

V FEIMAR
Comissão
trabalha nos preparativos.

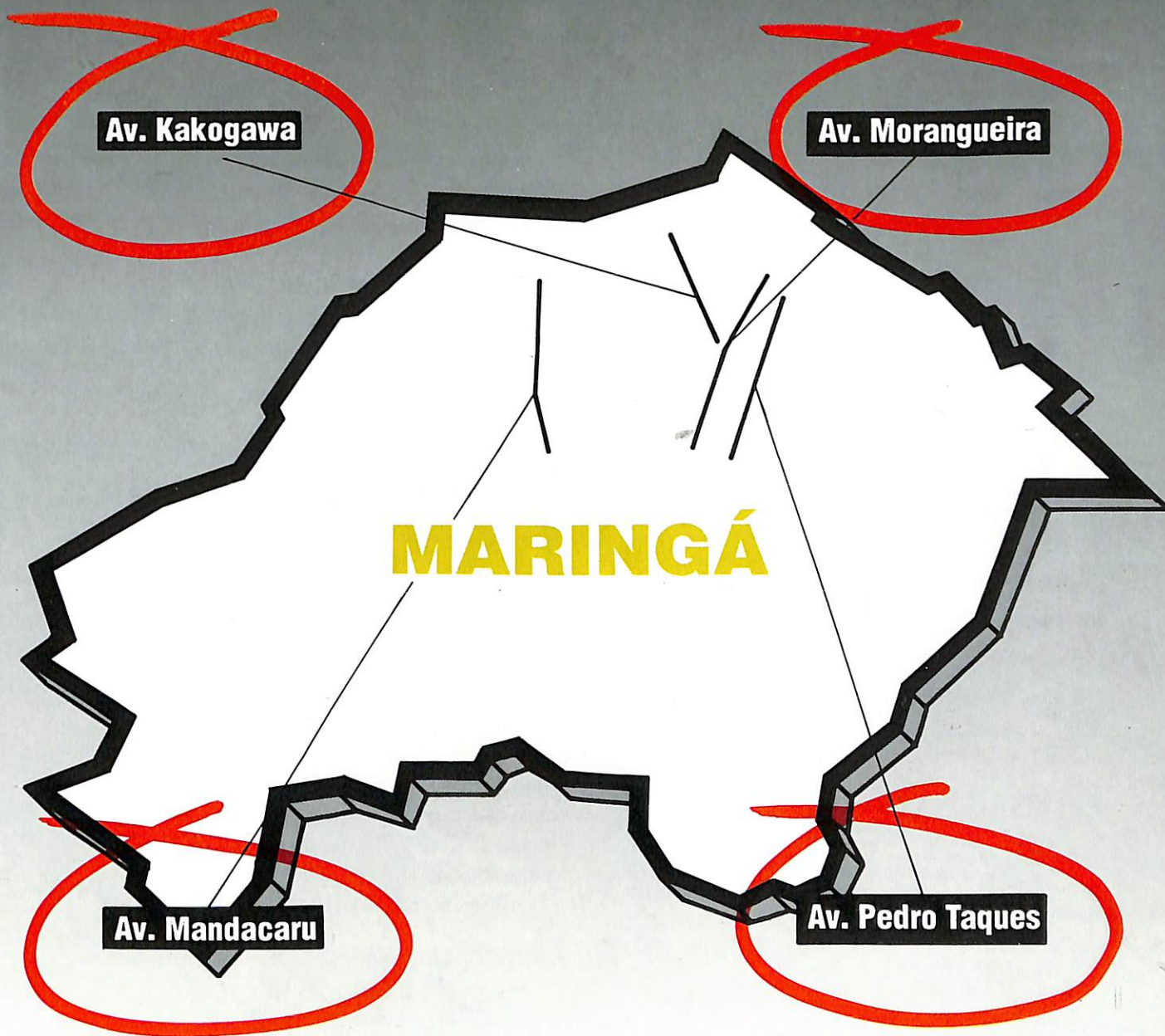
ACIM

AGOSTO/92
Nº 324
ANO 29

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

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

050
R454
N-324-ano-29-1992



COMÉRCIO
Os bairros ganham força.

ACIM

Clas. 050

R 454

Reg. 0262

Data 22-04-05

Proced.

NF

R\$ Data



DEPÓSITO BR-369

A CASA DA SUA CONSTRUÇÃO

MATRIZ

RUA ESTADOS UNIDOS, 645 - CX. P. 1.286
FONE: (0442)28-6655-FAX:28-7678-TLX:009
CEP: 87.040 - M A R I N G Á - P A R A N Á

FILIAL

RODOVIA BR-158, Nº 4.100
TELEFAX (0448) 23-4554 - TELEX: 442-009
CEP: 87.300 - CAMPO MOURÃO - PARANÁ

Novo horário de atendimento: De 2ª à 6ª Feira das 08 às 20 horas; Aos sábados das 08 às 16 horas

Não corra riscos.
Não perca dinheiro.

Use o Vídeo-Cheque
26-2299

Mais um serviço da

ACIM

BOX BLINDEX

Classic Fumê

É um banho de elegância e economia. Na Vidraçaria Guaporé você adquire o box mais sofisticado do país - **Blindex Classic Fumê**, com os Kits e a instalação grátis.

Vale lembrar que a instalação pela Vidraçaria Guaporé é a mais rápida da cidade. Aproveite esse banho de oferta.

Venha nos visitar e conheça nossas linhas de vidros, espelhos, estantes e quadros.

Cr\$ 310 mil o m²
Kits e instalação grátis



VIDRAÇARIA®

GUAPORÉ

Av. 19 DE DEZEMBRO, 569 - FONE: 24-2235 - MARINGÁ

Promoção válida enquanto durar o estoque.

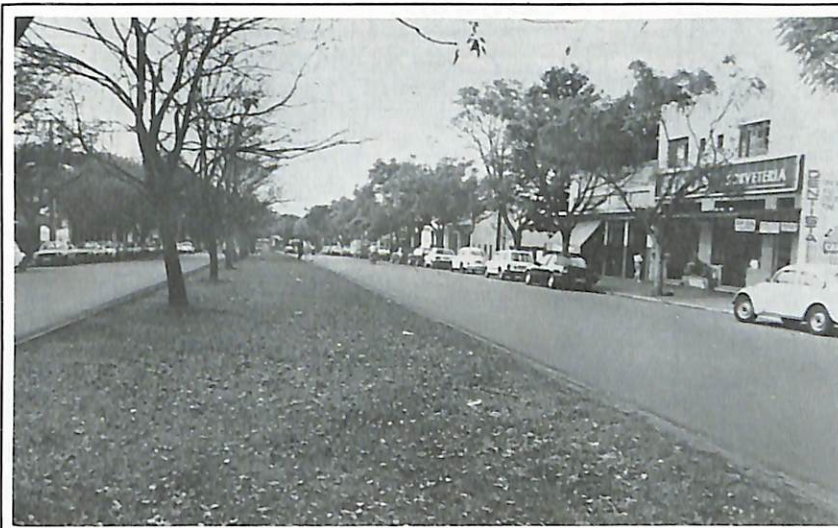
UMA ENTIDADE EM DEFESA DA LIVRE INICIATIVA

O comércio vai para os bairros

Boa parte das cidades brasileiras de porte médio apresenta uma característica peculiar, a descentralização do comércio. O crescimento de alguns bairros e o próprio estrangulamento do centro levam a esta descentralização.

Maringá, mesmo sendo uma cidade planejada, vive situação parecida. Com isso, algumas avenidas fora do centro da cidade estão se transformando em verdadeiros pontos de referência para o comércio. Muitas delas passam por rápida transformação, com a construção de conjuntos de salas comerciais, mini-shoppings e com o aumento do número de empresas instaladas.

A reportagem de capa desta edição mostra esta tendência e as transfor-



mações que estão acontecendo em algumas regiões da cidade. Leia a opinião dos comerciantes que decidiram se estabelecer fora do centro, acreditando que os bairros podem ser um novo filão de mercado para o setor.

Leia também nesta edição uma entrevista com o empresário Ney Bittencourt de Araújo, presidente do grupo

Agroceres. Ney, que é considerado o "pai" do agribusiness brasileiro, veio a Maringá para falar sobre o potencial da agroindústria. Para ele, o crescimento do país será alavancado pelo complexo agroindustrial. Nesta entrevista Ney fala do futuro do agribusiness no Brasil e das barreiras que o país terá que derrubar para crescer neste setor.

A terceirização chegou ao Brasil com atraso em relação ao resto do mundo. Agora, através dela, muitas empresas estão procurando recuperar o tempo perdido. A terceirização permite que as empresas concentrem seus esforços no tipo de produto ou serviço em que são especializadas. Confira nesta edição o que é a terceirização e os benefícios que ela pode trazer a sua empresa.



ACIM realiza mais um Almoço Empresarial
pág. 13



FACIP faz última reunião sob antigo estatuto
pág. 30

LUKAS

04

ENTREVISTA

05

CAPA

07

ALMOÇO EMPRESARIAL

13

TERCEIRIZAÇÃO

23

CENSO ECONÔMICO

27

FEIMAR

29

ARTIGO

32

MEU NEGÓCIO

33

PENSO ASSIM

34



DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Massao Tsukada

1º Vice-Presidente: Valdecir de Brito

2º Vice-Presidente: Jefferson Nogaroli

Vice-Presidente p/ Ass. do Comércio: Shiniti Ueta

Vice-Presidente para Assuntos da Indústria:

Fernando José de Faria Ferraz

Vice-Presidente para Assuntos de Serviços:

Gilson Odair Barbiero

Diretor de Finanças: Sabas Martins Fernandes

Diretor de Patrimônio: Hélio Costa Curta

Diretor de Eventos e Promoções:

Fernando Vieira Raimundo

Diretor de Assuntos Comunitários:

Pedro Granado Martines

Diretor do Descon: Moacir Somaggio

Diretor p/ Assuntos de Informações Cadastrais:

Euriko Ikuta

Diretor da Revista ACIM: Luiz Carlos Masson

Diretora de Relações Públicas:

Noemi de Oliveira Seravalli

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Fernando Henriques

Secretário: Paulo Moraes Badan

MEMBROS:

Agenor Maia, Antonio J. R. Silvestre Ferreira, Euclides Sordi, Francisco Favoto, Francisco Feio Ribeiro, Futoshi Matsuda, Heitor Bolela Júnior, João Noma, José Gomes Ferreira, Miguel Fuentes Sala, Milton Massar Morita, Reginaldo Nunes Ferreira, Simão Hirata, Tutomo Sato.

MEMBROS NATOS:

Alcides Siqueira Gomes, Alvaro Miranda Fernandes, Carlos Mamoru Ajita, Emilio Germani, Ermelindo Bolfer, Joaquim Dutra, Manoel Mário de Araújo Pismel, Raymundo do Prado Vermelho, Sidnei Meneguetti, Ubirajara de Araújo Pismel.

CONSELHO DA MULHER EMPRESÁRIA

Presidente: Maria Alice Pinatti

Vice-Presidente: Maria José M. Duarte

2º Vice-Presidente: Solange Aparecida de Paula

Secretária: Roseli P. de Lima Bastos

2ª Secretária: Fátima Aparecida O. Ferreira

Tesoureira: Maria Aparecida Bekner Silva

2ª Tesoureira: Sônia Maria Uliana.

DIRETORAS ADJUNTAS

Maria Inês Ajita Picirone e Maria C. Lima Dias

CONSELHO DO JOVEM EMPRESÁRIO MARINGAENSE

Presidente: Olga Elizabeth Moleirinho

Vice-Presidente: Marco Xavier G. de Mendonça

1º Diretor Adjunto: Cláudio Adilson Rossi

2º Diretor Adjunto: Galileu Limonta Maia

2º Secretário: Edson Aparecido Vido

1º Tesoureiro: José Fernando Alves Henriques

2º Tesoureiro: José Rubens Abrão

ASSESSOR DE DIRETORIA

Carlos Roberto Previdelli

GERENTE-ADMINISTRATIVO

César Augusto Galli

SECRETÁRIA-EXECUTIVA

Élcia Valentini do Nascimento

LUKAS...



O COMÉRCIO NO INVERNO



O futuro no agribusiness

Foto: Marcos Bergamasco

O grande potencial de desenvolvimento do Brasil está no agribusiness. A afirmação é do empresário Ney Bittencourt de Araújo, presidente do grupo Agroceres, um dos mais importantes do segmento agroindustrial do país. Ney esteve em Maringá recentemente, participando do Fórum de Desenvolvimento Regional, promovido pela Prefeitura. Considerado o "pai" do agribusiness no Brasil, Ney garante que o progresso do país passa obrigatoriamente pelo setor agroindustrial. Segundo ele, o potencial é tão grande, que o setor consegue produzir muito, mesmo com os problemas e as deficiências que tem. O empresário acredita que a resolução de grande parte dos entraves que impedem o total desenvolvimento do agribusiness não necessita de grandes investimentos. As soluções passam, em primeiro lugar, pela modernização da infra-estrutura de armazenagem, transporte e distribuição da produção agrícola. Nesta entrevista à revista ACIM, Ney fala sobre estes e outros assuntos



Ney Bittencourt: "O Brasil é o único país que exporta impostos"

ACIM: Por que o senhor costuma dizer que o complexo agroindustrial, o agribusiness, é o maior negócio da economia brasileira?

NEY BITTENCOURT: Porque é o negócio que movimenta o maior número de pessoas e o maior volume de faturamento da economia. O sistema de produção de alimentos e fibras é o maior negócio do Brasil e será, sempre, o maior negócio do mundo. Nos Estados Unidos o agribusiness emprega 22% da população ativa. Deste total, apenas 3% está na roça. O restante está antes ou depois da porteira. Nos países desenvolvidos, onde o alimento está ficando cada vez mais elaborado, o processo de industrialização e a agregação de valor depois da porteira são fantásticos. E é isso que interessa para a economia de um país. Temos um exemplo que ilustra bem esta importân-

cia. O Brasil perdeu a competitividade em relação ao cacau. O país não desenvolveu uma estrutura de produção de chocolate que pudesse ser competitiva mundialmente. Hoje exportamos amêndoa de cacau para países que fazem chocolate de boa qualidade. E, desta forma, o Brasil está disputando mercado com a produção dos africanos, que são organizações tribais. Então o Brasil está sem competitividade para agregar valor a este produto. Já o inverso aconteceu com a laranja. O Brasil se organizou, se verticalizou, passou a produzir suco de laranja e a colocar o produto lá fora competitivamente. Hoje o país é responsável por 60% do suco de laranja comercializado no mundo. O reflexo disso está na região que mais produz laranja e suco, conhecida como a "Califórnia brasileira".

ACIM: Então ainda há muito para o

Brasil caminhar em relação ao agribusiness para que possa chegar a uma posição importante na produção e exportação de alimentos?

NEY BITTENCOURT: Nosso grande potencial de competitividade está no agribusiness. O potencial é tão grande, que o setor ainda consegue produzir muito, considerando os inúmeros problemas que temos. Um deles está na infra-estrutura, começando pelo armazenamento nas propriedades rurais. Bastariam empréstimos do governo para que o agricultor pudesse construir sua estrutura. As soluções para o setor passam também pela criação de uma estrutura moderna de transporte e secagem de grãos, pela melhoria das condições de transporte, com maior uso de ferrovias e hidrovias, na mudança da situação dos portos, que é absolutamente absurda no Brasil. Toda esta gama de projetos não exigiria tão grandes investimentos.

ACIM: Mas, para resolver algumas destas questões, seria preciso derrubar uma grande barreira política...

NEY BITTENCOURT: Acredito que os aspectos políticos começam a ser superados. Veja o exemplo do corporativismo dos portos, que está perdendo força diante da opinião pública, principalmente depois desta última greve. Como 40 mil pessoas podem prejudicar 150 milhões? Só que o problema dos portos não se resume ao corporativismo de sua estrutura. Por muitos anos o governo não investiu nos portos, que hoje estão obsoletos. Mas existem questões ainda mais sérias no Brasil, como o sistema tributário. O Brasil é o único país do mundo que exporta impostos. O sistema tributário brasileiro foi se distorcendo de tal forma, que hoje é o mais perverso e o mais injusto do mundo. Em qualquer país o imposto é um tributo sobre a renda. Quem ganha mais paga mais. Em todos

os países existe um imposto indireto baixo e seletivo. Aqui os tributos indiretos, principalmente sobre os alimentos, chegam a até 30% do valor. Tanto quem ganha um salário mínimo, quanto quem ganha 100, paga o mesmo imposto. Quando um brasileiro compra um trator, por exemplo, ele está pagando 42% do valor em impostos. E, pior ainda, estes impostos são mal aplicados.

ACIM: Outro problema muito sério que entrava o desenvolvimento do complexo agroindustrial brasileiro é o desperdício...

NEY BITTENCOURT: Sim, este desperdício se deve às deficiências de nossa infra-estrutura. O desperdício acontece porque a colheita é mal feita, os grãos não são secos na hora. A instalação de armazéns nas propriedades eliminaria parte desta perda. Além disso, temos condições de transporte inadequadas. As más condições de armazenamento e distribuição fazem com que as perdas sejam enormes. E o pior é que o desperdício é uma característica de país subdesenvolvido. Quanto mais subdesenvolvido é um país, piores são suas condições de infra-estrutura e maiores são as perdas.

ACIM: O senhor sempre afirma que, para que o complexo agroindustrial brasileiro possa se desenvolver, é necessário que seus produtos atinjam o mercado internacional. Mas como competir num mercado altamente subsidiado?

NEY BITTENCOURT: Em primeiro lugar, é preciso dar grande ênfase aos produtos em que já temos competitividade no mercado externo. É o caso da carne de boi, cujo único entrave que ainda existe é a erradicação da febre aftosa. Também no setor de suínos e aves o Brasil é bastante competitivo. O grande desafio é a agregação de valor. Em 1990 o Brasil exportou 240 mil toneladas de carne de frango. Em 91 foi exportada praticamente a mesma quantidade, mas entrou 40% a mais em dólares. Isso aconteceu porque o Brasil já começou a exportar partes nobres do frango. Outros produtos em que o país tem competitividade lá fora são o suco de laranja, papel e celulose, soja e seus subprodutos. O segundo passo para chegar à competitividade lá fora está no investimento em produtos essencialmente tropicais. Está aí um grande potencial que o Brasil tem e precisa desenvolver. Um bom exemplo são as frutas tropicais, que têm excelente aceitação no mercado internacional. O terceiro passo seria o Brasil se associar a países como



“Temos pelo menos 45 a 50 milhões de consumidores com poder de compra. Isso é mais que a população de muitos países da Europa!”

Austrália, Nova Zelândia, Argentina e África do Sul numa luta contra o protecionismo internacional. Este protecionismo pode se voltar contra os próprios países desenvolvidos. Se o Brasil quisesse integrar a economia mundial, teria que exportar e importar. Para que o Brasil possa melhorar a competitividade de seus produtos, precisa investir em tecnologia. Resumindo, precisa importar equipamentos. E o setor que pode gerar dólares para sustentar este investimento em tecnologia é o agribusiness. Então, temos que mostrar que eles estão matando um mercado importante com a política de protecionismo. O Brasil é um país que tem problemas de divisão de renda. Mas temos um contingente de pelo menos 45 a 50 milhões de consumidores que têm poder de compra. Este contingente é maior do que a população de muitos países da Europa!

ACIM: O desenvolvimento, hoje, está mais nas mãos da iniciativa privada do que do governo. Só que existe uma tremenda descapitalização nos principais setores da economia. Basta citarmos o exemplo da agricultura. Como superar esta barreira?

