter o volume de vendas. Medidas arrojadas, que deram retorno.

Hoje Maringá é considerada um dos maiores centros distribuidores de autopeças do interior do país. Ao todo, segundo estimativas dos próprios empresários, existem mais de 100 lojas espalhadas pela cidade. São empresas grandes e pequenas, ou ainda oficinas que montaram departamentos de vendas de peças, e que vendem não só para Maringá, como para outras regiões do Brasil.

Este é o assunto da reportagem de capa deste mês, que mostra um perfil atual do setor de autopeças. Um setor



que não pára, e onde dificilmente uma empresa fali. A reportagem mostra ainda que o principal problema enfrentado pelas empresas é a reposição de estoques.

Na entrevista Eduardo Daher fala sobre a utilidade do marketing contra a recessão. Diretor executivo comercial da Copas - Companhia Paulista de Fertilizantes - e membro do Conselho Efetivo da Associação Brasileira de Marketing Rural, ele diz que em tem-

pos de crise, as dificuldades para se fazer marketing também aumentam. É que nestas épocas é difícil ver o marketing como investimento e não como despesa.

Das lojas de perfumes e cosméticos, às agências dos Correios, é cada vez maior o número de empresas franqueadas em Maringá. Leia nesta edição, reportagem sobre franchising. Um grande negócio tanto para quem cede a marca, como para quem a aluga. O primeiro por levar seus produtos ou serviços para o país inteiro, e o segundo por oferecer produtos de qualidade, e ter retorno garantido.

Esta edição traz ainda os dados preliminares do Censo de 1991, divulgado em janeiro pelo IBGE - Instituto Brasileiro de Estatística e Geografia. Os números mostram que entre as principais cidades do Estado, Maringá foi a que mais cresceu: 42,35%. Um crescimento dentro das expectativas do IBGE, e que agradou as autoridades municipais.



Os cuidados com o Verão
pág. 25



Ciclistas preocupam autoridades
pág. 26

LUKAS	04
ENTREVISTA	05
CAPA	07
CADERNO TÉCNICO	15

CENSO 91	23
FRANCHISING	28
MEU NEGÓCIO	33
PENSO ASSIM	34



Rua Néo Alves Martins, 2.321
 Telefone (0442) 26-1331 - Fax(0442) 23-5007
 S.P.C. (0442) 26-2299

Telex (442) 168 - Caixa Postal 1033
 Maringá - PR
DIRETORIA

Presidente: Fernando Henriques

1° Vice-Pres.: Paulo Sérgio Magalhães Silva

2° Vice-Pres.: Shiniti Ueta

1° Secretário: Luiz Carlos Masson

2° Secretário: Paulo Moraes Badan

1° Tesoureiro: Fernando Vieira Raimundo

2° 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 dos Santos Ribeiro -

José Gomes Ferreira - Miguel Fujinami -

Reginaldo Nunes Ferreira -

Sabas Martins Fernandes - Shoitii Okimoto -

Simão Hirata - Tokoitii Guinoza

Membros Natos:

Alcides Siqueira Gomes - Álvaro Miranda

Fernandes - Atair Niero - Emslio Germani -

Ermelindo Bolfer - Joaquim Dutra - Luiz

Júlio 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

GERENTE ADMINISTRATIVO

Carlos Roberto Previdelli

ACIM

Revista de publicação mensal
 da Associação Comercial e Industrial
 de Maringá - ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL

Luiz Carlos Masson

EDITOR RESPONSÁVEL

Regina Daefiol - MT 2538-PR

REPORTAGEM E FOTOS

Cláudio Galletti

PUBLICIDADE

Claudioiro Venâncio

**PRODUÇÃO GRÁFICA E
 EDITORAÇÃO ELETRÔNICA**

Editora Organsil

Fones: (0442) 24-9365 e 24-5005

IMPRESSÃO

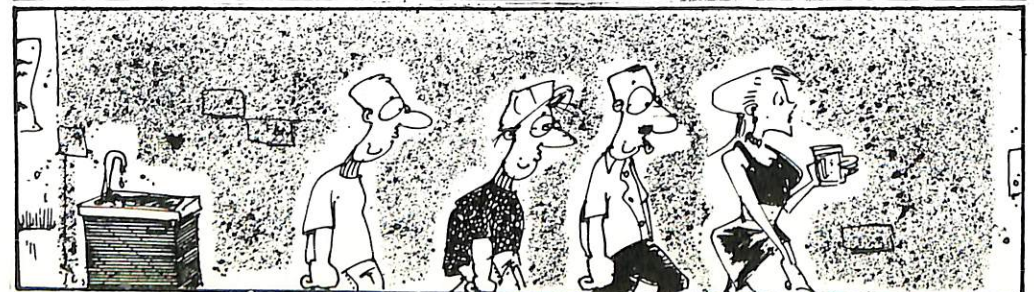
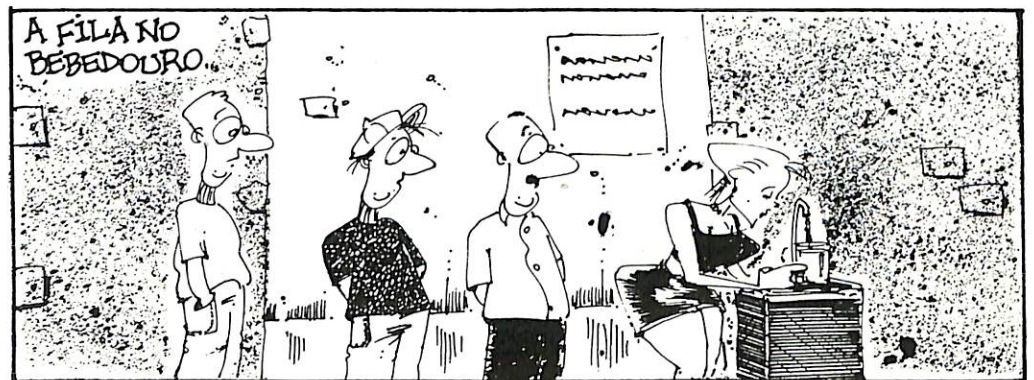
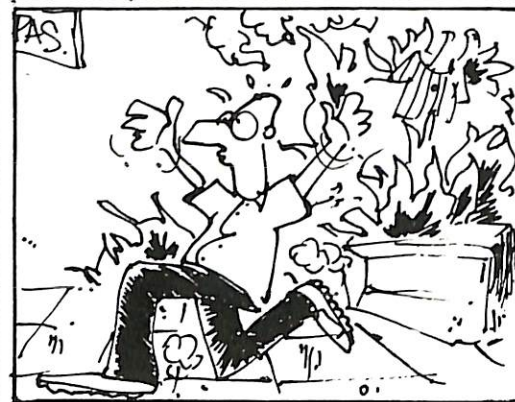
Gráfica Boaventura

Publicação mensal dirigida

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.

LUKAS...





Daher: "Não existem soluções milagrosas"

Entrevista

O marketing em tempos de crise

Para o diretor executivo comercial da Copas – Companhia Paulista de Fertilizantes – e membro do Conselho Efetivo da Associação Brasileira de Marketing Rural, Eduardo Daher, a crise está obrigando o empresário brasileiro a descobrir, na marra, a importância dos instrumentos mercadológicos.

Nesta entrevista, Daher fala sobre o assunto, e da utilidade do marketing contra a recessão

ACIM: Como o senhor vê o papel do marketing numa economia como a do Brasil, caracterizada pela instabilidade e pela total falta de ânimo e segurança para o investimento?

DAHER: O momento atual é evidentemente de crise e hoje já se fala do marketing em tempos de crise. E o marketing nestes tempos tem que ser obrigatoriamente mais criativo do que em tempos de bonanza. As estratégias, sejam os instrumentos de comunicação, investimentos em pesquisa, como toda a tarefa de abordar e motivar o consumidor, é muito mais difícil de serem viabilizadas. É o "hard marketing", quer dizer, o "marketing duro", difícil de ser feito. Porque ele não conta com uma disponibilidade de dinheiro grande, as empresas não vão se utilizar de estratégias de mídia eletrônica muito caras. Hoje, talvez, seja a época

da mídia impressa, de varejo, das vendas de corpo a corpo, do trabalho de treinamento de vendedores. Eu digo que o marketing em tempos de crise separa os meninos dos homens. Aquelas pessoas que estão mais bem preparadas, mais bem treinadas, com o conceito de que é necessário numa economia inflacionada como a nossa girar estoque com muita rapidez, com o conceito de produtividade e eficiência, estas serão bem-sucedidas. Outro aspecto do marketing em tempos de crise é encarar todas as estratégias e instrumentos mercadológicos como investimento e não como despesa. Porque um dia a crise acaba, a história mostra isso. Sairá mais fortalecida a empresa que melhor investiu. Outra coisa: a criatividade não deve estar apenas nos instrumentos de marketing. É preciso estar atendo ao consumidor.

Hoje o consumidor é muito mais exigente, ele conta com um Código de Defesa a seu favor; ele não é mais, e aliás nunca deveria ter sido, enganado. Por isso o consumidor tem que ser trabalhado com muito mais carinho, com muito mais conhecimento profundo de seus desejos e necessidades.

ACIM: Esse aspecto do marketing diz respeito mais ao lado externo da empresa, que é atingir seu público consumidor. Mas o marketing tem um outro lado, o das mudanças estruturais dentro da própria empresa, certo?

DAHER: Sim. E com a crise estas mudanças estruturais estão sendo feitas pelas empresas, até de forma inconsciente, por um processo de expurgo, que se iniciou com o Plano Collor I, quando todos tinham disponíveis apenas os Cr\$ 50 mil. Passado um certo período, foi feita uma depuração em todas as empresas. E, numa análise fria, estas depurações eliminaram uma série de gorduras, uma série de desperdícios, ociosidades e antiguidades que haviam nas empresas. E o que acabou acontecendo, de forma pensada ou não, é que as empresas ficaram com o elenco das melhores pessoas. Os funcionários que cuidavam unicamente de uma

função, passaram a acumular outra. A visão passou a ser mais completa. Por exemplo, se a empresa tinha dentro de sua administração 7 diretores, cada um encastelado no seu feudo, e passou a ter apenas 3 diretores, que estão na mesma sala e dividindo o mesmo telefone, a mesma pesquisa e os mesmos dados, há um conceito muito mais integrado e uma visão mais completa. É claro que todos gostariam de estar trabalhando menos... Só que a situação tem levado as pessoas a optarem por trabalhar mais, até para não correrem o risco do desemprego. Isso traz até uma melhoria na própria produção e desempenho de todos na empresa.

ACIM: Quer dizer, a crise obriga as pessoas a se esforçarem mais, ...

DAHER: E por consequência cuidar melhor do cliente, da imagem da empresa. Isto é uma atitude de marketing.

ACIM: Com sua experiência nesta área, como o senhor vê o empresário brasileiro em relação ao investimento em marketing?

DAHER: Infelizmente, o empresário brasileiro – não estão aí incluídas as multinacionais, que geralmente já têm verbas destinadas a este fim – ainda

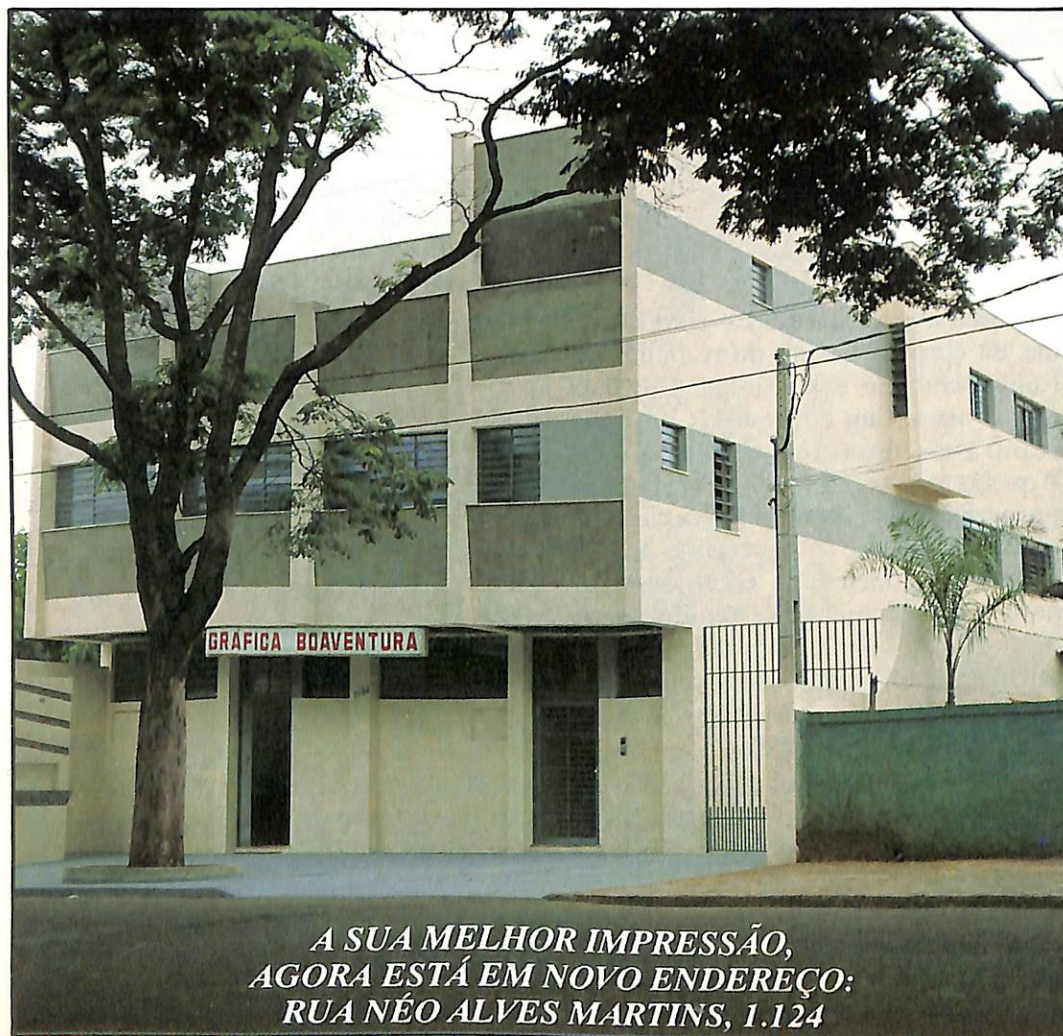


“O marketing em tempos de crise separa os meninos dos homens”.

enxerga o marketing pela ótica da despesa. E não pela ótica do investimento. Esta é a diferença básica entre a multinacional e a empresa nacional. Outro dado, que pode ser chocante mas que é a realidade: hoje as empresas estão sendo obrigadas a resgatar o marketing, porque até então muitas viviam sob as benesses do governo. Os financiamentos subsidiados, as facilidades acabaram. Os empresários, e toda a sociedade, acabaram por concluir que o governo é o maior corpo falido do país. A partir daí os

empresários foram obrigados a esperar menos do governo, e a entrar no corpo a corpo no mercado. Com isso, atitudes mercadológicas têm sido tomadas. Então está havendo uma tomada de consciência, meio na marra, da importância do instrumento mercadológico. **ACIM:** E o outro lado da questão: como está hoje o profissional da área de marketing, seu mercado de trabalho, sua formação?

DAHER: É claro que hoje o profissional de marketing padece do mesmo problema da crise do desemprego, que é geral. Mas houve momentos, especialmente na época do Brasil mais inflacionários, em que o homem de finanças era muito mais valorizado do que o homem mercadológico. Como agora existe uma crise clara de demanda, o homem de marketing está sendo mais procurado e às vezes até melhor remunerado. Na área acadêmica, a especialização tem se desenvolvido. Está havendo realmente uma evolução quanto à formação e à especialização deste profissional. Apesar de a área acadêmica ter sofrido um prejuízo, porque, em virtude da crise, muitas empresas deixaram de financiar cursos de formação e especialização de seus funcionários nesta área. O que se tem que ter em mente é que não há o profissional milagroso. Não há. Há uma atitude mercadológica, que pode não ser milagrosa, mas que poderá estabilizar uma sangria, estancar uma hemorragia, que poderia levar a empresa à morte. Isto é um trabalho de prazo mais longo. E este é o problema que eu vejo no empresariado nacional: ele é PHD em curto prazo mas não fez o pré-primário do longo prazo. Ele não consegue enxergar mais do que um mês; dificilmente enxergará um período de 5 anos, como a empresa suíça como a Nestlé enxerga. Mas, considerações à parte, podemos dizer que o profissional de marketing está vivendo o mesmo drama da maioria dos brasileiros: “Tenho meu emprego, mas até quando?” E é um dado interessante: a partir de 1990 houve uma mudança na história da força de trabalho no Brasil. Até aquele ano, quando se falava em crise, se estudava quais eram os boys e as secretárias que as empresas dispensariam. Hoje, quando se fala em demissão, estão envolvidos diretores, gerentes e pessoas que ocupam cargos com maiores remunerações. Então, está havendo uma depuração não apenas da base da pirâmide, mas da ponta também.



**A SUA MELHOR IMPRESSÃO,
AGORA ESTÁ EM NOVO ENDEREÇO:
RUA NÉO ALVES MARTINS, 1.124**



Capa

Passando ao largo da crise

O setor de autopeças em Maringá registrou no ano passado um crescimento atípico para tempos de recessão. Inúmeras lojas, geralmente de pequeno porte, foram inauguradas e muitas empresas com tradição de mercado fizeram novos investimentos. As conseqüências da crise parecem não ter comprometido o desenvolvimento do setor

Em meio a pacotes, choques de estabilização e mudanças constantes nas regras da economia, as altas de preços no Brasil se tornaram algo fora do controle e da capacidade de previsão de qualquer um. Hoje é tarefa difícil tentar prever o que se pode incluir ou decifrar os índices já embutidos nas planilhas de custo de produção da maioria dos produtos da indústria brasileira.

Um setor serve de exemplo para ilustrar bem esta situação: o de autopeças. Pivô de uma briga já histórica entre governo e montadoras em épocas de congelamento de preços, as indústrias de autopeças têm repassado aumentos considerados fora das possibilidades do consumidor final em suas tabelas. Isso tem levado empresas que revendem peças a deixarem de lado as novas tabelas, para poder manter as vendas dentro de uma certa estabilidade. Alguns empresários deste setor afirmam que nos dois penúltimos meses do ano passado, a indústria repassou aumentos da ordem de 200 por cento, especialmente na linha de peças para

caminhões pesados.

Mas, apesar de todos os desencontros e desencantos, este é um setor que desfruta de uma situação privilegiada em relação a outros segmentos da eco-



Arêas: "É difícil uma empresa do setor falir"

nomia. Opinião da maioria dos empresários do ramo. As vendas podem ter diminuído – especialmente na área de acessórios e peças que não exigem substituição imediata –, mas o setor não pára. A prova disso pode ser vista em Maringá, onde tem crescido o número de lojas de autopeças.

