

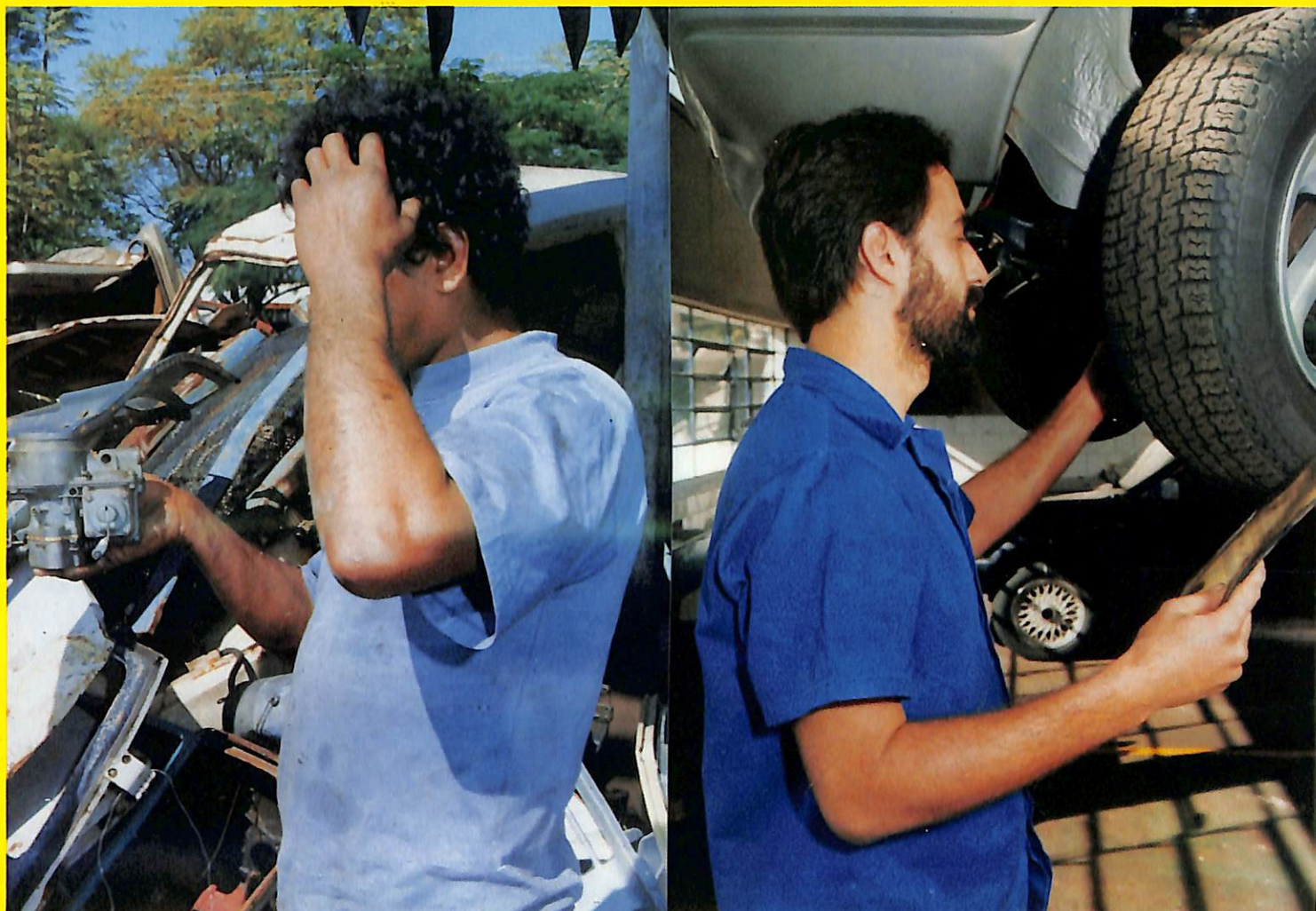
**FEIPAR'93**  
UM PROJETO ARROJADO

050  
R454  
N-335-ano-30-1993

# ACIM

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

AGOSTO/93  
Nº 335  
ANO 30



## RH

# INVESTIR PARA QUALIFICAR

**ACIM**

Clas. 050

R.454

Reg. 0273

Data 22-04-05

Proced.

NF

R\$

Data

# aula de economia.

## Na volta à escola passe aqui.

Você tem três ótimas opções para comprar, com muita economia, tudo o que você precisa para a volta à escola.  
Na **Bom Livro** e na **Papelaria Maringá** você encontra todos os itens de materiais escolares e livros didáticos.  
E o atendimento é sempre de primeira qualidade.  
Escolha o endereço mais próximo — as vantagens são as mesmas.  
Você vai dar uma verdadeira aula de economia comprando na **Bom Livro** e na **Papelaria Maringá**.

**Bom Livro**  
livraria e papelaria

Av. Herval, 362  
Fone: 22-5911



**MARINGÁ**  
LIVRARIA E PAPELARIA

Av. Duque de Caxias, 595  
Fone: 26-3131

**Bom Livro**  
livraria e papelaria

R. Santos Dumont, esq. Getúlio Vargas  
Fone: 26-5250

## AS EMPRESAS QUE ALUGAM CARROS NA LOCALIZA RENT A CAR NÃO FICAM COM CAPITAL PARADO NO PÁTIO.

Esta é uma das grandes vantagens do Aluguel Mensal **Localiza Rent a Car**: sua empresa não imobiliza capital na compra e nem investe recursos na administração da frota.

A **Localiza Rent a Car** oferece modelos adequados para as mais diferentes necessidades,

manutenção preventiva e corretiva com substituição dos carros e ampliação ou redução da frota sempre que for preciso.

Alugue carros para sua empresa na **Localiza Rent a Car**.

Fale com nossa agência mais próxima ou ligue para consultas ou reservas: (0442) 22-4258

**Localiza** RENT A CAR  
A MAIOR E MELHOR EM ALUGUEL DE CARROS.



- MICROCOMPUTADORES
- IMPRESSORAS
- SUPRIMENTOS PARA CPD
- FAX-SÍMILES
- REDE NOVELL
- MODENS
- PROGRAMAS DE:
  - Contabilidade
  - Folha de Pagamento
  - Correção Monetária
  - Sistemas Integrados
  - Sistemas Específicos
- ASSISTÊNCIA TÉCNICA EM:
  - Monitores Coloridos
  - Impressoras
  - Fax-Símites
  - Note-Books

FONE: 26-5633  
AV. CERRO AZUL, 924 – S.LOJA  
MARINGÁ-PR

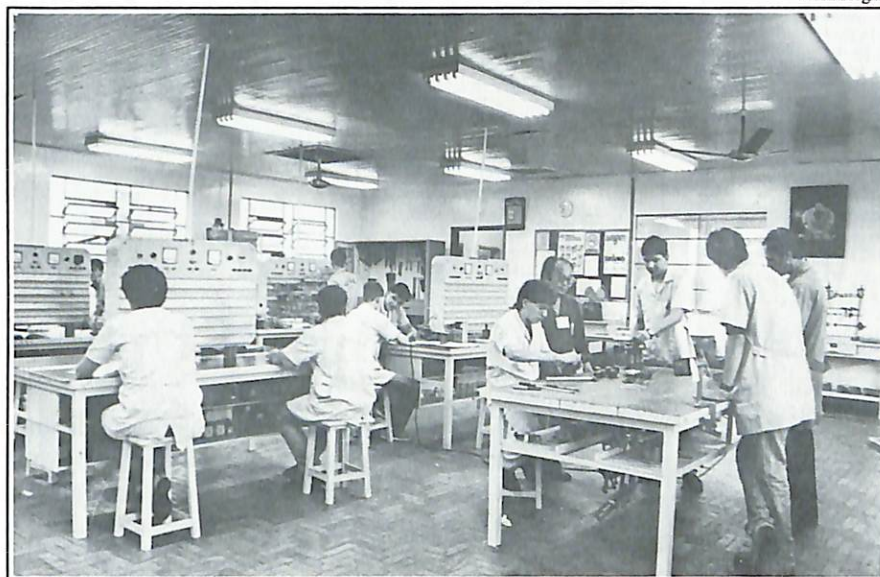
UMA ENTIDADE EM DEFESA DA LIVRE INICIATIVA

# Porque investir em RH

Vera Regina

Qualidade e Produtividade. Estas duas palavras, tão batidas, não são modismos. São necessidades. Por isso, ultimamente têm sido tão perseguidas pelo empresário moderno. Quando se lembram delas, muitos logo as associam à tecnologia. Aí, vem o empresário moderno novamente e lembra que o desenvolvimento de uma empresa passa necessariamente pelo investimento em Recursos Humanos.