NEY BITTENCOURT: Nós não conseguiremos romper esta barreira de forma nacional. Ela será rompida passo a passo. O grande problema, na verdade, não é a descapitalização, e sim a inflação, que desorganiza a economia, e não nos permite

assumir compromissos lá fora. Existem muitas possibilidades de se fazer parcerias e contratos lá fora e usar financiamento direto. O Brasil não tem crédito, mas muitas organizações privadas têm. O problema está na estabilidade da moeda. Na medida em que se tem uma situação planejável, com uma inflação no mínimo civilizada, se conseguirá o desenvolvimento. A saída para a crise brasileira não se dará com dinheiro emprestado de outros países, porque já está provado que dinheiro emprestado não leva ao desenvolvimento. O desenvolvimento só acontece com investimentos externos. E o Brasil é uma das melhores alternativas de investimentos para países do Primeiro Mundo, desde que tenha uma economia regulada.

ACIM: Mas este é o problema. A economia brasileira está totalmente desorganizada, e em meio a tantos escândalos motivados por denúncias de corrupção, o governo está perdendo as rédeas. Como, então, chegar à estabilização da economia?

NEY BITTENCOURT: A curto prazo temos uma situação de desespero.

Acredito que o Brasil tem duas saídas. Uma é a que todos nós escolheríamos, a saída estruturada. A outra é a saída pela crise total. A corrupção está chegando agora no processo do tumor que se abre. Desta vez esta questão vai mesmo cair no domínio da opinião pública. Estamos com um processo inflacionário sério porque o governo gasta mais do que ganha. A máquina do governo é grande demais para o tamanho de nossa economia. Em 1985 o salário dos funcionários públicos federais, estaduais e municipais representava 5,6% do PIB. Em 91 a proporção passou para 10,6% do PIB. E por que este fenômeno? A Constituição contribuiu muito para este aumento, porque transferiu recursos para estados e municípios sem transferir para os mesmos as novas responsabilidades. Todos os territórios brasileiros foram transformados em estados. Com isso foram criadas novas máquinas para gerenciar estes estados. Foram criados também 900 novos municípios de 88 para cá, com seus inúmeros funcionários, prefeitos e secretários. Enquanto isso a iniciativa privada passou por uma dieta muito rigorosa, que foi motivada pela política de juros altos. A dieta foi destinada apenas ao setor privado e ao assalariado. A máquina do governo, ao contrário, só cresceu. Hoje, como não há liderança dentro do governo, o enxugamento desta máquina só vai acontecer a partir da falência do Estado.



CAPA

Os bairros na mira do comércio

Muitas avenidas de bairros de Maringá estão passando por uma rápida transformação. A explicação está na procura cada vez maior destes locais para a instalação de estabelecimentos comerciais. Algumas já estão se tornando pontos de referência fora do centro

A maioria das cidades brasileiras de porte médio tem apresentado uma característica peculiar em seu processo de crescimento. A descentralização da estrutura do comércio e da prestação de serviços tem se verificado na maioria delas, e os motivos são os mais variados possíveis. O crescimento dos bairros e o próprio estrangulamento do centro são geralmente as maiores causas da descentralização nas cidades.

Maringá não foge à regra, mesmo sendo considerada uma cidade planejada. Aqui a tendência de crescimento de certos bairros, e os altos aluguéis geral-

mente cobrados no centro, têm empurrado uma legião de empresários para os bairros. Isso está transformando algumas avenidas totalmente fora do eixo das ruas centrais em verdadeiros pontos comerciais.

Graças a esta tendência, muitas regiões da cidade começam a ganhar um novo perfil, com a valorização dos imóveis – e conseqüente supervalorização dos aluguéis – além de estarem sendo cada vez mais procuradas pelas construtoras para o lançamento de conjuntos residenciais. Dentro deste panorama, algumas avenidas de Maringá registraram

um crescimento bastante acentuado nos últimos 3 anos.

Muitas estão se tornando pontos de referência para os comerciantes. É o caso da Pedro Taques (leia box), da Morangueira, da Mandacaru, da Cerro Azul e até da Kakogawa – que começa a ganhar uma estrutura comercial maior da que normalmente se encontra nos bairros. E os empresários que se estabeleceram nestes locais estão satisfeitos, apesar de saberem que no centro o movimento das vendas poderia ser maior. Grande parte deles, porém, acha mais importante ter uma despesa operacional menor, e

A pioneira

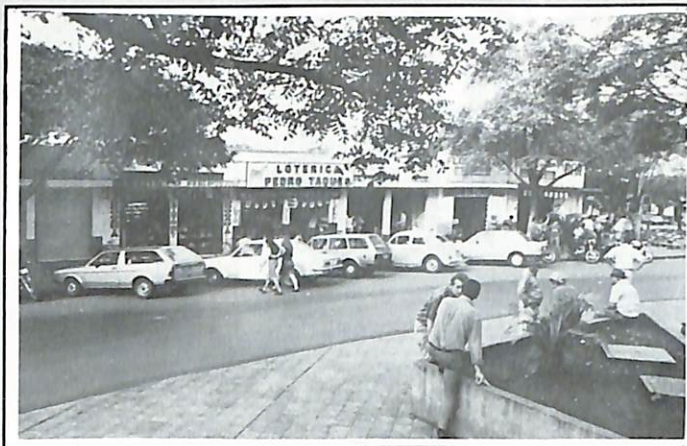
A avenida Pedro Taques, a principal do Jardim Alvorada, bairro mais populoso de Maringá, foi a primeira localizada fora do eixo central a abrigar um grande número de estabelecimentos comerciais. Hoje, além de lojas de todos os tipos e tamanhos, estão instaladas ali inúmeras pequenas indústrias, consultórios médicos e odontológicos, entre outros.

Não existe um levantamento preciso, mas estima-se que devam existir mais de 100 empresas instaladas na Pedro Taques. A avenida concentra ainda 4 agências bancárias, além de inúmeros bares, lanchonetes, açougues, padarias, mercearias.

E, cada vez mais, a avenida cresce em função da grande procura dos empresários, que têm na Pedro Taques

um ponto de referência fora do centro da cidade. Há um mês, por exemplo, a avenida ganhou a mais nova loja da perfumaria O Boticário, que tem outras 3 espalhadas pela cidade.

Mas toda esta procura por um espaço tem levado a uma situação que os empresários tentam evitar quando procuram um imóvel num bairro: pagar alugueis altos. Hoje o preço do aluguel de imóveis comerciais em determinados pontos da avenida está quase que equiparado ao de algumas regiões do centro. Por este motivo, e tam-



A Pedro Taques é um ponto de referência para os comerciantes

bém porque normalmente os terrenos custam menos nos bairros, com o passar do tempo muitos empresários acabam construindo prédio próprio, para escapar do pesadelo do aluguel.

com isso preços mais competitivos, para atrair a clientela. E é isso que estes empresários buscam quando procuram um bairro. Mas, acima de tudo, grande parte deles acredita que a descentralização do comércio é uma tendência para o futuro.

OBRAS PARADAS: A avenida Moran-

gueira mostra bem esta tendência de descentralização do comércio. Nos últimos 3 anos a avenida vem registrando um crescimento acelerado no número de empresas instaladas. Na Morangueira existem tantos estabelecimentos comerciais que já começa a ser comparada, em

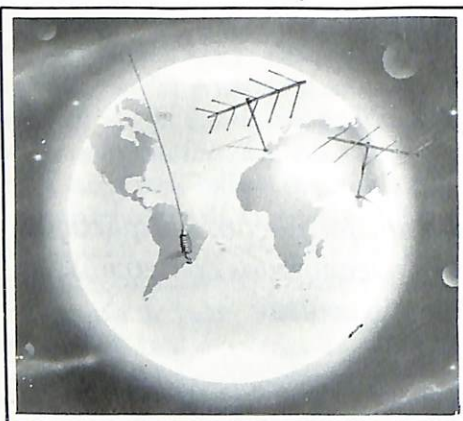
importância, com a Pedro Taques, uma das primeiras avenidas comerciais que surgiram fora do centro.

A variedade e a quantidade de lojas são grandes. Nos dez primeiros quarteirões abaixo da avenida Colombo existem 3 depósitos de materiais para construção, 5 farmácias, 4 lojas de móveis, cerca de 5 consultórios odontológicos, inúmeras lojas de calçados, confecções e armários, sem contar outros estabelecimentos como açougues, padarias e sacolões.

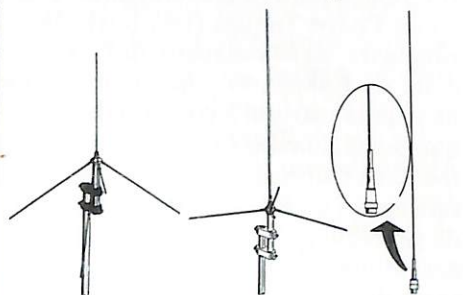
Quem está há muito tempo na Morangueira diz que não há do que reclamar. "Nosso movimento é bom, temos gente na loja praticamente o dia todo". A afirmação é do comerciante José Mussio, proprietário da Ingá Modas. Além da loja da Morangueira, José Mussio tem outra, na Pedro Taques, instalada há 3 anos. Mussio trabalha na Morangueira desde 1964 e afirma que, de 3 anos para cá, a procura por imóveis comerciais ali cresceu muito.

Para o empresário, a principal razão que tem levado os comerciantes a procurarem a avenida são os altos alugueis do centro e os preços dos pontos comerciais. "Aqui é muito mais fácil adquirir um terreno e construir prédio próprio", explica. Foi o que ele fez. Construiu um sobrado, com a loja embaixo e a residência em cima. "Hoje a única coisa que está nos prejudicando é a paralisação das obras de alargamento da avenida", afirma. Assim como ele, a maioria dos comerciantes da Morangueira reclama da situação em que as obras foram deixadas. "Com as obras paradas a sujeira é grande e isso contribui para afastar os clientes", afirma José Mussio.

O ALCANCE MUNDIAL DA QUALIDADE



ANTENAS VHF - LANÇAMENTO



ANTENA PLANO
TERRA-1/4 DE ONDA
Suportes p/ Calha, Porta-Mala e Magnético

ANTENA VERTICAL
5/8 DE ONDA

ANTENA MÓVEL
5/8 DE ONDA

As Antenas AQUÁRIO[®] são desenvolvidas e fabricadas dentro dos padrões da mais alta tecnologia, o que assegura aos usuários a melhor transmissão ou recepção.

ANTENAS PARA FAIXA CIDADÃO (PX)

- Marinox-CB: A verdadeira maria-mole com haste de aço inox, suporte universal, mola cromada à prova de vibrações.
- Direcional 3 e 4 elementos.
- Vertical Plano-Terra

ANTENAS PARA TELEVISÃO

- Corner Reflector UHF - (Boca de Jacaré)
- Espinha de Peixe
- Parabólica Max-Color T6 - Simples e Dupla

ANTENAS
AQUÁRIO[®]

O ALCANCE MUNDIAL DA QUALIDADE

AV. MAUÁ, 1502 - FONE: (0442) 22-6634
MARINGÁ - PARANÁ



Mussio: preocupação com as obras da Morangueira

“As calçadas estão arreventadas. Está tudo fora de ordem. As obras precisam ser retomadas”, afirma Solange Volpi, proprietária da Lojas Regine’s e que está há um ano na Morangueira. Na opinião dela pela importância da avenida, as obras não deveriam ser paralisadas. “A Morangueira dá acesso a muitos bairros e a muitas propriedades rurais. O fluxo de pessoas aqui é muito grande. E isso, para o comércio, é fundamental”.

Na prefeitura não há previsão para a retomada das obras da avenida Morangueira. Segundo o diretor-técnico do Serviço Autárquico de Obras e Pavimentação – SAOP – responsável pela execução da obra, foi enviado um levantamento de custos para a prefeitura em maio. Na época, a obra – que inclui o alargamento da pista, numa extensão de 1 quilômetro, asfaltamento, construção de canteiros e calçadas – estava orçada em Cr\$ 619 milhões. Segundo o planejador de obras da Diretoria de Planejamento da Prefeitura, Carlos Augusto Campelo, a intenção é entregar os serviços ainda este ano. “Faltam recursos, mas o prefeito está empenhado em obtê-los porque a Morangueira é uma preocupação constante”. Estes recursos, segundo Campelo, são oriundos da Secretaria de Desenvolvimento Regional do governo federal, que arcará com 75% do valor total da obra.

Outra questão que os comerciantes consideram importante é a instalação de agências bancárias na avenida Morangueira. “Não há nenhum banco aqui. A Pedro Taques tem 4 agências”, compara José Mussio, da Ingá Modas. Os comerciantes afirmam que a instalação de uma agência bancária iria completar a estrutura do comércio e prestação de serviços do local.

ESTACIONAMENTO: “Decidimos nos instalar na Morangueira porque acredi-

tamos no seu crescimento”, afirma a comerciante Alice Furlan, que comprou uma loja de confecções na avenida há 2 meses, em sociedade com a amiga Isabel Costa de Freitas. As duas não tinham qualquer experiência no ramo comercial. Elas trabalharam quase 20 anos em funções administrativas numa empresa de Maringá.

As sócias se dizem satisfeitas com a escolha da Morangueira. “A gente pode aproveitar o fluxo de pessoas que voltam do trabalho para casa. E nos sábados este movimento é ainda maior”, explica Isabel.

“Aqui na Morangueira se encontra de tudo, desde o comércio tradicional dos bairros, até lojas próprias do centro”. A afirmação é do comerciante Wilson Borgonhone, proprietário da Veneza Móveis. Wilson está há 6 anos na avenida e garante que a cada dia o comércio local vem se fortalecendo. Ele aponta muitas razões para isso. “A avenida é saída para várias cidades, dá acesso a vários bairros populosos e à universidade”. Tudo isso, na opinião do empresário, está atraindo um grande número de novos estabelecimentos comerciais.

Outra vantagem apontada pelo comerciante é a facilidade de estacionamento, apesar de em alguns pontos, onde a pista é mais estreita, isso não ser aconselhável. “No centro está se tornando impossível encontrar vaga para estacionar. E, quando a Morangueira for alargada, vai ficar melhor ainda”.

Por outro lado, o empresário tem uma certa preocupação em relação ao alargamento da avenida. Ele teme que a Morangueira se torne uma avenida de alta velocidade, como a Colombo. “Isso não seria bom para os comerciantes. Nós precisamos de um bom fluxo de pessoas andando a pé ou de bicicleta, como acontece hoje”.

PESQUISA: A avenida Morangueira tem sido também muito procurada por profissionais liberais, prestadores de serviços e lojas maiores, como casas de tintas, que normalmente se instalam no centro. “Escolhi este local porque constatei que nas redondezas não havia ninguém que atuasse na minha área”, afirma o veterinário Luis Antonio Sengioni, que

tamos no seu crescimento”, afirma a comerciante Alice Furlan, que comprou uma loja de confecções na avenida há 2 meses, em sociedade com a amiga Isabel Costa de Freitas. As duas não tinham qualquer experiência no ramo comercial. Elas trabalharam quase 20 anos em funções administrativas numa empresa de Maringá.



DEVILLE

MARINGÁ

- ALMOÇO EXECUTIVO
- JANTAR ROMÂNTICO COM PIANO
- DIXIE BAR
DAS 18:00 ÀS 02:00 HORAS
HAPPY HOUR
DAS 18:00 ÀS 20:00 HORAS
- SAUNA
DAS 17:00 ÀS 22:00 HORAS
- SEGUNDA LUA DE MEL
PACOTE:
WELCOME 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.

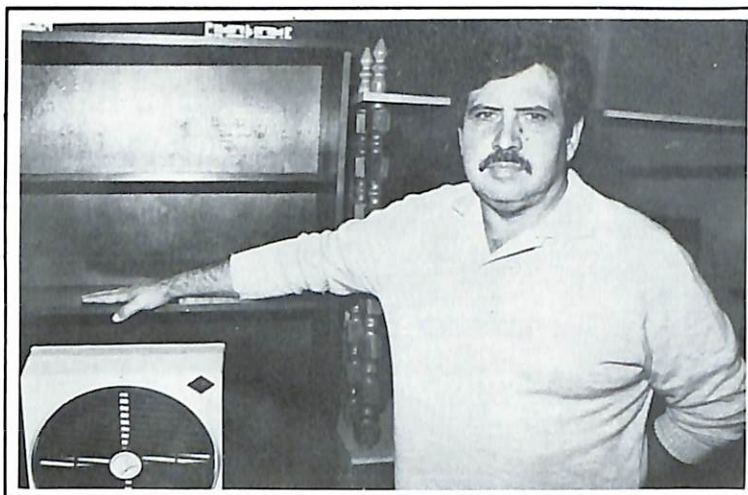
HOTÉIS

Deville

Hospedagem em grande estilo
Av. Herval, 26 – Fone: (0442) 26-1001
Telex: (442) 211 – Fax: (0442) 26-1977
MARINGÁ – PR



Alice e Isabel: confiança no crescimento da avenida



Borgonha: "No centro é difícil encontrar estacionamento"

montou seu consultório na Morangueira há 2 anos.

Além disso, segundo ele, a avenida dá acesso a vários bairros e a muitas propriedades rurais, um mercado potencial para sua atividade. "Nestes dois anos

que estou aqui, cadastrei 800 clientes. Este número pode ser considerado bom, diante da atual situação", explica Luis Antonio. "Hoje eu nem pensaria em me mudar para o centro".

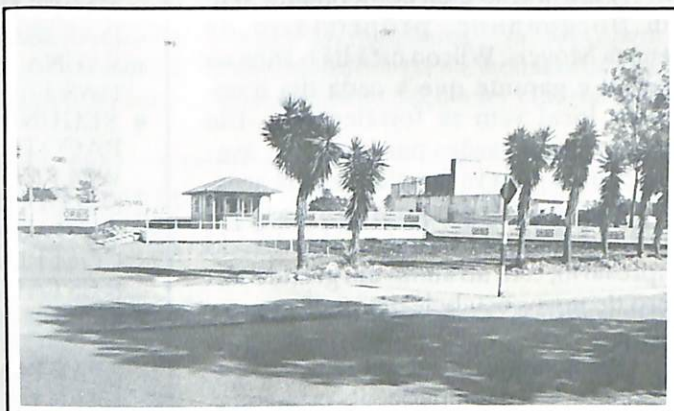
"Estamos apostando no alargamen-

to da avenida. Com isso ela se tornará um local estratégico". A afirmação é do empresário Osvaldo Reginato, proprietário da Tem Tintas, instalada há 1 ano. "Escolhemos a Morangueira justamente quando ficamos sabendo que a avenida seria modificada".

Osvaldo tomou a decisão de montar a loja ali com base no crescimento do comércio verificado na avenida Pedro Taques. "Eu moro na Pedro Taques e vi de perto a experiência dos comerciantes. A Morangueira, com certeza, seguirá o mesmo caminho". O empresário conta

Abrigando shoppings

As avenidas localizadas fora do eixo central também têm sido procuradas para abrigar mini-shoppings. É o caso da avenida Cerro Azul, onde está sendo construído o City Shopping Barão do Cerro Azul. O empreendimento é do grupo Eldorado e deverá ser uma nova opção não apenas para os moradores das redondezas, mas de toda a cidade.



A Orbis vai lançar um shopping na Mandacaru

O City Shopping terá 5 mil metros quadrados de construção, em dois pavimentos, 54 lojas e estacionamento com 73 vagas. Segundo previsão do grupo Eldorado, serão investidos US\$ 1,5 milhão no empreendimento. O término da obra está previsto para daqui a dois anos.

"A avenida Cerro Azul foi escolhida porque corta uma região bastante populosa, onde a média do poder aquisitivo é alta", afirma Pedro Grando Martines, do grupo Eldorado. Grando também acredita na tendência de descentralização do comércio. Esta foi outra razão que influenciou na escolha da Cerro Azul. O shopping será construído em frente ao Maringá Clube.

A avenida Mandacaru também vai

ganhar um shopping dentro de pouco tempo. A Orbis Construções e Empreendimentos deverá lançar em breve o projeto, que promete ser uma inovação em toda a região. Será um shopping diferente dos padrões conhecidos, com instalações mais simples e funcionais, mas com um comércio mais diversificado. A idéia é unir lojas tradicionais dos shoppings a uma área que comercializará produtos hortigranjeiros.