Este crescimento, e o volume de comercialização, conferem a Maringá posição de destaque no setor: a cidade está entre os maiores centros distribuidores de autopeças do interior do Brasil. A própria localização da cidade, polarizando uma região que dá acesso a vários estados, favorece esta distribuição. Maringá é hoje um centro de compra de autopeças para toda a região, além de cidades do sul do Mato Grosso, Rondônia, interior de São Paulo e até Minas Gerais.

Apesar de não existir um levantamento preciso, empresários do setor arriscam o palpite que, entre grandes, médias e pequenas, devem existir na cidade perto de 100 lojas, considerando também muitas oficinas que passaram a contar com departamento próprio de venda de peças. Segundo afirmação de um empresário que está há muitos anos no ramo, somente no ano passado foram abertas cerca de 30 pequenas lojas de peças na cidade.

E a crise? É justamente aí que está a diferença entre este e outros setores da economia: o movimento pode não ser o mesmo de um ou dois anos atrás, mas as vendas, na verdade, não pararam.

PESQUISANDO PREÇOS: "Difícilmente se ouve falar de uma loja de autopeças que tenha falido ou pedido concordata". A afirmação é do empresário Antonio Sérgio Arêas, um dos sócios da Arêas Autopeças, que funciona em Maringá desde 1985. Otimismo à parte, o que Sérgio quer mostrar é que o setor, mesmo com toda a crise – que trouxe desaquecimento nas vendas – não registrou um período tão crítico no ano passado se comparado ao resto da economia. "Veja bem, comprar peças acaba sendo uma necessidade, especialmente para quem depende do carro para trabalhar. Então, dificilmente as vendas param", explica Sérgio.

Esta necessidade é que tem garantido ao setor um faturamento considerado acima da média numa época de recessão. Mas estes dias difíceis, e de pouco dinheiro, acabaram por mudar o comportamento dos clientes das lojas de autopeças. "Hoje o cliente discute

muito o preço, pechincha, faz pesquisa de loja em loja, se for preciso. Porém, mais do que nunca, ele está consciente de que só fará bom negócio se comprar peças de primeira linha”, opina Sérgio. Esta preocupação com a pesquisa de preços é uma constante, mesmo em se tratando de empresas que mantêm frotas, que são maioria entre os clientes da Arêas Autopeças.

“Hoje é preciso também muita atenção no momento de repor estoque. As lojas de autopeças, com os aumentos constantes, não podem manter grandes estoques, principalmente de peças caras e de pouco giro”, afirma Sérgio. A Arêas possui cadastrados 6 mil itens diferentes de peças da linha Ford, e comercializa quase 2 mil unidades por mês. Outra dica do empresário com relação ao estoque: ficar de olho nas promoções das fábricas e das distribuidoras. “Muitas vezes se consegue comprar peças caríssimas a preços compensadores”, ensina.

TRADIÇÃO: Outra empresa que não tem queixas do setor é a Casa Gevasco. Com filial em Maringá desde 1959 – a matriz é de Londrina – a Casa Gevasco conta com a tradição do grupo, que tem mais de 50 anos de atividade no ramo

Arêas

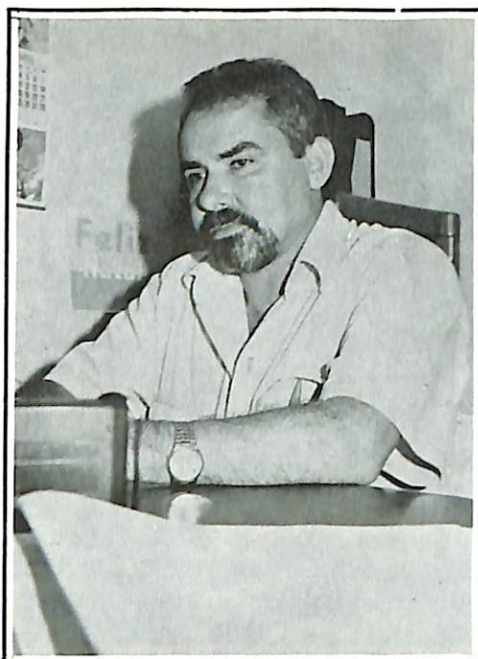
ESPECIALIZADA EM
PEÇAS



E PEÇAS PARA
CAMINHÕES
VOLKSWAGEN

Av. Colombo, 4232
Fone: (0442) 24-2720
Fax: (0442) 24-2775

MARINGÁ - PARANÁ



Osmar: “A Gevasco manteve o volume de vendas em 1991”

de autopeças. O grupo é também fabricante de alguns componentes. Tudo isso faz da Casa Gevasco um verdadeiro ponto de referência para quem procura autopeças.

São cerca de 12 mil itens diferentes, entre peças para todos os tipos de veículos. De acordo com os cálculos do gerente, José Osmar Ferreira, a filial de Maringá comercializa algo em torno de 18 mil unidades por mês. Ele afirma que, mesmo com as dificuldades de mercado, a empresa não registrou queda no volume de vendas no ano passado. “O que vem encolhendo dia a dia é a margem de lucro das lojas, por causa dos aumentos constantes repassados pela indústria”, explica Osmar. A Gevasco atende clientes vindos de toda a região, além de municípios do sul do

Mato Grosso, de Rondônia e até de Minas Gerais.

Osmar também é da opinião de que o setor não para de crescer na cidade. “Entre os meses de agosto e setembro do ano passado, num período de 45 dias, foram abertas 17 novas lojas de autopeças de pequeno porte na cidade”, afirma Oscar, explicando que, no entanto, estas empresas enfrentam muitas dificuldades para manter estoques, por causa dos aumentos constantes da indústria.

DESAQUECIMENTO NOS TRANSPORTES: Para outras empresas, os reflexos da recessão estão se manifestando de maneira mais forte. Especialmente para aquelas que vendem peças para caminhões pesados. A queda nas vendas se deve a um processo de retração do setor de transportes, desencadeado principalmente pela quebra da safra do ano passado. Com esta quebra, o número de caminhões rodando pelas estradas diminuiu. Até mesmo muitos caminhoneiros autônomos se viram obrigados a mudar de atividade por causa desta situação.

Com isso, a clientela das lojas especializadas em peças para caminhões também diminuiu consideravelmente. “Desde o lançamento do Plano Collor nossas vendas caíram 30 por cento”, conta Gilberto José Andreatta, um dos sócios da Auto Peças Princeza, uma das mais tradicionais no setor de pesados, especializada na linha Mercedes Benz.

Com uma média de 7 mil itens no estoque, a empresa atende principalmente frotistas. Além da queda nas vendas, Andreatta afirma que houve



Após o Plano Collor, a Auto Peças Princeza teve uma queda de 30% nas vendas

Como atrair a atenção dos principais empresários de Maringá.

Como você, outros milhares empresários de Maringá
estão lendo esta mensagem.

O que mostra que uma propaganda bem feita,
veiculada numa revista de circulação selecionada
e dirigida, dá resultados.

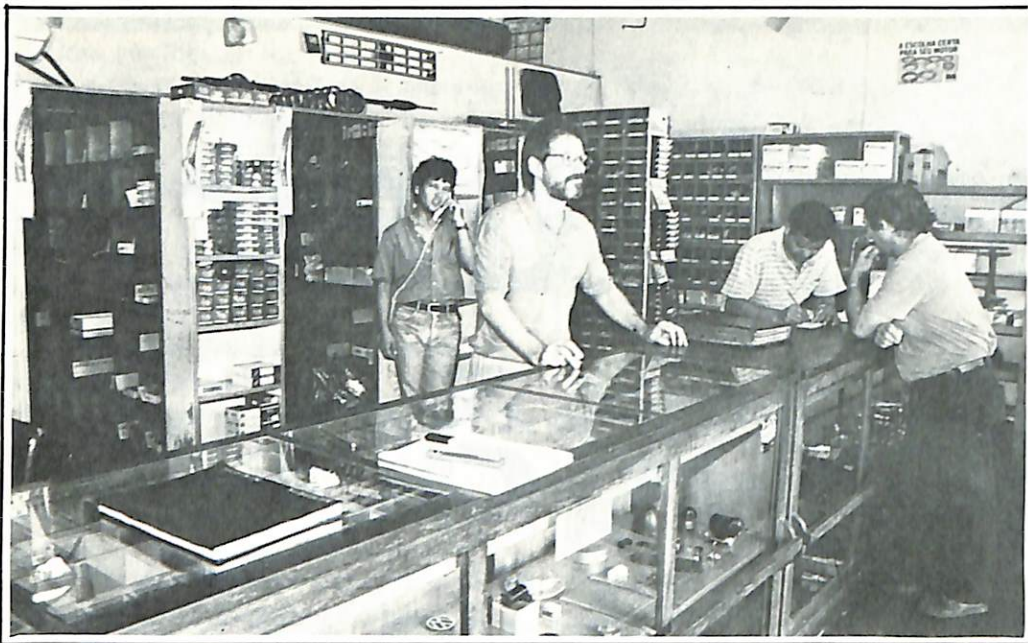
Venda mais. Fale direto para quem decide.
Anuncie na Revista ACIM.

GOL
propaganda

23-1321

REVISTA
ACIM

26-1331



Na Automar os constantes reajustes das peças criam problemas para repor o estoque

também diminuição das margens de lucro. "Somos obrigados a reduzir a margem porque é impossível repassar tantos aumentos. Em dois meses, no ano passado, as peças chegaram a acumular altas de até 200 por cento", explica.

"Nós estamos segurando o máximo, porque se fôssemos repassar todos os aumentos, as vendas cairiam ainda

mais". A afirmação é do empresário Luiz Martins dos Santos, um dos sócios da Automar Peças e Acessórios, uma das mais antigas do ramo em Maringá. Segundo ele, esta situação está trazendo problemas para a empresa na hora de repor seu estoque. "Nós não conseguimos acompanhar as altas da indústria".

Esta situação se verifica em outras empresas do setor. "A margem de lucro reduzida, a queda nas vendas têm feito as lojas de autopeças passarem por períodos bastante difíceis", afirma Fernando Chodiro Matsuda, um dos sócios da Matsuda Autopeças, uma das pioneiras de Maringá. Trabalhando com as linhas Ford, Chevrolet e Volks, com cerca de 10 mil itens em estoque, a empresa registrou no ano passado uma queda sensível no nível de vendas.

Qualidade premiada

A Nekar Distribuidora de Autopeças foi uma das 5 empresas maringaenses que receberam no ano passado o prêmio Qualidade Brasil, conferido pela empresa de comércio exterior International Exporters Service, com matriz na Itália. Desde 1977 a International confere este prêmio às empresas brasileiras que mais se destacaram em seus setores de atividades, avaliando a organização, o nível de vendas, a qualidade dos produtos e do atendimento de cada concorrente. A Nekar foi a única premiada no setor de autopeças em todo o Brasil.

Além do Qualidade Brasil, a Nekar também foi a única do setor a receber o Qualidade Paraná em todo o estado. A primeira edição desse prêmio aconteceu no ano passado e também foi uma promoção da empresa italiana de comércio

exterior.

Com a conquista desses dois prêmios, a Nekar mostra sua trajetória de crescimento desde que foi fundada, em 86, quando funcionava numa pequena loja da avenida Colombo. Hoje está entre as mais importantes e conhecidas do setor em Maringá. Especializada em peças para caminhões Scania e Mercedes Benz, a Nekar atende a região Noroeste, parte do Norte e algumas cidades do interior de São Paulo.

A empresa nasceu da iniciativa do empresário Nelson Lorenjan - que durante 15 anos foi representante da Bosch - e de mais um sócio. Hoje Nelson e a esposa Maria de Fátima estão à frente do negócio. Para eles, estes prêmios foram um reconhecimento ao trabalho desenvolvido ao longo destes anos.



**AUTO
PEÇAS
19**

**Especializada
em Peças e
Acessórios
FIAT**

**Av. 19 de Dezembro, 629
Fone: (0442) 25-1387
Fax: (0442) 24-1534
Telex: (442) 586**

MARINGÁ - PR

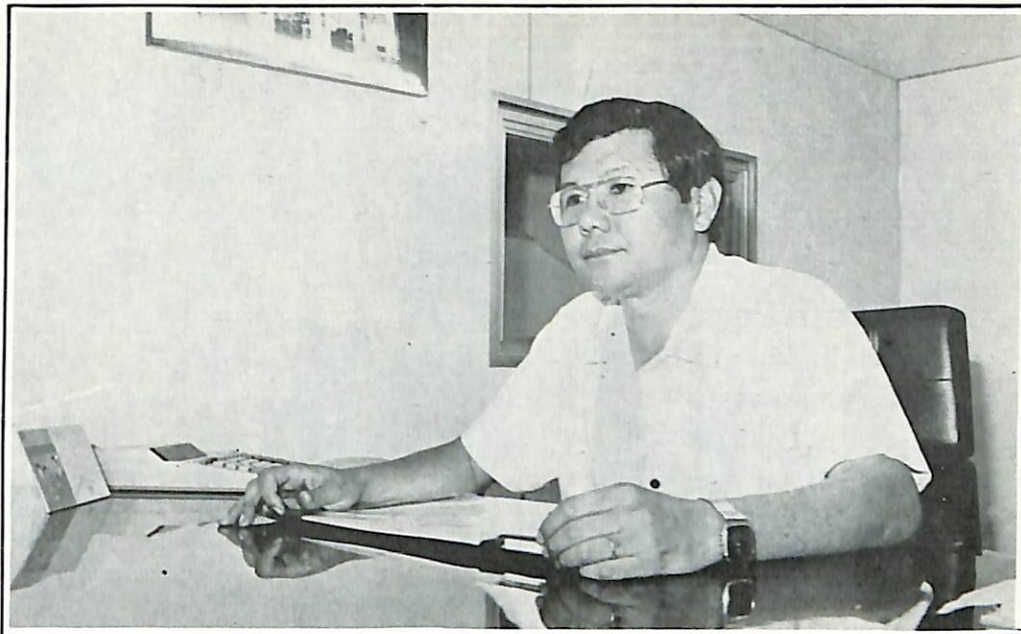


Nekar: prêmios Qualidade Brasil e Paraná

Fernando Matsuda credita esta queda a diversos fatores, entre eles a mudança de atitude do consumidor em relação às peças. "Muitas vezes ele sabe que precisa de uma peça nova. Mas seu dinheiro só lhe permite comprar uma recondicionada". Por isso, Fernando afirma que o setor já foi muito melhor em outros tempos. Como na época em que seu pai – Gosuke Matsuda – fundou a empresa, em 1952. "Hoje o consumidor só compra peça nova quando realmente não tem mais jeito".

INCHAÇO: "O setor de autopeças em Maringá não cresceu. Na verdade ele sofreu foi um inchaço". Esta afirmação é do empresário Paulo Roberto Viscardi, um dos sócios da Só Peças, que revende peças das linhas Volks, Ford, Chevrolet e Fiat. Ele justifica sua afirmação dizendo que o número de lojas é muito maior do que a demanda real de peças do mercado de Maringá. "Muitas pequenas lojas abriram no ano passado, grande parte nascida da separação de sociedades. Mas o volume de vendas não é mais como há algum tempo", afirma Paulo, explicando que em sua loja o movimento caiu 60 por cento desde a edição do Plano Collor.

Mesmo assim, o empresário re-



Matsuda: "Períodos difíceis, com lucros reduzidos e queda nas vendas"

conhece que o setor ainda está em situação privilegiada no contexto da economia brasileira. Só que ele acha que falta algo fundamental para que o setor possa realmente crescer e se fortalecer: a união dos empresários. "Isso não existe hoje. Todos são realmente concorrentes".

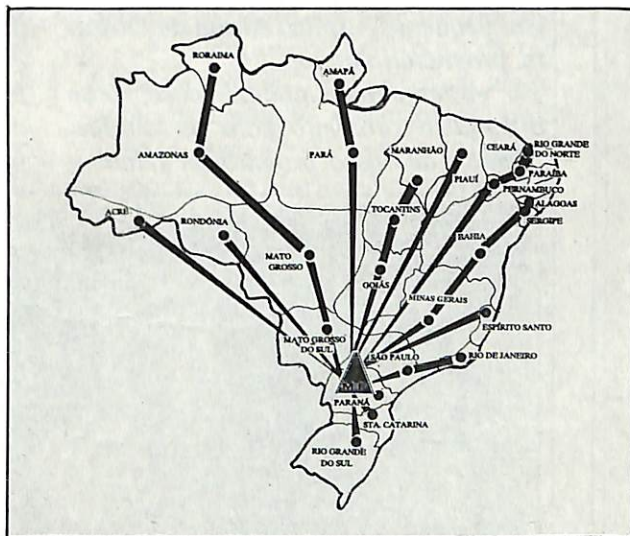
EXPERIÊNCIA E CAUTELA: Se para alguns empresários o ano passado

não foi dos melhores, para outros nem tudo foi tão difícil. Este é o caso de Afonso Navas de Mattos, proprietário da Navas Autopeças, especializada na linha Chevrolet. Segundo ele, as vendas se mantiveram estáveis durante todo o ano, com excessão do mês de dezembro, quando o movimento caiu.

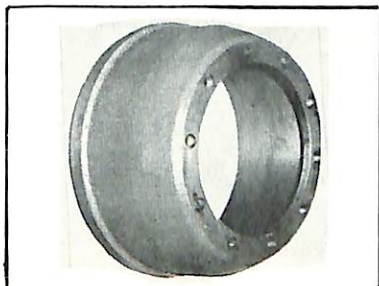
Com muitos anos de experiência no setor – Afonso trabalhou durante 27

Peças com Qualidade. Peça por Telefone.

Com uma
dinâmica
equipe
e um
moderno
sistema de
telemarketing,
a **MOTOR
FREIOS**
distribui
para todo



o país as
melhores
peças para
**CARRETAS,
SCANIA,
VOLVO e
MERCEDES**
pelos
melhores
preços do
mercado



MOTOR FREIOS
DISTRIBUIDORA DE PEÇAS LTDA.
CARRETAS - SCANIA
VOLVO - MERCEDES
AVENIDA SINCLER SAMBATTI, 2821 (CONTORNO SUL)
FONE: (0442) 28-8181 - FAX: (0442) 28-8686 - TELEX: (442) 494 MFDP

TELEMARKETING

(0442)
28-8181



NAVAS

Auto Peças

Especializada em Peças,
Acessórios e
Latarias da
Linha
CHEVROLET

**AR CONDICIONADO
PARA VEÍCULOS**

Matriz: Av. Brasil, 4383

Fone: (0442) 24-8491
MARINGÁ - PR

Filial 1: Rua Guaporé, 824

Fone: (0432) 29-0314
LONDRINA - PR

Filial 2: Av. Colombo, 6672

Fone: (0442) 24-8491
MARINGÁ - PR

matsuda



**AUTO
PEÇAS
MECÂNICA**

**FORD
CHEVROLET
VOLKSWAGEN
FIAT**

Peças:

Av. Brasil, 2856
Fone: (0442) 22-8842

Mecânica:

Av. Colombo, 3080
Fone: (0442) 23-1118

MARINGÁ - PARANÁ



A Só Peças teve queda do movimento por causa do "Inchaço" do setor

Retorno de um investimento

Dispondo de um estoque de 1.500 itens, a Casa dos Faróis é a única especializada em Maringá. Aliás, ela está entre as poucas especializadas em faróis e lanternas em todo o estado: somente Londrina e Curitiba têm lojas do gênero.