Este mês a **Revista ACIM** saiu a campo para ouvir várias empresas que investem em RH, buscando informações, principalmente, sobre o retorno desses investimentos. É a principal matéria desta edição, que traz outros assuntos não menos importantes.



Dentro do espírito de desenvolvimento em RH, a Revista foi ouvir o pessoal do Sesi, que promove este mês a eleição do Operário Maringá.

E por falar em eleição, o Sincomm escolheu o empresário Jefferson Nogaroli como o "Comerciante do Ano". A Revista foi conferir a entrega da Medalha do Mérito Comercial ao 2º

Cocamar, a Prefeitura Municipal e o Sindicato da Indústria do Vestuário estão juntos com a ACIM na realização do evento que englobará o Prêmio e Exposição Destaque Indústria, a Feira de Oportunidades e a Feira de Recrutamento Universitário. E não é só isso. Leia mais detalhes da Feipar nesta edição.

vice-presidente da ACIM. Ainda nesta edição, você vai ler uma entrevista com o publicitário Mauro Salles. Ele fala sobre a importância do marketing para as empresas.

Em um fato inédito na história do município, a ACIM se uniu a várias entidades para organizar a Feira de Integração do Paraná - Feipar 93. O Sebrae-Pr, a UEM, a



Nogaroli, o Comerciante do Ano - pág. 15



Lançamento da Feipar - pág. 24

**LUKAS****04****ENTREVISTA****05****CAPA****07****DESTAQUE EMPRESARIAL****13****COPEJEM****14****AGÊNCIA ALVORADA****18****COMÉRCIO EXTERIOR****27****ARTIGO****36****MEU NEGÓCIO****37****PENSO ASSIM****38**

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO NORTE DO PARANÁ

Publicação Mensal da Associação Comercial e Industrial de Maringá - ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL

Luiz Carlos Masson

EDITOR RESPONSÁVEL

Dirceu Herrero Gomes - MT-2506-PR

REPORTAGEM E FOTOS

Cláudio Galletti - MT-2742-PR

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Claudomiro Venâncio

CIRCULAÇÃO

Nidia Cavallini

PRODUÇÃO GRÁFICA E

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA

Editora Organsil - Fone: (0442) 24-7793

IMPRESSÃO: Gráfica Boaventura

Circulação na primeira quinzena de cada mês.

A Revista ACIM não se responsabiliza por conceitos emitidos em matérias assinadas. Cartas para a Assessoria de Comunicação Social da ACIM:

Rua Né Alves Martins, 2321

Fone: (0442) 26-1331 - Fax: (0442) 23-5007

S.P.C. (0442) 26-2299 - Telex (442) 168 - C.P. 1033 Maringá - Paraná

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Massao Tsukada

1º Vice-Presidente: Valdecir de Britto

2º Vice-Presidente: Jefferson Nogaroli

Vice-Presidente p/ Ass. do Comércio:

Antônio Donisete Busiúquia

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 Martins

Diretor do Descon: Moacir Somággio

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

Presidenta: Maria Alice Pinatti

1º Vice-Presidenta: Solange Aparecida de Paula

2º Vice-Presidenta: Cleide Bárbara

1ª Secretária: Maria da Conceição Lima Dias

2ª Secretária: Vera Aparecida Pereira Langendyk

1ª Tesoureira: Maria Aparecida Bekner Silva

2ª Tesoureira: Sônia Maria Uliana

DIRETORAS ADJUNTAS

Maria Inês Ajita Piccioni e Vilma Maria Norberto Franco

CONSELHO PERMANENTE DO JOVEM

EMPRESÁRIO MARINGAENSE

Presidente: José Rubens Abrão

Vice-Presidente: Olga Elizabeth Moleirinho

1º Tesoureiro: José Fernando Henriques

2º Tesoureiro: Luiz Fernando Ferraz

1º Secretário: André Sanseverino

2º Secretário: Paulo Roberto Viscardi

1º Diretor-Adjunto: Marcos Xavier Garcia de Mendonça

2º Diretor-Adjunto: Roberto de Biágio Vendrametto

ASSESSOR DE DIRETORIA

Carlos Roberto Previdelli

GERENTE-ADMINISTRATIVO

César Augusto Galli

SECRETÁRIA-EXECUTIVA

Élcia Valentini do Nascimento

Filiada à

ABERJE

Associação Brasileira de

Comunicação Empresarial



# LUKAS...



## Brasil Urjente

O Brasil está um caos; mas o governo já prometeu tomar medidas para que a situação de caos passe a ser caótica. São 32 milhões de pessoas roendo beirada de penico. Pessoas que, no país da impunidade, gostariam de ter só a metade da grana que o PC tem e o dobro de acusações que pesam sobre ele.

Além da fome existe também a doença; fazendo com que, metaforicamente falando, as pessoas comam cada vez menos. Apesar de tudo, o cabeleireiro do presidente Itamar Franco discorda de que isso seja reflexo da crise permanente, alegando que se é permanente não é reflexo e se é reflexo não é permanente.

O Congresso Nacional apresenta um paradoxo: enquanto uma parte dos deputados escreve paradoxo com X a outra escreve com CH. E o que é pior: a maioria dos parlamentares nem sabe o que significa paradoxo. Até o Inocêncio que tem o 1º grau completo, ignora o sentido da palavra.

Tem até deputado confundindo IPMF com MFP - aquele ingrediente de creme dental - achando que se o treco combate a cárie com certeza vai acabar com o rombo orçamental.

Por outro lado, no Judiciário, foi aprovada a pena de prisão para os "crimes de colarinho branco". Isso é, a empregada doméstica que manchar o colarinho da camisa do patrão com água sanitária pode pegar até 15 anos de prisão. Fora o aviso prévio de mais um ano.

A impunidade come solta em Brasília. Um deputado foi preso com 8 kilos de cocaína, condenado pela polícia e mesmo assim continua comparecendo à seção da Câmara. É nessa hora que a gente vê que a coisa tá toda errada nesse país, já que quilo é com Q, quem condena é juiz, sessão não é com Ç e o referido deputado nem sabe onde fica a Câmara.

E é por causa dessa bandalheira toda que nos Pampas a população brada "Vamos separar o Sul do resto do País!!!" enquanto os nordestinos gritam "Separa, mas leva Brasília junto pelamordedeus!!!"

Para finalizar, aumenta a cada dia o número de analfabetos exercendo funções políticas e culturais. É preciso mudar isso. E com urgência



# O poder do marketing

Luiz de Sá

Aos 60 anos o advogado, jornalista, professor universitário e publicitário pernambucano Mauro Salles participa de conferências em todo país abordando jornalismo, economia, propaganda e marketing no Brasil e no exterior. Mauro Salles é membro do Conselho da Salles/Inter-Americana de Publicidade e membro do Conselho Curador da Fundação Cásper Líbero e Fundação Getúlio Vargas.

O vasto currículo de Salles o credencia a ser um dos mais respeitados conferencistas do país. O jornalista foi secretário do Conselho de Ministros do Gabinete Parlamentar de Tancredo Neves - 61/62 - diretor fundador da TV Globo, fundador da Mauro Salles Publicidade, criou o Conar e coordenou a campanha de Tancredo Neves à presidência da República em 84. Durante sua carreira, recebeu inúmeros prêmios como publicitário.