"Com esta proposta pretendemos atrair o consumidor da região também. Neste shopping ele encontrará de tudo", afirma Wenceslau Vitulskis, gerente comercial da Orbis. "Escolhemos a avenida Mandacaru porque ela começa a crescer comercialmente. Além disso, está numa região bastante populosa".

AKI AKIVIDROS
VIDROS

**FAZENDO DO SEU INTERIOR
UM TRABALHO DE ARTE**

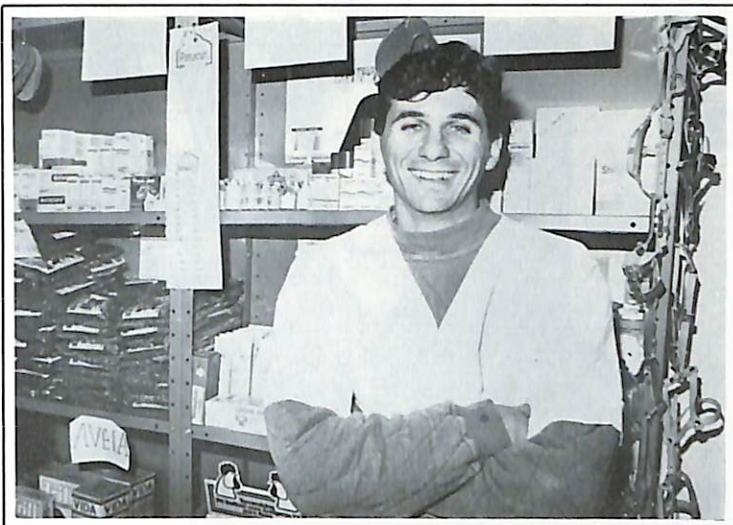
- Confecções de painéis e espelhos variados
- Confecções de molduras decorativas
- Trabalhos artísticos em jato de areia
- Auto estilo no trabalho de reciclagem de potes e garrafas de vidros
- Confecções de vitrines
- Colocação de vidros lisos e fantasias
- Confecção de box para banheiro
- Acessórios de fino acabamento na área de vidros em geral

ORÇAMENTO SEM COMPROMISSO

**GARANTIMOS O SEU
BOM GOSTO**

Av. Brasil, 5.631 - YCI - Fone: 24-6531
MARINGÁ - PARANÁ

**O ATENDIMENTO PERSONALIZADO
QUE VOCÊ MERECE**

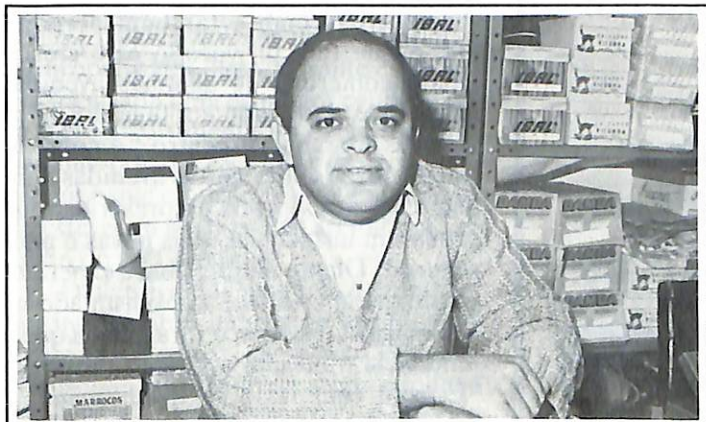


Luis Antonio: "Hoje eu nem pensaria em mudar para o centro"

que antes de escolher o local realizou uma pesquisa para saber até que ponto a localização tem influência no movimento de uma loja. "Ela é importante, mas é preciso ter bom preço a oferecer. O que cria o hábito no cliente de comprar em determinada loja, independente de onde ela esteja localizada, são as vantagens que ele pode obter".

Outro empresário que fez pesquisa antes de se estabelecer na Morangueira foi Paulo Roberto Prado. Ele montou na avenida uma filial da Maqtrat, uma loja de autopeças, com matriz em São Pedro do Ivaí. "Quando decidi abrir a filial de Maringá, verifiquei vários locais, a avenida Colombo, o centro. Acabei optando pela Morangueira". Um dos motivos da escolha foi a perspectiva de um crescimento ainda maior do comércio na avenida. "Está tudo muito desarrumado ainda. Mas assim que as obras forem concluídas, a avenida vai ficar muito boa".

PRÓXIMO AO CLIENTE: Outra avenida que começa a despontar como centro de comércio é a Mandacaru. Por atravessar vários bairros de classe média e dar acesso a outros bastante populosos, a Mandacaru também tem sido muito pro-



Antunes: "Nos bairros a despesa operacional é bem menor"

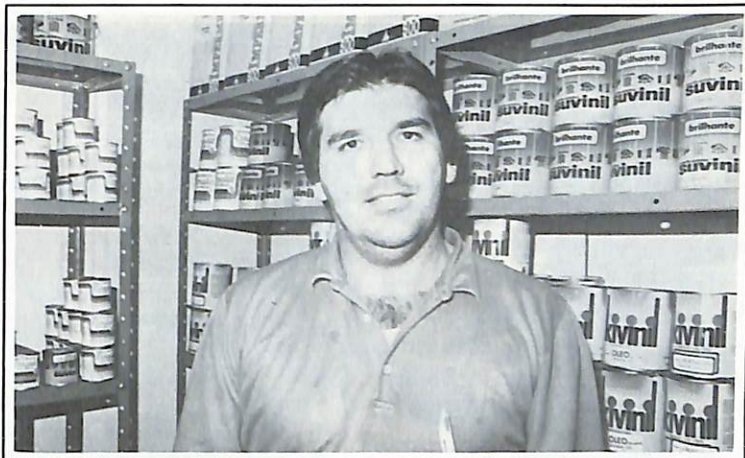
curada pelos comerciantes. Apesar de não ter ainda o mesmo número de estabelecimentos comerciais que a Morangueira, esta avenida também está passando por uma rápida mudança de perfil. Com a crescente procura dos empresários, novos conjuntos de salas comerciais vão surgindo, mudando a paisagem de certos pontos da avenida.

A Mandacaru mistura uma infraestrutura comercial própria dos bairros – com inúmeros bares, açougues, padarias – com lojas de calçados, confecções, prestadores de serviços. Uma prova de que a avenida está sendo descoberta pelos comerciantes está num projeto que a Orbis Construções e Empreendimentos pretende lançar ali: um shopping com uma proposta totalmente nova em Maringá (leia box).

O comerciante Claudinei Alberto Antunes é outro exemplo do interesse que a avenida vem despertando. Claudinei foi gerente de uma grande loja de calçados da cidade durante muito tempo, e resolveu abrir sua loja. "Na verdade a escolha pela avenida se deu por acaso. Foi através de um anúncio de jornal que comprei a loja", afirma. Ele diz que a escolha deu certo: "Se tivesse que

optar hoje, escolheria a avenida Mandacaru, sem dúvida".

A razão de tanta empolgação com o lugar, segundo Claudinei, está nas facilidades em administrar uma loja num bairro. "A despesa operacional é bem menor, e além



Reginato: empolgado com experiência da Pedro Taques

disso há maior proximidade com o cliente. Eu conheço pessoalmente a maior parte da minha clientela". Aliás, ele considera esta proximidade fundamental para que um comerciante possa crescer no bairro.

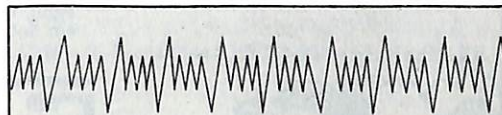
Hoje sua loja, a Veneza Calçados, não é grande, mas ele se declara satisfeito. "Tenho ainda muito potencial para explorar. E acredito que a Mandacaru, dentro de uns 2 anos, vai 'estourar' comercialmente". O empresário explica que sua clientela, além das pessoas que moram nos bairros mais próximos, vem também de regiões mais afastadas da cidade. "O que o comércio daqui precisa para se fortalecer é de uma união maior. Talvez uma liderança que possa estimular a realização



NA CARBURADOR & CIA Você encontra:

- Regulagem de Motores e Carburadores com qualidade excepcional;
- Peças para todos os tipos de Carburadores nacionais e Ignição em geral;
- Serviço VIP de Busca e Entrega Gratuita do Veículo.

RUA GUARANI, 294 - TEL.:(0442) 25-1463 - MARINGÁ



CLÍNICA CARBUROLÓGICA

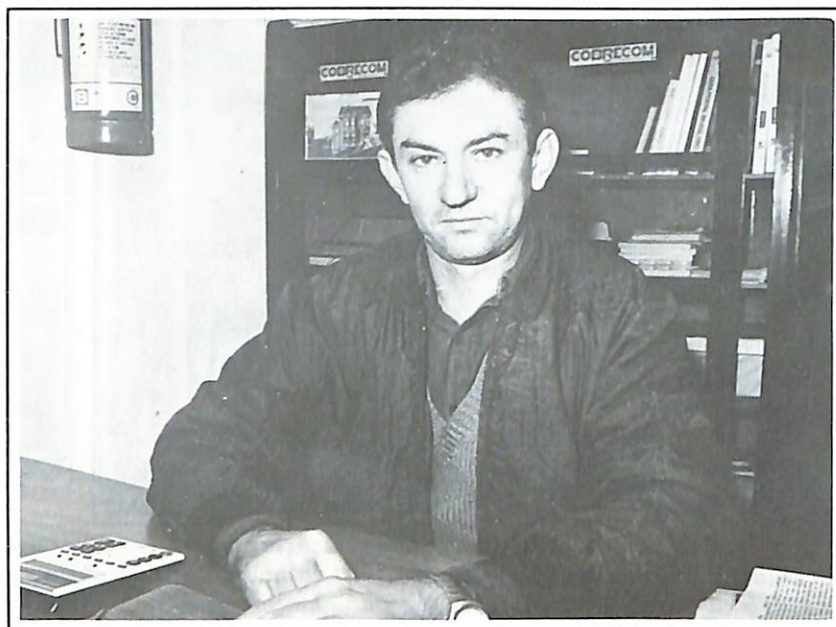


Edilson: compras em São Paulo para oferecer melhores preços

de campanhas para promover o comércio da avenida”, opina Claudinei.

REGIONALIZAÇÃO: Para o comer-

comprar a loja, Edilson pesquisou praticamente todos os lugares. “Escolhi a Mandacaru porque para nossa atividade



Lira: apostando na regionalização do comércio

ciante Edilson de Souza Aguiar, que há 7 meses comprou uma loja de confecções na Mandacaru, os altos aluguéis cobrados no centro têm afastado os comerciantes. Antes de

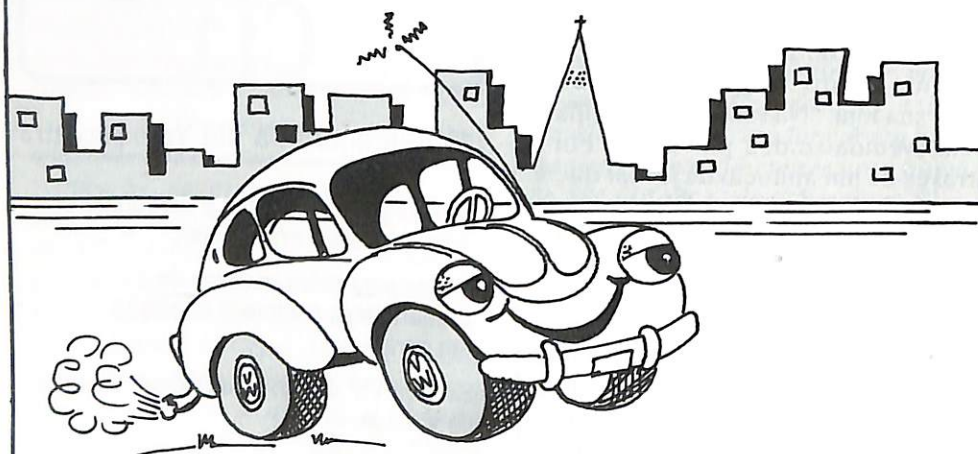
o ponto é muito bom”. Ele afirma que o sucesso de qualquer loja está nas vantagens que pode oferecer ao cliente. “Preço, qualidade e prazo é que atraem a clientela”.

Para oferecer estas vantagens Edilson faz pessoalmente as compras em São Paulo para abastecer a loja. “Nosso movimento tem sido muito bom. Temos conseguido girar o estoque pelo menos 2 vezes por mês”. Ele ressalta que com o valor de um aluguel no centro hoje, consegue cobrir toda sua despesa operacional.

Outro empresário que se diz satisfeito com a escolha da avenida é Francisco Lira Barreto, proprietário da Eletro Lira Comércio de Materiais Elétricos. A loja tem um estoque bastante completo e esta é mais uma prova de que o comércio fora do centro também tem futuro. “Tendo em vista a situação econômica, nosso movimento pode ser considerado bom”, explica Francisco. Ele ressalta que, para conseguir manter o bom nível de vendas, procura fazer promoções, além de oferecer mão-de-obra para as instalações elétricas.

O comerciante também acredita que o que tem provocado este crescimento comercial de algumas avenidas em bairros da cidade é a fuga dos altos aluguéis cobrados no centro. “A construção de novos salões nestas avenidas também está atraindo os empresários, que procuram instalações mais novas e mais seguras”. Diante disso, e com a experiência de quem está há 3 anos instalado na Mandacaru, Francisco Lira afirma que a tendência é mesmo a descentralização. “E, com ela, virá a regionalização. As pessoas, daqui a alguns anos, não vão mais sair de seu bairro para fazer compras”.

**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

Almoço Empresarial



No dia 28 de julho a Associação Comercial e Industrial de Maringá realizou a 38ª edição do Almoço Empresarial, com presença de mais de cem empresários. O palestrante do almoço foi o representante do Programa Paraná-Europa em Roma, Ferdinando Latour, que falou sobre os objetivos do programa.

Latour foi apresentado pelo presidente da ACIM, Massao Tsukada, que fez a abertura da palestra. Também durante o almoço foi feito o lançamento oficial dos formulários de cadastramento de empresas interessadas em participar do Programa Paraná-Europa. Como explicou Ferdinando Latour, a entrega dos formulários aos empresários foi o primeiro passo para a efetivação do intercâmbio proposto pelo Programa.

O Programa Paraná-Europa foi criado há 4 anos. Em dois anos de atividade demonstrou a viabilidade de intercâmbios mais próximos entre o Paraná e a Europa. Além disso, durante este tempo, foi criada uma estrutura especial para o desenvolvimento do Programa, que passou à fase operacional e de consolidação logo que o presidente da Finlombarda esteve em visita oficial ao Paraná, em junho do ano passado.

O objetivo do Programa é promover um intercâmbio industrial, tecnológico, financeiro e comercial entre o Paraná e a Europa. Ferdinando Latour explicou em sua palestra que este intercâmbio vai se processar "de forma individual, atra-

vés de cada empresa participante do Programa". Latour tem ressaltado que os produtos industrializados por empresas da região de Maringá estão desper-

tando o interesse dos empresários europeus.

Ele esclareceu também que logo que foi iniciada a fase de levantamento na Itália, 70 empresas se mostraram interessadas em tomar parte do Programa, a maioria delas do setor do vestuário. Agora, no Paraná, os empresários recebem os formulários, que serão preenchidos e enviados ao Programa Paraná-Europa, para serem avaliados. Se a avaliação determinar que o objetivo da empresa tem possibilidade de sucesso, é processada a adesão ao Programa. Nesta fase, cada empresa receberá um programa preliminar, com uma previsão de custos geral. E a própria empresa é que irá

determinar o tipo de projeto que mais se adapta às suas necessidades e possibilidades, passando a receber toda a assistência necessária do Programa.

Você precisa contar com o melhor em Informática.

OS EQUIPAMENTOS MAIS AVANÇADOS

- Computadores • Impressoras • Fax
- Monitores de Vídeo • Copiadoras
- Relógio Ponto Eletrônico Codin (Código de Barras, Magnéticos)
- Rede Novell • Sistema Unix • Estabilizadores • No-Break
- Suprimentos • Calculadoras • Cabos • KIT para Computadores.

DAS MELHORES MARCAS

- Microtec • Novell • Sharp • Elebra • Parks • Telemática • SMS
- NHS • Rima • ADD • Updating.

VENHA CONVERSAR. COM A TELETEXTO
VOCÊ SEMPRE FAZ OS MELHORES NEGÓCIOS



TELETEXTO
INFORMÁTICA

Rua Néo Martins, 2.840 - Fone/Fax: (0442) 23-5556 - Telex: 442444 TXTO BR - Maringá - PR



CONFIABILIDADE EM 1º LUGAR





- ENCOL**
Av. Paraná, 242
fone: 23-1177
Construção civil
- AGROIDRAU**
Av. Brasil, 7401
fone: 24-9721
Ind. e com. de máq. equip. hidráulicos.
- AUDIO CENTER**
Av. Brasil, 2382
fone: 22-8973
Com. de peças, rádios,
tvs, som e prestações de serviços.
- CEREAIS GRÃO BRILHANTE**
Av. 450003, s/n - Pq. Indl. II
fone: 24-5455
Com. de cereais.
- LINDA LI**
R. Santos Dumont, 2315
fone: 23-5496
Ind. e com. de bijouterias.
- FUNDAÇÃO TAMOYO**
Av. Mauá, 1708
fone: 23-1595
Ind. e com. de caldeiras.
- FARMÁCIA CERRO AZUL**
Av. Cerro Azul, 808
fone: 22-0233
- ESCRITÓRIO LUANA**
Av. Brasil, 5804
fone: 24-2782
Escritório de contabilidade.
- CONFECÇÕES ALVORADA**
Av. Pedro Taques, 2286
fone: 28-3081
Ind. e com. de confecções.
- C.O. MUELLER**
Av. Mauá, 2543
fone: 26-5446
Com. de bombas, motores
e material elétrico.
- SCALON**
R. Piratininga, 378
fone: 22-9061
Ind. e com. de confecções.
- MECÂNICA PARATI**
Av. Das Indústrias, 657
fone: 28-7115
- MASTER CONFECÇÕES**
Av. Brasil, 3485
fone: 26-2204
Com. varejista de confecções.
- A.G. CÂMBIO E TURISMO**
Av. Brasil, 3772
fone: 23-3175
- ELETROFIO**
Av. Colombo, 5001
fone: 22-3612
- Com. varejista de
materiais elétricos.
- PRINT**
Av. Dr. Franklin Roosevelt, 109
fone: 28-2488
Ind. e com. de prod. promocionais.
- ELBA CONFECÇÕES**
R. Joubert de Carvalho, 185
fone: 22-9226
Com. varejista de confecções.
- NOV'DÉIA MÓVEIS E DECORAÇÕES**
R. Santos Dumont, 2287
fone: 23-4661
Com. varejista de móveis e decorações.
- MUCAJÁ ARMARINHOS**
Av. Herval, 448
fone: 23-2704
Com. de armarinhos, confec., artigos escolares.
- IMC**
R. Castro Alves, 986
fone: 24-7933
Ind. e com. de prod. hospitalares.
- VALE DO KARIRY**
Av. Brasil, 3265
fone: 22-3919
Com. varejista de confecções.
- DISAUPE**
Av. Colombo, 2385 - fone: 26-3025
Com. varejista de auto peças.

Agenda da diretoria

Nos meses de junho e julho, a diretoria da Associação Comercial e Industrial de Maringá cumpriu a seguinte agenda:

No dia 26 de junho o presidente Massao Tsukada, e os diretores Gilson Barbiero, Jefferson Nogaroli e Luiz Carlos Masson, participaram do Fórum de Integração Estado-Empresa, realizado pela prefeitura. Também no dia 26 Massao Tsukada, os diretores Fernando Ferraz, Pedro Granado, Hélio Costa Curta e Gilson Barbiero participaram do jantar em homenagem ao secretário de Agricultura, Osmar Dias.