Por ser a única na cidade, a Casa dos Faróis é sempre muito procurada, até mesmo por concessionárias da cidade quando precisam de peças para reposição em suas oficinas. "É que para estas empresas, mesmo sendo de grande porte, não compensa manter estoques de um componente que para elas tem um giro pequeno", explica Airton de Oliveira, proprietário da loja.

A despeito de qualquer crise, ele se diz muito satisfeito com as vendas. "Apesar de nosso produto ser relativa-

mente caro, as vendas se mantiveram num nível satisfatório no ano passado. Chegamos a vender cerca de 400 peças por mês", afirma.

A Casa dos Faróis mantém duas lojas na cidade. Uma na avenida Colombo, num ponto estratégico, bem na entrada da cidade. A segunda, da avenida Brasil, foi inaugurada recentemente, mas já vem se destacando nas vendas. O motivo deste sucesso Airton atribui ao trabalho que vem sendo desenvolvido desde que a empresa foi aberta, em outubro de 90, e ao investimento maciço em publicidade. "Nós passamos um ano inteiro bombardeando a mídia com propaganda. Agora estamos colhendo os frutos".



A Casa dos Faróis é uma das 3 especializadas no setor em todo o Paraná

Experiência e credibilidade

Há 28 anos no comércio de auto peças novas e usadas, a Drugovich Auto Peças nasceu de uma casualidade. Do quintal da casa da família Drugovich para as modernas instalações na BR 376, Km 120, em Maringá, muita coisa aconteceu. Primeiro foram peças para os "românticos" Alfa Romeo. Depois, com o fim da fabricação destas legendas do transporte pesado, a empresa passou a comercializar peças Scania.

Tudo começou em 1964, quando os Drugovich transportavam soja no interior do Paraná. Num certo dia, o "velho FNM" - como também era conhecido o Alfa - fundiu o motor, e fez surgir a Drugovich Auto Peças. "Nós fomos obrigados a desmontar o caminhão, porque não tínhamos dinheiro para arrumá-lo. Daí decidimos vender o que restava de bom", lembra Cláudio Drugovich, sócio-proprietário da Auto Peças.

MAUÁ-BR: Isto ocorreu no quintal da casa da família Drugovich, que passou a ser a sede da empresa. Em pouco tempo a Drugovich Auto Peças passou a ocupar também os quintais dos vizinhos, o que obrigou a empresa a se transferir para um prédio na avenida Mauá, que na época abrigava a maioria das firmas



Drugovich:
20 mil
clientes
cadastrados
e
credibilidade
para
vender
por
telefone

do ramo. E foi com esta mudança que surgiram os primeiros sinais da transformação do ferro-velho em comércio de conjuntos (motor, câmbio e diferencial), revisados com garantia.

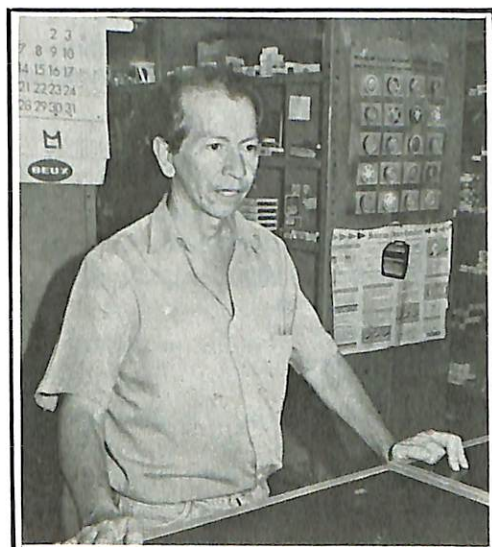
Após 20 anos na Mauá, outra vez por problemas de espaço, a empresa foi obrigada a mudar. Hoje a Drugovich está instalada num moderno prédio, no KM 120, da BR 376, com diversas inovações tecnológicas, tudo para suprir as exigências do mercado. Uma preocupação que dá à empresa credibilidade pela qualidade dos seus produtos, confirmada pelo cadastro de 20 mil clientes espa-

lhados pelo país.

Com tantos clientes cadastrados, a Drugovich Auto Peças foi obrigada a descentralizar suas vendas, e abrir 2 filiais. Uma no Estado de Minas Gerais e outra no Rio Grande do Sul. "Precisávamos ficar mais perto dos clientes destas regiões, e atendê-los com maior rapidez", explica Cláudio. Para as outras regiões, o empresário diz satisfeito, que as vendas continuam sendo feitas por telefone, outra prova indiscutível da credibilidade da empresa conquistada durante os seus 28 anos de atividade no setor.

anos na Zacarias Veículos, revendedora Chevrolet, 25 deles no setor de peças - , o empresário afirma que o ramo de autopeças é um dos únicos que ainda conseguem sobreviver com relativa tranquilidade. "É claro que não se vende como antigamente. Principalmente o supérfluo, que os clientes estão cortando mesmo", explica.

Mas, mesmo com toda a crise, esta empresa não se viu às voltas com dificuldades que obrigassem, por exemplo, a demitir funcionários. "Nosso quadro



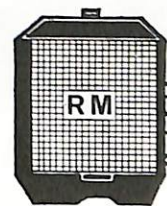
Navas: "Um dos poucos ramos que consegue sobreviver com relativa tranquilidade"

continua com os mesmos 12 funcionários. A dispensa não é interessante nem mesmo para a empresa, porque está muito difícil encontrar pessoal especializado. E nós temos uma equipe de vendedores bastante competente", afirma.

Para mostrar como o setor tem força na cidade, Afonso revela alguns números: segundo seus cálculos, foram abertas cerca de 30 pequenas lojas de autopeças em Maringá no ano passado. "Quando abri as portas da minha empresa, em agosto de 84, estavam no mercado de Maringá apenas aquelas já tradicionais, como a Gevasco, A Tolar-do, e outras mais antigas", coloca.

Outra prova de que o ano não foi tão ruim para o setor está nos investimentos que algumas empresas têm feito. A Navas Autopeças, por exemplo, está construindo uma nova loja, mais espaçosa, e num local estratégico: avenida Colombo.

Afonso diz que o segredo do sucesso neste setor é, acima de tudo, a experiência. E, com ela, a cautela. Segundo ele é preciso saber formar o estoque. "Nos dias de hoje, as lojas de autopeças que adotarem a filosofia de formar grandes estoques, principalmente de peças caras, não vão conseguir se estabilizar mesmo".

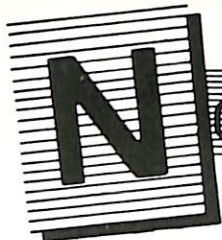


COMÉRCIO DE RADIADORES MORENO

Radiadores Novos e Usados
À Base de Troca
Vendas e Consertos
Serviços Rápidos e
Garantidos

JOSÉ MORENO FILHO
- Diretor -

Av. Morangueira, 1962
Fone: (0442) 28-2586
MARINGÁ - PR



NOVOS SÓCIOS

- BRASITELHAS

Av. Brasil, 6877 - fone: 24-0758
Com. varejista de mat. p/ construção.

- AUTOMAR DISTRIBUIDORA DE ACUMULADORES LTDA

Av. Morangueira, 2199
fone: 28-3535
Com. atacadista e varejista de peças e acessórios mat. elétr.

- COTAJIVA

Av. Brasil, 5775 - fone: 24-8117
Com. de mat. p/ construção.

- DISAPEL

Av. Brasil, 3326 - fone: 22-6723
Com. varejista de móv., eletrodom. e util. domésticas.

- COLCHOARIA MARINGÁ

R. Santos Dumont, 897 e 907
fone: 26-4838
Fáb. de colchões de molas e com. de art. p/ tapeçaria.

- MARINGASPUMA

Av. Mauá, 1951 - fone: 22-7664
Com. de colchões de espuma, espuma e izopor.

- E BC

R. Néo Alves Martins, 1842
fone: 26-2021
Prestação de serviços em convênios médico-hospit. e comerc.

- SUPERMERCADOS BOM SUCESSO

R. Camões, 239 - Vila S. Antonio
Supermercados e Bar.

- ALIMENTOS ZAELI

Av. Pedro Taques, 930 - fone: 26-1810
Com. atacadista e varejista de alimentos.

- SUPERMERCADOS PASSARELA

Pça. Todos os Santos, 204
fone: 22-5060
Super. com. gêneros aliment., bebidas e refrig., secos e molhados, produtos hort. granj.

- PARANÁ MÓVEIS

R. Santos Dumont, 1933
fone: 26-5665

Indústria e comércio de móveis.

- SIL PRESENTES IMPORTADOS

R. Néo Alves Martins, 2829
fone: 26-2768
Com. de presentes e artigos importados.

- TATIANE MODAS

Av. dos Palmares, 332 - loja 01
Jd. Liberdade
Com. de enxovais e confecções.

- NOVO CENTRO DE EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

Av. Paraná, 1627 - fone: 24-6444
Compra, venda, locação, administração e incorp. de imóv.

SERILON

R. Néo Alves Martins, 2647
fone: 22-4360

Com. varejista de produtos serigráficos.

- LOJA DIMAR

Av. Pedro Taques, 2.448 - Jd. Alvorada - fone: 28-4765
Com. varejista de confecções e calçados.

- NET/5 - ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Av. XV de Novembro, 332 - sala 07 fone: 26-4094
Assessoria de Comunicação.

- INGATUR

R. Néo Alves Martins, 2456
fone: 26-5325
Agência de viagens e turismo.

- CEAG

Av. Brasil, 3278, 3º andar s/33
fone: 22-0697
Consultoria empresarial e assist. gerencial.

- DECORAÇÕES CLAUDIA

Av. São Paulo, 1043 - fone: 22-7027
Com. varejista de decorações.

- REOMPA

R. Joubert de Carvalho, 373 - loja 04 fone: 22-1330
Com. varejista de componentes eletrônicos.

- CEREALISTA FEIJÃO DE OURO

Av. das Torres, 936 - Pq. Indl. II
fone: 24-3533
Compra e venda de cereais.

- COMÉRCIO DE CEREAIS YAMANARI

Av. das Torres, 876 - Pq. Indl. II
fone: 24-2123

- COMSERV - CENTRAL DE COMPRAS E SERVIÇOS

Av. Colombo, 4339 - sala 101
fone: 24-1239
Assessoramento de compras e serviços em constr. civil.

- FOTOPLAN PARANÁ DISTR. DE MAT. FOTOGRÁFICOS

Av. São Paulo, 47 - loja 01
fone: 23-5202
Com. de mat. fotogr. no atacado e varejo serv. de labot. fotográficos.

- HARISA PLANEJAMENTO IMOBILIÁRIO

Av. Cerro Azul, 1335 - fone: 22-2266
Administração, incorporação, compra e venda de imóveis.

- HOT SIDE

Av. São Paulo, esq. c/ av. Mauá s/ nº fone: 26-5431
Com. varejista de confecções e calçados.

- MATSUDA AUTO MECÂNICA

Av. Colombo, 3080 - fone: 23-1118
Mecânica e funelaria.

- ANDRIAN IMÓVEIS

R. Santos Dumont, 1554
fone: 22-2002
Compra, venda, locação e administração de imóveis.

- CASA DAS LIXAS

Av. Pedro Taques, 1686
fone: 28-2969
Com. de máquinas, ferramentas e abrasivos em geral.

Ciclos I

REPRESENTANTE EXCLUSIVO

MARFINITE

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



Linha Ekológica®

Dispensa por Justa Causa

Direitos do Empregado

Configuram-se motivos justos para rescisão do contrato de trabalho pelo empregador os seguintes:

- a) ato de improbidade;
 - b) incontinência de conduta ou mau procedimento;
 - c) negociação habitual, por conta própria ou alheia, sem permissão do empregador e quando constituir ato de concorrência à empresa para a qual trabalha o empregado ou for prejudicial ao serviço;
 - d) condenação criminal do empregado, transitada em julgado, caso não tenha havido suspensão condicional da pena;
 - e) desídia no desempenho das respectivas funções;
 - f) embriaguez, habitual ou em serviço;
 - g) violação de segredo da empresa;
 - h) ato de indisciplina ou de insubordinação;
 - i) abandono de emprego;
 - j) ato livre da honra ou da boa fama praticado no serviço contra qualquer pessoa ou ofensas físicas, nas mesmas condições, salvo em legítima defesa, própria ou de outrem;
 - k) prática constante de jogos de azar;
 - l) prática, devidamente comprovada em inquérito administrativo, de atos atentatórios contra a segurança nacional;
 - m) somente para empregados bancários, a falta contumaz de pagamento de dívidas legalmente exigíveis (Art. 508 da CLT);
 - n) falta reiterada no menor aprendiz no curso de aprendizagem ou falta de razoável aproveitamento (Art. 432, § 2º da CLT);
 - o) abandono coletivo do serviço sem autorização do tribunal competente ou desobediência a qualquer decisão proferida em dissídio (Art. 723 da CLT).
- A despedida por motivo de falta grave do empregado estável (não optante que tenha mais de 10 anos de serviço na empresa) só será efetivada mediante inquérito judicial, não basta, pois, a continuação das justas causas enumeradas pelo Art. 482 da CLT para a rescisão do contrato. Ao empregador é autorizado apenas o ajuizamento de inquérito na Justiça do Trabalho para que, devidamente apurada a falta grave, seja determinada a rescisão.

VERBAS RESCISÓRIAS	EMPREGADO COM MAIS DE 1 ANO	EMPREGADO COM MENOS DE 1 ANO
	Necessidade de homologação da rescisão (Art. 477, § 1º da CLT)	Não há necessidade de homologação
1 - Saldo de Salários	Devido Art. 462 da CLT	Devido Idem
2 - Aviso Prévio	Não Devido Art. 487 da CLT	Não devido Idem
3 - Férias Vencidas	Devidas Nas mesmas condições do item 3 do quadro I arts. 130; 133; 137 "caput" e 146 da CLT	Não devidas Art. 130 da CLT
4 - Férias Proporcionais	Não devidas Art. 146, parágrafo único da CLT	Não devidas Art. 147 da CLT
5 - Acréscimo Constitucional de Férias	Devido Nas mesmas condições do item 5 do quadro I, calculado somente sobre as férias vencidas. Art. 7º, XVII do C.F. ou IN nº 1/88	Não devido Art. 147 da CLT c.c. Art. 7º, XVII da C.F.
6 - 13º Salário	Não devido Art. 3º da Lei nº 4.090/62 Art. 7º do Decreto nº 57.155/65	Não devido Idem
7 - Levantamento do FGTS	Não devido Há casos de levantamento (Cód. 16, 18, e 21 do FGTS). A empresa poderá levantar o valor depositado em conta vinculada com relação ao empregado não optante - Código 25 Poderá também levantar o depositado referente a período anterior à opção - Código 29 Arts. 7º e 8º, inciso II da Lei nº 5.107/66, POS/FGTS nº 02/78 - item 92 do Decreto nº 59.820/66	Não devido Idem Idem
8 - Salário-Família	Devido Nas mesmas condições do item 8 do Quadro I Art. 15 do Decreto nº 53.163/63	Devido Idem Idem
9 - Indenização Adicional	Não devida Art. 9º da Lei nº 7238/84; Art. 4º do Decreto nº 84.560/80	Não devida Idem
10 - Indenização por tempo de serviço	Não devida Art. 477 da CLT	Não devida Idem

SALÁRIO-EDUCAÇÃO

RESOLUÇÃO 7 FNDE, DE 20-12-91
(DO-U DE 23-12-91)

Sistema de Manutenção de Ensino de 1º Grau (SME), a vigorar no 1º trimestre de 1992, conforme quadro abaixo:

PREVIDÊNCIA SOCIAL
SALÁRIO-EDUCAÇÃO - Manutenção do Ensino de 1º Grau.

O PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO DO FUNDO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO DA EDUCAÇÃO (FNDE), no uso de suas atribuições e tendo em vista o disposto no art. 10, inciso III do Decreto nº 87.043, de 22 de março de 1982, com a redação dada pelo Decreto nº 88.374, de 07 de junho de 1983, resolve "ad referendum":

Art. 1º - Fixar o preço unitário mensal da vaga para o

UNIDADES FEDERADAS	VALOR DA VAGA (Cr\$)
AM, AP, BA, DF, ES, PR, RO, RR, SC, SP, AC	56.842,00
GO, MG, MS, MT, PI, RJ, RS, TO	43.141,00
CE, PA, PB, RN	35.526,00
MA, PE	30.684,00
AL, SE	27.326,00

Art. 2º - Revogam-se as disposições em contrário.
(José Goldemberg)

CADERNO TÉCNICO

Suplemento da

REVISTA

ACIM

ANO 29 - Nº 318 - FEVEREIRO/92
Publicação mensal da



Associação Comercial e
Industrial de Maringá

Rua Néo Alves Martins, 2321
Fone (0442) 26-1331 - Fax (0442) 23-5007
S.P.C. (0442) 26-2299

Telex (442) 168 - Caixa Postal 1033

MARINGÁ - PARANÁ

DIRETOR RESPONSÁVEL

Luiz Carlos Masson

CONSULTORES RESPONSÁVEIS

Área Contábil

Antonio Barison Martins

Área Trabalhista

Hélio Aparecido Domingues

Área Jurídica

Isabela Mª P.P. Renzetti

Área Econômica

José Adirson Gianotto Nascimento

PRODUÇÃO GRÁFICA E

EDITORAÇÃO ELETRÔNICA

Editora Organsil

Fones (0442) 24-9365 e 24-5005

Correção Monetária do Balanço - Diferença IPC/BTNF em 1990 - Índices de correção pelo IPC

Instrução Normativa nº 114, de 04.12.91, do Diretor do Deptº da Receita Federal - DOU de 09.12.91

disposta nos artigos 32 e 33 do Decreto nº 332/91.

Trata-se da correção monetária instituída pela Lei nº 8.200/91.

O Diretor do Departamento da Receita Federal, no uso da competência prevista no art. 48 do Decreto nº 332, de 04 de novembro de 1991, e tendo em vista que o art. 3º da Lei nº 8.200, de 28 de junho de 1991, determina que será reconhecida, pelas pessoas jurídicas tributadas pelo lucro real no período-base de 1990, a diferença, naquele período, da variação entre o IPC e o BTNF,

Resolve:

I - Divulgar os índices que indicam a referida diferença de variação ocorrida no curso do ano de 1990 (item IV).

II - Os referidos índices serão aplicados sobre o valor em cruzeiros dos saldos das contas sujeitas à correção monetária no exercício financeiro de 1991, período-base de 1990, constantes no mês do balanço de abertura e dos acréscimos ou baixas ocorridas em todos os meses do ano de 1990, na forma

III - Os índices também serão aplicados sobre os valores das adições, exclusões e compensações controladas na parte B do LALUR, constantes do balanço de abertura do período-base de 1990.