No dia 25 de junho, Salles participou do 4º Encontro de Habitação, promovido pelo Secovi em Maringá. Após a palestra, o conferencista concedeu entrevista à Revista ACIM, falando principalmente sobre marketing.

**ACIM:** Como é que está o nível de conscientização das empresas brasileiras com relação à importância do marketing?

**SALLES:** As empresas mais sofisticadas estão conscientes da importância do marketing. Elas sabem que marketing não é só fazer anúncio, não é propaganda. Pesquisa é marketing, análise de mercado, planejamento de produto, esquema de venda, tudo isso é marketing. As empresas sofisticadas entendem o real sentido do marketing. As outras vão aprender com o tempo.

**ACIM:** O senhor frisa muito a importância da pesquisa de mercado.



*Salles: "Em alguns casos a iniciativa privada pede apenas que o governo não atrapalhe"*

**Ela é um braço forte do marketing?**

**SALLES:** Ela é um braço forte de toda atividade econômica e é um dos instrumentos mais importantes que o marketing coloca a serviço da atividade econômica. Você tem que pesquisar, primeiro para errar menos, e segundo para poder acertar mais.

**ACIM:** O marketing evolui rapidamente. Onde estão acontecendo as principais mudanças?

**SALLES:** O nível de sofisticação das atividades mercadológicas como um todo estão melhorando, quer dizer, hoje se pesquisa melhor, se planeja melhor os produtos, os conceitos de qualidade são mais bem definidos e a propaganda evoluiu. Então existe uma evolução geral do marketing para atender as realidades de um consumidor cada vez mais exigente.

**ACIM:** Existe diferença dos níveis de investimentos de marketing entre as empresas nacionais e as multinacionais?

**SALLES:** As empresas nacionais tem o melhor nível de marketing disponível em qualquer mercado sofisticado. As multinacionais sofisticadas estão neste mesmo

padrão. Lógico, existem multinacionais pouco sofisticadas fazendo marketing de quinta classe, o que ocorre também em muitas empresas brasileiras. O investimento em marketing não depende da origem da empresa, depende da qualidade da sua gestão.

**ACIM:** É possível encontrar marketing de qualidade no interior?

**SALLES:** Você encontra marketing moderno em qualquer lugar. O bom marketing não se mede pela dimensão. Você pode ter marketing moderno em uma boutique aqui em Maringá e pode ter

marketing atrasado em uma rede de supermercados em São Paulo.

**ACIM:** A instabilidade econômica do Brasil chega a afetar o mercado da publicidade?

**SALLES:** A crise afeta a todos os mercados. Se ela afeta a indústria, o comércio e a agricultura, fatalmente atingirá a publicidade. A diferença é que a publicidade é otimista por natureza. Ela tem, mais que as outras, que combater a crise para poder sobreviver.

**ACIM:** O senhor tem contato direto com grandes empresas. Existe entre elas uma expectativa de virada na economia, ou cada uma procura fazer sua parte independente do governo?

**SALLES:** Existem as duas coisas. Já há um nível de confiança e a expectativa positiva tem melhorado. Mas muitas pessoas já perceberam que não podem esperar que todas as soluções venham do governo. A iniciativa privada está procurando abrir seus próprios espaços e, em alguns casos, pedindo que o governo apenas não atrapalhe.

**ACIM:** As notícias negativas sempre

**merecem um destaque maior na grande imprensa. Esse negativismo influi no dia-a-dia do brasileiro?**

**SALLES:** Influi, mas o brasileiro é, por natureza, um otimista. Ele não se deixa destruir por isso. Notícias ruins acontecem na imprensa do mundo todo, mas nem por isso as economias deixam de andar.

**ACIM: O senhor diz que no marketing é preciso ouvir antes de falar. O que isso significa?**

**SALLES:** Significa que temos que estar perto de quem decide. No mercado imobiliário, por exemplo, quem decide é quem aluga, compra ou vende o imóvel. Aí entra a pesquisa. No Japão, o Akio Morita, presidente da Sony, colocou seus funcionários nas ruas para saber o que o japonês queria em termos de inovação tecnológica. A resposta foi um pequeno gravador portátil com fones de ouvido. A partir daí foi criado o walkman, um grande sucesso de mercado no mundo inteiro. Quer dizer: nós temos que inventar o que o povo quer.

**ACIM: Os produtos então não podem ser impostos de cima para baixo...**

**SALLES:** Exato. Os conceitos mudam. Por exemplo, o que é qualidade? A gente sabe que qualidade é aquilo que dura,



*"O consumidor sabe o que precisa, nem sempre sabe o que quer e poucas vezes sabe o que pode pagar"*

que resiste. Mas tem que ter funcionalidade! Tudo é qualidade no nosso negócio: desde o preço, financiamento, até o após venda. O seu freguês vai ficar contente, se um ano depois que ele comprar um imóvel, você telefonar pergun-

tando se ele se adaptou e informando quanto vale o imóvel. Ele vai se sentir gratificado.

**ACIM: E isso é importante porque o cliente que fica satisfeito acaba fazendo propaganda gratuita para você...**

**SALLES:** Esse é o poder multiplicador da imagem, que no Brasil é algo muito forte. Todos conversam com todos. Se você faz uma venda errada, nunca será perdoado e sua vítima vai contar isso para todos os amigos. Se seu freguês sai satisfeito, ele vai querer que todos saibam o bom negócio que fez.

**ACIM: Quer dizer que a publicidade na mídia não é tudo para uma empresa.**

**SALLES:** A divulgação não mantém um cliente. O que mantém é você entregar o que prometeu.

**ACIM: Qual o segredo para que as empresas estejam sempre adaptadas às mudanças do mercado?**

**SALLES:** Primeiro, elas têm que saber que essa velocidade das mudanças só vai aumentar. Segundo: saber que não se pode enfrentar tudo ao mesmo tempo. O empresário tem que selecionar as suas maiores dificuldades e atacá-las gradativamente.

**ACIM: O homem de marketing precisa necessariamente entender de todos os mercados?**

**SALLES:** Não, porque a solução não é a agência de publicidade. Cada mercado tem que ter homens que conheçam o seu meio. A agência tem que ser usada apenas como instrumento.

**ACIM: É possível recuperar um produto ou marca que não tenha uma boa aceitação de mercado?**

**SALLES:** É mais fácil deteriorar uma imagem do que recuperar uma marca. Às vezes é melhor trocar a marca. Se quebrar a cara, na medida do possível, esqueça e parta para outra.

**ACIM: O consumidor sempre sabe o que quer?**

**SALLES:** Eu costumo dizer que o consumidor sabe o que precisa, mas nem sempre sabe o que quer e poucas vezes sabe o que pode pagar.