No dia 27, o presidente e o diretor Luiz Carlos Masson participaram da solenidade de comemoração dos 40 anos de fundação do 1º Clube do Distrito 4630 - o Rotary Clube de Maringá e de posse conjunta dos presidentes dos demais clubes de Maringá. No dia 30, a presidente do Conselho da Mulher Empresária, Maria Alice Pinatti, proferiu palestra no Senac sobre "O perfil profissional da te-

lefonista na ótica empresarial".

No dia 1º de julho a diretoria da ACIM participou da segunda reunião do IFórum de Debates sobre Segurança Pública de Maringá. No dia 3, o presidente Massao Tsukada participou de coquetel, quando foi eleito o comerciante do Ano, no Sincomm. Ainda no dia 3, o presidente Massao Tsukada e o diretor Luiz Carlos Masson participaram da solenidade de posse da nova diretoria do Clube Olímpico de Maringá.

No dia 6 o presidente e o diretor Moacir Somággio realizaram reunião com lideranças da cidade, para falar sobre o Censo Econômico. No dia 8, Maria Alice Pinatti participou da solenidade de abertura da Feira da Moda em Londrina. Ainda no dia 8, Massao Tsukada, Fernando Henriques e Carlos Roberto Previdelli participaram de reunião da Caciner em Mandaguari.

No dia 9, o diretor Gilson Barbiero participou da eleição da diretoria da LI-DE. No dia 9 a diretoria participou de reunião com lojistas para tratar da cam-

panha do Dia dos Pais. No dia 10 a diretoria participou também do lançamento oficial do Censo Econômico, na empresa Madepal.

No dia 11, Massao Tsukada, Fernando Henriques e Carlos Roberto Previdelli participaram de reunião da FACIP em Campo Mourão. Também no dia 11, Maria Alice Pinatti participou do seminário "Como operacionalizar as exportações na micro e pequena empresa". No dia 15 Massao Tsukada participou do almoço em homenagem ao embaixador e à embaixatriz do Japão, na ACEMA. E no dia 17, Massao participou também da solenidade de formatura dos soldados do 4º Batalhão de Polícia Militar.

VISITAS: No dia 22 de junho, o presidente Massao Tsukada recebeu a visita do inspetor e do diretor do Banco do Brasil, José Aparecido Ferreira e Syozo Mizuno. Ainda no dia 22, Massao recebeu a visita do diretor do Hotel Deville, Jaime Canet Neto. E no dia 9 de julho, Massao recebeu a visita da diretoria do SCI.

BC segura investimentos de risco

por José Adirson G. Nascimento

A fim de evitar movimentos especulativos derivados da crise política, o Banco Central interveio pesadamente no mercado de câmbio e ouro, segurando as cotações e evitando uma disparada do dólar paralelo.

Num momento de conturbada crise política, os exportadores tornaram-se mais cautelosos, os boatos sobre dolarização e uma possível aceleração da taxa de desvalorização do câmbio seguraram o movimento de fechamento de câmbio.

O resultado imediato dessa posição mais conservadora foi a queda no volume médio de exportações ao menor nível desde outubro de 1991. Naquele mês, a média diária das exportações alcançou a cifra de US\$ 104 milhões e nos meses subsequentes essa média ficou em US\$ 170 milhões, caindo para US\$ 138 milhões em julho.

O ingresso de divisas via compras financeiras também recuou. Os investidores estrangeiros ficaram muito mais cautelosos em função da crise política e da desvalorização violenta dos principais índices do mercado acionário. Estima-se que o último exercício de opções de compra da Telebrás e a queda dos índices do mercado acionário resultaram numa perda patrimonial para os fundos estrangeiros da ordem de US\$ 500 milhões.

Os investidores não podem, con-

tudo, sair do mercado de uma hora para outra, dado que não há comprador para seus papéis e esse gesto resultaria em perdas significativas.

Assinala-se, portanto, uma queda de captação financeira no mês de junho, atingindo todos segmentos, ou seja: captação com venda de títulos no exterior; financiamentos; pré-pagamentos de exportação e investimentos.

Apesar disso, o Banco Central não demonstra sinais de preocupação, pois

nos da ordem de US\$ 18 bilhões.

Em 1989, ingressaram no país US\$ 4,2 bilhões sob a rubrica de câmbio financeiro. Em 1990, registrou-se um total de US\$ 5,4 bilhões, elevando-se para US\$ 11,6 bilhões em 1991.

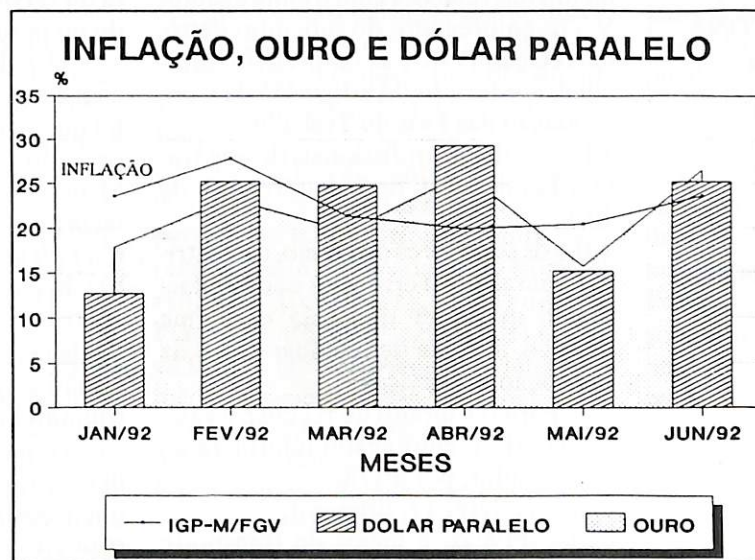
Observa-se ainda uma mudança estrutural na entrada desses recursos. Em 1989, 66% do total correspondiam a financiamentos. Em 1990, os financiamentos caíram para 54% e 1% da emissão de bônus. Em 1991, 36% desses recursos foram financiamentos, 13% foram emissão de bônus e 15% commercial papers. Em 1992, somente 7% entraram sob a rubrica de financiamentos, 30% vieram em forma de bônus e 10% através de commercial papers.

Em junho, o ouro como aplicação financeira apresentou um ganho real positivo de 0,07% tomando-se como referência o IGP-M.

Apesar desse resultado, o ouro acumula uma perda real de 47% desde março de 1990.

Nos dois últimos meses o giro médio diário situou-se em torno de 11 toneladas, após meses mantendo-se no patamar de 6,5 toneladas. Esse maior volume de negócios com ouro ocorreu devido à aposta dos investidores numa alavancagem das cotações em função da crise política.

José Adirson G. Nascimento
é assessor econômico da ACIM.



o nível de reservas está muito alto, podendo fazer frente a qualquer movimento especulativo momentâneo.

O saldo cambial financeiro acumulado no ano é excepcional, alcançando US\$ 7,7 bilhões ou 62% do ingresso total de US\$ 11,6 bilhões de 1991. Considerando-se a média mensal de janeiro a maio, a projeção para este ano é de um ingresso de recursos exter-

Vale-transporte

O vale-transporte constitui benefício que o empregador antecipará ao trabalhador para utilização efetiva em despesa de deslocamento residência-trabalho e vice-versa. Entende-se como deslocamento a soma dos segmentos componentes da viagem do beneficiário, por um ou mais meio de transporte, entre sua residência e o local de trabalho.

O vale-transporte é utilizável em todas as formas de transporte coletivo público urbano ou, ainda, intermunicipal e interestadual com características semelhantes ao urbano, operado diretamente pelo poder público ou mediante delegação, em linhas regulares e com tarifas fixadas pela autoridade compe-

tente. Excluem-se do vale-transporte os serviços seletivos e os especiais.

Está desobrigado a entregar o vale-transporte (passes) o empregador que proporcionar, por meios próprios ou contratados, em veículos adequados ao transporte coletivo, o deslocamento, residência-trabalho e vice-versa, de seus trabalhadores. Caso o empregador forneça ao beneficiário transporte próprio ou fretado que não cubra integralmente os deslocamentos deste, o vale-transporte deverá ser aplicado para os segmentos da viagem não abrangidos pelo referido transporte.

Os beneficiários do vale-transporte são: I – os empregados, assim definidos no artigo 3º da Consolidação das Leis do Trabalho;

II – os empregados domésticos, assim definidos na Lei n. 5.859, de 11 de dezembro de 1972;

III – os trabalhadores de empresas de trabalho temporário, de que trata a Lei n. 6.019, de 3 de janeiro de 1974;

IV – os empregados a domicílio, para os deslocamentos indispensáveis à prestação de trabalho, percepção de salários e os necessários ao desenvolvimento das relações com o empregador;

V – os empregados do subempreiteiro, em relação a este e ao empreiteiro principal, nos termos do artigo 455 da Consolidação das Leis do Trabalho;

VI – os atletas profissionais de que trata a Lei n. 6.354, de 2 de setembro de 1976;

VII – os servidores da União, do Distrito Federal, dos Territórios e suas autarquias, qualquer que seja o regime jurídico, a forma de remuneração e da prestação de serviços.

Para ter direito de receber o vale-transporte o empregado informará ao empregador, por escrito:

- a) seu endereço residencial;
- b) os serviços e meios de transporte mais adequados ao seu deslocamento residência-trabalho e vice-versa.

As informações acima serão atualizadas anualmente ou sempre que ocorrer alteração no endereço residencial ou serviços e meios de transporte do trabalhador. O beneficiário firmará compromisso de utilizar o vale-transporte exclusivamente para seu efetivo deslocamento residência-trabalho e vice-versa. Caso a declaração for falsa ou

o uso indevido do vale-transporte constituem falta grave.

- O vale-transporte será custeado:
- a) pelo beneficiário, na parcela equivalente a 6% (seis por cento) de seu salário básico ou vencimento, excluídos quaisquer adicionais ou vantagens;
 - b) Pelo empregador, no que exercer à parcela referida na letra "a".

O valor da parcela a ser suportada pelo beneficiário será descontada proporcionalmente à quantidade de vale-transporte concedida para o período a que se refere o salário ou vencimento e por ocasião de seu pagamento, salvo estipulação em contrário, em convenção ou acordo coletivo de trabalho, que favoreça o beneficiário.

No caso em que a despesa com o deslocamento do beneficiário for inferior a 6% (seis por cento) do salário básico ou vencimento, o empregado poderá optar pelo recebimento do vale-transporte, cujo valor será integralmente descontado por ocasião do pagamento do respectivo salário ou vencimento.

A base de cálculo para determinação da parcela a cargo do beneficiário será:

- a) o salário básico ou vencimento;
- b) caso se tratar de remuneração constituída exclusivamente de comissões, percentagens, gratificações, gorjetas ou equivalentes, remuneração por tarefa ou serviço, será o montante percebido no período.

O vale-transporte, concedido de acordo com a Lei nº 7418, de 16/12/85, no que se refere à contribuição do empregador:

- a) não tem natureza salarial, nem se incorpora à remuneração para quaisquer efeitos;
- b) não constituiu base de incidência de contribuição previdenciária ou de Fundo de Garantia por Tempo de Serviço;
- c) não se configura como rendimento tributável do trabalhador.

A pessoa jurídica empregadora deverá registrar em contas específicas que possibilitam determinar, com clareza e exatidão em sua contabilidade, as despesas efetivamente realizadas na aquisição do vale-transporte. A parcela de custo, equivalente a 6% (seis por cento) do salário básico do empregado, que venha a ser recuperada pelo empregador, deverá ser deduzida do montante das despesas efetuadas no período-base, mediante lançamento a crédito das contas que registrem o montante dos custos relativos ao benefício concedido.

CADERNO TÉCNICO

SUPLEMENTO DA
REVISTA

ACIM

ANO 29 - Nº 324 - AGOSTO/92
Publicação mensal da



Associação Comercial e Industrial
de Maringá - ACIM

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

EDITOR RESPONSÁVEL

Regina Daefiol - MT-2538-PR

CONSULTORES RESPONSÁVEIS

Área Contábil

Antônio Barison Martins

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

Reajuste salarial

LEI 8419, de 07.05.92 – DOU 08.05.92, que dispõe sobre a política nacional de salários e dá outras providências

Art. 1º – A política nacional de salários tem como fundamento a livre negociação, observando o disposto nesta Lei. Parágrafo único – As condições de trabalho, bem como as cláusulas salariais, inclusive os aumentos reais, ganhos de produtividade do trabalho e pisos salariais proporcionais à extensão e à complexidade do trabalho, serão fixadas em contrato, convenção ou acordo coletivo de trabalho, laudo arbitral ou sentença normativa, observadas, dentre outros fatores, a produtividade e a lucratividade do setor ou da empresa.

Art. 2º – Fica instituído o Índice de Reajuste do Salário Mínimo – IRSM, a ser calculado e divulgado pela Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, que refletirá a variação mensal do custo de vida para as famílias com renda até dois salários mínimos.

§ 1º – O Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento estabelecerá e publicará a metodologia de cálculo do IRSM.

§ 2º – Quando, por motivo de força maior, não for possível ao IBGE divulgar o IRSM até o último dia útil do mês, o Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento adotará índice substitutivo.

Art. 3º – Para os fins desta Lei, define-se o Fator de Atualização Salarial – FAS como o resultado da multiplicação dos seguintes índices unitários:

I – índice da variação acumulada do IRSM no quadrimestre imediatamente anterior ao mês de referência do FAS;

II – índice da variação mensal do IRSM no mês imediatamente anterior ao mês de referência do FAS, dividido pela média geométrica dos índices das variações mensais do IRSM no quadrimestre mencionado no inciso anterior.

Parágrafo único – Para fins deste artigo, o índice unitário é a soma da unidade (1,00) mais a variação percentual do índice considerado, dividida por 100 (cem).

Art. 4º – Será assegurado aos trabalhadores reajuste quadrimestral da parcela salarial até três salários mínimos, pela aplicação do FAS.

§ 1º – Os trabalhadores cujas datas-bases ocorrem nos meses de janeiro, maio e setembro integram o Grupo A, e nestes meses, a partir de setembro de 1992, inclusive, farão jus ao reajuste previsto neste artigo.

§ 2º – Os trabalhadores cujas datas-bases ocorrem nos meses de fevereiro, junho e outubro integram o Grupo B, e, nestes meses, a partir de outubro de 1992, inclusive, farão jus ao reajuste previsto neste artigo.

§ 3º – Os trabalhadores cujas datas-bases ocorrem nos meses de março, julho e novembro integram o Grupo C, e, nestes meses, a partir de novembro de 1992, inclusive, farão jus ao reajuste previsto neste artigo.

§ 4º – Os trabalhadores cujas datas-bases ocorrem nos meses de abril, agosto e dezembro integram o Grupo D, e, nestes meses, a partir de dezembro de 1992, inclusive, farão jus ao reajuste previsto neste artigo.

§ 5º – Enquanto não vigorar a sistemática prevista nos parágrafos anteriores, os trabalhadores dos Grupos A, B, C, D farão jus ao reajuste previsto no art. 4º da Lei nº 8222, de 5 de setembro de 1991.

Art. 5º – Serão asseguradas aos trabalhadores antecipações salariais sobre a parcela até três salários mínimos, a serem fixadas e publicadas pelo Ministério da Economia, Fazenda e Planejamento até o segundo dia útil de cada mês, em percentual não inferior à média geométrica das variações mensais do IRSM nos dois meses imediatamente anteriores a sua concessão.

§ 1º – A partir de julho de 1992, inclusive, os trabalhadores do Grupo A farão jus às antecipações previstas neste artigo nos meses de março, julho e novembro.

§ 2º – A partir de agosto de 1992, inclusive, os trabalhadores do Grupo B farão jus às antecipações previstas neste artigo nos meses de abril, agosto e dezembro.

§ 3º – A partir de setembro de 1992, inclusive, os trabalhadores do Grupo C farão jus às antecipações previstas neste artigo nos meses de janeiro, maio e

setembro.

§ 4º – A partir de outubro de 1992, inclusive, os trabalhadores do Grupo D farão jus às antecipações previstas neste artigo nos meses de fevereiro, junho e outubro.

§ 5º – Enquanto não vigorarem as disposições previstas nos §§ 3º e 4º deste artigo, os trabalhadores dos Grupos C e D farão jus às antecipações previstas no art. 3º da Lei 8222, de 05 de setembro 1991.

§ 6º – As antecipações de que trata este artigo, bem como aquelas concedidas até a data de publicação desta Lei, com base no art. 3º da Lei 8222, de 05.09.91, que ainda não tenham sido compensadas nos termos da referida Lei, serão deduzidas por ocasião do reajuste quadrimestral previsto no artigo anterior.

Art. 6º – Salário mínimo é a contraprestação mínima devida e paga diretamente pelo empregador a todo trabalhador, por jornada normal de trabalho, capaz de satisfazer, em qualquer região do País, as suas necessidades vitais básicas e às de sua família, com moradia, alimentação, educação, saúde, lazer, vestuário, higiene, transporte e previdência social.

§ 1º – O salário mínimo horário corresponderá a 1/220 (um duzentos e vinte avos) do salário mínimo e salário mínimo diário a 1/30 (um trinta avos).

§ 2º – Para os trabalhadores que tenham por disposição legal jornada máxima diária de trabalho inferior a oito horas, o salário mínimo horário será igual ao definido no parágrafo anterior, multiplicado por oito e dividido pelo máximo legal.

Art. 7º – A partir de 1º de maio de 1992, inclusive o salário mínimo mensal será de Cr\$-230.000,00 (duzentos e trinta mil cruzeiros).

Parágrafo único – A partir de 1º de setembro de 1992, o valor do salário mínimo será reajustado quadrimestralmente pela aplicação do FAS.

Art. 8º – Caso a variação anual do salário mínimo resulte inferior à variação do Produto Interno Bruto – PIB “per capita”, observada a sistemática prevista neste artigo, o salário mínimo incorporará, no mês de maio do ano subsequente, aumento correspondente ao percentual de variação real do PIB “per capita”, se positiva, no ano considerado.

Parágrafo único – A variação real anual do salário mínimo corresponderá à divisão da soma dos salários mínimos nos doze meses do ano de referência pela soma dos salários mínimos nos doze meses do ano imediatamente anterior,

corrigindo-se todos os valores pela variação acumulada do IRSM entre o mês de competência e o mês de dezembro do ano de referência.

Art. 9º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 10 - Revogam-se a Lei nº 8222, de 05.09.91, e demais disposições em contrário.

Brasília, 07 de maio de 1992

IMPOSTO ÚNICO

Uma saída para o Brasil

A criação do Imposto Único sobre Transações, proposta pelo deputado federal Flávio Rocha, está ganhando cada vez mais força no meio empresarial. O Conselho Nacional de Associações Comerciais - Conasc - e a Federação das Associações Comerciais e Industriais do Paraná - FACIP - são favoráveis à proposta como forma de se promover uma reforma tributária justa e eficiente no país. A Associação Comercial e Industrial de Maringá também apóia o Imposto Único. Por isso está levando a seus associados a oportunidade de conhecer melhor esta proposta. A seguir estão os principais pontos da proposta, que foram impressos também em 2 mil cartilhas distribuídas em Maringá.

1 - Qual é a proposta do IUT?

A idéia básica é a substituição de todos os impostos com características fiscais por um único imposto incidente sobre as transações do sistema bancário, com alíquota de 1% sobre a conta credora e 1% sobre a conta devedora. É um imposto simples, transparente, instantâneo e que traria ao governo um aumento de arrecadação e uma economia da ordem de 3% do PIB (US\$ 10 bilhões) atualmente gastos no sistema arrecadador público e privado.

2 - Todos os demais impostos e taxas seriam eliminados?

Não. Permaneceriam os impostos que não tivessem características fiscais e existem como instrumento de política econômica, como os de comércio exterior ou o Imposto Territorial Rural. Taxas de serviço, como por exemplo, a taxa de emissão de um passaporte, continuarão sendo cobradas para recuperar o custo do governo no fornecimento de serviços específicos. O FGTS conti-

nuará sendo devido, por se tratar de um fundo específico com finalidade específica. Mas seriam extintos todos os impostos, como o Imposto de Renda, o IPI, o ICMS, o Finsocial, o ISS, as contribuições ao IAPAS, etc.