IV - Índices de correção pelo IPC para 1990:

Janeiro	-	18,9472
Fevereiro	-	12,1371
Março	-	7,0246
Abril	-	3,8111
Mai	-	2,6320
Junho	-	2,4400
Julho	-	2,2273
Agosto	-	1,9725
Setembro	-	1,7607
Outubro	-	1,5615
Novembro	-	1,3673
Dezembro	-	1,1830

V - Os valores constantes do balanço de abertura de 1º de janeiro de 1990, transferidos do balanço de encerramento do período-base em 31 de dezembro de 1989, serão corrigidos com base no índice do mês de janeiro de 1990 (18,9472).

Carlos Roberto Guimarães Marcial

Seguridade Social

Seguro de Acidente de Trabalho

A contribuição da empresa, destinada ao financiamento da complementação das prestações por acidente do trabalho, corresponde à aplicação dos seguintes percentuais incidentes sobre o total da remuneração paga ou creditada a qualquer título, no decorrer do mês, aos segurados empregados avulsos, e médicos-residentes:

I - 1% (um por cento) para a empresa em cuja atividade preponderante o risco de acidente do trabalho seja considerado leve;

II - 2% (dois por cento) para a empresa em cuja atividade preponderante o risco de acidente do trabalho seja considerado médio;

III - 3% (três por cento) para a empresa em cuja atividade preponderante o risco de acidente do trabalho seja considerado grave.

1º - Considera-se preponderante a atividade econômica autônoma que ocupa o maior número de segurados empregados e trabalhadores avulsos na empresa ou estabelecimento a ela equiparado.

2º - Estabelecimento equiparado é aquele que depende de outro, o principal, a matriz, possuindo, todavia, CGC próprio do Ministério da Economia Fazenda e Planejamento e de onde

são exercidas atividades econômicas autônomas pelos segurados empregados e trabalhadores avulsos da empresa centralizadora.

3º - As atividades econômicas preponderantes das empresas e os respectivos riscos de acidentes do trabalho compõem a Relação de Atividades Preponderantes Correspondentes Graus de Riscos - Seguro de Acidentes do Trabalho - SAT.

4º - O enquadramento da empresa no grau de risco é de sua própria responsabilidade e será mensalmente, cabendo ao INSS rever o enquadramento a qualquer tempo.

5º - Verificando erro no auto-enquadramento, o INSS, além de aplicar as cominações prevista neste Regulamento, adotará as medidas necessárias a sua correção ao levantamento dos valores recolhidos a menor ou orientado o responsável na hipótese de recolhimento indevido, conforme o caso. OBS: A RELAÇÃO DE ATIVIDADES PREPONDERANTES E CORRESPONDENTES GRAUS DE RISCOS - encontra-se no anexo do Decreto nº 356 que Aprova o Regulamento da Organização e do Custeio da Seguridade Social.

FERIADOS 1.992

JANEIRO:

Dia 1º - QUARTA-FEIRA
CONFRATERNIZAÇÃO
UNIVERSAL

Lei nº 662 de 06.04.49

ABRIL:

Dia 17 - SEXTA-FEIRA
PAIXÃO

Lei Municipal nº 512 de 22.03.67

MAIO:

Dia 1º - SEXTA-FEIRA
DIA DO TRABALHO

Lei nº 662 de 06.04.49

Dia 10 - DOMINGO

ANIVERSÁRIO DE MARINGÁ

Lei Municipal nº 512 de 23.03.67

JUNHO:

Dia 18 - QUINTA-FEIRA
CORPUS CHRISTI

Lei Municipal nº 512/67

SETEMBRO:

Dia 07 - SEGUNDA-FEIRA
INDEPENDÊNCIA DO BRASIL

Lei nº 662 de 06.04.49

OUTUBRO:

Dia 03 - SÁBADO
ELEIÇÕES MUNICIPAIS

Lei nº 8.214 de 24.07.91

Dia 12 - SEGUNDA-FEIRA

N. Sra. APARECIDA

Lei nº 6.802 de 03.06.80

NOVEMBRO:

Dia 15 - DOMINGO
PROCLAMAÇÃO DA
REPÚBLICA

Lei nº 662/49

DEZEMBRO:

Dia 08 - TERÇA-FEIRA
IMACULADA CONCEIÇÃO

Lei Municipal nº 598/68

Dia 25 - SEXTA-FEIRA
NATAL

Lei nº 662/49



DEVILLE

MARINGÁ

- **ALMOÇO EXECUTIVO**
DE 2ª FEIRA A SÁBADO
- **JANTAR ROMÂNTICO COM**
PIANO, DE 2ª A SÁBADO
- **DIXIE BAR**
DAS 18:00 ÀS 02:00 HORAS
BARMAN INTERNACIONAL
- **HAPPY HOUR BAR**
DAS 18:00 ÀS 20:00 HORAS
(DESCONTOS ESPECIAIS)
- **SAUNA**
DAS 17:00 ÀS 22:00 HORAS
- **SEGUNDA LUA DE MEL**
PACOTE: SEXTAS-FEIRAS
- **WELLCOME DRINK**
NO DIXIE BAR
- **JANTAR À LUZ DE VELAS**
COM PIANO, NO
RESTAURANTE, ("MENU"
SUGESTÃO DO CHIEF)
- **PERNOITE EM**
APARTAMENTO LUXO
- **CAFÉ DA MANHÃ**
(INESQUECÍVEL) NO
COFFEE SHOP, EM BUFFET.
- **RESERVAS DE MESA**
RAMAL 7, COM DELFINO
- **RESERVAS DE APARTAMENTO**
RAMAL 8, COM MARINA

Todas estas facilidades à disposição
de pessoas de bom gosto de
Maringá e Região.

HOTÉIS

Deville

Hospedagem em grande estilo

Av. Herval, 26 - Fone: (0442) 26-1001
Telex (442) 211 - Fax: (0442) 26-1977
MARINGÁ - PR

Alterações no FINSOCIAL

**LEI COMPLEMENTAR Nº 70,
de 30 de Dezembro de 1991.
(DEFINE O NOVO FINSOCIAL)**

Institui contribuição para financiamento da Seguridade Social, eleva a alíquota de contribuição social sobre o lucro das instituições financeiras e dá outras providências.

Art. 1º – Sem prejuízo da cobrança das contribuições para o Programa de Integração Social – PIS e para o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público – PASEP, fica instituída contribuição social para financiamento da Seguridade Social, nos termos do inciso I do art. 195 da Constituição Federal, devida pelas pessoas jurídicas, inclusive as a ela equiparadas pela legislação do imposto de renda, destinadas exclusivamente às despesas com atividades-fins das áreas de saúde, previdência e assistência social.

Art. 2º – A contribuição de que trata o artigo anterior será de dois por cento e incidirá sobre o faturamento mensal, assim considerado a receita bruta das vendas de mercadorias, e serviços e de serviço de qualquer natureza.

PARÁGRAFO ÚNICO – Não integra a receita de que trata este artigo, para efeito de determinação da base de cálculo da contribuição, o valor:

a) do imposto sobre produtos industrializados, quando destacado em separado no documento fiscal;

b) das vendas canceladas, das devolvidas e dos descontos a qualquer título concedidos incondicionalmente.

Art. 3º – A base de cálculo da contribuição mensal devida pelos fabricantes de cigarros, na condição de contribuintes e de substitutos dos comerciantes varejistas, será obtida multiplicando-se o preço de venda do produto no varejo por cento e dezoito por cento.

Art. 4º – A contribuição mensal devida pelos distribuidores de derivados de petróleo e álcool etílico hidratado para fins carburantes, na condição de substitutos dos comerciantes varejistas, será sobre o menor valor, no País, constante da tabela de preços máximos fixados para venda a varejo, sem prejuízo da contribuição incidente sobre suas próprias vendas.

Art. 5º – A contribuição será convertida, no primeiro dia do mês subse-

quente ao de ocorrência do fato gerador, pela medida de valor e parâmetro de atualização monetária diária utilizada para os tributos federais, e paga até o dia vinte do mesmo mês.

Art. 6º – São isentas da contribuição:

I – As sociedades cooperativas que observaram ao disposto na legislação específica, quanto aos atos cooperativos próprios de suas finalidades;

II – As sociedades civis de que trata o art. 1º do Decreto-Lei nº 2.397, de 21 de dezembro de 1987;

III – As entidades beneficentes de assistência social que atendam às exigências estabelecidas em Lei.

Art. 7º – É ainda isenta da contribuição a venda de mercadorias ou serviços, destinados ao exterior, nas condições estabelecidas pelo Poder Executivo.

Art. 8º – (VETADO)

Art. 9º – A contribuição social sobre o faturamento de que trata esta Lei Complementar não extingue as atuais fontes de custeio da Seguridade Social, salvo a prevista no art. 23 inciso I, da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, a qual deixará de ser cobrada a partir da data em que for exigível a contribuição ora instituída.

Art. 10 – O produto de arrecadação da contribuição social sobre o faturamento, instituída por esta Lei Complementar, observado o disposto na segunda parte do art. 33 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, integrará o Orçamento da Seguridade Social.

PARÁGRAFO ÚNICO: À contribuição referida neste artigo aplicam-se as normas relativas ao processo administrativo-fiscal de determinação e exigência de créditos tributários federais, bem como, subsidiariamente e no que couber, as disposições referentes ao imposto de renda, especialmente quanto a atraso de pagamento e quanto a penalidades.

Art. 11 – Fica elevada em oito pontos percentuais a alíquota referida no § 1º do art. 23 da Lei nº 8.212 de 24 de julho de 1991, relativa à contribuição social sobre o lucro das instituições a que se refere o § 1º do art. 22 da mesma lei, mantidas as demais normas da Lei nº 7.689 de 15 de dezembro de 1988, com as alterações posteriormente introduzidas.

PARÁGRAFO ÚNICO: As pessoas jurídicas sujeitas ao disposto neste artigo

ficam excluídas do pagamento da contribuição social sobre o faturamento, instituída pelo art. 1º desta Lei Complementar.

Art. 12 – Sem prejuízo do disposto na legislação em vigor, as instituições financeiras, as sociedades corretoras e distribuidoras de títulos e valores mobiliários, as sociedades de investimento e as de arrendamento mercantil, os agentes do Sistema Financeiro de Habitação, as bolsas de valores, de mercadorias, de futuros e instituições assemelhadas e seus associados e as empresas administradoras de cartões de crédito fornecerão à Receita Federal, nos termos estabelecidos pelo Ministro da Economia, Fazenda e Planejamento, informações cadastrais sobre os usuários dos respectivos serviços, relativas ao nome, à filiação, ao endereço e ao número de inscrição do cliente no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF ou no Cadastro Geral de Contribuintes – CGC.

§ 1º – às informações recebidas nos termos deste artigo aplica-se o disposto no § 7º do art. 38 da Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964.

§ 2º – As informações de que trata o caput deste artigo serão prestadas a partir das relações de usuários constantes dos registros relativos ao ano-calendário de 1992.

§ 3º – A não-observância do disposto neste artigo sujeitará o infrator, independentemente de outras penalidades administrativas, à multa equivalente a trinta e cinco unidades de valor referidas no art. 5º desta Lei Complementar, por usuário omitido.

Art. 13 – Esta Lei Complementar entra em vigor na data de sua publicação, produzindo efeitos a partir do primeiro dia do mês seguinte aos noventa dias posteriores àquela publicação, mantidos, até essa data, o Decreto-Lei nº 1.940 de 25 de maio de 1982, e alterações posteriores, a alíquota fixada no art. 11 da Lei nº 8.114, de 12 de dezembro de 1990.

Art. 14 – Revoga-se o art. 2º do Decreto-Lei nº 326, de 08 de maio de 1967, e demais disposições em contrário.

Brasília, 30 de dezembro de 1991, 170ª da Independência e 103ª da República.

FERNANDO COLLOR

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 126, do Diretor do departamento da Receita Federal de 30.12.91, publicada no DOU de 31.12.91, retificada no de 03.01.92

(IMPOSTO DE RENDA RETIDO NA FONTE)

Dispõe sobre o cálculo do Imposto de Renda na fonte a partir de 1º de janeiro de 1992.

O Diretor do Departamento da Receita Federal, no uso de suas atribuições e tendo em vista as disposições das Leis nºs 7.713 de 22 de dezembro de 1988, 8.134, de 27 de dezembro de 1990, 8.218, de 29 de agosto de 1991 e 8.383, de 30 de dezembro de 1991,

Resolve:

1 - A partir de 1º de janeiro de 1992, o Imposto de Renda a ser descontado na fonte sobre os rendimentos do trabalho assalariado pagos por pessoas físicas ou jurídicas, bem como sobre os demais rendimentos percebidos por pessoas físicas, que não estejam sujeitos à tributação exclusiva na fonte, pagos por pessoas jurídicas, será calculado de acordo com o disposto nesta Instrução Normativa.

DETERMINAÇÃO DA BASE DE CÁLCULO

2 - Na determinação da base de cálculo sujeita à incidência do imposto poderão ser deduzidos:

a) as importâncias pagas em dinheiro a título de alimentos ou pensões, em cumprimento de acordo ou decisão judicial, inclusive a prestação de alimentos provisionais;

b) a quantia equivalente a quarenta UFIR por dependente;

c) as contribuições para a Previdência Social da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios;

d) o valor de mil UFIR correspondente à parcela isenta dos rendimentos provenientes de aposentadoria e pensão, transferência para a reserva remunerada ou reforma pagos pela Previdência Social da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, ou por qualquer pessoa jurídica de direito público interno, a partir do mês em que o contribuinte completar sessenta e cinco anos de idade.

Pensões

3 - A dedução prevista na letra "a" do item 2, independe de a pensão ter sido determinada em virtude das nor-

mas do direito de família, abrangendo também as pagas, em dinheiro, por condenação judicial.

3.1 - Quando a fonte pagadora não for responsável pelo desconto da pensão, o valor mensal efetivamente pago poderá ser considerado para fins de determinação da base de cálculo sujeita ao imposto na fonte, devendo o prestador fornecer o comprovante do pagamento à fonte pagadora.

3.1.1 - A fonte pagadora poderá fixar uma data-limite para o recebimento do comprovante, com vistas a efetuar a dedução no próprio mês da entrega.

3.1.2 - Quando a entrega ocorrer após a data fixada pela fonte pagadora para o recebimento desse tipo de documento, será admitida a dedução da despesa no mês subsequente ao da entrega.

3.2 - O valor da dedução corres-

ponde ao valor pago dividido pela UFIR do mês do pagamento.

Dependentes

4 - Poderão ser dependentes:

a) o cônjuge ou companheiro(a);
b) o filho, o enteado e o menor pobre, que o contribuinte crie e eduque, desde que tenha menos de 21 (vinte e um) anos, ou até 24 (vinte e quatro) anos quando esteja cursando estabelecimento de ensino superior;

c) filha ou enteada solteira, viúva sem arrimo, ou abandonada sem recursos pelo marido;

d) pais e avós incapacitados para o trabalho;

e) netos ou bisnetos menores ou inválidos, sem arrimo dos pais;

f) filho ou irmão inválido e incapacitado para o trabalho.

Tudo em vidros para construção e engenharia. O melhor em box para residências.

- VIDROS CRISTAIS
TEMPERADOS PARA ENGENHARIA.
- VIDROS PARA CONSTRUÇÃO.
- BOX EM ACRÍLICO.
- BOX BLINDEX.
- ESPELHOS.



VIDRAÇARIA GUAPORÉ

Av. 19 de Dezembro, 569 - Fone: (0442) 24-2235
FAX: (0442) 24-6557 - MARINGÁ - PARANÁ

4.1 – Cada cônjuge poderá deduzir seus dependentes, sendo vedada a dedução concomitante de um mesmo dependente na determinação da base de cálculo de mais de um contribuinte.

4.2 – Para fins de desconto do imposto na fonte, os beneficiários deverão informar à fonte pagadora os dependentes que serão utilizados na determinação da base de cálculo. No caso de dependentes comuns, a declaração deverá ser firmada por ambos os cônjuges.

CÁLCULO DO IMPOSTO

5 – O imposto será calculado mediante a utilização da seguinte tabela progressiva:

Base de cálculo mensal (em UFIR)	Parcela a deduzir da base de cálculo (em UFIR)	Alíquota %
Até 1.000	-	Isento
Acima de 1.000 até 1.950	1.000	15
Acima de 1.950	1.380	25

5.1 – O valor da UFIR a ser utilizado é o vigente no mês em que os rendimentos forem efetivamente recebidos.

5.2 – O imposto será retido por ocasião de cada pagamento no mês. No caso de mais de um pagamento no mês, pela mesma fonte pagadora, aplicar-se-á a alíquota correspondente à soma dos rendimentos pagos, a qualquer título, compensando-se o imposto retido anteriormente.

5.3 – O adiantamento de rendimentos correspondentes a determinado mês não estará sujeito à retenção, desde que os rendimentos sejam integralmente pagos no próprio mês a que se referem, momento em que serão efetuados o cálculo e a retenção do imposto sobre o total dos rendimentos pagos no mesmo mês.

5.3.1 – Se o adiantamento se referir a rendimentos que não sejam integralmente pagos no próprio mês, o imposto será calculado de imediato sobre esse adiantamento.

5.3.2 – Para efeito da incidência do imposto serão considerados adiantamentos quaisquer valores fornecidos ao beneficiário, pessoa física, a título de empréstimo, que não preveja a cobrança de encargos financeiros, forma e prazo de pagamento.

5.4 – Para calcular o imposto o rendimento será convertido em quanti-

dade de UFIR no mês do pagamento e deduzido dos valores previstos no item 2, determinando-se a base de cálculo.

5.4.1 – Determinada a base de cálculo, desta será deduzida a parcela em UFIR indicada na tabela e sobre este resultado aplicada a alíquota correspondente.

VALORES PARA JANEIRO/92

6 – Para o mês de janeiro de 1992 o cálculo do imposto poderá ser efetuado com base na tabela progressiva prevista no item 5 desta Instrução Normativa, convertida para cruzeiros como segue:



Base de cálculo mensal em Cr\$	Parcela a deduzir da base de cálculo em Cr\$	Alíquota %
Até 597.060,00	-	isento
Acima de 597.060,00 até 1.164.267,00	597.060,00	15
Acima de 1.164.267,00	823.943,00	25

b) Dependentes: Cr\$ 23.883,00.

c) Parte dos proventos de inatividade ou pensão de maiores de 65 anos de idade: Cr\$ 597.060,00.

6.1 – Neste caso para calcular o imposto serão deduzidos os valores previstos no item 2, para determinar a base de cálculo. Da base de cálculo assim determinada será deduzida a parcela em cruzeiros indicada na tabela e sobre esse resultado será aplicada a alíquota correspondente.