**ACIM: E como é que um vendedor, por exemplo, pode resolver esse quebra-cabeças?**

**SALLES:** Com perguntas claras, diretas, ele descobre as respostas e pode ganhar muito dinheiro.

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

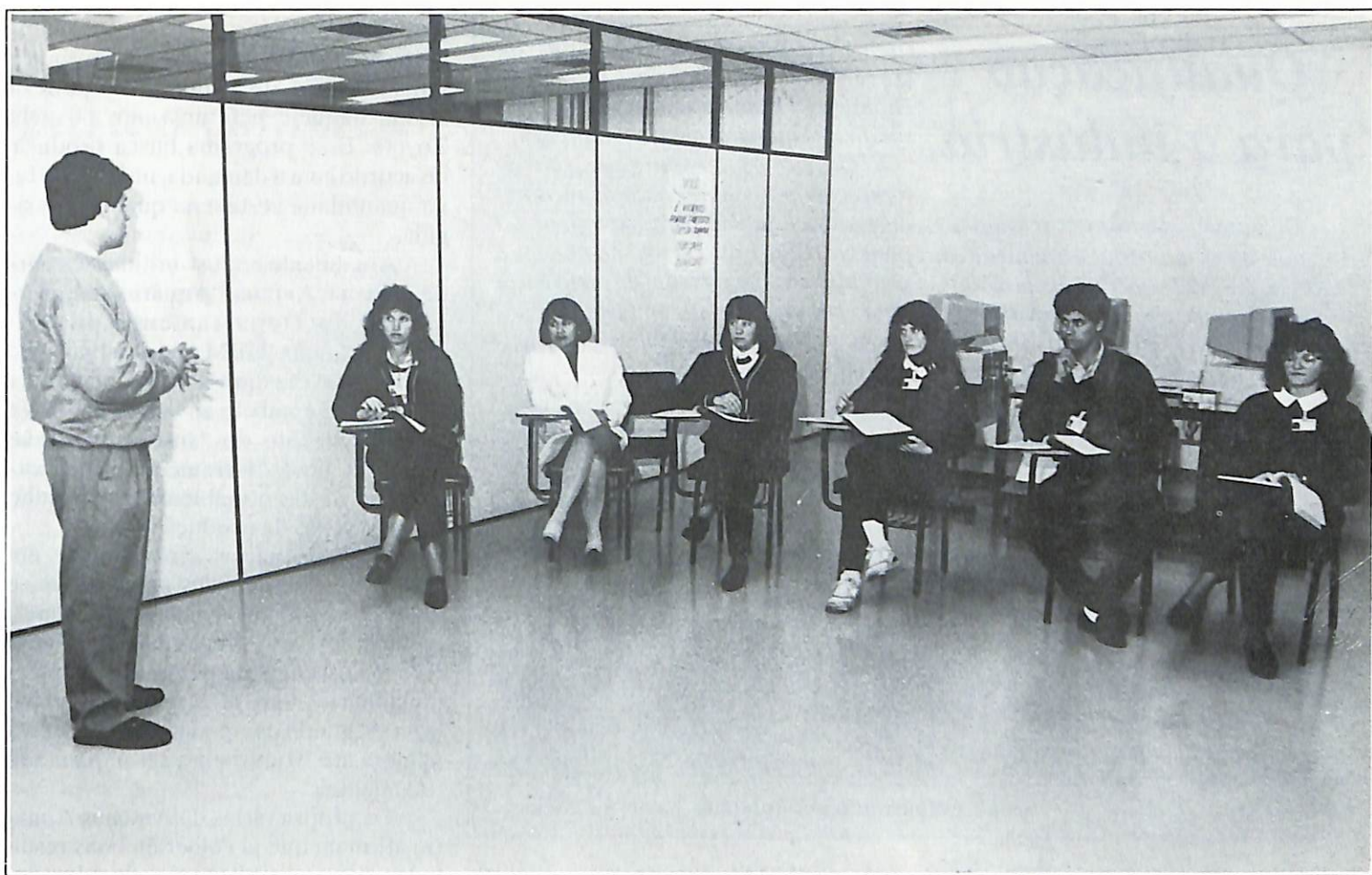
- VIDROS CRISTAIS  
TEMPERADOS PARA ENGENHARIA.
- VIDROS PARA CONSTRUÇÃO.
- BOX EM ACRÍLICO.
- BOX BLINDEX.
- ESPELHOS.



Col

## VIDRAÇARIA GUAPORÉ

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



CAPA

# Porque investir em RH

*Para alcançar a qualidade e produtividade não basta apenas investir em tecnologia. Hoje, o investimento em Recursos Humanos é fundamental. Várias empresas da região adotaram programas nessa área*

“O crescimento de uma empresa está na razão direta da capacidade dos homens que nela trabalham”. A afirmação, do diretor-administrativo da Romagnole, Paulo Salomão, por si só resume a importância dos investimentos em recursos humanos dentro das empresas. Como Paulo Salomão, muitos empresários estão conscientes dessa importância e já adotam programas de desenvolvimento em recursos humanos. Entre os resultados desses investimentos está o aumento na qualidade e na produtividade.

Mercadorama, Romagnole, Coca-mar, Coca-Cola, e McDonald's criaram programas próprios de desenvolvimento em recursos humanos. A Ceval e a Antenas Aquário buscaram estes programas junto a profissionais espe-

cializados. Funcionários de muitas outras empresas são frequentadores quase assíduos de cursos, palestras e seminários promovidos pelo Sebrae e empresas de consultoria.

O empresário moderno considera fundamental não só a presença do funcionário em cursos e palestras, mas também em feiras e exposições setoriais. A visita às indústrias fornecedoras de produtos e matérias-primas é outra forma de buscar novos conhecimentos. Os investimentos em recursos humanos têm retorno a médio e longo prazo.

A conscientização da importância desses investimentos começou há poucos anos na região. Para Paulo Salomão, a acomodação dos empresários se devia à falta de uma concorrência mais acirrada, já que tudo o que se produzia era comer-

cializado. “Hoje o quadro mudou. Para se competir é preciso qualidade e produtividade. Investir nisso não é opção, mas obrigação. É o mínimo para se sobreviver”, frisa.

Questões como qualidade e produtividade têm sido amplamente debatidas e divulgadas no Brasil. A própria ACIM já trouxe consultores e discutiu o assunto em diversos eventos. O Sebrae-Pr criou um Programa de Qualidade Total para Micro e Pequenas Empresas. O objetivo dessas entidades é conscientizar os empresários de que qualidade e produtividade não são modismos, mas necessidades.

“JUST-IN-TIME”: Cada empresa que investe em recursos humanos procura desenvolver um programa compatível com a sua realidade interna. Na busca da

# Qualificação para a indústria

O Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem industrial – mantém em Maringá um Centro de Formação Profissional com cursos de aprendizagem como eletricitista, mecânico, fresador, reparador de comandos elétricos, desenho mecânico e costureiro industrial, entre outros. São realizadas atividades de treinamento em segurança do trabalho, para pessoal de supervisão e treinamento operacional.

As necessidades de mão-de-obra são detectadas pelo Senai através de um Setor de Pesquisas. A entidade possui ainda um programa especial de INDRH –

*Identificação de Necessidades de Desenvolvimento de Recursos Humanos – que detecta as reais necessidades de treinamento nas empresas.*

*Os cursos da entidade são de formação profissional para os menores aprendizes e de qualificação profissional para os adultos. Os cursos são abertos à comunidade, mas o Senai dá preferência para que as empresas industriais indiquem as suas necessidades e os seus candidatos.*



Senai: preparando mão-de-obra para indústria

qualidade e da produtividade, o proprietário da Antenas Aquário, José Sendeski Neto, contratou em 1991 os ser-

viços da IMAM, uma empresa paulista de consultoria.

Depois de analisar a estrutura da

Antenas Aquário, os consultores implantaram na empresa o “Just-in-time”, uma filosofia de produção japonesa criada naquele país nos anos 60 pela Toyota. Esse programa busca produzir de acordo com a demanda, na hora certa, na quantidade certa e na qualidade exigida.

Atualmente o “Just-in-time” é coordenado na Antenas Aquário pela formanda do Departamento de Administração da UEM, Soraya Ruiz de Souza. Ela diz que a maior meta da filosofia é o combate ao desperdício. No desenvolvimento do “Just-in-time” são utilizadas nove “ferramentas”, que organizam desde o ambiente de trabalho até o controle da produção.

Os funcionários são divididos em grupos de cinco ou seis pessoas que se revezam no trabalho com as ferramentas. O “Just-in-time” traz uma verdadeira revolução à empresa, porque os próprios funcionários sabem e decidem o que fazer. Segundo os japoneses, este sistema demora até 10 anos para ser implantado totalmente.

Os proprietários da Antenas Aquário afirmam que já colheram bons resultados com a implantação do “Just-in-time”. “Nossa indústria está sempre em ordem, diminuimos o desperdício, o fluxo de funcionários é menor e aumentamos a qualidade e a produtividade”, revela Agma Gonzales Sendeski, sócia-proprietária.