3 - Quais os benefícios da adoção do IUT às empresas e ao trabalhador?

As empresas terão uma redução de custo administrativo da ordem de 30%. Elas não terão mais obrigação de fazer balanço fiscal. O trabalhador terá o valor de seu salário valorizado com a redução do preço das mercadorias, num percentual correspondente à eliminação da carga tributária. O salário do trabalhador poderá incorporar as contribuições sociais e as retenções de imposto de renda na fonte. Com o retorno dos investimentos nas atividades produtivas, haverá um aumento na oferta de empregos, com possível aumento de salários devido à lei da oferta e procura.

4 - E o governo, perderá?

Como vimos anteriormente, o governo pode ter um aumento de arrecadação de cerca de US\$ 18 bilhões anuais, com o aumento real da arrecadação e diminuição de seu custo.

5 - Como será arrecadado o IUT?

A arrecadação se dará através do sistema bancário, com alíquota de 1% na conta credora e 1% na conta devedora sobre todas as transações financeiras: cheques, transferências, aplicações, etc.

6 - Como será a distribuição do IUT?

Através de um sistema especial de software, o sistema bancário repassará imediatamente ao governo federal, aos estados e municípios o valor da arrecadação. Assim, os estados e municípios receberão suas cotas imediatamente, sendo, portanto, grandemente beneficiados com o novo imposto.

7 - Quem vai fiscalizar a arrecadação e distribuição do novo imposto?

A fiscalização será exercida pelos atuais fiscais da Receita, nos três níveis, Federal, Estadual e Municipal. A fiscalização poderá exercer sua atividade com alto grau de eficiência. A sonegação praticamente será extinta, pois deixar de pagar 1% de imposto não é moralmente defensável. A sociedade possivelmente classificará tal crime como hediondo.

8 - As empresas públicas e as estatais estarão sujeitas ao IUT?

As empresas públicas e as estatais estarão também sujeitas ao IUT todas as vezes que fizerem transações financeiras.

9 - Como será cobrado o imposto do sistema bancário?

O sistema bancário também pagará o IUT cada vez que fizer uma transação financeira, como qualquer pessoa jurídica.

10 - Qual a influência do IUT no preço final dos produtos?

Com a retirada da carga tributária atual, os produtos terão o preço bastante reduzido, numa média em torno de 30%. Com isso, o salário do trabalhador terá o poder de compra aumentado.

11 - A indústria brasileira tem capacidade de suportar a demanda gerada com o aumento do poder de compra?

Com o aumento do poder de compra o consumo aumentará. Entretanto, a diminuição da carga tributária e do custo administrativo das empresas incentivará os empresários a investir em suas atividades, aumentando a produção.

12 - Qual a influência do IUT na inflação?

O aumento de atividades produtivas, gerando mais bens e serviços, e a diminuição da carga tributária que aumenta os preços, tenderão a baixar a inflação, como acontece nos outros países, onde a carga de impostos é melhor distribuída.

13 - O IUT representará algum dano à autonomia dos estados e municípios?

O IUT é um imposto independente do governo central. Os três poderes, Federal, Estadual e Municipal, receberão seu quinhão independentemente do outro.

14 - Como garantir o nível atual de receita dos estados e municípios?

A idéia não é aumentar o nível atual, mas melhorá-lo não só no seu valor quantitativo, como no seu período de repasse. O orçamento continuará sendo de responsabilidade total do Congresso Nacional.

15 - Com o IUT as pessoas não tenderão a transacionar sem usar os bancos?

Para os pequenos negócios e de baixo valor é possível que isso aconteça, como acontece hoje. Acima de um certo valor, ninguém vai andar com dinheiro em espécie, arriscando a perder ou ser assaltado, considerando ser 1% o valor de sua segurança, ou seja, o banco.

16 - As pessoas não poderiam passar a transacionar totalmente em dólares?

Para que? As pessoas precisam de cruzeiros para as diversas necessidades e não aceitarão transacionar com dólares por uma razão tão pequena quanto o

Arquivo de documentos

O § 4º do art. 630 da CLT obriga as empresas a terem à mão, para pronta exibição aos fiscais, toda a documentação referente a seus empregados, em cada estabelecimento. Ficam arquivados:

1% do IUT. O dólar, muitas vezes, é usado como elemento de sonegação e de omissão do patrimônio. Não será mais o caso.

17 – O que acontecerá com a escrita fiscal das empresas?

As empresas não estarão mais sujeitas à escrita fiscal. A escrita será feita para atender às necessidades de demonstração do patrimônio e de lucros e perdas, no caso das sociedades.

18 – E os contadores, o que acontecerá com eles?

Nunca serão tão valorizados, passando a exercer realmente sua função de assessoramento administrativo-financeiro das empresas, o que hoje não é possível devido ao excesso de burocracia administrativo-fiscal.

19 – Existe este sistema em algum país do mundo?

Não. O IUT, na versão do deputado Flávio Rocha, é uma inovação brasileira e que logo será copiada. É o Brasil realmente a caminho do Primeiro Mundo e ensinando ao mundo.

20 – Como serão taxadas as operações financeiras?

As operações financeiras serão taxadas nos seus rendimentos reais, descontada a inflação. Descontos de duplicatas praticamente não serão afetados. Finalmente, podemos dizer que o IUT é a luz no final do túnel. É a esperança que resta para o Brasil sair do atual impasse de insolvência, beneficiando as empresas com aumento de sua liquidez e o trabalhador com um grande aumento real de seu salário. Com o IUT o Brasil caminhará célere para exercer seu destino de líder incontestado no cenário mundial.

DARF

Código para recolhimento

O imposto de renda retido na fonte sobre rendimentos automaticamente distribuídos pelas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro presumido e microempresas será recolhido ao Tesouro Nacional sob o código de receita 2281 – Rend. Automatic. Distr. s/Luc. Pres. e Micros, a constar do campo 04 do DARF.

Fundamento Legal: Ato Declaratório n. 16, 04/06/92

TEMPO	DOCUMENTO	FUNDAMENTO LEGAL
30 anos	Documentos referentes ao FGTS: folhas de pagamento, recibos, RE e GR	Enunciados TST 95 e 206
30 anos	Toda a documentação referente a levantamento de débito pela fiscalização da previdência social, através de NFLD.	LOPS, art. 144. RCPS, art. 154. Lei 6830/80, arts. 2º, § 9º.
10 anos	Documentação do PIS-PASEP: comprovantes de cadastramento, RAIS, comprovantes de recolhimento.	Dec.-lei 2052/83, arts. 3º e 10.
5 anos	GRPS do INSS, quando não tenha havido levantamento fiscal.	Súmula TFR 108.
5 anos	GR da contribuição sindical.	CTN, Lei 5172/66, art. 174
5 anos	Os quatro modelos anuais e os relatórios de acidentes do trabalho e doenças ocupacionais feitos pelo SESMT da empresa.	NR 4.12.j da Port. 3214/78, com a redação da Portaria 33/83
5 anos	Documentação sobre convênios de salário-educação.	Instrução 3/90 da Secretaria Exec., FNDE, art. 14.
5 anos	Documentação sobre imposto de renda na fonte.	IN-SRF 6, de 11.1.89, item 18
3 anos	Comunicação de Dispensa	Dec. 92608/86, art. 19, IV.
3 anos	Folhas de votação da CIPA.	NR 5.5.4 da Port. 3214/78, com a redação da Portaria 33/83.
3 anos	Lista de admitidos e desligados.	Port. SES 18/86, art. 7º
5 anos durante o emprego até 2 anos após a rescisão	Toda a documentação restante referente aos empregados, sendo que: em relação aos menores, o prazo se conta a partir de quando completam 18 anos de idade; e, em relação aos rurais, desde quando o contrato é rescindido.	CF, art. 7º, XXIX

Fonte: Curso de Rotinas Trabalhistas/José Serson

Balanço mensal X balanço semestral

Hipóteses de Enquadramento

POSIÇÃO NO BALANÇO DE		PERÍODO DE APURAÇÃO DO IMPOSTO EM 1992	FORMA DE RECOLHIMENTO	ARTIGO LEI 8.383/91
31-12-90	31-12-91			
Lucro Real c/ Adicional do IR	Prejuízo Fiscal	Mensal	Recolher a partir de julho/92 o IR Efetivo de cada mês	86
Lucro Real c/ Adicional do IR	Lucro Real s/ Adicional do IR	Semestral	Recolher a partir de julho/92 2/12 do IR de 31-12-91 e a partir de outubro/92 1/6 do IR de 30-06-92	86
Lucro Real c/ Adicional do IR	Lucro Real c/ Adicional do IR	Semestral		
Lucro Real s/ Adicional do IR	Lucro Real s/ Adicional do IR	Semestral	Recolher a partir de outubro/92 2/6 do IR de 30-06-92	87
Lucro Real s/ Adicional do IR	Prejuízo Fiscal	Semestral		
Sem atividade	Prejuízo Fiscal	Semestral		
Sem atividade	Lucro Real c/ Adicional do IR	Semestral		
Prejuízo Fiscal				
Sem atividade	Lucro Real s/ Adicional do IR	Semestral		
Prejuízo Fiscal	Lucro Real s/ Adicional do IR	Semestral		
Prejuízo Fiscal	Prejuízo Fiscal	Semestral		

Fonte: COAD

F.G.T.S

Certificado de Regularidade

A regularidade de situação do empregador perante o FGTS será comprovada pelo Certificado de Regularidade do FGTS, com validade em todo território nacional, a ser fornecido pela CEF (Caixa Econômica Federal), mediante solicitação.

A apresentação do Certificado de Regularidade do FGTS é obrigatória para:

I - habilitação em licitação promovida por órgãos da administração pública direta, indireta ou fundacional e por empresas controladas direta ou indiretamente pela União, pelos Estados, pelo Distrito Federal e pelos Municípios;

II - obtenção de empréstimos ou finan-

ciamentos junto a quaisquer instituições financeiras públicas, por parte de órgãos e entidade da Administração Pública direta, indireta ou fundacional, bem assim empresas controladas direta ou indiretamente pela União, pelos Estados, pelo Distrito Federal e pelos Municípios;

III - obtenção de favores creditícios, isenções, subsídios, auxílios, outorga ou concessão de serviços ou quaisquer outros benefícios concedidos por órgão da administração pública Federal, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, salvo quando destinados a saldar débitos para o FGTS.

IV - transferência de domicílio para o exterior; e

V - registro ou arquivamento, nos órgãos competentes, de alteração ou distrato de contrato social, de estatuto, ou de qualquer documento que implique modificação na estrutura jurídica do empregador ou na extinção da empresa.

Para obter o Certificado de Regularidade, o empregador deverá satisfazer as seguintes condições:

- estar em dia com as obrigações para com o FGTS; e
- estar em dia com o pagamento de prestação de empréstimos lastreados

em recursos do FGTS.

O Certificado de Regularidade terá validade de até 6 (seis) meses contados da data da sua emissão. No caso de parcelamento de débito, a validade será de 30 (trinta) dias e no caso, havendo antecipação no pagamento de parcelas, o Certificado terá validade igual ao período correspondente às prestações antecipadas, observado o prazo máximo de 6 (seis) meses.

F.G.T.S.

Código para recolhimento

Depósito no prazo.....	116
Trabalhador rural no prazo.....	159
Depósito no prazo para diretor.....	310
Recolhimento de trabalhador avulso no prazo.....	132
Depósito em atraso.....	108
Trabalhador rural em atraso.....	140
Recolhimento de trabalhador avulso em atraso.....	142
Depósito em atraso para diretor.....	302
Depósito a individualizar.....	205
Depósito judicial.....	418
Recolhimento de filantrópica.....	604
Recolhimento complementar.....	507
Regularização de recolhimento.....	809
Juros de mora e multa - NOPT.....	639
Diferenças de multas.....	728
Dif. cominações - individualizada...	736
Dif. cominações - a individualizar...	744
Parcelamento convencional.....	027
Parcelamento - recolhimento antecipado.....	043

Legislação municipal

Em, 07 de julho de 1992, o prefeito municipal através da Lei nº 3.222/92, publicada no Órgão Oficial do Município em 07/07/92, autorizou um desconto de 30% nos tributos municipais. A seguir a íntegra Lei.

Art. 1º - Fica o Poder Executivo autorizado a excluir multas e juros de mora sobre os lançamentos tributários dos débitos vencidos aos contribuintes que efetuarem o pagamento de todos os seus débitos.

Art. 2º - Fica o Poder Executivo autorizado a conceder descontos de 30%,

sobre o montante dos tributos devidamente atualizados dos débitos a vencer do exercício de 1992, aos contribuintes que efetuarem o pagamento.

Parágrafo 1º -Vetado

Parágrafo 2º - Nos casos cabíveis, os descontos de que se tratam o "caput" deste artigo, exclui-se a incidência do disposto no parágrafo 3º do artigo 236, da Lei nº 1354/79.

Art. 3º - Os contribuintes, para fazerem jus aos benefícios dos artigos anteriores, deverão acordar a quitação integral de seus débitos até o dia 07 de agosto de 1992, com os valores corrigidos até o mês de julho de 1992, ou até o dia 08 de setembro de 1992, com os valores corrigidos até o mês de agosto de 1992.

Art. 4º - Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Art. 5º - Revogam-se as disposições em contrário.

Demissão por Justa Causa

O Art. 482 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) estabelece as normas que constituem justa causa para rescisão do contrato de trabalho pelo empregador, abaixo apresentadas:

- ato de improbidade;
- incontinência de conduta ou mau procedimento;
- 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;
- condenação criminal do empregado, passada em julgado, caso não tenha havido suspensão da execução da pena;
- desídia no desempenho das respectivas funções;
- embriagues habitual ou em serviço;
- violação de segredo da empresa;
- ato de indisciplina ou de insubordinação;
- abandono de emprego;
- ato lesivo da honra ou da boa fama praticado no serviço contra qualquer pessoa, ou ofensas físicas, nas mesmas condições salvo em caso de legítima defesa, própria ou de outrem;
- ato lesivo da honra e boa fama ou ofensas físicas praticadas contra o empregador e superiores hierárquicos, salvo em caso de legítima defesa, própria ou de outrem;

l) prática constante de jogos de azar.

Constitui igualmente justa causa para demissão de empregado, a prática, devidamente comprovada em inquérito administrativo, de atos atentatórios à segurança nacional.

Crime de Sonegação Fiscal

Segundo o Art. 743 do Decreto nº 85.450/80, são previstos como crimes de sonegação fiscal:

- prestar declaração falsa ou omitir, total ou parcialmente, informação que deva ser produzida a agentes das pessoas jurídicas de direito público interno, com a intenção de eximir-se, total ou parcialmente, do pagamento do imposto;
- inserir elementos inexatos, ou omitir rendimentos ou operações de qualquer natureza em documentos ou livros exigidos pelas leis fiscais, com a intenção de exonerar-se do pagamento do imposto;
- alterar faturas e quaisquer documentos relativos a operações mercantis, com o propósito de fraudar a Fazenda Pública;
- fornecer ou emitir documentos gratuitos ou alterar despesas, majorando-as com o objetivo de obter dedução do tributo devido, sem prejuízo das sanções administrativas cabíveis;
- exigir, pagar ou receber, para si ou para o contribuinte beneficiário da paga, qualquer percentagem sobre a parcela dedutível ou deduzida do imposto como incentivo fiscal.

Depreciação

Para efeitos de depreciação, o procedimento a ser adotado na hipótese em que o contribuinte (pessoa jurídica) adquire um imóvel (terreno e construção) e a escritura de compra não distingue os respectivos valores, deverá o contribuinte, se louvará em um laudo pericial para determinar que parcela do valor contabilizado do imóvel corresponde ao valor do edifício ou construção. Sobre este aplicará o coeficiente de depreciação admitido para essa espécie de bem.

Fundamento Legal: Parecer Normativo CST nº 14/72

TABELA PRÁTICA

INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS

INDICADORES MESES	SALÁRIO	SALÁRIO	POUPANÇA	M.V.R.	V.R.F./	U.P.C.	F.G.T.S.	V.R.R.	OVER/	B.T.N.	T.R.	I.S.N.
	MÍNIMO	FAMÍLIA			U.P.F			1º SUB-REGIÃO	FUNDÃO	+ T.R.		
	VAL (Cr\$)	VAL (Cr\$)	REND. %	VAL (Cr\$)	VAL (Cr\$)	VAL (Cr\$)	REND. %	VAL (Cr\$)	REND. %	VAL (Cr\$)	VAR. %	VAR. %
ABRIL/91	17.000,00	241,78	9,4746	2.266,17	1.935,33	2.091,57	9,1986	2.107,02	9,90	147,2805	8,93	13,16
MAIO/91	17.000,00	241,78	9,5349	2.266,17	2.108,15	2.091,57	9,2588	2.107,02	9,21	160,4327	8,99	14,63
JUNHO/91	17.000,00	241,78	9,9470	2.266,17	2.297,67	2.091,57	9,6698	2.107,02	9,33	174,8556	9,40	10,94
JULHO/91	17.000,00	241,78	10,6002	2.266,17	2.513,66	2.716,59	10,3706	2.107,02	10,60	191,2920	10,05	12,65
AGOSTO/91	17.000,00		12,5097	2.266,17	2.766,28	2.716,59	10,9904	2.107,02	12,74	210,5169	11,95	12,40
SETEMBRO/91	42.000,00		17,3639	2.266,17	3.096,85	2.716,59	13,2305	2.107,02	16,47	235,6736	16,78	24,21
OUTUBRO/91	42.000,00		20,3688	2.266,17	3.616,50	3.908,47	18,1512	2.107,02	21,05	275,2196	19,77	20,47
NOVEMBRO/91	42.000,00		31,1726	2.266,17	4.331,48	3.908,47	23,2112	2.107,02	28,02	329,6305	30,52	23,00
DEZEMBRO/91	42.000,00		29,0621	2.266,17	5.653,45	3.908,47	30,2390	2.107,02	27,93	430,2335	28,42	30,12
JANEIRO/92	96.037,33		26,1074	2.266,17	7.260,16	7.846,29	27,5161	2.107,02	25,36	552,5059	25,48	19,77
FEVEREIRO/92	96.037,33		26,2380	2.266,17	9.110,01	7.849,29	24,8147	2.107,02	25,29	693,2844	25,61	19,69
MARÇO/92	96.037,33		24,8913	2.266,17	11.443,13	7.849,29	24,3984	2.107,02	23,57	870,8345	24,27	29,18
ABRIL/92	96.037,33		21,6854	2.266,17	14.220,38	15.368,43	28,1340	2.107,02	20,90	1.082,1860	21,08	25,63
MAIO/92	230.000,00		20,4090	2.266,17	17.218,04	15.368,43	18,2213	2.107,02	19,66	1.310,3108	19,81	23,00
JUNHO/92	230.000,00		21,6552	2.266,17	20.628,93	15.368,43	22,3273	2.107,02	21,05	1.569,8834	21,05	22,00
JULHO/92	230.000,00		24,3084	2.266,17	24.971,32	26.987,32	21,3152	2.107,02		1.900,3439	23,69	