7 – Opcionalmente pode ser utilizada a tabela progressiva usual seguinte:

Base de cálculo mensal em Cr\$	Alíquota %	Parcela a deduzir do imposto em Cr\$
Até 597.060,00	isento	-
Acima de 597.060,00 até 1.164.267,00	15	89.559,00
Acima de 1.164.267,00	25	205.986,00

7.1 – Utilizando esta tabela será determinada a base de cálculo deduzindo do rendimento bruto os valores do item 2 e sobre essa base aplicada a alíquota correspondente. Do valor de imposto apurado será excluída a parcela a deduzir constante da tabela.

RENDIMENTO BRUTO Férias

8 – O valor pago a título de férias, acrescido dos abonos previstos no item XVII do art. 7º da Constituição Federal, no art. 78, § 1º da Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990 e no art. 143 da Consolidação das Leis do Trabalho deverá ser tributado no mês de seu pagamento.

8.1 – Para determinação da base de cálculo serão admitidas as deduções previstas no item 2 desta Instrução Normativa.

8.2 – O cálculo do imposto deverá ser efetuado em separado de qualquer outro pagamento realizado no mesmo mês.

Aluguéis de imóveis

9 – Tratando-se de rendimentos provenientes de aluguéis de imóveis, poderão ser deduzidos os seguintes encargos, desde que o ônus tenha sido exclusivamente do locador:

a) impostos, taxas e emolumentos incidentes sobre o bem que produzir o rendimento;

b) aluguel pago pela locação de imóvel sublocado;

c) despesas pagas para cobrança ou recebimento do rendimento;

d) despesas de condomínio.

Transporte de cargas ou passageiros

10 – O rendimento tributável no caso de prestação de serviços de transporte, em veículo próprio, locado ou adquirido com reserva de domínio ou alienação fiduciária, corresponderá a:

a) quarenta por cento do rendimento decorrente do transporte de carga e de serviços com trator, máquina de terraplanagem, colheitadeira e assemelhados;

b) sessenta por cento do rendimento decorrente do transporte de passageiros.

Vantagens a administradores, diretores, gerentes e assessores

11 – Integrarão a remuneração dos beneficiários:

11.1 – A contraprestação de arrendamento mercantil ou o aluguel ou, quando for o caso, os respectivos encargos de depreciação, atualizados monetariamente até a data do balanço:

a) de veículo utilizado no transporte de administradores, diretores, gerentes e seus assessores ou de terceiros em relação à pessoa jurídica;

b) de imóvel cedido para o uso de qualquer pessoa dentre as referidas na alínea precedente;

11.2 – As despesas com benefícios e vantagens concedidas pela empresa a administradores, diretores, gerentes e seus assessores, pagas diretamente ou através da contratação de terceiros, tais como:

a) a aquisição de alimentos ou quaisquer outros bens para utilização pelo beneficiário fora do estabelecimento da empresa;

b) os pagamentos relativos a clubes e assemelhados;

c) o salário e respectivos encargos sociais de empregados postos à disposição ou cedidos, pela empresa, a administradores, diretores, gerentes e seus assessores ou de terceiros;

d) a conservação, o custeio e a manutenção dos bens referidos no subitem 11.1;

11.3 – A empresa identificará os beneficiários das despesas citadas nos subitens 11.1 e 11.2 e adicionará aos respectivos salários os valores a elas correspondentes;

11.4 – A inobservância do disposto neste item implicará a tributação dos respectivos valores exclusivamente na fonte, à alíquota de trinta e três por cento.

Rendimentos decorrentes de decisão judicial

12 – O rendimento sujeito à incidência do imposto na fonte pago em cumprimento de decisão judicial será considerado líquido do Imposto de Renda, cabendo à pessoa física ou jurídica, obrigada ao pagamento, a retenção e recolhimento do Imposto de Renda devido, calculado sobre o valor do rendimento reajustado, ficando dispensada a soma dos rendimentos pagos, no mês, para aplicação da alíquota correspondente, nos casos de:

a) juros e indenizações por lucros cessantes;

b) honorários advocatícios;

c) remuneração pela prestação de serviços no curso do processo judicial, tais como serviços de engenheiro, médico, contabilista, leiloeiro, perito, assistente técnico, avaliador, síndico, testamentário e liquidante.

PAGAMENTO

13 – O imposto retido na fonte de que trata esta Instrução Normativa deverá ser pago até o décimo dia da quinzena subsequente à de ocorrência do fato gerador.

13.1 – O imposto será convertido em quantidade de UFIR diária pelo valor desta no primeiro dia útil subsequente ao de ocorrência do fato gerador.

13.2 – O valor em cruzeiros a pagar será determinado mediante a multiplicação de quantidade de UFIR pelo valor desta na data do pagamento.

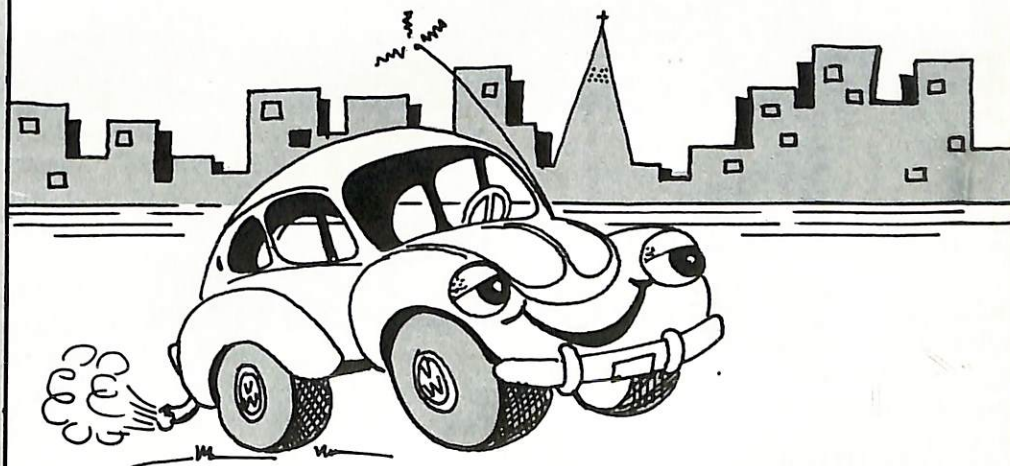
14 – A falta ou insuficiência do pagamento do imposto no prazo previsto no item 13 sujeitará o responsável ao pagamento de multa de mora de vinte por cento e a juros de mora de um por cento ao mês-calendário ou fração, calculados sobre o valor corrigido monetariamente.

14.1 – A multa de mora será reduzida a dez por cento, quando o débito for pago até o último dia útil do mês subsequente ao do vencimento.

14.2 – A multa incidirá a partir do primeiro dia após o vencimento do débito, os juros, a partir do primeiro dia do mês subsequente.

Carlos Roberto Guimarães Marcial

Uma oficina de bom humor tem que gerar a melhor expressão !



Dama S/A, Serviço Autorizado Volkswagen.
Testado e Aprovado.
Aqui, quem dá o show é um conjunto afinadíssimo
em Sol Maior. Todo o brilho que seu carro merece.
Peça por peça.



Dama

DEDICAÇÃO CONQUISTANDO CONFIANÇA.
Av. Paraná, 1222 - Fone: 24-7133

Acidente de Trabalho

O segurado que sofreu acidente de trabalho tem garantida, pelo prazo mínimo de 12 (doze) meses, a manutenção do seu contrato de trabalho na empresa, após a cessação do auxílio-doença acidentário, independentemente da percepção de auxílio-acidente.

Os litígios e medidas cautelares relativos a acidentes do trabalho serão apreciados.

a) na esfera administrativa, pelos órgãos da Previdência Social, segundo as regras e prazos aplicáveis às demais prestações, com prioridade para conclusão;

b) na via judicial, pela justiça dos Estados e do Distrito Federal, segundo o rito sumaríssimo, inclusive durante as férias forenses, mediante petição instruída pela prova de efetiva notificação do evento à Previdência Social, através da Comunicação de Acidente do Trabalho (CAT).

O procedimento judicial é isento do pagamento de quaisquer custas e de verbas relativas a sucumbência.

As ações referentes às prestações

por acidente do trabalho prescrevem em 5 (cinco) anos.

A empresa é responsável pela adoção e uso das medidas coletivas e individuais de proteção e segurança da saúde do trabalhador.

Constitui contravenção penal, punível com multa, deixar a empresa de cumprir as normas de segurança e higiene.

É dever da empresa prestar informações pormenorizadas sobre os riscos da operação a executar e do produto a manipular.

O Ministério do Trabalho e da Previdência Social, através da Secretaria Nacional do Trabalho (SNT) e do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), fiscalizará e os sindicatos e entidades representativas de classe acompanharão o fiel cumprimento.

Por intermédio dos estabelecimentos de ensino, sindicatos, associações de classe, Fundação Jorge Duprat Figueredo de Segurança e Medicina do Trabalho - FUNDACENTRO, órgãos públicos e outros meios, serão promo-

vidas regularmente instrução e formação com vistas a incrementar costumes e atitudes prevencionistas em matérias de acidentes, especialmente do Trabalho.

Nos casos de negligência quanto as normas padrão de segurança e higiene do trabalho indicadas para proteção individual e coletiva, a Previdência Social proporá ação regressiva contra os responsáveis.

**fundamento legal Artigo 169 a 176 do
REGULAMENTO E ORGANIZAÇÃO
E CUSTEIO DA SEGURIDADE SOCIAL -
ROCSS - DECRETO Nº 357**

LOCAÇÃO

Atualmente, com a publicação da Lei nº 8.245/91 em 20.12.91, as locações residenciais estão sendo reajustadas pelo I.S.N. (Índice de Salários Nominais Médios) que é calculado mensalmente pelo I.B.G.E e se baseia nos salários brutos de grandes categorias de trabalhadores, e portanto, são nivelados por cima.

O prazo mínimo de reajuste residencial é de **SEIS MESES**. Assim estipula o Art. 17, do parágrafo único da referida Lei.

As locações residenciais celebradas anteriormente à nova Lei do Inquilinato, podem ser denunciadas, pelo locador, concedido prazo de 12 meses para desocupação do imóvel. Caso tenha havido revisão judicial ou amigável do aluguel, atingindo preço de mercado, a denúncia somente poderá ser exercitada após 24 meses da data de revisão, se esta ocorreu nos 12 meses anteriores à data da vigência da Lei - (Art. 78).

As locações comerciais podem ser reajustadas por qualquer índice publicado pelo Governo Federal. Os mais utilizados são: I.P.C (FGV) e I.G.P (FGV), não podendo os contratos serem vinculados à variação cambial ou ao salário mínimo, o prazo de reajuste da locação comercial também é livre - (Art. 17).

Os contratos de locação por prazo determinado, cessa, de pleno direito, findo o prazo estipulado, independentemente de notificação ou aviso. Caso o locatário permaneça no imóvel por mais de 30 dias sem oposição do locador, presumir-se-á prorrogada a locação nas condições ajustadas, mas sem prazo determinado.

O contrato de locação comercial por prazo indeterminado pode ser denunciado por escrito, pelo locador, concedidos ao locatário 30 dias para a desocupação.

Isabella M. P. Polonio Renzetti
Assistente Jurídica



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

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

MARINGÁ-PR



Maringá cresce 42,35% e passa a ser a 3ª cidade do Paraná em população

Censo 91

Maringá é a que mais cresce no Paraná

Enquanto o Paraná teve um crescimento populacional de 9,7%, nos últimos 11 anos, Maringá passou de 168.239 em 1980 para 239.498 em 1991. O que significa uma população 42,35% maior. Os dados são do Censo de 1991, divulgados em janeiro pelo IBGE

Maringá foi a cidade do Paraná, com mais de cem mil habitantes, que apresentou maior crescimento populacional nos últimos 11 anos. É a conclusão preliminar do X Recenseamento Geral do Brasil, realizado em 1991. Entre 1980 e 1991, a cidade cresceu 42,35%, enquanto Curitiba teve uma taxa de crescimento de 25,17%, Ponta Grossa de 25,11%, Cascavel de 17,67%, Foz do Iguaçu de 38,26%, e Londrina de 28,57%.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE – Maringá tem 239.498 habitantes. Um número que contrariou muita gente, uma vez que previsões não oficiais estimavam que a população da cidade ultrapassaria a casa dos 300 mil habitantes. Já para o IBGE, a população de Maringá está dentro das projeções. O Instituto previa para 1991, uma população de 228.764 pessoas. Ou seja, cerca de 11 mil pessoas a menos do que o número levantado.

Segundo o chefe da Agência do IBGE em Maringá, Laércio Arali, o Censo existe para apurar uma realida-

Quantos contaram

Para realizar o último recenseamento do século e do milênio, a Agência do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE – em Maringá, contou com 190 recenseadores e 27 supervisores. A cidade foi dividida em 252 setores para facilitar o trabalho dos coletores de dados. Antes de 1º de setembro, data de início do Censo, os recenseadores passaram por um treinamento que durou uma semana.

No Censo de 1991 foram contados todos os maringaenses residentes nas zonas rural e urbana. Só deixaram de ser registradas, as pessoas que estão há mais de um ano fora do país. Além de divulgar a população da cidade, o IBGE anunciou que Maringá passa a ser a 3ª cidade do Estado em população. O Instituto informou também que a cidade tem mais mulheres do que homens. São 123.398 mulheres para 116.100 homens.

de. “Além de contar as pessoas, ele mostra um perfil econômico do município, da região e do Estado”, diz. Ele explica que ao contrário do que muita gente pensa, os dados são todos checados. Exemplos desta checagem é que o Instituto recebe a colaboração da Sane-par, Copel e Prefeituras. “Nós pegamos o nosso levantamento e vemos se ele corresponde com os números destes órgãos”, afirma Arali.

FAMÍLIA MENOR: O Censo de 1991 mostra também que o número de pessoas por residência diminuiu. Em 1970 cada residência abrigava 5 pessoas. No Censo seguinte, em 1980, esta proporção caiu para 4.4. E, em 1991, o IBGE constatou que as famílias são compostas hoje por 3.8 pessoas em média. O que indica que houve uma queda na taxa de natalidade na mesma proporção. Assim nos últimos 11 anos, a população deixou de crescer em torno de 37 mil pessoas.

Outro dado do X Censo mostra que a cidade tem 73.943 domicílios. Destes 62.769 estão ocupados, 1.144 são usados ocasionalmente (pessoas que tem 2 residências, como os estudantes que os pais não moram em Maringá, por exemplo), 260 estão fechados (têm moradores mas eles não foram encontrados), e 9.678 estão vagos. Para o IBGE são considerados domicílios toda construção com cobertura, em fase de acabamento.

METROPLAN: E não foi só Maringá que cresceu acima da média dos municípios do Paraná. Na região compreendida pelo Consórcio Intermunicipal da Região Metropolitana – formado por Marialva, Maringá, Paiçandu e Sarandi – os números surpreenderam. No Censo de 1991 foi verificado um crescimento de 119,98% em Sarandi, e de 85,82% em Paiçandu. Já Marialva foi quem cresceu menos. O município teve apenas 10,05% de acréscimo na sua população.

Para o Instituto, a expansão de Sarandi e Paiçandu ocorreu porque estes dois municípios se transformaram em cidades-dormitórios de Maringá. Entre as explicações do IBGE para a transformação está a de que o trabalhador prefere ter que viajar todos os dias, mas pagar aluguel mais barato. Na opinião do chefe da Agência de Maringá, a maioria dos prédios construídos, ou em construção é destinada às classes média e alta. “Isto afugenta grande parte dos assalariados”, declara Laércio Arali.

NO ESTADO: Apesar dos crescimentos verificados em Maringá e região metropolitana, no Paraná os números ficaram abaixo da expectativa. A previsão do IBGE era para 9,1 milhões de habitantes, e o Censo contou pouco mais de 8,3 milhões. Um erro de cerca de 10%. Pelos dados, o Paraná teve uma taxa de crescimento de 9,78% entre 1980 e 1991, e a previsão do Instituto era de que esta taxa deveria ser de 20,09%.

O IBGE levantou ainda que pelo menos 1 milhão de pessoas deixaram o Paraná nos últimos 10 anos para viver em outros Estados. A maioria dos migrantes saiu do Paraná para viver no Mato Grosso do Sul, em São Paulo, Santa Catarina, Rondônia e Paraguai, à procura de áreas agrícolas mais produtivas, onde a sua mão-de-obra possa ser aproveitada. Esta migração demonstra que o Estado optou pela mecanização da agricultura, o que tira o homem do campo e o obriga a sair da sua terra em busca de emprego e de outros locais para sua sobrevivência.

Números positivos

Na opinião do vice-prefeito e secretário da Economia de Maringá, Willy Taguchi, os números apontados pelo IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – foram positivos. Segundo Taguchi, se a cidade continuar com o mesmo ritmo de crescimento, no ano 2000 os maringaenses terão uma qualidade de vida semelhante a dos dias de hoje. “Nesse ritmo, na virada do século a cidade terá cerca de 380 mil habitantes. O que corresponde à população de Londrina, verificada pelo Censo de 1991”.

Taguchi explicou também que as cotas dos Fundos Estaduais e Federais destinada a Maringá não sofrerão alterações. “Há tempos nós já estamos no topo da escala de participação destes recursos”. A preocupação do secretário agora é quanto à aplicação destes recursos. Para Taguchi, os futuros prefeitos devem manter a política de ocupação racional do solo urbano para que não



Foto: Marcos Bergamasco

Taguchi: Neste ritmo chegaremos ao ano 2000 com a mesma qualidade de vida de hoje

haja estrangulamento das redes de água, esgoto e energia na cidade. “Esta preocupação sempre existiu. Por isso eu acredito que na virada do século Maringá será ainda melhor”, afirma Taguchi.

Serviço

Convênios médico-odontológicos

A saúde dos empresários e de seus funcionários também faz parte das preocupações da Associação Comercial e Industrial de Maringá – ACIM – para com seus associados. E este pensamento vai além das reportagens sobre medicina e saúde publicadas periodicamente na revista ACIM. A preocupação está presente ainda nos convênios médico-odontológicos assinados entre a entidade e os profissionais dos setores.

Para usufruir dos convênios, basta aos associados apresentarem as carteiras de sócios, e aos funcionários mostrar a Carteira Profissional no momento de solicitar as requisições. Estas requisições podem ser retiradas com a Nídia, na sede da Associação. Os descontos nas consultas podem chegar até a 50% do valor. Isto vai depender do tipo de tratamento e da especialidade procurada. Abaixo damos a relação dos especialistas, telefones e descontos oferecidos pelos convênios.