A empresária diz que os investimentos em recursos humanos são colocados como prioridade. “Acredito que uma empresa não se desenvolve apenas com bons equipamentos e máquinas, mas com boas equipes também. Não há como dirigir pessoas sem treinamento. É preciso dar uma direção para que todos possam seguir, desde a funcionária que prepara o café até um engenheiro”, afirma.

**QUALIDADE TOTAL:** Outra empresa que buscou tecnologia no desenvolvimento de recursos humanos junto a consultores especializados foi a Ceval Alimentos. A implantação do sistema foi feita pela IM&C – Internacional Multiplicando Conceitos – de São Paulo. O sistema foi denominado Programa de Qualidade Total Ceval – PQTC.

A própria diretoria executiva da Ceval participou de um seminário ministrado por consultores da IM&C para conhecer o programa de desenvolvimento de recursos humanos da empresa paulista. Depois de aprovada a implantação do programa, os gerentes e supervisores da Ceval passaram por

## TECNOLOGIA CRIANDO EMOÇÕES



**Seja no esporte ou lazer a Valtrac faz o possível para garantir a você o máximo em emoção, com:**

- Barcos
- Motores de Popa
- Veículos aquáticos
- Motocicletas Nacionais e Importadas
- Assistência Técnica
- Consórcio Nacional Yamaha

# YAMAHA

# valtrac

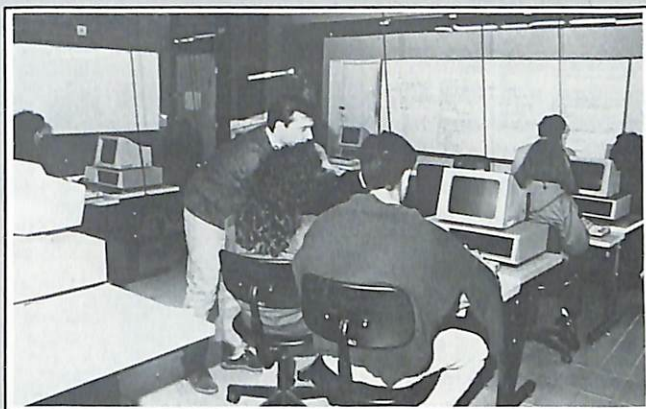
## Náutica

MARINGÁ: (0442) 24-1034 - LONDRINA: (0432) 23-7415 - UMUARAMA: (0446) 22-5861

## Qualificação para o comércio

Com mais de 400 cursos, o Senac – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial – é uma oportunidade para a qualificação profissional de 15 mil trabalhadores que passam anualmente pelas suas salas de aula em Maringá. A entidade realiza cursos nas áreas de administração e gerência, hotelaria, vendas, informática, propaganda e outras.

Segundo o diretor do Centro de Desenvolvimento Profissional do Senac de Maringá, Edwin Parascandalo, o objetivo principal da entidade “é a colocação das pessoas no trabalho, propiciando assim o atendimento das empresas”. O



Senac: aulas práticas nas oficinas pedagógicas

Senac possui 30 professores, que dão aulas teóricas e práticas nas oficinas pedagógicas que existem dentro da entidade – restaurante, escritório, lanchonete e instituto de beleza.

No final dos cursos os alunos são encaminhados para o trabalho. É feito um acompanhamento de 30 a 90 dias para detectar se o ensino está dentro dos parâmetros do comércio. O Senac realiza também cursos de aperfeiçoamento e atualização profissional.

vários treinamentos.

“Foi feito um trabalho de sensibilização da necessidade de perseguir a qualidade e os reflexos dela na competitividade da empresa”, explica Jorge Luiz Biz, superintendente da Ceval Alimentos de Sarandi, a primeira empresa do grupo a implantar o programa. Através desse programa, os funcionários – em torno de 200 – foram divididos em 20 times de qualidade.

Estes times se reúnem, discutem e apresentam soluções para evitar problemas. “Mudamos um conceito antigo e errado que era o de procurar resolver problemas. Hoje nossa filosofia é preveni-los”, diz Jorge Biz. Ele afirma que a discussão entre os times de

qualidade estimula a participação maior dos funcionários no dia-a-dia da empresa.

Jorge Biz acrescenta que além de prevenir os problemas de origem técnica, o programa melhorou também o relacionamento entre os funcionários, facilitando o processo de lideranças. Para estimular o trabalho dos grupos, a empresa procura premiar os melhores projetos dos times.

O programa de qualidade total da Ceval foi implantado também na unidade de Maringá. Segundo Cleber Yamada, do departamento de Recursos Humanos da empresa, o resultado desse trabalho é “incomensurável”. A Ceval de Maringá tem 230 funcionários e desenvolve outros projetos

como o SOL – Segurança, Ordem e Limpeza – o Programa Futuro – onde os filhos dos funcionários visitam a indústria e outros.

**PROJETO PRÓPRIO:** O Mercadorama está entre as empresas que criaram um projeto próprio de desenvolvimento de recursos humanos. Os investimentos são realizados in-



Times de Qualidade na Ceval: mudando conceitos

HOTÉIS  
★★★★  
**Deville**  
MARINGÁ



- Almoço Executivo – Buffet
- Jantar Romântico com piano
- Dixie Bar – Das 18:00 às 02:00 horas
- Sauna – Das 17:00 às 22:00 horas
- Lua-de-Mel
- Hospedagem de Executivos e Famílias
- Jantar à Luz de Velas com piano, às 6<sup>as</sup> Feiras
- Reuniões de Grupos
- Café da Manhã
- Reservas de Mesa Ramal 7 – Fininho
- Apartamentos Ramal 8 – Marina
- Eventos Ramal 1727 – Neuza

UM QUATRO ESTRELAS  
COMPLETO PARA VOCÊ

HOTÉIS  
★★★★  
**Deville**  
MARINGÁ

Av. Herval, 26 – Fone: 0442/26-1001  
Telex: 0442/211 – Fax: 0442/26-1977  
Maringá, Paraná

# PAM

Notícias sempre saudáveis prá você.



- O associado do PAM conta hoje com 3 hospitais conveniados em Maringá;



- São mais de 450 empresas que oferecem a mais de 15 mil funcionários a segurança integral do PAM;



- Mais de 250 famílias possuem o Plano Familiar;



- O plano de Assistência Odontológica já garante o sorriso de mais de 15 mil associados;



- Hoje o PAM possui 220 médicos conveniados, que dão assistência total 24 horas.

Consulte-nos

# PAM

PLANO MARINGAENSE DE  
ASSISTÊNCIA MÉDICA  
24-1530

WMM

## Qualidade Total

O Sebrae-Pr - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Paraná - mantém em Maringá seis consultores que ministram cursos, palestras e seminários para empresários, diretores de empresas, além de funcionários com cargos de chefia como gerentes e encarregados de setor.

O objetivo é repassar conhecimentos que possam ser retransmitidos aos subordinados. São ministrados em média 12 cursos ao mês na áreas de vendas, financeira, comportamental e de marketing. Além de treinamentos, os consultores prestam atendimento individualizado, estimulam e assessoram a organiza-



Sebrae: consultores ministram cursos para empresários, diretores e chefes

terna e externamente. Internamente são promovidos cursos de formação progressiva, onde os funcionários novos aprendem a exercer uma função. Funcionários mais especializados dão aulas de como gerenciar recursos humanos. São cursos de formação interpessoal, que ensinam como liderar ou comandar equipes. Uma psicóloga realiza trabalhos de grupo, tanto de formação quanto de informação.

Para viabilizar a realização de treinamentos internos, o Mercadorama possui uma sala com computadores, monitor de tv, impressora, retroprojeto e quadro negro. Existem outras duas

salas à disposição. Uma delas servirá como sala de aula para um curso supletivo que será implantado na empresa, destinado aos funcionários.

Para proporcionar treinamentos externos, o Mercadorama envia seus funcionários para visitas a grandes fornecedores e feiras locais, estaduais, ou nacionais. "É importante que o funcionário entre em contato direto com fornecedores e que conheça as últimas novidades em produtos", justifica o diretor-geral do Mercadorama de Maringá, Elson Leal.