MESES	IPC/FIPE			IGP-DI/FGV			INPC/IBGE			TABELA DE INSS (JULHO)	
	INDICE	VAR. % NO MÊS	VAR. % 12 MESES	INDICE	VAR. % NO MÊS	VAR. % 12 MESES	INDICE	VAR. % NO MÊS	VAR. % 12 MESES	SALÁRIO DE CONTRIBUIÇÃO (Cr\$)	ALÍQUOTA (%)
JUN/91	3.393,39	9,78	377,84	3.125,28	9,86	341,19	201,78	10,83	364,30	ATÉ 638.052,75	8
JUL/91	3.776,84	11,30	377,80	3.526,20	12,83	340,60	226,28	12,14	362,32	DE 638.052,76 ATÉ 1.063.421,25	9
AGO/91	4.321,46	14,42	347,94	4.072,38	15,49	350,59	261,62	15,62	376,49	DE 1.063.421,26 ATÉ 2.126.842,49	10
SET/91	5.021,97	16,21	360,13	4.731,87	16,19	368,65	302,49	15,62	382,17		
OUT/91	6.286,00	25,17	397,24	5.957,42	25,90	416,85	366,25	21,08	410,19		
NOV/91	7.882,02	25,39	425,88	7.489,05	25,76	453,19	455,99	26,48	443,26		
DEZ/91	9.714,58	23,25	458,64	9.146,88	22,14	480,18	575,10	24,15	475,10		
JAN/92	12.229,68	25,89	481,09	11.602,00	26,84	513,59	724,17	25,92	498,74		
FEV/92	14.867,63	21,57	486,05	14.478,60	24,79	532,27	901,45	24,48	520,06		
MAR/92	18.099,86	21,74	563,81	17.475,82	20,70	611,59	1.096,34	21,62	574,39		
ABR/92	22.213,95	22,73	660,04	20.716,27	18,54	675,75	1.324,82	20,84	676,29		
MAI/92	27.218,76	22,53	780,56	25.366,26	22,45	791,69					
JUN/92	33.329,37	22,45	882,19	30.798,76	21,42	885,47					

TABELA DO IRRF JULHO/92		
BASE DE CÁLCULO (Cr\$)	ALÍQUOTA (%)	DEDUÇÃO (Cr\$)
ATÉ 2.104.280,00	ISENTO	
DE 2.104.280,00 A 4.103.346,00	15	315.642,00
ACIMA DE 4.103.346,00	25	725.977,00

BTNF + TRD/POUPANÇA - JULHO/92					
DIA	BTNF	POUPANÇA	DIA	BTNF	POUPANÇA
01	1.900,3449	21,6552	16	2.103,3157	21,7250
02	1.917,9321	21,6477	17	2.122,8844	21,7552
03	1.935,6821	21,6403	18	2.142,6352	21,7854
04	1.953,5963	21,6328	19	2.142,6352	21,7854
05	1.953,5963	20,5101	20	2.142,6352	20,6927
06	1.953,5963	19,4006	21	2.162,5697	21,8156
07	1.971,6763	20,5056	22	2.182,6896	22,9489
08	1.989,9237	21,6208	23	2.202,9968	22,9794
09	2.008,3400	21,6163	24	2.223,4929	23,0099
10	2.026,9267	21,6218	25	2.244,1796	23,0404
11	2.045,6854	21,6345	26	2.244,1796	21,9365
12	2.045,6854	20,5432	27	2.244,1796	20,8424
13	2.045,6854	19,4616	28	2.265,0589	21,9667
14	2.064,7179	20,5731	29	2.286,1324	24,3084
15	2.083,9274	21,6948	30	2.307,4019	24,3084
			31	2.328,8694	24,3084

TAXA REFERENCIAL DE JUROS (TR)/UNIDADE FISCAL DE REFERÊNCIA (Ufir)					
JULHO/92	T.R.D. ÍNDICE ACUMULADO NO ANO	Ufir VALOR (Cr\$)	DIA	T.R.D. ÍNDICE ACUMULADO NO ANO	Ufir VALOR (Cr\$)
1	14,9796106	2.104,28	16	16,5795437	2.316,86
2	15,1182431	2.122,93	17	16,7337953	2.336,76
3	15,2581587	2.141,74	18	16,8894820	2.366,83
4	15,3993691	2.160,73	19	16,8894820	2.366,83
5	15,3993691	2.160,73	20	16,8894820	2.366,83
6	15,3993691	2.160,73	21	17,0466172	2.377,07
7	15,5418864	2.179,87	22	17,2052143	2.397,48
8	15,6857227	2.199,19	23	17,3652870	2.418,07
9	15,8308901	2.218,68	24	17,5268489	2.438,83
10	15,9774011	2.238,35	25	17,6899140	2.459,78
11	16,1252679	2.258,19	26	17,6899140	2.459,78
12	16,1252679	2.258,19	27	17,6899140	2.459,78
13	16,1252679	2.258,19	28	17,8544962	2.478,86
14	16,2752931	2.277,58	29	18,0206096	2.498,10
15	16,4267140	2.297,14	30	18,1882685	2.517,48
			31	18,3574872	

REAJUSTE DE CONTRATOS DE LOCAÇÃO						
PERIODICIDADE	JULHO/92					
ÍNDICES DE REAJUSTE	MENSAL	BIM.	TRIM.	QUAD.	SEM.	ANUAL
IPC/FIPE	22,45	50,04	84,14	124,17	243,11	882,19
IGP-DI/FGV	21,42	48,68	76,24	112,72	236,71	885,47
IGP-M/FGV	23,61	48,86	78,54	116,73	242,39	877,94
IPC/FGV	23,11	51,59	82,06	120,04	242,65	908,16
INPC/IBGE	-	-	-	-	-	-
TR	21,05	45,03	75,60	118,22	243,95	893,43
ISN (*)	22,00	50,06	88,52	143,53	249,11	958,62

SALÁRIO FAMÍLIA					
SET/OUT/NOV/DEZ - 91		JAN/FEV/MAR/ABR - 92		MAI/JUN/JUL - 92	
ATÉ 126.000,60	3.360,02	ATÉ 276.978,83	7.386,11	ATÉ 638.052,75	17.014,76
ACIMA DE 126.000,60	420,00	ACIMA DE 276.978,83	923,26	ACIMA DE 638.052,75	2.126,84

(*) somente p/ contratos residenciais

Caminho da modernidade

Com atraso a terceirização chega ao Brasil. Através dela muitas empresas estão encontrando fórmulas de reduzir custos, ganhar em produtividade e em eficiência

Conhecida no mundo moderno há muito tempo, a palavra “terceirizar” chega com atraso ao Brasil, através do vocabulário das grandes empresas nacionais e multinacionais com filiais no país. Pressionada pela necessidade de tornar-se mais competitiva e de adequar-se à realidade mundial, a classe empresarial corre atrás do prejuízo, e vê na terceirização dos serviços uma das saídas para o Brasil chegar à modernidade.

Segundo os estudiosos a compra de serviços de terceiros é tão antiga quanto a Revolução Industrial, uma vez que a produção em série teve início com a aglutinação do trabalho dos artesãos, que trabalhavam isolados com suas famílias, em suas próprias casas. Para os pesquisadores, a criação dos parques industriais ocorreu paralela à terceirização dos serviços prestados pelos trabalhadores da época.

No Brasil, o processo de terceirização está apenas engatinhando. Aqui a compra de serviços de terceiros restringe-se a umas poucas modalidades, como refeições industriais, transporte de trabalhadores e produtos, limpeza e vigilância. Mas, conscientes da necessidade de modernização do modo de produção, os empresários brasileiros desencadearam uma verdadeira “febre” de terceirização e de propaganda desse conceito, cujos resultados são empresas mais “enxutas” e flexíveis.

SEBRAE: Atento a esta tendência, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE – tem criado programas de terceirização em suas 27 agências esta-



A cada dia mais empresas estão terceirizando serviços

duais, já com os primeiros resultados. O mais importante deles foi a assinatura de convênios com a Metal Leve, Alpargatas, Bardella e Grupo Iochpe, para participação em projetos de terceirização. “A terceirização, além de proporcionar a racionalização dos custos e da produção, é vista como uma grande oportunidade de criação e fortalecimento de milhares de micro e pequenas empresas”, diz o responsável pelo escritório do SEBRAE em Maringá, Delcídes Moser.

Outro exemplo de racionalização da produção, com consequente ganho de qualidade e redução de preços, ocorreu em Pato Branco, em uma pequena indústria de calçados. Depois de participar de um encontro sobre terceirização, promo-

vido pelo SEBRAE, o proprietário da empresa descobriu que estava produzindo solas para calçados femininos 22% acima do preço dos fornecedores. A partir daí, ele passou a comprar as solas prontas por 22% a menos, reduzindo o custo final do sapato em 6%, e transferiu os funcionários para a linha de montagem, ampliando a capacidade de produção.

“FAZER BEM”: Um dos maiores defensores da terceirização no Brasil é o professor Claude Wahba. Di-

rigente industrial e autor do livro “Derubando fronteiras para aumentar a qualidade e reduzir preços”, Wahba é a favor da idéia de que cada empresa deve fazer aquilo que sabe fazer bem. Por isso, segundo o professor, ela deve concentrar seus esforços no tipo de produto em que é especializada. Os serviços paralelos devem ser fornecidos por terceiros. O professor explica também que comprar de empresas especializadas tudo o que é complementar, sai mais barato.

Em recente pesquisa, a Manager Assessoria de Recursos Humanos revelou que as grandes empresas já terceirizaram nas seguintes proporções: refeições – 62%, limpeza – 61%, vigilância patrimonial – 51%, manutenção geral – 46%, transporte

de produtos e funcionários – 53%, frota de veículos – 48%, recepcionistas – 36%, telefonistas – 30%, engenharia em geral – 32%. O que demonstra que há muito campo ainda para a terceirização, mesmo nas grandes empresas, abrangendo áreas como manutenção de máquinas, comunicação social, serviços de informática e muitas outras.

Exemplos em casa

Apesar de recente no país, a terceirização faz parte do dia-a-dia de uma empresa maringaense, há 15 anos. Dona de várias marcas, a Confecções Bandeirantes compra toda matéria prima necessária para a fabricação de seus produtos e repassa a terceiros. “Encontramos boas indústrias e compramos seus serviços”, diz Fernando Ferraz, sócio-proprietário da Confecções Bandeirantes e da Fábrica de Acolchoados Maringá, que se especializou na produção de colchões e acolchoados.

Outro exemplo está na Cooperativa

dos Cafeicultores e Agropecuaristas de Maringá – Cocamar – onde a terceirização teve início há pouco mais de um ano. “A cooperativa precisava voltar-se mais para suas áreas afins. Por isso, a diretoria decidiu terceirizar”, explica Rogério Mello, analista de O&M, que assessorou o projeto de terceirização da Cocamar. Hoje estão terceirizados os serviços de transporte de produtos e funcionários, vigilância patrimonial, refeições, assessoria jurídica, higiene e limpeza, assistência técnica e odontológica e comunicação social.

Maringá pode ser pólo exportador

Técnicos do Ministério da Economia fizeram, no mês passado, seminário sobre comércio exterior em Maringá, destinado exclusivamente para as indústrias do vestuário.

O objetivo é fazer de Maringá um pólo exportador de confecções



O Seminário sobre Comércio Exterior foi voltado ao setor de confecções

Preocupados com os níveis de exportação do Brasil, técnicos do Ministério da Economia têm percorrido o país para identificar novos produtos que possam viabilizar pólos exportadores em diversos pontos do território nacional. O trabalho, denominado "Ação Permanente para o Desenvolvimento do Comércio", prevê a realização de seminários em 22 cidades para divulgar 25 produtos capazes de conquistar ou ampliar a participação no mercado externo.

O plano de ação do Ministério tem dois princípios básicos. O primeiro é a identificação de produtos, mercados e empresas que possam incrementar suas exportações ou incorporar-se ao mercado internacional. O segundo é a interiorização do comércio externo brasileiro para a criação de novos pólos exportadores, através do fortalecimento da cooperação entre governo e empresariado. Tudo com vistas à tendência mundial de globalização das economias.

Para conseguir a interiorização do comércio externo do país, o Ministério selecionou setores da economia de cada região a ser visitada, com potencial para agregar valores à sua produção. No caso de Maringá, o Ministério levou em consideração o número de empresas de pequeno e médio portes do setor de confecção - 150 ao todo - com pouca ou nenhuma experiência em comércio exterior. Também o fato de o Paraná ser o maior produtor de algodão do país e a

discreta participação das confecções na pauta de exportação do Brasil (US\$ 274 milhões em 1991) foram considerados.

MUDANÇA DE MENTALIDADE: Desta forma surgiu o I Seminário de Comércio Exterior, realizado nos dias 2 e 3 de julho, no auditório da ACIM. Destinado exclusivamente ao setor de confecções, o seminário mostrou aos representantes das indústrias de Maringá e região que a exportação está ao alcance de qualquer empresário, desde que haja uma mudança de mentalidade.

Segundo os técnicos, a primeira medida é fazer com que o empresário deixe de pensar em exportação apenas quando existe excedente, passando a se preocupar com a questão como forma de ampliar o mercado para sua produção. Principalmente considerando que o mercado interno está desaquecido e é necessário buscar novos horizontes.

O potencial de exportação para as indústrias de confecções é imenso. Para se ter uma idéia, em 1991 o país exportou apenas US\$ 167 milhões em produtos de malha, sendo que US\$ 76,7 milhões foram em camisetas, a um preço unitário que variou de US\$ 1,5 a US\$ 4. O principal estado exportador no ano passado foi Santa Catarina. Alemanha, Estados Unidos e Itália foram os principais países compradores dos produtos brasileiros.

Os técnicos alertaram também para a necessidade de adaptação para que a indústria de confecções do Paraná possa concorrer em pé de igualdade com as empresas dos países da América Latina, a partir da efetivação do Mercado Comum do Cone Sul, o Mercosul. Pelos acordos firmados entre Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai as barreiras tarifárias destes países começam a ser reduzidas em janeiro de 1995. Com o Mercosul surgirá um novo mercado para o setor, com um potencial de consumo que não pode ser desprezado: serão 189,5 milhões de pessoas.

Maringaenses na Mercosul Têxtil

De 11 a 14 deste mês cerca de 20 micro e pequenas indústrias de confecções de Maringá estarão participando da I Feira da Indústria Têxtil do Mercado Comum do Cone Sul, a Mercosul Têxtil, a ser realizada em Foz do Iguaçu. As empresas de Maringá vão expor numa área adquirida pelo Sindicato da

Indústria do Vestuário local, com a colaboração do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná, Sebrae-Pr., e da Prefeitura Municipal.

Segundo o presidente do Sindicato, Sérgio Vendrameto, participar da Mercosul Têxtil faz parte da política de amplia-

ção de mercados para os produtos de Maringá, colocada em prática na sua gestão. "Já estivemos na FENIT, em grupo. Agora vamos a Foz do Iguaçu", disse. Ele aproveita para fazer um balanço do I Seminário de Comércio Exterior, realizado em Maringá no mês passado. Vendrameto afirma que a presença dos técnicos na cidade trouxe a abertura de novos caminhos. "Tiramos dúvidas e conhecemos coisas novas, o que dificilmente seria possível se tivéssemos que ir a Brasília ou ao Rio de Janeiro".

Gianotto empossado para mais um mandato no Clube Olímpico

“Um grande clube é feito por grandes homens que se guiam por grandes causas. Jairo Gianotto e Clube Olímpico são nomes que se confundem”. Essas palavras estão em placa de homenagem entregue a Jairo Gianotto, por ocasião da posse da nova Diretoria. A homenagem foi feita em nome de aproximadamente dez mil associados e dependentes do Olímpico.

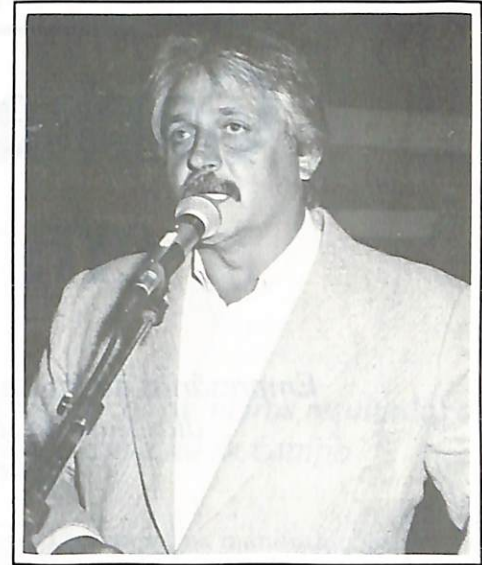
O Olímpico é um dos maiores e melhores clubes sociais de Maringá, e vem sendo seguidamente presidido por Jairo Gianotto, que apenas em curtos períodos deixou a sua liderança, sempre reconduzido pela Família Olímpica.

A nova Diretoria é composta também por Miguel Fuentes Sala, vice-presidente; Luiz Carlos Mazzer, primeiro secretário; Antonio Carlos Masson, segundo secretário; Carlos Alberto Wurmeister, primeiro tesoureiro; Orlando Antonio Gai, segundo tesoureiro; Sérgio Luiz Dallálio, diretor de patrimônio; Elói Silva, diretor social; Antonio Moscardi, diretor de divulgação; Gilson Coelho, diretor de sede; João Marin Mechia, diretor de esportes; Murilo Roberto Mariani, diretor de fute-

bol; Edson Roberto Costa, diretor de futebol infantil; Otávio Sisti, diretor de bocha; Darlei Landi, diretor de tênis; Walter Poppi, diretor jurídico; Aparecido Alves da Luz, diretor de cultura; Gilberto Danzmann, diretor extraordinário; e Orville Moribe, diretor orador.

Durante a solenidade de posse foram homenageados também Miguel Fuentes Sala, Léo de Paula e Silva e Neusa Gianotto, esposa de Jairo, pelos serviços prestados ao Clube, pela dedicação e companheirismo.

Quase tudo o que o Clube Olímpico tem e é, atualmente, foi conquistado sob a presidência de Jairo Gianotto. No último período administrativo, de 1989 a 1992, houve novos e importantes avanços na área patrimonial, na área social e na área esportiva. Foi institu-

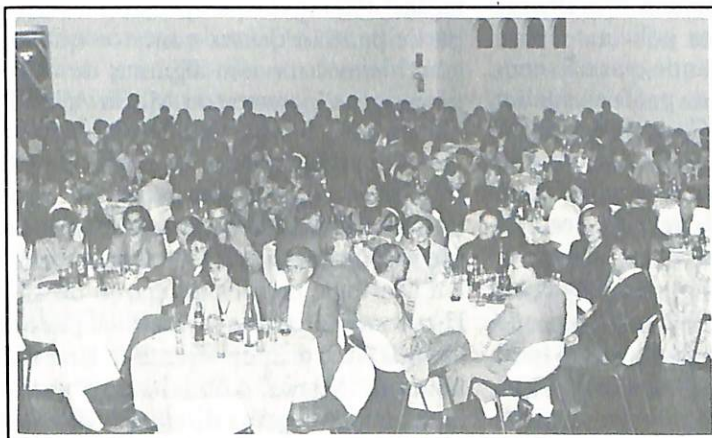


Jairo: “O Olímpico é uma casa fraterna de 10 mil pessoas”

cionalizado o Baile Tropical, realizado anualmente; foi introduzida a festa junina ao ar livre; foram realizados inúmeros eventos de caráter beneficente; implantada a barbearia do Clube; instalada sala de jogos, bem equipada, na sauna; comprados 2.100 metros quadrados de área contígua à sede, para futuras expansões; construída uma quadra de volêi de areia; construída uma quadra de basquete; construídas mais duas quadras de tênis, aumentando para quatro; construída cobertura da piscina térmica e solarium, abrindo espaço de 2.100 metros quadrados para banhos de sol, uma das mais modernas e arrojadas obras já feitas no Clube; e remodelada completamente a sauna, com deslocamento do acesso, com mais conforto e comodidade aos associados.



Nova diretoria eleita para o triênio 92/95



Convidados e associados lotaram o salão social



Neusa Gianotto recebe homenagem por serviços prestados

Conselhos se reúnem em Pato Branco

Empresárias do Paraná discutiram a importância da participação da mulher no dia-a-dia da sociedade, em Pato Branco, durante o 9º Encontro Paranaense de Mulheres Empresárias e Executivas

A importância da mulher no desenvolvimento das empresas e da economia foi o principal tema do 9º Encontro Paranaense de Mulheres Empresárias e Executivas, realizado nos dias 26 e 27 de junho, em Pato Branco. O Encontro – organizado pelo Conselho Permanente da Mulher Executiva de Pato Branco, com apoio da Associação Comercial e Industrial daquela cidade – contou com a presença de representantes de 8 dos 21 Conselhos de Mulheres Empresárias e Executivas do Paraná.