DENTISTAS

Wesley Falcão Tuler

Fone: 24-5471

Desconto: 10% e orçamento parcelado

Maria Amélia Pires

Fone: 24-6765

Desconto: 20% a vista e 10% parcelado a combinar

Zênia Pazinato

Fone: em instalação

Desconto: 30% com pagamento parce-

lado em 2 vezes

PSICOLOGIA

Noeli Sanches Lisboa

Fone: 24-9738

Desconto: 50% em cada sessão

Rita de Cássia Ubialli Cintra

Fone: 26-1687

Desconto: 50% em cada sessão

Márcia Cristina Veltini

Fone: 24-2732

Desconto: 30% em cada sessão

Consuelo Hennemann Tomiuoshi

Fone: 22-7844

Desconto: Tabela da AMB

Satiko Guinoza

Fone: 22-2405

Desconto: Tabela da AMB

CLÍNICA GERAL

José Ramos Martins

Fone: 24-4650

Desconto: 1 vez a tabela atualizada da AMB

Orlando Ribeiro do Prado

Fone: 24-9982

Desconto: 1 vez a tabela da AMB

GINECOLOGIA E OBSTETRÍCIA

Ruy Ferreira

Fone: 24-6167

Desconto: 1 vez a tabela da AMB

OTORRINO

Hermes Vilhena

Fone: 24-2212

Desconto: Tabela da AMB

OFTALMOLOGIA

Milton Takizawa

Fone: 24-9704

Desconto: 50% em cada consulta
RADIOLOGIA – RAIOS X E
ULTRA-SOM

Everaldo Ramos de França/
Juan Molina Hueso

Fone: 24-1055

Desconto: 1 vez a tabela da AMB

Sebastião Pereira de Jesus

Fone: 22-4070

Desconto: 20% no dia do atendimento

ANÁLISES CLÍNICAS

Marco Antônio Francisco de Paiva

Fone: 62-1121

Desconto: 1 vez a tabela da AMB

Marcos Antônio Correia

Fone: 24-5022

Desconto: 1 vez a tabela da AMB

DERMATOLOGIA

Leonora Costa Acosta Smaniotto

Fone: 24-4661

Desconto: 1 vez a tabela da AMB

CIRURGIA PLÁSTICA

Celso Jandir Smaniotto

Fone: 24-4661

Desconto: 1 vez a tabela da AMB

CIRURGIA GERAL

Martin Zavadinack Netto

Fone: 24-0236

Desconto: 50% sobre a prestação de serviços

PEDIATRIA

Orlando Colli

Fone: 23-0164

Desconto: 1 vez a tabela da AMB

HOMEOPATIA

Eduarda da Silva Agosti

Fone: 24-8315

Desconto: tabela da AMB

Mais informações na sede da ACIM, ou pelo telefone: 26-1331



Alguns cuidados são essenciais para uma temporada sem problemas

Saúde

Verão sem problemas

Em plena estação mais quente do ano, as praias e as piscinas estão lotadas, e cheias de gente se bronzeando. Nesta época do ano onde as pessoas se expõem mais ao sol, alguns cuidados são essenciais para uma temporada tranqüila e divertida

Podem falar o que quiser. Com crise ou sem crise, no Verão o brasileiro mostra a sua cara. As piscinas dos clubes sociais e as praias ficam lotadas. No litoral, os aluguéis são superfaturados, e ainda assim quem deixou de fazer reservas corre o risco de dormir ao relento, tamanha é a procura por casas nos balneários do país. A explicação para este êxodo é simples. Em tempos bicudos, o brasileiro aperta o cinto ao máximo para, no Verão, poder desfrutar de pelo menos uma semana de praia.

Na opinião da maioria dos banhistas, abster-se de certas regalias durante 11 meses vale a pena. "A gente arrocha as despesas no ano todo para poder ficar folgado, no mínimo, sete dias no litoral", diz um entusiasmado maringense de óculos escuros, debaixo do seu guarda-sol vermelho e branco, sentado em sua cadeira de praia em Ipanema, um dos balneários do Paraná. Para aqueles, que apesar da economia foram obrigados a adiar suas viagens de final de ano, a saída é se refrescar nas piscinas da cidade.

MAIOR EXPOSIÇÃO: A frequência dos associados, nos clubes sociais, cres-

ce tanto que em determinados dias os espaços das piscinas são disputados palmo a palmo. Mas nem tudo é festa no Verão. Justamente nesta época do ano há um aumento na incidência de casos de doenças de pele. São as populares micoses, alergias, e até queimadu-

ras. Segundo o dermatologista Paulo Roberto Peixoto, o acréscimo dos casos ocorre porque as pessoas ficam mais expostas aos agentes destas doenças.

"No inverno as pessoas ficam "empacotadas". Já no Verão elas ficam livres", explica. Paulo Roberto diz que quem sofre mais com as doenças de pele são as crianças. "Além de usar pouca roupa, elas entram em contato direto com o chão, a terra, e areia, que são o habitat das bactérias, fungos e vírus". Sem contar também que as crianças não dispõem de um sistema imunológico capaz de impor resistências a estes agentes.

Nos adultos, os anticorpos inibem a ação das bactérias, vírus e fungos. Por

Outros cuidados

Além dos bronzeadores com filtro solar, as pessoas devem ter outras preocupações durante o Verão. As roupas leves e confortáveis, principalmente nas crianças, devem ser as preferidas nos dias de calor. Para evitar desidratação moderação nos exercícios é o mais indicado, e oferecer sempre soro caseiro (um copo de 240 ml de água fervida para uma colher de sopa de sal e uma de chá de açúcar) para as crianças.

Tomar de dois a três banhos por dia também faz bem. Mas cuidado: evite toalhas "comunitárias". Elas são favoráveis ao aparecimento de micoses. No mar evite tomar banhos em áreas com emissão de esgotos. Ao tomar sol mantenha o corpo hidratado, através de ingestão de sucos naturais e água. Caso

ocorra insolação, que é geralmente acompanhada de desidratação, o correto é repor o líquido perdido, através do soro caseiro, e correr a um pronto socorro.

ALIMENTAÇÃO: Outro fator importante no Verão é uma alimentação correta. Optar por refeições à base de frutas, legumes, verduras, e carnes brancas, como peito de frango e peixes é ter certeza de uma temporada saudável. Nesta época convém ainda evitar refrigerantes, bebidas alcoólicas, doces e frituras. O melhor é beber muito suco natural e água. Maioneses, sanduíches, ou frutos do mar de procedência desconhecida, por serem alimentos que se deterioram com facilidade, também devem ser evitados.

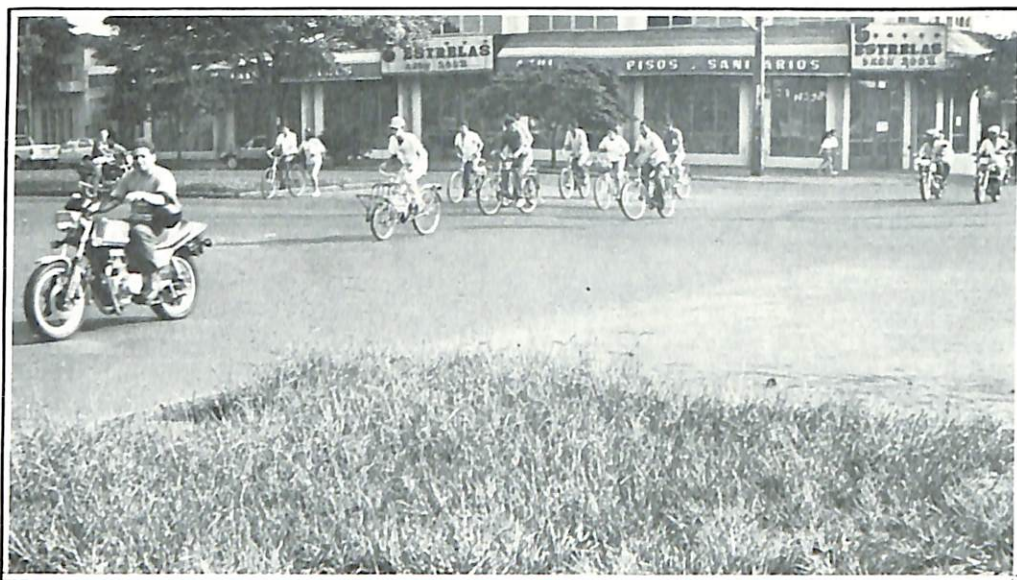
isso, afirma o dermatologista, as doenças de peles – em sua maioria – são próprias da infância. Paulo Roberto diz ainda que apesar destas doenças serem incômodas, elas são de fácil tratamento. “Basta uma pomada, ou antibiótico para resolver o problema”. Mas o médico faz um alerta: o paciente deve ser levado ao médico aos primeiros sinais das doenças.

GRANDE VILÃO: Outra preocupação do dermatologista é quanto aos raios ultravioletas. “Eles são os grandes vilões desta época do ano”, avisa. Isto porque seus efeitos são observados a longo prazo, e acarretam sérios problemas. Entre os efeitos nocivos dos ultravioletas estão o envelhecimento precoce, manchas na pele, verrugas, e o mais grave deles: o câncer de pele. Uma doença que pode passar despercebida no começo, quando ela é curável, e levar o paciente à morte.

De acordo com Paulo Roberto, as pessoas de pele clara são as que mais devem tomar cuidado. Estas pessoas devem evitar ao máximo se expor ao sol. Principalmente no horário das 10 às 16 horas. Mesmo nos outros horários elas devem usar protetor solar, dos maiores fatores possíveis. Já para as pessoas que se bronzeiam ao tomar sol, a recomendação é mais amena. Elas podem “enfrentar” o sol sem preocupação. Basta usar um filtro solar para evitar uma possível “troca de pele”.

SINTOMAS: Os principais sintomas do câncer de pele são os ferimentos que não cicatrizam. Pode começar com uma espinha que vive formando casca e sangrando, ou então uma lesão que persiste ao uso de pomadas e medicamentos cicatrizantes. Nestes casos o indicado é procurar um especialista o mais rápido possível. “Normalmente o câncer de pele se manifesta em pessoas com mais de 30 anos de idade. Mas nada impede de pessoas com idade inferior a esta ter a doença”, comenta Paulo Roberto.

Outro fator que pode indicar tendência ao câncer de pele são os “nevus”. Ou como são conhecidas as verrugas pretas e manchas de nascença. Aqui a atitude a ser tomada são os exames preventivos, que indicarão os procedimentos a serem tomados, como por exemplo a retirada destas verrugas, ou manchas. “São exames de rotina que podem dar uma tranquilidade maior para as pessoas viverem seus Verões mais intensamente”, avalia Paulo Roberto.



Pedro Taques com Colombo: 540 ciclistas a cada 30 minutos

Comportamento

Malabaristas do trânsito

Diariamente o trânsito de Maringá recebe um grande fluxo de ciclistas. A topografia da cidade favorece o uso da bicicleta.

Mas o número de ciclistas vítimas de acidentes é preocupante.

Isso tem levado empresas a desenvolverem campanhas de conscientização entre os trabalhadores

A bicicleta é um meio de locomoção utilizado por milhões de pessoas em todo o mundo. A cada ano, segundo estatísticas de órgãos internacionais, cresce o número de usuários deste meio de transporte. Dependendo das condições topográficas da cidade, a bicicleta é um meio bastante útil e até saudável de se locomover. Em países como a China e o Japão, o uso da bicicleta já está incorporado ao hábito das pessoas.

Em algumas cidades brasileiras, como Joinville, em Santa Catarina, a bicicleta também se tornou um meio de transporte muito usado. Maringá é outro exemplo de cidade onde este hábito está bastante difundido. Sua própria topografia, com ruas planas e largas, favorece o uso da bicicleta. Tanto que elas já fazem parte da paisagem urbana de Maringá. E aqui, como na maioria das outras cidades, são os trabalhadores que formam, em grande parte, este contingente de ciclistas que ganha as ruas diariamente.

A bicicleta é um meio de locomoção bastante democrático: para ser ciclista não importa a idade ou o sexo. Basta estar disposto a pedalar, às vezes muitos quilômetros.

É claro que para muitos trabalhadores a bicicleta é mais uma necessidade do que uma opção pelo prazer. Mas muita gente associa as duas coisas e anda de bicicleta porque gosta e para fazer seus exercícios diários.

VÍTIMAS DO TRÂNSITO: Apesar de o número de ciclistas em Maringá ser bastante expressivo, não há uma estatística sobre quantas bicicletas existem na cidade. Mas é possível se ter uma idéia observando o movimento em determinados locais, especialmente nos horários de pico, como 8 horas da manhã ou 6 da tarde. Nesses períodos uma verdadeira multidão de ciclistas invade o trânsito, especialmente nas vias que dão acesso ao Jardim Alvorada. Nas duas ciclovias, que ligam Maringá a Sarandi e Paçandu, o movimento também é grande.

Alguns dados do 4º Batalhão de Polícia Militar de Maringá dão uma idéia do fluxo de bicicletas. De acordo com um levantamento realizado em dezembro do ano passado, nos horários de pico, especialmente depois das 6 da tarde, passam em média 540 ciclistas a cada 30 minutos pelo cruzamento das avenidas Pedro Taques e Colombo. Isso se deve ao fato de a Pedro Taques

ser a principal via de acesso ao Jardim Alvorada, o bairro mais populoso da cidade.

Outro cruzamento observado pelo 4º Batalhão também recebe um grande tráfego de bicicletas: o da avenida Tuiuti com Mitsuzo Tagushi. A média é de 600 ciclistas a cada 30 minutos nos horários de rush.

Estes números representam um verdadeiro problema para as autoridades. Os ciclistas, ao lado dos pedestres, são vítimas frequentes do trânsito. Na maioria das vezes a imprudência de ciclistas e motoristas é a principal causa dos acidentes. E o número de condutores de bicicletas que perdem a vida no trânsito é preocupante. Segundo dados que o departamento de Segurança do Trabalho da Cocamar – Cooperativa dos Cafeicultores e Agropecuaristas de Maringá – tem apresentado em cursos para seus funcionários (leia box), em 1990 morreram 10 ciclistas no trânsito de Maringá. Em 87 este número foi ainda maior: 19 ciclistas morreram em acidentes.

Números como esse têm levado muitas empresas a promoverem campanhas de orientação e conscientização para os funcionários. Muitas, inclusive, passaram a oferecer ônibus para o transporte dos trabalhadores, justamente para evitar que eles se exponham diariamente no trânsito. E é na indústria e na construção civil que está concentrado o maior número de trabalhadores que utilizam a bicicleta.

TRABALHO PARA A CIPA: Só para se ter uma idéia, destes números, basta analisar os quadros de funcionários de algumas empresas da cidade. Na Truck Noma, por exemplo, cerca de 40 por cento dos 160 funcionários se locomovem de bicicleta. A maioria deles, segundo a psicóloga do departamento de Recursos Humanos da empresa, Fátima Accorsi, mora em Sarandi. Por este motivo, o índice de acidentes é baixo: esses trabalhadores utilizam a ciclovia que liga Maringá a Sarandi.

Outra empresa em que o número de trabalhadores que usam bicicleta é significativo é a Balfar. Dos 230 funcionários, pelo menos 70 são ciclistas. Segundo o encarregado do Departamento de Pessoal da empresa, Ricardo Guise-line, os índices de acidentes são baixos também graças à ciclovia. “A maioria dos ciclistas que trabalham aqui mora em Sarandi, ou então nas proximidades da fábrica”, explica.

Na Cooperfios o número de ciclistas também é grande. Cerca de 30 por

cento dos 350 funcionários vão de bicicleta para o trabalho. Para prevenir acidentes, o pessoal da CIPA tem promovido palestras, inclusive com a participação da polícia rodoviária, para orientar os trabalhadores sobre normas de trânsito. “Durante a campanha que realizamos no ano passado, distribuímos entre os trabalhadores adesivos refletivos para as bicicletas, não só dos funcionários, mas de seus parentes também”, informa José Ruckstadter, técnico de segurança da Cooperfios.

Na Secretaria de Serviços Públicos da Prefeitura o número de ciclistas é ainda maior. Dos 736 funcionários, 450 utilizam bicicleta. A maioria mora em Sarandi, no Jardim Alvorada e no conjunto São Silvestre. Ali também são desenvolvidas campanhas de conscientização, orientando os trabalhadores sobre como agir no trânsito.



Na
Secretaria
de Serviços
Públicos
450
funcionários
usam
bicicleta

Conscientização é o melhor caminho

Com o objetivo de prevenir acidentes de trajeto – aqueles que acontecem no percurso que o trabalhador faz de casa para o trabalho e vice-versa – a Cocamar deu início no ano passado a uma campanha de conscientização entre seus funcionários. Essa campanha é a segunda fase de um trabalho desenvolvido pela cooperativa, que tem como meta alcançar índice zero de acidentes entre seus trabalhadores.

A campanha consiste na realização do Curso de Prevenção de Acidentes de Trajeto, que é dirigido especialmente para os pedestres e ciclistas, as vítimas mais frequentes do trânsito. A meta da cooperativa é ministrar este curso permanentemente, atingindo todos os funcionários.

Durante o curso, são apresentadas as normas de trânsito, a maneira como as pessoas devem agir, estatísticas e também as características dos acidentes que acontecem na região.

Segundo a chefe-administrativa da Secretaria, Terezinha Odete dos Santos, nos últimos 3 anos o índice de acidentes com ciclistas tem sido muito baixo. Ela acredita isso à construção da ciclovia Maringá-Sarandi. “Antes da ciclovia, o índice era bem maior”.

Todos estes números mostram que o contingente de ciclistas no trânsito de Maringá é grande. Se, por um lado, a segurança do ciclista depende muito de como ele se porta no trânsito, por outro depende também do respeito dos condutores de outros veículos para com as bicicletas. Todo motorista deve ter em mente que no trânsito, a prioridade deve ser o homem, esteja ele a pé, de bicicleta ou motorizado. O respeito e o uso do bom senso podem evitar que muitas vidas sejam ceifadas nas ruas da cidade.

Além disso, é feita a exibição de um vídeo, produzido pelo departamento de comunicação da cooperativa, sobre situações de irregularidade no trânsito. No vídeo, os trabalhadores têm a oportunidade de ver muitas situações que eles vivem no dia-a-dia. E as conseqüências que elas podem trazer. A visualização destas situações tem o poder de despertar mais atenção das pessoas para o problema, e conseqüentemente fazê-las terem mais cuidado com suas atitudes no trânsito.

Outro ponto que o curso dá maior ênfase é com relação à manutenção das bicicletas. “Por ser um veículo menor, diferente dos outros, as pessoas acreditam que não é necessário dispensar um cuidado especial com a manutenção das bicicletas. Mas, muitas vezes, a falta de cuidados com pneus, freios, podem causar acidentes graves”, explica Soni Kunzel, técnico de segurança da Cocamar.

A novidade que veio para ficar

O franchising se tornou uma excelente opção, tanto para empresas que precisam expandir mercado, como para quem quer um campo seguro para abrir seu negócio. No Brasil é cada vez maior o número de franqueadores e franqueadas, que movimentam milhões de cruzeiros

Cada vez mais ser dono do próprio negócio se torna um objetivo de vida para um número crescente de brasileiros. Mas, numa economia conturbada, em que não há segurança para os investimentos, enfrentar essas empreitadas sozinho pode significar a morte do projeto antes mesmo do nascimento.