Segundo Leal, o Mercadorama investe nos funcionários que absorveram a

política de trabalho da empresa e que podem dar retorno de qualidade de serviço. A identificação destes funcionários é feita pelos gerentes e pelo departamento de Recursos Humanos. Ele acrescenta que com esses investimentos, o fluxo de funcionários diminui e a empresa alcança uma produtividade maior.

A Cocamar é outra empresa que in-



Mercadorama: investindo em RH para aumentar a produtividade



**Mc Donald's: atendimento igual no mundo inteiro**

veste muito no aperfeiçoamento dos recursos humanos. A cooperativa tem viabilizado a participação de funcionários em inúmeros cursos, e em 1991 chegou a contratar o consultor de empresas Luis Almeida Marins para fazer uma palestra exclusiva. Assim como o Mercadorama, a empresa mantém uma boa estrutura para a realização de cursos internos.

**CRESCIMENTO:** O coordenador do Cexpar em Maringá e diretor de Comércio Exterior da ACIM, Jefferson Nogaroli, é proprietário de uma empresa que saltou de 30 para 200 funcionários nos últimos dois anos. O empresário diz que um dos motivos para esse crescimento foi o investimento em recursos humanos. "Uma empresa pode ter boa estrutura, mas se não tiver gente capacitada não vai progredir", afirma.

No Supermercados São Francisco são realizados cursos internos ministrados por psicólogos, gerentes, fornecedores e outros profissionais. A empresa custeia também viagens de funcionários que participam de feiras, seminários e convenções em Maringá e outros centros. "Essas despesas entram como investimentos no plano de contas da empresa", enfatiza Nogaroli.

O gerente da fábrica da Coca-Cola de Maringá, Paulo Ricardo da Silva, segue a mesma filosofia de Jefferson Nogaroli. Ele diz que é difícil medir os resultados de investimentos em recursos humanos, mas frisa que o retorno é "excelente", pois aumenta a motivação e a produtividade. Hoje a fábrica da Coca-Cola possui quase 400 funcionários e está ganhando uma área de treinamento em recursos humanos, cargos e salários.

Por enquanto o trabalho interno de investimento nos funcionários é feito através de fitas de vídeo, eslaides e outros materiais didáticos enviados pela matriz da Coca-Cola. Uma psicóloga coordena esse trabalho. Na área externa,

a empresa em Maringá procura viabilizar treinamentos para os funcionários nos setores de produção, vendas e administração.

Investir em recursos humanos também faz parte da filosofia da Gráfica Boaventura. A empresa tem buscado a tecnologia através da informatização e da compra de equipamentos

como uma máquina de fotomecânica com luz ultravioleta recém-adquirida. Mas o proprietário da empresa Shinji Gohara sabe que é preciso aliar essa tecnologia a profissionais capacitados.

Regularmente os funcionários da Gráfica Boaventura participam de cursos promovidos por fornecedores e pela associação dos empresários – a Assegraf – que realiza treinamentos na área administrativa, com aulas sobre custos, orçamento e planejamento de vendas.

Mesmo em pequenas empresas o treinamento de recursos humanos é fundamental. Quando negociaram a franquia da Julie & Burk – fabricante de perfumes – para abrir uma loja em Maringá, Neusa Jorge e sua filha fizeram um curso na fábrica em Curitiba. As duas ficaram três dias na capital.

Neusa conta que elas receberam apostilas e conheceram todo o processo de fabricação de perfumes e estudaram a origem das essências. Para a empresária, o vendedor tem que conhecer o produto que comercializa e gostar daquilo que faz. "Não adianta ter uma loja bem montada se o atendimento não for bom", explica.

**PRIMEIRO MUNDO:** Muitas pessoas comparam Maringá a cidades de Primeiro Mundo. Neste quadro, o Mc Donald's se encaixa perfeitamente, afinal a loja local oferece os mesmos produtos e atendimento que as outras 12.639 espalhadas pelo globo terrestre. Em Maringá, o McDonald's emprega 35 jovens, sendo que 29 são menores de idade e ainda estão estudando.

Todo funcionário admitido pelo McDonald's assiste a uma sessão de vídeo sobre o funcionamento de cada equipamento da empresa. Depois, ele recebe instruções teóricas com um dos gerentes da loja. Posteriormente, acompanhado por um gerente-treinador, o funcionário percorre a loja, recebendo novas informações sobre o funcionamen-

## Amplia tudo. Menos as prestações.

**Copiadora Sharp SF-7750**



- 15 cópias por minuto.
- Capacidade para até 500 folhas de papel. Ideal para empresas e departamentos que necessitam de agilidade, qualidade e "baixo custo cópia".
- **Recursos especiais:** identificação automática do original, ampliação e redução automática ou manual, com zoom de 64% a 154%.
- **Opçionais:** alimentador semi-automático de originais e classificador de cópias.
- Assistência Técnica dos Revendedores Sharp em todo o território nacional.
- Linha de copadoras Sharp de 8 a 32 cópias por minuto.

**6 x sem juros\***

Conheça também  
nossos outros  
modelos.

**SHARP**  
FAZ PARTE DA SUA VIDA.



**TELETEXTO**  
Informática

R. Nêo Alves Martins, 2840  
Fone: (0442) 23-5556

to dos equipamentos.

Para avaliar se o funcionário assimilou as informações transmitidas, a empresa o submete a uma Lista de Verificação - LV - um teste com pontuação de 0 a 100. Para passar, o funcionário tem que alcançar a nota mínima de 90. Se for reprovado, ele recebe um manual com todas as informações e quatro dias depois é novamente submetido à LV.

A cada mês todos os funcionários do McDonald's passam por uma LV. "Isso faz com que todos fiquem atentos e não deixem de cumprir as normas da empresa", explica Evaldo Santos, gerente-operador. Segundo ele, o grau de aprendizagem sobe conforme a hierarquia. Acima dos atendentes vêm os treinadores, seguidos pelos coordenadores de área, gerentes de plantão e, finalmente o gerente-operador.

Além de passar pela mesma bateria teórica dos atendentes, os coordenadores e gerentes de plantão ainda passam por cursos na University Hamburger, em São Paulo. Para os gerentes-operadores, o caminho é mais longo: eles cursam a University Hamburger em Illinois, Estados Unidos. O McDonald's possui um sistema próprio de atendimento, por isso considera fundamental

a realização dos cursos internos.

**ASCENSÃO:** Com 1.200 funcionários, a Romagnole de Mandaguari é uma das empresas da região que mais investem em desenvolvimento de recursos humanos. A própria empresa desenvolveu um programa de treinamento e dá aos empregados a oportunidade de fazer carreira. "Nossa filosofia é privilegiar a ascensão interna em detrimento à contratação. Isso se aplica em todos os níveis. Hoje por exemplo, temos diretores que começaram como auxiliar de escritório", afirma Paulo Salomão.

O departamento de Recursos Humanos da Romagnole criou uma pirâmide de cargos bem definida. Foi criado também um banco de dados com o perfil de funcionários com potencial para ascender profissionalmente e com informações sobre profissionais disponíveis no mercado. Se a empresa necessita preencher um determinado cargo, ela consulta o arquivo e analisa qual o candidato que mais se adapta ao perfil desejado.

Um programa de gestão participativa em decisões internas faz com que os funcionários participem mais do dia-a-dia da empresa. Quando se pretende aperfeiçoar um processo, isto é discutido entre grupos de trabalhadores.



**Paulo Salomão: "A empresa tem que ser boa para a mão-de-obra"**

É utilizada uma técnica de elaboração de projetos para resolução de assuntos problemáticos. "É preciso que a resolução dos problemas seja realmente estruturada, obedecendo um padrão que permita que os gerenciadores do projeto tomem as decisões acertadas", explica Paulo Salomão.

**ESTÁGIO:** A Romagnole possui um programa de ofertas de estágio para universitários. O diretor diz que o projeto não tomou corpo ainda "apesar da remuneração acima da média". O objetivo é desenvolver dentro da empresa um complemento prático da teoria que o aluno estudou na universidade. "Isso contribui para sua especialização profissional e é uma maneira da empresa avaliar o trabalho dele", frisa Paulo Salomão.