Além de Pato Branco, participaram do Encontro, os Conselhos de Maringá, Curitiba, São José dos Pinhais, Paranaguá, Ponta Grossa, Toledo e Umuarama. Foram mais de 50 empresárias, que discutiram o desempenho da mulher no dia-a-dia da economia, e a atuação dos Conselhos dentro das Associações Comerciais e Industriais de suas cidades. Durante o Encontro, cada conselho apresentou os trabalhos realizados durante o ano.

“PARCEIROS NATURAIS”: De um modo geral, todas destacaram a importância da realização de trabalhos conjuntos entre as diretorias das Associações e dos Conselhos. Para a presidenta do Conselho de Pato Branco, Marianita Guerra Machado, os Conselhos devem buscar seus espaços dentro das Associações, assim como a mulher tem buscado seu reconhecimento como empresária. Para Marianita Machado, “homens e mulheres também são parceiros naturais



Maria Alice Pinatti apresentou os trabalhos do Conselho de Maringá

no mundo dos negócios”.

E não só no mundo dos negócios, como pôde ser observado pela experiência de Ponta Grossa. Na cidade que tem o maior parque industrial de moagem de grãos da América do Sul, os exemplos de ações conjuntas na busca de soluções para os problemas da cidade são cada vez mais numerosos. Um destes exemplos está na área de segurança pública. Em Ponta Grossa homens e mulheres fiscalizam as ações dos policiais civis e militares, e cobram quando elas não condizem com o exercício da profissão deles. **MARINGÁ:** Outro Conselho que se destacou no 9º Encontro Paranaense de Mulheres Empresárias e Executivas foi o de Maringá. Primeiro, pelo número de atividades organizadas pelas empresárias maringaenses. E, principalmente, porque o Conselho de Maringá é o que tem menor número de diretoras em todo estado. “Nós ocupamos todos os espaços possíveis, e para isso trabalhamos duro”, disse Maria Alice Pinatti, presidenta do Conselho de Maringá.

Pinatti ressaltou que no início da sua gestão, em conjunto com as outras diretoras, fez um plano de trabalho que está sendo cumprido “à risca”. “Se as participantes do Encontro ficaram surpresas com o número de diretoras e com o volume de atividades realizadas, imagine se eu mostrasse o que nós temos pela frente”, declarou, com os olhos voltados para a próxima iniciativa do Conselho, que é a organização da V Feira da Indústria de Maringá e Re-

gião, a Feimar.

Em Pato Branco, as empresárias comentaram também a necessidade de um intercâmbio maior entre os Conselhos. Foi sugerido que pelo menos uma representante de cada cidade deve estar presente às promoções de outros Conselhos. Desta forma, a troca de experiência e os contatos não se restringiriam aos encontros estaduais, realizados a cada quatro meses. “Sempre que possível Maringá participa. São desses contatos que surgem idéias e nascem algumas de nossas promoções”, comentou Maria Alice Pinatti.

A presidenta do Conselho de Maringá garantiu presença no 10º Encontro, que será realizado de 20 a 22 de novembro em Paranaguá. “O 11º Encontro será em Maringá, no mês de março de 1993. E estamos atentas aos detalhes para organizar um grande evento”. Em Pato Branco, Maria Alice Pinatti esteve acompanhada pelas diretoras Maria José Duarte, Solange de Paula, Sônia Uliana e Maria Conceição Lima Dias.

Empresários apóiam pesquisa

O Censo Econômico, promovido pela ACIM e pelo SEBRAE-PR, deverá ter os primeiros resultados a partir de setembro. Durante este mês os pesquisadores realizam o trabalho de campo

Até o final do mês, os entrevistadores devem finalizar o levantamento de dados para o I Censo Econômico de Maringá, promovido pela Associação Comercial e Industrial e pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná – SEBRAE-PR. A previsão é do diretor do Departamento de Estudos Sócio-Econômicos – DESCON – da ACIM, Moacir Somággio, um dos coordenadores do projeto.

O levantamento de dados começou no dia 10 de julho e a primeira empresa entrevistada foi a Madeireira Madepal, onde foi feito o lançamento oficial do Censo Econômico. O objetivo da pesquisa é traçar um perfil da atual situação econômica de Maringá, abrangendo o comércio, a indústria e a prestação de serviços. “Maringá carece de um levantamento completo sobre sua atividade econômica. Sempre que a imprensa ou as empresas necessitam destes dados não têm a quem recorrer”, diz Somággio.

Para realizar uma pesquisa desta abrangência, além da parceria com o SEBRAE, a ACIM conta com o apoio de professores da UEM especializados em pesquisas estatísticas na área econômica. “O Censo é uma promoção exclusiva da iniciativa privada. Os professores da UEM participam como profissionais sem qualquer vínculo com a Universidade. O SEBRAE é uma entidade civil, desvinculada de qualquer órgão governamental, com experiência em levantamentos como este”, explica o diretor da ACIM.

REPERCUSSÃO: Desde o lançamento, o Censo tem sido muito bem recebido no meio empresarial de Maringá. Segundo Moacir Somággio, os empresários estão fornecendo informações transparentes e colaboram com a pesquisa, porque têm



O Censo Econômico foi lançado mês passado, na Madepal

consciência de que o Censo é realizado pela iniciativa privada. “A colaboração do empresariado tem sido muito grande, e a produtividade do trabalho de campo está acima de nossas expectativas”. Para se ter uma idéia, na primeira semana de pesquisa foram visitadas 200 indústrias e 700 empresas comerciais e prestadoras de serviços.

Outro fator que tem facilitado o levantamento é a sistemática utilizada para a coleta de dados. A pesquisa está sendo feita de acordo com um trabalho de mapeamento das regiões comerciais e industriais da cidade. Cada pesquisador ficou responsável por determinadas ruas, onde são realizadas verdadeiras operações “pente fino”. Isto para que todas as empresas em funcionamento sejam cadastradas e pesquisadas pelo Censo.

ORIENTAÇÃO: O apoio dos líderes de sindicatos e associações que representam a classe empresarial também foi fundamental para o sucesso e para a agilização do trabalho dos pesquisadores. O primeiro contato das lideranças com o Censo foi durante uma reunião na ACIM. No encontro 11 representantes de sindicatos e associações, conheceram os objetivos e como seria feito o Censo.

Depois, com o início do trabalho de

campo, as manifestações dos líderes foram surgindo. A maioria se propôs a orientar os filiados de suas instituições. “Esta é uma iniciativa importante e estamos à disposição para ajudar no que for preciso”, afirmou o presidente do Sindicato das Indústrias do Vestuário, Sérgio Vendrameto. Ele explicou que o setor do vestuário será um dos beneficiados com os resultados da pesquisa. Na opinião de Vendrameto, com os dados do Censo será mais fácil estabelecer intercâmbio com outras cidades e até com outros países, principalmente quando o Mercosul for implementado.

ATUALIZAÇÃO PERIÓDICA: A próxima fase do Censo, concluído o trabalho de campo, será a formação de um banco de dados, através do cadastramento de todas informações levantadas pelos entrevistadores em um programa de computador. Este banco de dados vai fornecer uma gama enorme de informações e estará à disposição de empresários e da comunidade na ACIM. “Serão dados globais dos setores envolvidos na pesquisa”, adianta Somággio. O diretor da ACIM explica que, uma vez finalizado o Censo, serão feitas atualizações periódicas das informações constantes do banco de dados.

“Os primeiros resultados devem sair a partir de setembro. Serão as primeiras avaliações de cada setor produtivo da cidade”, declara Somággio. Entre outras informações, o banco de dados fornecerá o número de empresas que foram criadas recentemente, e o número daquelas que já estão no mercado há mais tempo. Para chegar a todos estes dados, as informações levantadas pelo Censo serão cruzadas, o que possibilitará inúmeros estudos sobre a atividade econômica de Maringá.

Políticos se omitem e serão cobrados

A ausência dos deputados estaduais e federais eleitos por Maringá e do secretário de Segurança Pública do Estado marcaram a terceira e última fase do I Fórum de Debates sobre Segurança Pública, promovido pela ACIM

A omissão dos deputados estaduais e federais eleitos por Maringá e o descaso dos três últimos governos do Paraná com os problemas na área de segurança da cidade marcaram a terceira e última etapa do I Fórum de Debates sobre Segurança Pública, promovido pela Associação Comercial e Industrial de Maringá.

Mais de 100 pessoas participaram da reunião realizada dia 5, no salão Maringá do Hotel Deville. Entre os presentes estavam os representantes das

73 entidades envolvidas com o Fórum desde a primeira fase, o prefeito de Maringá, Ricardo Barros, o presidente da Câmara Municipal, Marco Antônio Rocha Loures, promotores e juizes das varas criminais do Fórum de Maringá.

Também compareceram à reunião o comandante do 4º Batalhão da Polícia Militar, coronel Antônio Tadeu Rodrigues, o comandante da 4ª Companhia da Polícia Rodoviária, capitão Abelardo José da Cruz, o comandante do 5º Grupamento de Incêndio, major Renê Roberto Witek, o delegado chefe da 9ª Subdivisão Policial, Leonil Cunha Pinto e a comandante do pelotão de Trânsito, Audilene Rosa de Paula Dias.

De Curitiba vieram, para representar o secretário de Segurança Pública do Paraná e o governador do Estado, o delegado Renato Ortolani de Souza; para representar o diretor da Polícia Civil do Estado, o delegado João Manoel de Siqueira Dias; o comandante do Batalhão de Polícia Rodoviária do Paraná, Luiz Eduardo Hunzicker e o comandante do Corpo de Bombeiros do Estado, coronel Carlos Roberto Cidade.

CRÍTICAS: Logo na abertura da reunião o presidente da ACIM, Massao Tsukada, lamentou a ausência dos deputados



Mais de 100 pessoas participaram da última etapa do I Fórum de Debates sobre Segurança Pública

estaduais João Preis e José Alves dos Santos e dos deputados federais Said Ferreira e Antônio Bárbara, eleitos para representar Maringá junto aos Poderes Legislativos federal e estadual. "A omissão dos nossos legisladores em um encontro desta importância para a cidade é o retrato da atuação destes políticos, que têm deixado muito a desejar", disse.

Massao criticou também a falta de investimentos na área de Segurança Pública em Maringá pelo Estado. Segundo o presidente da ACIM, a população não suporta mais viver apenas de promessas dos governadores. "Do governo Richa, passando pelo governo Alvaro Dias, e agora com o governador Requião, os benefícios não condizem com a parcela significativa de impostos arrecadada no município".

Para o presidente do Conselho de Segurança de Maringá, Jairo Gianotto, o retorno de apenas 50% das contribuições arrecadadas no município para os fundos de Segurança do Estado seriam suficientes para solucionar a maioria dos problemas na área de segurança da cidade. "Em 92 já foram recolhidos em Maringá, somente de IPVA, Cr\$ 1,9 bilhão. Por isso esperamos que o Estado destine à cidade simplesmente o que lhe é de

direito".

Jairo Gianotto disse estar indignado com o fato de que há pouco tempo houve a formatura de mais de 100 novos policiais, que, ao invés de serem destinados ao trabalho de policiamento preventivo e ostensivo, vão servir de guardas do patrimônio público. "É inadmissível que uma cidade com a carência de contingente como Maringá tenha mais de uma centena de homens fora de suas atividades afins".

Outro crítico em relação à omissão dos deputados federais e

estaduais e do governo foi o coordenador do Fórum, e diretor para Assuntos Comunitários da ACIM, Pedro Granado. Para Granado, as autoridades devem estar atentas aos problemas e às suas soluções. "Devemos evitar que as atitudes sejam tomadas depois que fatos trágicos ocorram".

O diretor da ACIM lembrou que a partir de agora a Associação Comercial e Industrial de Maringá, em conjunto com as 73 entidades que acreditaram na realização do I Fórum de Debates sobre Segurança Pública, trabalhará para cobrar decisões tanto dos deputados, "que deixaram de atender nosso convite", quanto do governador e do secretário de Segurança, "que nos mandou seu representante sem qualquer novidade para nossa comunidade".

Na expectativa de que a atenção se volte para Maringá, as autoridades que compareceram à reunião receberam o documento final do Fórum, contendo todos os problemas e as soluções levantadas nas três etapas do evento. O documento será enviado também aos deputados estaduais e federais que foram convidados e deixaram de comparecer à última reunião e a todas as 73 entidades envolvidas com a iniciativa.

Novidades em 92

A V Feimar será mais uma oportunidade para os empresários realizarem bons negócios. Os organizadores já estão trabalhando para que a Feira tenha tanto sucesso quanto nos anos anteriores

No início de agosto foram colocados à venda os estandes da V Feira da Indústria de Maringá e Região, a Feimar, que acontecerá de 4 a 8 de novembro. A Feira, que não foi realizada no ano passado por motivos econômicos, volta com tudo em 1992 e com muitas novidades. A primeira é o local: o Pavilhão Internacional, construído pela Prefeitura de Maringá no Parque de Exposições da cidade, abrigará a V Feimar.

Com 10 mil metros quadrados de área construída, o Pavilhão é bastante funcional para este tipo de evento. A Feimar é a segunda feira a ser realizada no Pavilhão, que foi inaugurado com a 20ª Expoingá, em maio.

Ao todo foram colocados à venda 240 estandes, de 12 metros quadrados, a US\$ 40 o metro quadrado. O pagamento será parcelado em 3 vezes e os organizadores esperam conseguir a participação do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná – SEBRAE-PR. A exemplo do que ocorreu na Feira Nacional da Indústria Têxtil – FENIT – o SEBRAE deverá adquirir um lote de estandes e revender aos empresários a um preço menor.

PESQUISA DE PREÇO: No início deste mês começou a funcionar também na sede da ACIM toda a estrutura de organização e promoção da V Feimar. Funcionários da Associação estão trabalhando na recepção aos interessados em participar da Feira e fechando os contratos de locação dos espaços do Pavilhão. Segundo os organizadores, várias empresas do Paraná estão recebendo cartas-convites para participar do evento.

Primeiro foram convidadas as empresas de Maringá. Em seguida foram



A comissão organizadora da V Feimar está trabalhando nos preparativos

contatadas as da região. Numã terceira etapa, as demais empresas do Paraná serão convidadas a participar da V Feimar. A expectativa dos organizadores é de que todos os estandes sejam comercializados. “Estamos tendo todo o cuidado para que os custos não fiquem impraticáveis”, diz Maria Alice Pinatti, presidenta do Conselho da Mulher Empresária da ACIM e uma das organizadoras da V Feimar. Por isso foram feitas várias tomadas de preços, na tentativa de reduzir ao máximo os custos da feira.

Da empresa montadora dos estandes à agência de publicidade contratada para divulgar a V Feimar, tudo foi decidido depois de pesquisas, para obtenção de melhores preços e prazos razoáveis, sem a redução da qualidade do serviço prestado. Na opinião de Maria Alice, realizar uma Feira tradicional como a Feimar é “uma responsabilidade e tanto”, tendo em vista que o evento é uma excelente oportunidade para o empresário divulgar seus produtos e realizar ótimos negócios.

ESTRUTURA DE APOIO: Outra novidade da V Feimar é o tempo de duração da Feira. Nas edições anteriores, a Feimar era realizada durante 10 dias. Em 1992, ficou decidido que a Feira durará

5 dias. “Grande parte das Feiras do Paraná e do Brasil é realizada, no máximo, em 5 dias. É uma tendência que visa reduzir custos e concentrar os negócios”, explica Maria Alice. A presidenta informa que a V Feimar funcionará das 14 às 22 horas, todos os dias, juntamente com a 8ª Maringado.

A realização de dois importantes eventos simultaneamente foi uma decisão conjunta entre a ACIM e a Sociedade Rural de Maringá. “Com a

inauguração do Pavilhão foi possível concretizar esta parceria, que vinha sendo pretendida há muito tempo”, afirma Otávio Dias Chaves Júnior, presidente da Sociedade Rural. Neste fato inédito, a ACIM cuidará da comercialização e adequação do Pavilhão e a Sociedade Rural se responsabilizará pela área restante do Parque de Exposições.

No Pavilhão, além dos estandes será montada uma sala da ACIM, onde os expositores contarão com toda a estrutura necessária para o recebimento e emissão de documentos. Será como a Sala do Empresário, montada na Expoingá. Só que na Feimar, além do telefone e da máquina fotocopadora, os empresários contarão com aparelho de Fax e Telex. “A sala será um QG de apoio aos expositores, que sempre necessitam destes serviços”, explica Maria Alice.

Todas as decisões sobre a V Feimar estão sendo tomadas por uma comissão formada especialmente para cuidar da organização da Feira. Esta comissão é formada pela presidenta e diretoras do Conselho da Mulher Empresária; os vice-presidentes Fernando Ferraz, da Indústria; Shiniti Ueta, do Comércio e Gilson Barbiero, da Prestação de Serviços; e o diretor de Eventos e Promoções, Fernando Vieira Raimundo.

Novo estatuto entra em vigor

Em Campo Mourão, empresários discutem a participação política dos diretores das Associações Comerciais e Industriais e buscam um sistema de cobrança de mensalidades que viabilize a independência financeira da Federação do Paraná

A atuação política dos dirigentes de Associações Comerciais e Industriais do estado e a proposta de elaboração de um orçamento para a manutenção financeira da Federação das Associações Comerciais e Industriais do Paraná – FACIP – foram os principais assuntos discutidos durante a reunião da entidade, no dia 11 de julho, em Campo Mourão. Esta foi a última reunião da FACIP regida pelo antigo estatuto.

A partir deste mês, com a posse da primeira diretoria eleita, entra em vigor o novo estatuto, aprovado em setembro do ano passado em Foz do Iguaçu. Entre outras mudanças, o estatuto prevê a eleição direta da diretoria da entidade, proíbe a reeleição do presidente e quebra o vínculo que existiu nos últimos 33 anos entre a FACIP e a Associação Comercial do Paraná, com sede em Curitiba.

Nestas três décadas, o presidente da ACP acumulou o cargo de presidente da Federação. Durante este período também quem manteve a Federação financeiramente foi a Associação Comercial do Paraná. “Desde sua fundação, há 33 anos, quem pagou grande parte das contas da FACIP foi a Associação de Curitiba. Quando decidimos desvincular uma entidade da outra, sabíamos que seria necessária a viabilização de recursos para termos a independência financeira da Federação”, explica Werner Egon Schrappe, presidente eleito da FACIP. **MENSALIDADES:** Para dar autonomia de caixa para a Federação, os presidentes das Coordenadorias Regionais deci-



A reunião do dia 11 de julho foi a última sob antigo estatuto

diram, em março de 1992, mudar a periodicidade da cobrança das contribuições das Associações Comerciais e Industriais filiadas, que agora passou a ser mensal e proporcional ao número de empresas associadas. Do total arrecadado, um terço fica com as Coordenadorias e o restante com a FACIP.

O valor da contribuição de agosto é de Cr\$ 1.500 por empresa filiada. “É um valor simbólico, mas que dará condições de iniciarmos nossa caminhada independente”, avalia Schrappe. Para setembro, a taxa será reajustada segundo um índice a ser definido ainda. Este índice deverá ser maior do que os utilizados pelos agentes econômicos, até que se defina um orçamento para a Federação.

Segundo o tesoureiro eleito, Alcy Antônio Marochi, a FACIP precisa saber quanto será necessário para manter sua estrutura. “Aí sim poderemos fixar um índice para servir de base para os reajustes das mensalidades”, declarou Marochi. Para o empresário de Ponta Grossa, apesar da Associação do Paraná ter cedido em comodato todo o 8º andar da sua sede para uso da Federação, existem compromissos financeiros que pre-

cisam ser custeados através das contribuições.

FACIP NA POLÍTICA: Outro assunto levantado na reunião de Campo Mourão foi a postura dos dirigentes das Associações Comerciais e Industriais nas eleições municipais. Na opinião da maioria dos presidentes de Coordenadorias Regionais, os dirigentes não devem concorrer a cargos eletivos. Se houver a intenção de se lançar candidato a qualquer cargo, o di-

rigente deve se afastar de suas funções nas Associações.