São inúmeros os riscos a serem assumidos por quem quer abrir uma empresa hoje. Além dos investimentos, é preciso conquistar o mercado, o que exige experiência e jogar pesado com o marketing.

Por esses motivos é cada vez maior o número de pessoas que têm buscado o que está sendo considerado a sensação do mundo dos negócios: o franchising. No Brasil a cada ano cresce o número de empresas oferecendo franquias. Através da contratação de franqueadas muitas dessas empresas conseguiram levar seus produtos ou serviços para o mercado do país inteiro.

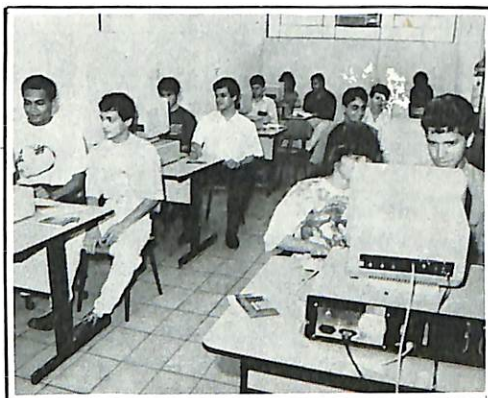
Mais do que uma opção para empresas com planos de expansão com baixos investimentos, ou para quem deseja ingressar no mundo empresarial, o franchising é um conceito que se moderniza a cada dia. Esta evolução se deve, em grande parte, à dimensão que o sistema adquiriu em todo o mundo.

BENEFÍCIOS E FACILIDADES: O franchising é, na verdade, uma contínua prestação de serviços entre uma empresa franqueadora – que detém uma marca, conceitos, técnicas ou fórmulas de todo o know-how de um determinado produto ou serviço – e uma empresa franqueada – que através de um contrato compra o direito de explorar não só a marca, mas todos os métodos desenvolvidos pela primeira.

Esta prestação de serviços da franqueadora para a franqueada varia muito. Mas geralmente significa todo o apoio para a operacionalização do negócio, desde a escolha da localização do ponto de venda ou instalação da



O Boticário: pioneira das franquias em Maringá



Datapro: 15 anos de experiência

prestadora do serviço, até a ajuda na elaboração do próprio projeto – compreendendo desde a decoração, em alguns casos – e a indicação dos equipamentos necessários. A franqueadora também geralmente oferece o treinamento da equipe de funcionários, e orientação sobre os controles administrativos do negócio. Trocando em miúdos, a franqueadora repassa pa-

ra a franqueada todo o know-how por ela desenvolvido.

E para a franqueada, o que isso representa? Representa a segurança de estar ingressando num determinado segmento com o respaldo da experiência de outra empresa, que obteve sucesso. E, melhor ainda, com uma fatia de mercado garantida. Mas isso exige uma contrapartida da franqueada, que terá que operar dentro das determinações especificadas no contrato de franquia, mantendo um padrão estabelecido pela franqueadora.

O franchising hoje é um negócio que movimenta bilhões de dólares nos Estados Unidos. No mundo inteiro este sistema tem proporcionado, ao mesmo tempo, a consolidação de empresas que acabaram se tornando mundialmente famosas, e o sucesso de outras que, apoiadas pelo know-how de quem já conhecia o mercado, conseguiram conquistar seu espaço.

O exemplo mais citado quando o assunto é franchising é a rede Mac'Donalds, presente em dezenas de países. O segredo do sucesso desta cadeia de lanchonetes não está propriamente nos hambúrgueres e nas batatas fritas, mas no conceito de metodologia de refeições rápidas, que caiu como luva para a realidade do mundo de hoje. É forma como este conceito foi rapidamente difundido.

No Brasil o franchising se difundiu de tal forma, que pequenas empresas conseguiram se transformar em organizações sólidas, que são citadas como exemplos de sucesso. É o caso de uma empresa paranaense com matriz em Curitiba, a perfumaria O Boticário. Centenas de lojas espalhadas pelo Brasil, O Boticário, que nasceu de uma pequena farmácia de manipulação há 13 anos, é uma das maiores franquias brasileiras. Oferecendo toda a retaguarda de apoio técnico, em publicidade e treinamento de pessoal, O Boticário abriu para muitos empresários o caminho do sucesso no mundo dos negócios.

PIONEIRA: Em Maringá são inúmeras as empresas que nasceram e se consolidaram através de franquias. A pioneira do ramo foi justamente a rede de lojas de O Boticário. A proprietária, das lojas, Vera Lúcia Bagatin Galina, estreou no negócio em 86 e hoje se declara realizada com o que faz. "Além de termos conseguido conquistar nosso espaço, eu adoro o que faço. Não conseguiria me ver fazendo outra coisa",

afirma satisfeita. Hoje Vera é dona de 3 lojas de O Boticário na cidade. "Nós fomos uma das primeiras empresas a assinar contrato de franquia com O Boticário".

A empresária conta que quando entrou no ramo não imaginava que cresceria tanto. Este crescimento ela credita a vários fatores, entre eles a aceitação do produto e toda a retaguarda oferecida pela franqueadora. "Nós estamos em contato permanente e podemos contar com a franqueadora em tudo o que precisamos." Outra vantagem apontada por Vera, e ressaltada pela maioria dos empresários que entraram no franchising, é o fato de se trabalhar como um produto já pronto, conhecido, o que dispensa a apresentação para o mercado. "Além disso, não precisamos nos preocupar sequer com a publicidade. Tudo é feito pela matriz", afirma Vera.

Todo esse acompanhamento é uma das exigências do contrato de franquia de O Boticário. A instalação das lojas fica por conta das franqueadas, mas sob a supervisão da franqueadora, desde a escolha e aprovação do ponto, até o estabelecimento do padrão da loja, com acompanhamento do projeto. Em troca desta assessoria, a franqueadora paga 25 por cento do faturamento, a título de taxa de franquia. Hoje a rede de lojas de O Boticário de Maringá está provando que a iniciativa é um sucesso: a comercialização da rede gira em torno de 3 mil itens por mês. Ainda este ano Vera e o marido – sócio no negócio – pretendem abrir a quarta loja da rede e estão de olho no Jardim Alvorada, "um mercado promissor", afirma Vera.

CURSOS DE INFORMÁTICA O primeiro maringense que abriu uma empresa de franchising foi Lendo de Mello Bernardelli. Ele e o sócio Paulo Pereira de Carvalho Filho montaram há quase 3 anos uma escola de treinamento em informática, através de franquia com a Datapro.

Depois de trabalhar 12 anos na área, Dario e Paulo chegaram à conclusão que precisavam montar sua própria empresa. "Como a informática era nosso ramo, tinha que ser nessa área. Foi assim que resolvemos montar uma escola de treinamento em informática", lembra Dario.

Mas a grande dificuldade era começar do zero, abrir espaço num mercado novo. "Lendo a revista Pequenas



Lucy e Luiz produzindo o jornal em família

Empresas – Grandes Negócios, tomamos conhecimento que a Datapro estava oferecendo franquias. Resolvemos investir e escolhemos Maringá porque havia poucas empresas deste tipo por aqui".

Com a franquia contratada, os empresários receberam toda a orientação necessária para o funcionamento da escola, e o know-how de quem está há 15 anos no mercado. A Datapro tem matriz em São José dos Campos e o método didático foi todo desenvolvido pela própria empresa. Ela está entre as mais conceituadas do setor e este ano recebeu o prêmio Qualidade em Franquia,

da Associação Brasileira de Franquia.

Para poder utilizar este know-how, a empresa montada pelos dois sócios – a MGA Informática Ltda – teve que investir em toda a estrutura, hoje avaliada em cerca de US\$ 70 mil, além de pagar uma taxa de franquia em torno de US\$ 35 mil.

O material didático é fornecido pela franqueadora, que cobra uma espécie de royalty de 12 por cento sobre o valor total. A franqueada recebe, ainda, o treinamento do pessoal, um serviço que está incluído na taxa de administração paga todos os meses, de cerca de 12 salários mínimos.

Apesar de todo esse investimento, os dois afirmam que está valendo a pena. "Nós recebemos um produto pronto. Não precisamos nos preocupar com a busca de novos mercados, de aperfeiçoamento, e nem mesmo com investimento em marketing. E estamos apostando muito no mercado da informática, que está crescendo a cada dia", afirma Dario.

NEGÓCIOS E OPORTUNIDADES:

O leque de empresas que operam com franchising cresceu tanto, que o sistema é um sucesso em quase todos os setores de atividade. Em Maringá o

Correio tem agência franqueada

Até a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos entrou na era da franquia. Os Correios foram a primeira empresa pública a adotar o sistema. A primeira agência franqueada foi aberta há pouco mais de um ano, em São Paulo. Hoje são mais de 300 espalhadas pelo Brasil.

No ano passado Maringá também ganhou uma agência dos Correios pelo sistema de franquia. A agência fica na avenida Mauá e foi instalada no início de dezembro. A franqueada é uma empresa de representação comercial – a José Pereira Maringá.

Para montar a agência, a franqueada arcou com os investimentos para a implantação de toda a estrutura, desde o prédio, até os móveis e equipamentos necessários para prestar todo o tipo de serviço que os Correios oferecem. "Como franqueador, os Correios entraram com o know-how e o material de consumo, que é repassado em consignação. A vantagem é que o franqueado paga somente pelo material efetivamente comercializado". A explicação é do coordenador comercial dos

Correios de Maringá, Carlos Roberto Mariani. O franqueado fica com 10 por cento do valor comercializado.

A vantagem do sistema para os Correios está no aumento do número de agências, com custo praticamente zero. E, para a franqueada, a grande vantagem é trabalhar com o nome dos Correios, o que já é garantia de mercado, e toda a assessoria da empresa. "Se tudo correr bem, em breve teremos mais agências em Maringá pelo sistema de franquia. Tudo vai depender desta primeira experiência", afirma Mariani.



A agência da Mauá é a primeira dos Correios em sistema de franquia

franchising possibilitou até a criação de um jornal de negócios.

A idéia da implantação do jornal foi do ex- cinegrafista da Televisão Cataratas de Foz do Iguaçu, Luiz Carlos de Sá. Interessado em voltar para Maringá, Luiz pensava num ramo de negócio para abrir uma empresa na cidade. "Foi quando eu conheci o jornal 2ª Mão, de Foz, e tive a idéia de montar um similar em Maringá. Fiquei então sabendo que os donos do jornal estavam interessados em abrir franquias", explica Luiz.

Depois de vários meses de entendimentos, quando foram acertados todos os detalhes da franquia, Luiz, a mulher Lucy Mara Paiola, e a cunhada Lilian Márcia Paiola partiram com tudo para a montagem do jornal.

O investimento para a instalação foi bancado pelos 3 sócios – compra de computadores, viabilização de material, carro. A franqueadora de Foz entrou com toda a assessoria, além de fazer a impressão do jornal em sua gráfica, como uma prestação de serviço.

A operacionalização do jornal é feita em família, desde a produção, até a venda de publicidade e a distribuição. "Com custos operacionais baixos, podemos oferecer um preço bastante competitivo para os anunciantes", explica Luiz.

A primeira edição do 2ª Mão maringense circulou em 18 de outubro do ano passado. A prova de que este tipo de jornal tem espaço garantido no mercado está no fato de que várias cidades brasileiras – São Paulo é um bom exemplo – os jornais de negócio são um verdadeiro sucesso.

Hoje o 2ª Mão de Foz de Iguaçu está cobrando uma taxa de US\$ 5 mil pela franquia, além do pagamento de royalties a partir do quinto mês do funcionamento do franqueado, que equivale a 5 por cento de todo o faturamento. A intenção dos proprietários é estender a cobertura do jornal por todo o estado através de franquias.

Para os 3 maringenses que investiram na iniciativa, o otimismo é grande. Apesar dos investimentos que foram feitos, e do tempo que é necessário para que o jornal dê retorno, eles se mostram animados com os resultados obtidos até agora. "Nós estamos muito satisfeitos com a repercussão do jornal. Muitas pessoas que anunciam, especialmente nos classificados, nos dizem depois que foram muito procuradas. Esta é uma prova do sucesso do jornal", afirma Luiz de Sá.



CDI: Em Maringá desde 1987

Informática

A busca do conhecimento

Todo dia surgem equipamentos informatizados, que passam a fazer parte do dia-a-dia dos brasileiros. Para acompanhar o avanço tecnológico e buscar a modernidade, se tornou essencial para as pessoas adquirirem conhecimentos na área de informática

A presença da informática no dia-a-dia do brasileiro é cada vez maior. Hoje, na maioria das suas atividades, as pessoas se deparam com máquinas criadas para facilitar suas vidas. Nos bancos, o uso dos computadores, e dos cartões magnéticos fazem parte da rotina de funcionários e clientes. Até os "polêmicos" aposentados já recebem seus vencimentos através do cartão. Isto sem contar os inúmeros benefícios alcançados na agricultura, e na ciência após o surgimento dos computadores.

Na prática agrícola moderna e na medicina atual, só se admite o uso de equipamentos de última geração. E a adoção dos computadores vai mais além. No comércio e na indústria cresce a cada dia o número de atividades movidas pela informática. O que torna indispensável, para os trabalhadores, ter conhecimentos sobre operação ou programação de microcomputadores. E um reflexo desta busca de conhecimentos foi o surgimento das escolas de informática.

METODOLOGIAS: Em Maringá, as escolas oferecem várias opções de cursos e métodos. Das escolas em funcionamento, a mais antiga é o Centro de

Desenvolvimento à Informática – CDI. O Centro surgiu em Londrina, em 1986. No ano seguinte foi aberta a filial de Maringá. Hoje, o CDI tem 6 escolas (incluindo a matriz e Maringá). Segundo o diretor da filial de Maringá, Manoel Barreto, a principal diferença entre a sua escola e as outras existentes na cidade é a duração dos cursos do CDI.

"Aqui os alunos só saem depois de dois anos e meio de estudos", diz Manoel. Neste período, os alunos percorrem 5 etapas, com duração entre 6 e 9 meses cada uma. São 3 horas semanais, com um dia livre (sexta-feira) para prática e revisão das matérias. No CDI também o aluno tem contato direto com os equipamentos desde o primeiro dia de aula. Uma carga horária, que na opinião de Manoel, possibilita a entrada do aluno no mercado de trabalho a partir da quarta etapa do curso.

DESEMPENHO: Mas, o diretor ressalva, que apenas chegar na quarta etapa não basta para o aluno conseguir uma vaga no mercado de trabalho. É preciso aliar a este fator muita vontade. "Tudo depende do esforço de cada um. É através do seu desempenho que o

aluno vai conseguir um emprego ou não”, avalia Manoel. Já para quem procura uma escola, ele tem outras recomendações: Conhecer todas as escolas e suas opções antes de se matricular; e conversar com ex-alunos para conhecer os métodos adotados em cada uma.

Outra escola de informática de Maringá é a Microcamp. Com sede em Campinas, Estado de São Paulo, a Microcamp é considerada a maior rede de escolas do gênero do país. São 30 filiais no Brasil, 15 na Europa, e mais uma experiência de 18 anos no Mercado. Na região Sul, a expansão da rede se deu após a união com a Datacenter. Uma união que ocorreu para fortalecer a estrutura da rede para continuar no mercado. Mas a Datacenter se uniu à Microcamp apenas no Sul. Em outras regiões do país a Datacenter ainda existe.

PACOTES: De acordo com o gerente da filial de Maringá, César dos Santos, uma escola conquista alunos se oferecer bons cursos, boa estrutura e custos acessíveis. Na Microcamp, o método adotado foi o de dividir os cursos em pacotes. Uma maneira de tornar a escola ágil. “Nossa metodologia nos permite uma adaptação às necessidades do cliente sem prejuízos para as partes”, declara César. Para se ter uma idéia dessa flexibilidade, um aluno pode ir fazer um curso em uma das filiais no exterior, se for necessário.

Um dos pacotes a ser oferecido em 1992 é destinado ao aprendizado exclusivo de crianças menores de 12 anos. Será um curso baseado na linguagem Logo, que foi criada especificamente para este fim. Outra novidade deste pacote é que todo o material referente a ele foi confeccionado em Maringá, e será usado em toda a rede, inclusive no exterior. “Nós seremos pioneiros duas vezes”, avisa o gerente da filial. Uma vez ao ser escolhida para criar e executar o projeto, e outra ao ser a primeira a colocá-lo em prática.

DIFERENTE: Foi para ser diferente que surgiu a Spell Computing – Specom – Informática. A idéia partiu de dois ex-professores, e de uma analista de sistemas, que se uniram para montar uma escola que se distinguisse das existentes na cidade. Para se tornar escola a Specom atravessou duas fases. A primeira se resumiu à criação de sistemas para empresas locais e de fora, e a segunda na montagem do material didático e na implementação dos cursos.

A grande diferença da Specom em

relação as outras escolas, segundo Rigoberto Benitez, Gilberto Antonelli e Rosana da Silva, é que o curso da primeira é específica de programação de micros. São turmas de 2 ou 3 alunos, o que torna os cursos quase que personalizados. Os cursos são em 3 níveis, com duração de 3 meses cada. Como nas outras escolas, a Specom oferece horários para atendimento individual, quando o aluno pode tirar suas dúvidas, ou praticar seus conhecimentos.

Além destas escolas, o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial –

Senac – oferece cursos de informática (Ver página 14) em vários horários e datas diferentes.

A rede pública de ensino é outra que está preocupada com o assunto (Ver box). Para capacitar seus professores foi criado o Centro de Informática Educacional. O que demonstra a preocupação de todos os setores da sociedade em se atualizar. Afinal para o Brasil alcançar a modernidade é preciso que os brasileiros acompanhem a evolução das máquinas, e aproveitem os benefícios alcançados com o uso delas.

Na escola

Capacitar professores da rede pública de ensino para o emprego de computadores na alfabetização de 1º e 2º graus. É a principal proposta dos Centros de Informática Educacional – CIEs. Hoje no país existem 17 Centros. O CIE do Paraná, com sede em Maringá, surgiu em 1988, e é o único do país em funcionamento fora da capital do Estado. “Isto ocorreu porque as professoras que elaboraram o projeto de implantação do Centro eram da cidade”, explica a diretora do CIE do Paraná, Marlene Querelli.

Subordinados ao Ministério da Educação (MEC), os Centros funcionam com apoio financeiro dos governos estaduais. “O MEC entra com os equipamentos, e o Estado cobre as despesas de manutenção”, diz Marlene. Além de capacitar professores, o CIE desenvolve projetos com alunos de classes especiais (deficientes de qualquer natureza), com dificuldades no aprendizado (várias reprovações), e os do último ano de contabilidade.

ACEITAÇÃO: Segundo Marlene, a aceitação é o principal problema enfrentado pelos professores no início. “Eles pensam que são menos inteligentes que

os computadores”. Assim, os professores vêem as máquinas com desconfiança. Mas isto ocorre apenas nos primeiros dias. Depois de verem que os equipamentos só funcionam sob seus comandos, eles começam a utilizar o computador como mais um meio pedagógico de ensino na sala de aula.