O programa de investimentos em recursos humanos da Romagnole foi desenvolvido dentro da própria empresa. Paulo Salomão diz que os técnicos estão em constante contato com empresas de consultoria e trocam informações principalmente com fornecedores para se atualizar. O diretor diz que até hoje os resultados desses investimentos têm sido expressivos.

Além de assegurar a qualidade e a produtividade dentro da Romagnole, os investimentos em recursos humanos garantem a harmonia entre os funcionários. Isso diminui a rotatividade de mão-de-obra. Sobre a demissão de funcionários, Paulo Salomão tem um pensamento no mínimo original: "Não há seguro contra a perda de tecnologia que está na cabeça de alguém. Por isso, não basta que a mão-de-obra seja boa para a empresa. A empresa também tem que ser boa para a mão-de-obra".

# O FUTURO É AGORA

A Celular está há 18 anos no mercado de telefonia, conquistando ao longo desse tempo a confiança e a seriedade de uma revenda autorizada Telepar e Equitel. Com isso oferecemos condições especiais de pagamento (com base no dólar comercial) e um ano de garantia em toda nossa linha de produtos. Pensou telefonia, discou Celular.



**CELULAR  
EQUITEL/MOTOROLA**  
- Melhor desempenho  
- Resistência a quedas  
- Design arrojado  
- É um dos menores aparelhos do mundo

**celular  
TELECOMUNICAÇÕES**

REVENDEDOR AUTORIZADO

**equitel**  
Telecomunicações

Rua Nêo Alves Martins, 2152  
Fonc: (0442) 22-5511 - Maringá - Paraná

# DESTAQUE EMPRESARIAL



## Vest Sul

Com a presença do Governador Roberto Requião, do Prefeito Said Ferreira e lideranças empresariais, foi lançada no dia 30 de junho, a Pedra Fundamental da Vest Sul, na PR

317, saída para Campo Mourão. O terreno tem 24 mil m<sup>2</sup> e vai abrigar 110 lojas. Durante seu discurso, o presidente da Vest Sul, Umberto Macedo, ressaltou a importância que a indústria têxtil representa para Maringá.



## 24 horas por dia

Maringá ganhou a sua primeira Loja de Conveniência, com atendimento 24 horas. Instalada no Posto Catedral, na avenida Cerro Azul, a loja "Algo Mais" concentra num só espaço, um minimercado, banca de jornais e revistas, fast-food e até uma farmácia de primeiros socorros.

A nova loja oferece

uma variedade de 850 itens. Dentre eles destacam-se produtos naturais, de limpeza e higiene pessoal, bebidas quentes e frias, carne maturada, água mineral e até bebidas importadas.

A Loja de Conveniência "Algo Mais" é uma franquia da Shell, e em Maringá é dirigida pelo empresário Euclides Sordi.

Passe lá e comprove a qualidade e o atendimento de Primeiro Mundo.

"Buscamos constantemente a eficiência, a produtividade, a excelência no serviço".

Ênio Verri



## Stúdio Brindes

Há um ano atuando no mercado, a Stúdio Brindes já atende em todo território nacional. Segundo os proprietários, o crescimento da empresa em apenas um ano se deve a três fatores, considerados fundamentais: qualidade, pontualidade e preço baixo.

"A união desses três fatores são primordiais. É uma filosofia que seguimos", diz Nilton Ribeiro. Ele e Iranice Ribeiro são os proprietários da Stúdio Brindes. Além dos investimentos em tecnologia, a empresa tem uma preocupação constante com a especialização de mão-de-obra. A Stúdio trabalha com serigrafia, produzindo Bonés promocionais, rótulos e adesivos para produtos industriais. Nilton e Iranice atendem na Rua Santos Dumont, 719.

## AMPLIAÇÃO

Para melhor atender seus clientes, a Marcos Boutique de Pão ampliou suas instalações para 200 m<sup>2</sup> de área útil.

Segundo o empresário Marco Aurélio Costa, a ampliação possibilitou um aumento de 40% na capacidade de produção, além da geração de quase uma dezena de novos empregos diretos.

Saboreie as delícias da Marcos Boutique de Pão, na avenida XV de Novembro, 803.

## DROPS

### JUIZ CLASSISTA

• Simão Hirata, representante do Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá e Região, foi nomeado Juiz Classista da 4ª Junta de Conciliação e Julgamento de Maringá. Durante os próximos três anos ele vai defender os interesses dos empregadores nas decisões de primeira instância da Justiça do Trabalho. Hirata era suplente da 2ª Junta, e entre vários nomes indicados, foi escolhido pelo presidente do Tribunal Regional do Trabalho. Sócio-proprietário da Calmexi Indústria de Confecções, ele teve participação ativa na fundação do Sindicato do Vestuário. O empresário é ainda membro do Conselho Deliberativo da ACIM.

### CRÉDITO AO CONSUMIDOR



001 3524 783 08 00-00  
FERNANDO C RIBEIRO PENTEADO

• A Multiplic está realizando desde o mês passado operações de Crédito Direto ao Consumidor - CDC -, através do cartão Fama, em Maringá. Com isso, ela possibilita mais agilidade na aprovação de vendas pelo crediário. A Multiplic oferece aos lojistas o financiamento de bens em diversas modalidades, preservando assim a margem de lucro, sem riscos, e eliminando custos com estruturas de crédito, cobrança e controle. Os clientes têm toda a infraestrutura de uma das mais fortes instituições financeiras do país. A Multiplic em Maringá é gerenciada por Altair Huber e está instalada na avenida Paraná, 242, sala 6, fone 23-3073.

# COMER BEM É UMA ARTE



No Restaurante e Pizzaria O Casarão você tem sempre a sensação de estar fazendo parte de um grande banquete. Com um cardápio variado e muito bem cuidado oferecemos o melhor em rodízios de picanha e serviço à la carte. Tudo isso em amplos salões com ar condicionado e entrega a domicílio. Comer bem em Maringá tem endereço certo, restaurante e pizzaria "O Casarão".



DIARIAMENTE ALMOÇO E JANTAR

A PIZZARIA DA FAMÍLIA  
MARINGAENSE

## Casarão

Av. XV de Novembro, 492  
Fone: (0442) 22-6903

SALÃO PARA REUNIÕES E EXCURSÕES

## COPEJEM

# Diretoria toma posse

*A nova diretoria do Conselho do Jovem Empresário assumiu prometendo ser "um braço forte" da ACIM*



A diretoria do Copejem foi empossada pelo Conselho Deliberativo

Há pouco mais de um mês o Copejem - Conselho do Jovem Empresário da Associação Comercial e Industrial de Maringá - iniciou uma campanha para cadastrar os jovens empresários do município. A campanha teve o apoio da imprensa local que publicou a matéria "Procuram-se jovens empresários". Segundo o presidente Rubens Abrão, diversos contatos foram feitos por interessados em participar das atividades do Conselho.

"Nunca foi feito o cadastramento de jovens empresários em Maringá e nós tomamos essa iniciativa porque precisamos definir nosso público alvo, saber quais os anseios e dificuldades de nossos colegas", explica o presidente. Rubens Abrão diz que o cadastramento é fundamental para que o Conselho possa direcionar seus trabalhos.

Quando assumiu a presidência do Copejem em junho, Rubens Abrão disse que o conselho seria "um braço forte da associação, trabalhando juntamente com a diretoria, inclusive participando dos eventos promovidos pela entidade". Cumprindo essa promessa, o Copejem está participando ativamente da

organização da Ferumar - Feira de Recrutamento Universitário da UEM - um dos eventos paralelos que acontecerão simultaneamente com a Feipar 93.

Juntamente com estudantes e professores da universidade, os membros da diretoria do Copejem estão visitando empresários para explicar o que é e quais os objetivos da Ferumar. "Estamos cadastrando essas empresas, sem compromisso da parte delas, e se no futuro elas necessitarem de um profissional poderão entrar em contato com a universidade", diz Rubens Abrão.