Alguns presidentes de Coordenadorias consideram arriscado as Associações Comerciais e Industriais se engajarem em campanhas para prefeitos e governadores. Eles acreditam que a participação dos dirigentes nas campanhas é polêmica, “e deve ocorrer de forma indireta”, como analisa José Luiz Boabaid, presidente da Coordenadoria do Sudoeste do Paraná. Para o presidente da FACIP, as associações devem agir politicamente, mas sem vínculos partidários.

Esta opinião é defendida também pelo presidente da Coordenadoria do Norte e Noroeste e da ACIM, Massao Tsukada. Desde que se candidatou à presidência da ACIM, o empresário maringense defende a atuação política das Associações nas suas comunidades, mas sem cores partidárias. “A participação das lideranças empresariais deve ser crítica. Nós devemos cobrar atitudes que beneficiem e engrandecem o meio empresarial e a comunidade. Não importa o partido que esteja na preferência popular ou no poder”.

Em busca do desenvolvimento

Maringá cria sua Agência da Livre Iniciativa para o Desenvolvimento, que será um instrumento para o avanço econômico das regiões Norte e Noroeste do Paraná

Maringá já tem uma Agência da Livre Iniciativa para o Desenvolvimento, a Lide. Quinta agência de desenvolvimento criada no Brasil, a Lide foi fundada no dia 11 de julho. Participaram da assembléia de fundação da agência, realizada no Centro de Tradições Gaúchas "Rincão Verde", 50 empresários e representantes de instituições. Destes, 32 aderiram à Lide, que será administrada e mantida pela livre iniciativa, e não terá fins lucrativos.

Durante a assembléia de fundação foi formado um grupo de trabalho para a constituição da Agência. São representantes de nove empresas e instituições que buscarão novos sócios para a entidade. Outra incumbência deste grupo é convocar eleições para a diretoria definitiva, em 90 dias. Entre os participantes do grupo estão a Associação Comercial e Industrial de Maringá e o Conselho Permanente do Jovem Empresário, órgão da ACIM.

A Lide deverá ter uma estrutura ágil e dinâmica, com a diretoria formada na maioria por empresários e equipe técnica constituída por profissionais de nível internacional. Para o representante da ACIM no grupo de trabalho, Gilson Bar-

biero, a Lide tem tudo para desencadear um processo de desenvolvimento regional para o Norte e Noroeste do Paraná. **IFÓRUM:** O passo inicial para a criação da Lide foi a organização do IFórum de Integração Estado-Empresa, promovido pela Prefeitura de Maringá, no dia 26 de junho. O fórum reuniu dirigentes de grandes empresas brasileiras, com experiência em ações conjuntas entre a iniciativa privada e o poder público. Um dos participantes foi o presidente da Agrocere, Ney Bittencourt de Araújo (leia entrevista nesta edição).

Além de promover o Fórum, a Prefeitura realizou estudos técnicos mostrando a viabilidade do projeto, organizou os setores que têm potencial para participar da Agência, e in-

centivou a iniciativa privada a tomar parte do projeto, mostrando que a Lide pode contribuir de maneira efetiva para a criação de alternativas que promovam o desenvolvimento. No levantamento fica claro que o caminho para o desenvolvimento da região está no aumento da eficiência dos empresários rurais.

A opção pelo complexo agroindustrial se deu pelas oportunidades e pela importância de uma série de projetos implantados e em fase de implantação nas regiões Norte e Noroeste do Estado. Nova Esperança – uma das principais regiões produtoras de casulos de bicho-da-seda – ao lado de Paranavaí – com o projeto de citricultura, que começa a dar resultados com a colheita da primeira safra comercial da região – são exemplos apontados pelo estudo de ações que fortalecem a economia e promovem o desenvolvimento.

Para se ter uma idéia, nos anos 80, 40% das exportações brasileiras surgiram do "agribusiness", que inclui produtos agrícolas, semi-industrializados, insumos e demais mercadorias utilizadas na agroindústria. Estas exportações representam 15 bilhões de dólares. Por isto a Lide se propõe a promover o desenvolvimento sustentado, procurando agregar valores aos produtos e serviços da região. A agência vai estimular também a produção diversificada e competitiva.

Foto: Franklin de Lima



Na reunião do CTG foi formada a comissão com representantes de várias empresas

O impeachment

por Odair Vicente Moreschi

Matéria constante no noticiário dos últimos tempos, os fatos que agitam o cenário político nacional, em seus desdobramentos que ganham a gravidade de serem investigados por uma Comissão Parlamentar de Inquérito – a temível CPI – trouxeram à evidência uma palavra não menos terrível pela sua força de “desvestir” ou “fazer descer” do posto um alto mandatário, para julgá-lo.

“Impeachment”, assim, na definição de De Plácido e Silva, é a “expressão inglesa, que se traduz impedimento, obstáculo, denúncia, acusação pública, indica-se o “procedimento parlamentar”, cuja finalidade é a de apurar a responsabilidade criminal de qualquer membro do governo instituído, aplicando-lhe a penalidade de destituição do cargo ou função”.

Embora nascido na Inglaterra, o instituto há muito se tornou obsoleto naquele país, em razão do regime parlamentar, vigorando nos Estados Unidos e no Brasil, que se inspirou no modelo norte-americano.

A característica do “impeachment” é reunir os aspectos político e criminal, na apuração de responsabilidade. Sua origem se deveu à necessidade de enfrentar os poderosos, dada à dificuldade natural na apuração da culpa de tais pessoas.

Mas nem sempre foi assim. No Brasil, por exemplo, a Constituição Política do Império de 1824 dispunha no art. 99 que: “A pessoa do imperador é inviolável e sagrada; ele não está sujeito a responsabilidade alguma”.

Proclamada a República, o presidente passou a estar sujeito à responsa-

bilidade, tanto pelos chamados “crimes comuns”, quanto pelos “crimes de responsabilidade”.

Na atual Constituição, os crimes de responsabilidade do presidente da República são elencados no art. 85, que prevê o atentado contra a própria Constituição Federal e, especialmente, contra: “I – a existência da União; II – o livre exercício do Poder Legislativo, do Poder Judiciário, do Ministério Público e dos Poderes Constitucionais das unidades da Federação; III – o exercício dos direitos políticos, individuais e sociais; IV – a segurança interna do país; V – a probidade na administração; VI – a lei orçamentária; VII – o cumprimento das leis e decisões judiciais”.

O parágrafo único do citado artigo estabelece que esses crimes serão definidos em lei especial, que também regulará o processo e o julgamento.

Na realidade, não se trata de lei especial, mas de lei singular federal, por incidir sobre uma só pessoa. A lei que regulamenta a matéria é a 1.079, de 10 de abril de 1.950.

Para que a acusação contra o presidente seja admitida ou declarada procedente, são necessários dois terços da Câmara dos Deputados. Da mesma forma, são necessários dois terços dos membros da Câmara para a instauração do processo.

Em se tratando de crime de responsabilidade, o presidente será julgado perante o Senado Federal. Nas infrações penais comuns, o órgão julgador será o Supremo Tribunal Federal.

O “impeachment”, que é o processo contra o presidente da República, compreende duas fases: a “pronúncia”,

perante a Câmara, e o “julgamento”, perante o Senado – no caso de crimes de responsabilidade – ou perante o Supremo Tribunal Federal – nos crimes comuns.

Vale destacar que qualquer cidadão do povo pode denunciar o presidente ou ministro de Estado por crime de responsabilidade, perante a Câmara do Deputados.

O acusado é suspenso de suas funções tão logo o Supremo Tribunal Federal receba a denúncia ou queixa-crime, ou assim que o Senado Federal instaure o processo, nos crimes de responsabilidade. Por motivos óbvios, o afastamento se impõe.

O julgamento deve ser concluído no prazo de cento e oitenta dias, caso contrário em que cessa o afastamento, sem prejuízo, entretanto, da continuidade do processo. Proferida a sentença condenatória, o acusado será destituído do cargo, com a inabilitação para exercício de qualquer função pública por determinado prazo. Nas infrações comuns, o presidente não estará sujeito a prisão enquanto não houver sentença condenatória.

Até a presente data, a história do direito constitucional brasileiro não registra nenhum caso de presidente, vice-presidente ou ministro de Estado, em exercício, que tenha sido submetido ao “impeachment”.

Não só ao presidente da República se aplica o processo de impedimento, mas também aos governadores de estado, prefeitos, ou qualquer outro funcionário de alta categoria.

Ninguém está acima da lei. Em um país sério e democrático, a melhor forma de se demonstrar amadurecimento político é devotando absoluto respeito às leis e à Constituição. Mesmo que seja necessário investigar a conduta do presidente da República.

Odair Vicente Moreschi
Advogado e presidente da OAB,
Subseção de Maringá

Confiança e trabalho fazem história

Nascido do trabalho árduo da família Martin, o Centro Comercial Tiradentes é uma empresa tradicional em Maringá. O tempo mostrou que Alfredo Martin estava certo quando enxergou muita prosperidade nestas terras

O Centro Comercial Tiradentes é mais uma empresa construída com o trabalho de pessoas que conheceram Maringá, se encantaram e decidiram aqui fixar raízes. A trajetória da família Martin na cidade é uma prova de que Maringá retribuiu às expectativas das pessoas que acreditaram no seu progresso quando ele era apenas uma promessa. Foi confiando nesta promessa que Alfredo Henrique Martin decidiu se estabelecer

aqui e fundar uma empresa de tradição.

Alfredo conheceu Maringá meio por acaso, numa visita que tinha vindo fazer aos pais, que desde 1950 tinham terras na região de Cianorte. Vindo de Santa Cruz do Sul, no Rio Grande do Sul, Alfredo, neto de imigrantes alemães e holandeses, passou por Maringá. "Eu tive a sensação de que, a partir daquela visita, traçaria um novo rumo à minha vida", recorda o empresário.

Alfredo Martin conta que ficou muito impressionado com a prosperidade do Norte do Paraná já naquela época, início da década de 60. "Uma das coisas que me atraíram foi o clima magnífico desta região. Quando saí do Rio Grande fazia um frio tremendo e aqui era possível andar em manga de camisa", relembra. Outra coisa que chamou a atenção do empresário foi a qualidade e a fertilidade das terras da região, com sua vegetação exuberante. "As cidades e povoados cresciam a olhos vistos, com intensa atividade econômica. A população tinha iniciativa, e a maneira de viver era descontraída", conta Alfredo. Foi as-



sim que ele decidiu que tinha que tomar parte de todo aquele crescimento.

CARTÃO POSTAL: A primeira providência do empresário foi mandar um cartão postal para a esposa Natália, os filhos Marlise, Lindolfo e Marlene, que haviam ficado no Sul. "Neste cartão escrevi que Maringá era a cidade que eu mais tinha gostado entre todas que havia conhecido".

Quando voltou a Santa Cruz do Sul, Alfredo explicou à família que esta cidade que iriam morar chamava-se "Maringá Novo". "Naquela época ainda se falava em Maringá Velho e Maringá Novo". Foi assim que a família Martin carregou um caminhão com a mudança e se dirigiu para a nova cidade. Alfredo conta que a viagem durou 4 dias, "porque não havia asfalto naquela época".

Chegando em Maringá, a família Martin, que já tinha experiência no ramo comercial, decidiu atuar no mesmo setor que trabalhava no Rio Grande: o de calçados. Desta forma, em 1961, foi inaugurado o Depósito de Calçados do Sul. "O nome foi uma homenagem à nossa terra

natal", explica Alfredo.

Foram muitos anos de trabalho árduo, que levaram a um caminho inevitável: o crescimento da empresa. Em 1972 foi iniciada a construção do novo prédio da loja, que levou 4 anos para ficar pronto. "É que nós não queríamos entrar em financiamentos, e sim construir o prédio com nosso próprio esforço", conta o empresário. Foi desta forma que nasceu o Centro Comercial Tiradentes, uma loja

maior e com uma grande variedade de produtos. A empresa passou a comercializar materiais para construção, materiais hidráulicos, elétricos, confecções, armarinhos, artigos para presentes e utilidades domésticas. Durante os primeiros anos em Maringá, o casal Alfredo e Natália teve outros dois filhos, Marcia e Marcelo.

Alfredo Martin gosta de ressaltar que a esposa Natália sempre exerceu intensa atividade dentro da empresa. Com o passar dos anos, os filhos também entraram para a sociedade. "Eles começaram a trabalhar na empresa já na idade escolar", orgulha-se o empresário.

Há cerca de 5 anos a família Martin decidiu ampliar suas atividades, adquirindo terras em Astorga. Agora, na Fazenda Tiradentes, os Martin dedicam-se a outra atividade de tradição da família, o plantio de grãos, café e produção de leite. "Esta outra atividade também nos dá grande satisfação. Apesar das dificuldades, produzir alimentos ainda é um trabalho nobre e dignificante", afirma Alfredo Martin.

A redenção pela citricultura

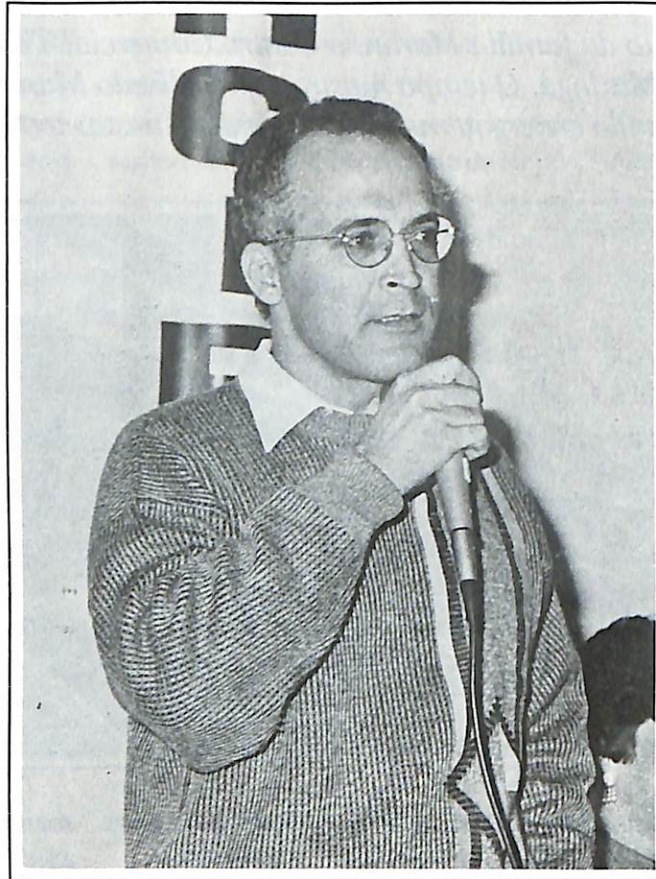
por José Maria da Silva

Tida até bem pouco tempo atrás como uma das regiões mais pobres do Paraná e sem nenhuma perspectiva de reversão deste quadro, o extremo noroeste do Estado, polarizado por Paranavai, começa a respirar mais aliviado. O alento vem do campo, exatamente onde começou o processo de empobrecimento, com a erradicação dos cafezais, que foram um dos sustentáculos econômicos de toda esta região. É pela citricultura que o perfil econômico do extremo noroeste está começando a mudar.

E a citricultura não é mais um sonho. A região já está realizando sua primeira colheita de laranja em caráter comercial, quebrando um tabu de mais de três décadas, período que o cultivo de citros esteve proibido em solo paranaense. É importante destacar este fato, talvez o mais importante para a economia agrícola da região, desde a erradicação quase que total dos cafezais nos anos 60 e 70.

Desde então prosperaram as pastagens e a pecuária de corte, provocando uma grande deformação econômica na região, seja pela concentração de rendas, seja pela ausência de mercado de trabalho. Empobrecida em sua base econômica predominantemente agrícola, e com dificuldades de promover um processo de industrialização significativo, a região vê surgir, com os pomares de laranja, a sua possibilidade de redenção.

O processo de implantação comercial na região noroeste é amplo. O projeto não contempla apenas a parte agrícola. As cooperativas agrícolas Cocamar (Maringá) e Copagra (Nova Londrina), além de incentivarem e, junto com o governo do estado, viabilizarem o plantio de citros, buscaram um parceiro, a empresa norte-americana



Albertson International Incorporation, que viabilizou a construção de uma indústria para processar toda a laranja produzida num raio de 100 quilômetros. A primeira etapa da indústria, o Packing House (setor de recebimento, classificação e embalagem para a comercialização in natura, até a instalação dos equipamentos de extração de suco) será inaugurada neste mês de agosto.

Como se vê, a citricultura no noroeste do Paraná é uma realidade e o processo não tem mais reversão. E a região tem muito o que comemorar. Com seu clima e solo propícios à esta alternativa agrícola, os primeiros pomares, com três anos, estão apresentando excelente produtividade e qualidade, em níveis bem superiores aos do interior de São Paulo, tradicional e mais importante polo citrícola brasileiro.

Graças a isto a região está colhendo, nesta sua primeira safra, 100 mil caixas de laranja, que são comercializados historicamente a 3 dólares a unidade. Significa em termos de recursos, 300 mil dólares que serão investidos na economia regional. Mas isto é só o começo. No próximo ano, a região deverá colher 500 mil caixas e no seguinte, quando a indústria já estiver em pleno funcionamento, serão colhidas entre 1,5 e 2 milhões de caixas de laranja, consolidando, de vez, o processo.

Cumprir registrar, de outro lado, que toda esta injeção de recursos, terá reflexos altamente positivos para os trabalhadores e empresários urbanos. É de se prever que, além dos empregos diretos, a indústria de sucos deverá gerar outros milhares de forma indireta, já que outras pequenas indústrias para aproveitamento de subprodutos da laranja, deverão se instalar na sua órbita. Com mais empregos, a tendência natural é de uma significativa melhoria nos salários. E, com salário maior, o trabalhador consome mais. Resultado: indústria, comércio e serviços serão beneficiados com esta mudança.

É importante considerar, também, que além do trabalhador ter um maior poder de compra, a citricultura provocará um aumento no número de consumidores. Porque aquela grande leva de famílias que deixou silenciosamente a região, buscando novas fronteiras agrícolas, como Mato Grosso e Rondônia, com o sonho de um dia voltar, agora terá esta oportunidade. Resumindo: o setor produtivo da região será revitalizado.

José Maria da Silva é presidente da Associação Comercial e Industrial de Paranavai

Você vai passar a melhor impressão a seus clientes.



Para vender uma idéia, um serviço ou um produto,
você precisa causar ótima impressão junto ao consumidor.
A Gráfica Boaventura imprime folders, folhetos, catálogos, volantes
e todo tipo de impressos, com o melhor acabamento e qualidade máxima.
Qualquer que seja a sua necessidade, consulte a Boaventura.
Você vai ficar com a melhor impressão.

GRÁFICA
BOAVENTURA

Rua. Néo Alves Martins, 1.124 - Fone: (0442)26-5601 - Maringá - PR

Não corra riscos. Não perca dinheiro.

Use o



Vídeo-Cheque

26-2299

Rápido, simples, sem burocracia, nem constrangimento.
O sistema Vídeo-Cheque da ACIM existe para dar mais tranquilidade
ao comerciante, na hora de concluir a venda.

Respostas imediatas. Cadastro atualizado e abrangente.

Você consulta o Vídeo-Cheque através do computador ou do telefone.

Em poucos segundos vem a informação se o emitente está registrado
ou não na listagem de cheques sem provisão de fundos
ou de cheques extraviados (furtados, roubados ou perdidos).

O cadastro do Vídeo-Cheque é constantemente atualizado
através: do Cadastro Nacional de Contas Encerradas, do Banco Central;
da listagem de cheques roubados e extraviados
de correntistas das agências de Maringá fornecida pelos bancos conveniados;
além de informações dos próprios usuários do sistema.
Tudo para garantir maior segurança a suas consultas.

Não se arrisque.

Consulte sempre o Vídeo-Cheque.
Você não perde tempo. Nem dinheiro.

Mais um serviço da

ACIM