E os resultados desta aplicação são fantásticos. As experiências demonstram que, o uso da informática desperta o raciocínio das pessoas. Os casos mais significativos são os dos deficientes, e os dos alunos com dificuldades no aprendizado. “Na maioria dos casos, o método tradicional sozinho é insuficiente para alfabetizar estes alunos, e a informática traz a complementação necessária para a educação deles”, afirma Marlene.

FUTURO: A diretora do CIE do Paraná acredita que a médio prazo a informática será incluída no currículo do 1º e 2º graus. “Ela já deveria ter sido incluída. Hoje o computador é como um giz na sala de aula”. Marlene declara ainda ser perigoso deixar a informática de lado. “Se isto acontecer, mais uma vez estaremos perdendo o ‘bonde’ da história”.

Marlene do CIE do Paraná: o único em funcionamento fora da capital do Estado





A melhor solução em móveis planejados

Para:

- apartamentos
- residências e
- escritórios



PROJETOS E ORÇAMENTOS SEM COMPROMISSO



PARANÁ MÓVEIS

R. Santos Dumont, 1933
Fone: (0442) 26-5665
MARINGÁ - PR

MÓVEIS PERSONALIZADOS SOB ENCOMENDA

CURSOS

senac serviço nacional de aprendizagem comercial

CENTRO DE DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DE MARINGÁ

ADMINISTRAÇÃO E GERÊNCIA

ESTRUTURA E ANÁLISE DE BALANÇO - ENFOQUE ECONÔMICO FINANCEIRO

Período: 10.02 a 21.02

Horário: 19h30min às 22h30min

ANÁLISE E GERÊNCIA DO DESEMPENHO HUMANO

Período: 17.02 a 21.02

Horário: 19h30min às 22h30min

CONTROLE DE TESOUREARIA

Período: 24.02 a 28.02

Horário: 19h30min às 22h30min

ADMINISTRAÇÃO DE CUSTOS

Período: 24.02 a 28.02

Horário: 19h30min às 22h30min

COMUNICAÇÃO

RELAÇÕES INTERPESSOAIS E POSTURA PROFISSIONAL

Período: 05.02 a 13.02

Horário: 19 às 22 horas

COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO ESCRITA

Período: 14.02 a 27.02

Horário: 19 às 22 horas

ETIQUETA SOCIAL E PROFISSIONAL

Período: 24.02 a 28.02

Horário: 19 às 22 horas

TÉCNICA VOCAL

Período: 28.02 a 11.03

Horário: 19 às 22 horas

ESCRITÓRIO

MATEMÁTICA BÁSICA

Período: 05.02 a 14.02

Horário: 19 às 22 horas

AUXILIAR DE PESSOAL/ DATILOGRAFIA/CENTEL

Período: 17.02 a 26.06

Horário: 8 às 12 horas

AUXILIAR DE CONTABILIDADE/ DATILOGRAFIA/CENTEL

Período: 17.02 a 10.07

Horário: 13h30min às 17h30min

AUXILIAR DE ESCRITÓRIO/ DATILOGRAFIA/CENTEL

Período: 17.02 a 10.07

Horário: 18h30min às 22h30min

LEGISLAÇÃO DO IMPOSTO DE RENDA

Período: 24.02 a 27.02

Horário: 19h30min às 22h30min

ORGANIZAÇÃO DE ARQUIVOS

Período: 24.02 a 28.02

Horário: 19h30min às 22h30min

APERFEIÇOAMENTO DATILOGRAFIA MÁQUINA MECÂNICA

Período: Turmas Contínuas

Horário: Manhã/Tarde/Noite

APERFEIÇOAMENTO DATILOGRAFIA MÁQUINA ELÉTRICA

Período: Turmas Contínuas

Horário: Manhã/Tarde/Noite

APERFEIÇOAMENTO

DATILOGRAFIA MÁQUINA ELETRÔNICA

Período: Turmas Contínuas

Horário: Manhã/Tarde/Noite

OPERADOR CHAVE DE EQUIPAMENTO XEROX

Período: Turmas Contínuas

Horário: Manhã/Tarde/Noite

INFORMÁTICA

OPERADOR DE MICROCOMPUTADOR IBM/PC

Período: 10.02 a 16.03

Horário: 18h30min às 20h30min

D'BASE III - PLUS - MODO DIRETO E PROGRAMADO

Período: 10.02 a 25.03

Horário: 20h30min às 22h30min

LOTUS 1 - 2 - 3

Período: 24.02 a 03.04

Horário: 13h30min às 15h30min

OPERADOR DE MICROCOMPUTADOR IBM/PC

Período: 24.02 a 06.04

Horário: 15h30min às 17h30min

OPERADOR DE MICROCOMPUTADOR IBM/PC

Período: 27.02 a 02.04

Horário: 10 às 12 horas

MANUTENÇÃO, CONSERVAÇÃO E SERVENTIA

PREVENÇÃO DE ACIDENTES

Período: 19.02 a 26.02

Horário: 14 às 17 horas

PROPAGANDA

IMPRESSOR DE SERIGRAFIA

Período: 10.02 a 11.03

Horário: 19 às 22 horas

A ARTE DE BEM FOTOGRAFAR

Período: 19.02 a 27.02

Horário: 19h30min às 22h30min

DESENHISTA DE MODAS

Período: 24.02 a 09.04

Horário: 19 às 22 horas

VENDA

TELEMARKETING - TÉCNICA DE VENDA POR TELEFONE

Período: 17.02 a 21.02

Horário: 19h30min às 22h30min

TÉCNICA DE NEGOCIAÇÃO EM VENDA

Período: 24.02 a 06.03

Horário: 19h30min às 22h30min

INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES

CENTRO DE DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL

Av. Colombo, 3.875

Fone: (0442) 62-3232

MARINGÁ - PARANÁ



Elite: pioneirismo em família

Meu Negócio

A marca do pioneirismo

Se naquela época as coisas eram mais difíceis, por outro lado as pessoas tinham dinheiro e isso estimulava quem estava começando seu negócio. Foi o que aconteceu com a Elite Magazine, que conquistou uma clientela tradicional e o seu espaço no mercado

Pioneira no ramo de roupas finas na cidade, a Elite Magazine completa em julho 29 anos de atividade. Este pioneirismo fez da empresa uma das mais tradicionais de Maringá no comércio de confecções masculinas e femininas, e na linha de calçados finos masculinos.

Ainda hoje a Elite Magazine funciona no mesmo prédio onde fez sua história. Uma história que começou com a vinda do descendente de alemães, Emílio Edmundo Eidam, da vizinha Mandaguari, de onde trouxe muitos anos de experiência no comércio: naquela cidade, Edmundo tinha a Casa Elite, uma loja especializada em tecidos e armarinhos, fundada em 1940.

A idéia de mudar para Maringá partiu da perspectiva de crescimento que a cidade oferecia, tempos áureos da cafeicultura e que Maringá vinha

registrando um progresso estimulante. Em 1957, Emílio Eidam comprou um terreno na avenida Brasil, onde mais tarde se consolidaria o centro – que na época existia somente nos projetos que a Companhia Melhoramentos Norte do Paraná havia feito para a cidade. Havia algumas poucas casas no local, mas o comerciante sentiu que ali seria o lugar ideal no futuro para um loja como a que queria instalar. E não estava enganado!

CAMINHÕES DE TERNOS: Depois de comprar o terreno, Eidam começou a construir o prédio, por volta de 1960. Hoje os filhos Vilmar e Milton fazem questão de lembrar que o prédio que o pai construiu era na época um dos mais modernos das redondezas. “Meu pai construiu esta loja graças à renda que tinha de um sítio de café, conta Vilmar, que depois de exercer sua profissão

durante 12 anos – ele é engenheiro-civil – deixou tudo de lado para entrar na sociedade com o pai e os irmãos.

Aliás, a força do café, naqueles tempos, movimentava a economia de forma animadora. Para o comércio que nascia foram tempos de prosperidade. Até mesmo para o ramo que a família Eidam escolheu, apesar de Maringá ser naquela época uma cidade pequena, de ruas poeirentas ainda. “Meu pai conta que chegava a vender caminhões de ternos finos quando abriu a loja”, afirma Milton.

Como tudo era fartura, as facilidades também eram maiores. Os irmãos lembram que o pai vendia com prazo de até 10 meses, e sem juros. Tudo isso, somado a uma clientela que tinha dinheiro graças aos lucros da cafeicultura e que começava a se interessar pelas confecções finas, se transformou no impulso para o crescimento e a consolidação da Elite Magazine.

REFORMAS: Os anos foram passando e a loja foi conquistando clientes tradicionais – alguns deles se mantêm fiéis até hoje. Em 1981, a família decidiu fazer a primeira reforma do prédio, mudando totalmente a fachada, dando um ar mais moderno à loja.

Com o passar do tempo, os filhos de Emílio Eidam foram entrando para a sociedade. “Nós tomamos esta decisão porque as perspectivas do comércio eram realmente muito boas”, explica Vilmar. Hoje os irmãos Newton, Vilmar e Milton dividem a sociedade com o pai.

Os tempos de “vacas gordas” e de facilidade nos prazos já se foram; e deixaram saudade, tanto para comerciantes, como para o próprio consumidor. Hoje as coisas mudaram. Mas, mesmo com queda no movimento e com as dificuldades para manter tudo funcionando, quem tem tradição no comércio dificilmente abandona o que faz.

E com a família Eidam não é diferente. A tradição conquistada, e a esperança de que dias melhores venham pela frente, ainda sustentam o ânimo destes e de tantos outros comerciantes. Uma prova de que a persistência e a paciência são as melhores armas para vencer as dificuldades é dada pelo fundador da Elite Magazine: apesar dos áureos tempos da cafeicultura também fazerem parte do passado, Edmundo Eidam ainda mantém o velho sítio que lhe garantiu a construção do seu negócio.

Em busca das soluções

por Werner Egon Schrappe

Empresários e trabalhadores do Paraná preocupados com o isolamento do governo federal, criaram o movimento Levanta Brasil. O movimento pretende ampliar as discussões sobre os temas nacionais, e buscar soluções para os problemas do país

A maior crise econômica e institucional da história do país, a falta de diálogo das lideranças e o choque recessivo imposto pelo governo Collor, motivaram a articulação do movimento Levanta Brasil, em caráter nacional, buscando a volta da produção e do desenvolvimento econômico. Criado a partir da iniciativa das forças produtivas, o movimento é aberto a todos os segmentos interessados na construção de um país melhor e próspero.

Inicialmente participam do Levanta Brasil, a Associação Comercial do Paraná, Federação das Associações Comerciais e Industriais do Paraná, Federação das Indústrias do Estado do Paraná, Federação da Agricultura do Estado do Paraná, Força Sindical, federações e sindicatos independentes e Organização das Cooperativas do Paraná. Todos, desde a implantação do movimento em 2 de novembro de 1991, preocupados em vincular as discussões sobre os diversos problemas nacionais, com a ação para solucioná-los.

A primeira ação do Levanta Brasil foi ouvir os dirigentes do Hospital Evangélico de Curitiba, que fechou em dezembro por falta de recursos. O motivo: um dívida de Cr\$ 2,2 bi, motivada em parte pelo atraso dos repasses da Previdência e também pela perda do Índice de Valorização Hospitalar. Resultado: cerca de 300 pessoas sem atendimento ambulatorial, e mais 50 operações canceladas por dia.

O Evangélico só foi reaberto após um encontro com o ex-ministro da Saúde, Alcení Guerra e o secretário Nacional da Saúde. Ricardo Ackel, onde ficou acertado o repasse, em janeiro de 92, da verba referente aos serviços prestados em outubro pelo hospital. Na reunião foi revista também a tabela do Índice de Valorização Hospitalar.

Com a normalização dos serviços



do Evangélico, o movimento partiu em nova direção, desta vez atacando um problema crônico do país: os menores de rua. Em contato com o prefeito de Curitiba, Jaime Lerner, empresários e sindicalistas conheceram os programas sociais voltados para esta questão, que são administrados pela Secretaria Municipal da Criança.

Destas conversas surgiu o programa Piá do Ofício. Lançado no dia 21 de janeiro, pelo prefeito Jaime Lerner, O Piá de Ofício surgiu para dar trabalho aos menores carentes, proporcionar maior condição de vida e ampliar a renda familiar destas crianças. A idéia é promover uma ação abrangente junto com a comunidade para garantir emprego aos menores de 14 a 18 anos.

A sistemática utilizada será parecida com a do programa Bom Menino, que funcionou muito bem enquanto durou. Cabe à Secretaria da Criança orientar os menores e acompanhar suas situações na empresa. Enquanto isto a Associação Comercial do Paraná ca-

dastra as empresas participantes e também leva o programa aos seus sócios para o engajamento na proposta.

À Prefeitura cabe ainda manter a estrutura dos programas sociais existentes, contando com a ampliação programada para este ano. A meta é entregar um projeto Piá por semana a partir deste mês, além da construção de 30 centros de educação integral. Juntos, os dois programas vão beneficiar 30 mil menores.

Ainda em conjunto com a Prefeitura de Curitiba, o movimento Levanta Brasil atuará durante o 1º Fórum Anistia para as Crianças, como parte das comemorações dos 30 anos de fundação da Anistia Internacional - seção brasileira. O Fórum será no dia 29, com a presença do senador Darci Ribeiro (PDT-RJ), do carnavalesco Joãozinho Trinta, e de personalidades do meio intelectual, empresarial, religioso, jurídico e artístico de todo o Brasil. O objetivo é conscientizar a comunidade de sua co-responsabilidade no trabalho de prevenção à marginalização do menor carente.

Outro passo do Levanta Brasil foi uma reunião, no dia 22 de janeiro, com o presidente nacional da Força Sindical, Luiz Antônio de Medeiros e com o presidente da Força Sindical do Paraná, Feliciano Moreira. O encontro durou 4 horas. Neste período, Medeiros conheceu a idéia básica do movimento. O presidente Nacional da Força Sindical considerou a proposta do Levanta Brasil viável. Tanto que a levou ao conhecimento dos empresários da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp). O que demonstra que o movimento iniciado no Paraná ganha o país, e pode ser a via do entendimento que a sociedade brasileira procura.

Werner Egon Schrappe é presidente da Federação das Associações Comerciais e Industriais do Paraná e um dos idealizadores do movimento Levanta Brasil.



DEPÓSITO BR-369

A CASA DA SUA CONSTRUÇÃO

MARINGÁ

RUA ESTADOS UNIDOS, 645 - CX. P. 1.286
FONE: (0442) 28-6655 - TELEX: 442-009
CEP: 87.040 - MARINGÁ - PARANÁ

FILIAL

RODOVIA BR-158, Nº 4.100
FONE: (0448) 23-4554 - TELEX: 442-009
CEP: 87.300 - CAMPOMOURÃO - PARANÁ

VOLTA ÀS AULAS

O atendimento,
o preço e a qualidade
que você conhece

Bom Livro

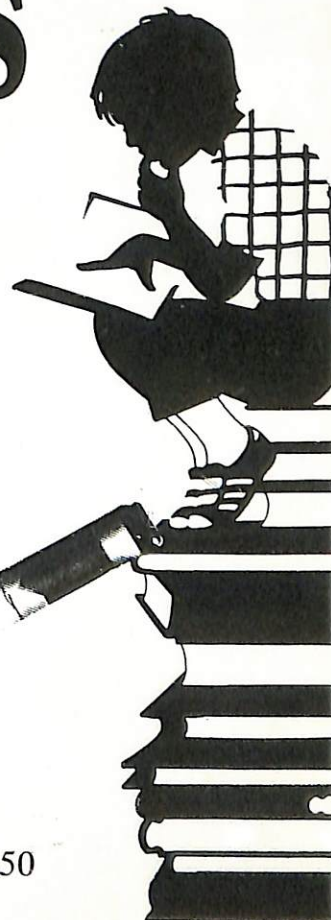
livraria e papelaria

Livros Didáticos e Literatura
Artigos Escolares e para Escritório

Confira

Loja 1 - Av. Herval, 362 - Fone: 22-5911

Loja 2 - Rua Santos Dumont c/Getúlio Vargas - Fone: 26-5250





Não importa se sua carga é pesada quando o motor é da **Drugovich Auto Peças!**

A Drugovich Auto Peças traz até você a mais completa linha de motores Scania usados, com qualidade de novos.

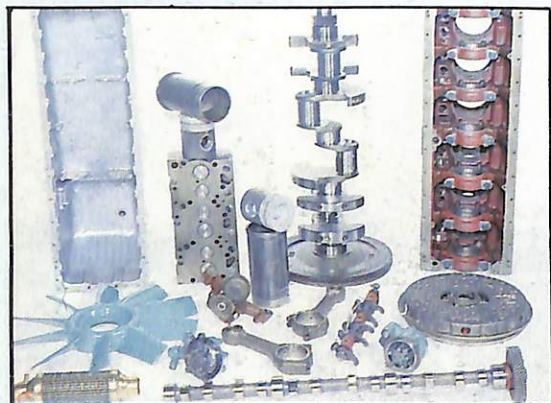
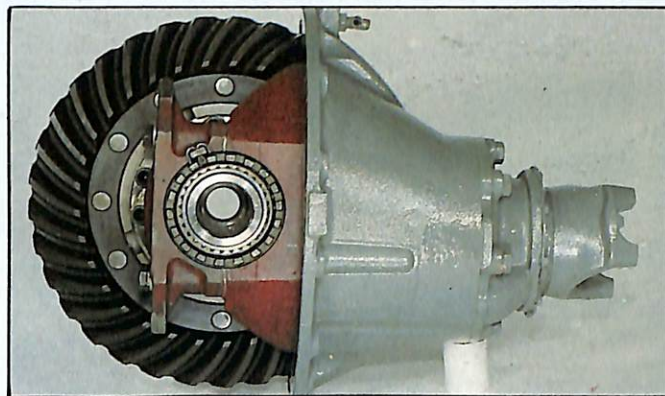
A revisão é feita com o cuidado e o profissionalismo que você espera.

As peças e componentes são insistentemente verificados para sua total segurança.

A montagem é feita com

precisão, utilizando peças em perfeito estado ou novas. O resultado é um motor com qualidade garantida e alta durabilidade.

Não perca tempo, na hora de adquirir motores usados para o seu caminhão ou toda a sua frota, pense qualidade, pense Drugovich Auto Peças. Fale com a gente!



**“NOSSA PEÇA USADA
NÃO É RECUPERADA”.**



DRUGOVICH Auto Peças

PEÇAS USADAS SCANIA

- **MATRIZ:**
ROD. BR-376 - KM. 120 - FONE: (0442) 28-8484
FAX: (0442) 28-8314 - TELEX: (442) 269
MARINGÁ - PR
- **FILIAIS:**
AV. GETULIO VARGAS, 7102
FONE: (051) 476-4800 - CANOAS - RS
ROD. BR-381 - KM. 0,6, Nº 3240
FONE: (031) 333-9098 - CONTAGEM - MG

Sinônimo de qualidade em peças usadas Scania.