O Copejem firmou também parceria com o Sebrae-Pr e vai promover na segunda quinzena deste mês uma palestra com o empresário Emerson Kapaz. Além do presidente José Rubens Abrão, fazem parte da diretoria do Copejem a vice-presidente, Olga Moleirinho; os tesoureiros José Fernando Henriques e Luiz Fernando Ferraz; os secretários André Sanseverino e Paulo Viscardi e os diretores Marcos Xavier de Mendonça e Roberto Biággio Vendrameto.

# Ousadia dá prêmio

*Eleito o "Comerciante do Ano", Jefferson Nogaroli dá uma dica para o sucesso dos Supermercados São Francisco: "Posso morrer pela tentativa, nunca pela omissão"*

O empresário, diretor de Comércio Exterior da ACIM e coordenador da CEXPAR de Maringá, Jefferson Nogaroli, recebeu no dia 16 de julho, durante jantar no Senac, a Medalha do Mérito Comercial. A homenagem foi feita pelo Sindicato do Comércio de Maringá, Sincomm, que elege anualmente o "Comerciante do ano". A escolha é feita por uma comissão formada por ex-agraciados com a medalha e por representantes dos órgãos de comunicação.

O Sincomm elege o comerciante do ano desde 1980. No ano passado, o diretor de Eventos e Promoções da ACIM, Fernando Vieira Raimundo, foi quem recebeu o prêmio. Para concorrer à Medalha do Mérito Comercial, o candidato deve integrar o quadro social do Sincomm, ter ampliado seus negócios no período de 12 meses – anterior à escolha – e ser reconhecido como ativo participante das causas comunitárias.

A eleição de Jefferson Nogaroli aconteceu no dia 25 de junho. Para chegar ao nome do empresário, a comissão julgadora levou em consideração a participação dele em entidades como a Apras – Associação Paranaense de Supermercados, Regional de Maringá, onde foi presidente – Cexpar, como coordenador, e ACIM, onde é 2º vice-presidente e diretor de Comércio Exterior. O cres-



**Fernando Vieira entrega a medalha para Jefferson**

cimento dos Supermercados São Francisco – tinha 30 funcionários em 1992 e hoje conta com mais de 200 – foi outro fator relevante.

**MERECIDO:** Cerca de 100 pessoas, entre empresários, políticos e jornalistas foram à cerimônia de entrega da Medalha do Mérito Comercial. Representando o prefeito, o secretário José dos Santos Ribeiro frisou que todos os empresários que concorreram ao prêmio seriam dignos de recebê-lo, "mas sem

comerciantes".

Jefferson recebeu a medalha das mãos do empresário Fernando Vieira Raimundo. O comerciante do ano iniciou seu discurso agradecendo o prêmio a Deus, a família – ao pai, "que foi meu professor", à mãe e irmãos – e aos funcionários, "que também são detentores deste mérito". Para Jefferson, o comerciante do ano "é todo aquele que manteve em pé sua empresa, aquele que encolheu, o que fechou seu negócio e todos os trabalhadores que administram seus parcos rendimentos".

A homenagem, segundo Jefferson, aumenta sua responsabilidade. "Agora mais que nunca temos que continuar o desenvolvimento de nossa empresa, gerando cada vez mais empregos", disse. No final do discurso, o empresário afirmou que é preciso ter ousadia para atingir os objetivos almejados. "Posso morrer pela tentativa, mas nunca pela omissão".



**A mesa principal foi formada por empresários e políticos**

dúvida o mérito ficou com o comerciante que mais se destacou este ano".

O presidente do Sincomm, Luiz Julio Bertin, afirmou que Jefferson Nogaroli é um exemplo típico do empresário que não se resigna diante de situações desfavoráveis.

"Ele consolidou-se em um mercado altamente competitivo, e através dele o Sincomm homenageia todos os



## – MICROZON

R Guararapes, 1235 – fone: 26-1388  
Ind. e com. de aparelhos eletrônicos.

## – ESTACIONAMENTO SÃO JOSÉ

Av. Brasil, 1887 – fone: 22-1869

Corretora e estacionamento de veículos

## – ORNELLAS MODA MASCULINA

Av. Herval, 26 – fone: 23-3035

Com. varejista de confecções masculinas

## – DECORAÇÕES CARRILHO

R Joaquim Nabuco, 664 – fone: 25-2689

Prestação de serviços na colocação de forro

## – ESCRITÓRIO RAMPAZZO

R Néo Alves Martins, 2762 –

fone: 26-5577

Escritório de contabilidade

## – R M CONSULTORIA E

MARKETING

Av Brasil, 3772 – fone: 22-6522

Consultoria e Assessoria Empresarial

## – PANIFICADORA E MERCEARIA

ELIANE MAICON

Av das Grevileas, 30 – fone: 28-4342

## – ÁGUA INFORMÁTICA

Av Cerro Azul, 924 – fone: 26-5633

## – LOJAS MARISSOL

Av Brasil, 3123 – fone: 26-3436

Comércio de tecidos e confecções

## – REATIVA MALHAS

R Basílio Saltchuk, 243 – fone: 26-4082

Com. atacadista e varejista de tecidos e malhas

## – D H L

Av Colombo, 5398 – fone: 23-5354

Com. e distribuidora de auto peças

## – ATO 4 PROMOÇÕES e MARKETING

Av Prudente de Moraes, 260 –

fone: 26-2331

## – POSTO UNIDO

Av Brasil, 7442 – fone: 24-2021

## – NUTRINELLA

Av XV de Novembro, 1041 –

fone: 26-1606

Restaurante

## – FARMÁCIA PLANALTO

Av Kakogawa, 942 – fone: 28-3438

## – TRUMP REPRESENTAÇÕES

R Nilo Peçanha, 315 – fone: 24-9267

## – MIMI BIJOUTERIAS

Av Brasil, 3600 – fone: 22-2164

## – BOMBAS DIESEL MARINGÁ

Av Colombo, 4881 – fone: 24-7464

## – WVR

Av Pedro Taques, 1612 – fone: 23-2786

Representações comerciais

## – AUTO ELETRICA GONDO

Av Prudente de Moraes, 30 –

fone: 23-0985

## – GARRA INFORMÁTICA

Pça Regente Feijó, 134 – fone: 23-5174

## – FRUJAL

R Martin Afonso, 1335 – fone: 25-1822

Com. atacadista de hortifrutigrangeiros

## – ALLTOURS

R Néo Alves Martins, 2303 –

fone: 23-5193

Agência de Viagens e Turismo

## – COTEL

Av das Indústrias, 550 – fone: 28-5225

Prest. serviços na área elétrica

## – MÓVEIS NOVA ITÁLIA

Rua 41.104 nº 51 – fone: 24-5547

Ind. e com. de móveis

## Agenda da Diretoria

### DIA 22.06.93 – 10:30 horas

Agentes da TAM são recebidos por Massao Tsukada

### DIA 23.06.93 – 10:30 horas

Diretor da Golden Cross é recebido por Massao Tsukada. Às 18:30, reunião com Sindicato da Indústria do Vestuário – Massao e Fernando Ferraz.

### DIA 24.06.93 – 11:00 horas

Massao recebe Joilson Dias, economista e consultor internacional. Às 09:00 horas, Massao, Sabas Martins e Pedro Granado participam do Encontro de Habitação. Às 12:30 horas, Fernando Vieira almoça com diretoria da Golden Cross.

### DIA 25.06.93 – 20:00 horas

A diretoria participa da eleição do Comerciante do Ano.

### DIA 26.06.93 – 08:30

Massao Tsukada participa de reunião da Facip em Campo Mourão. Às 20:00 horas, Massao, Luiz Carlos Masson e Valdecir de Brito participam do jantar de posse dos

Presidentes e Conselhos dos Rotarys.

### DIA 29.06.93 – 10:30 horas

Massao Tsukada, Eurico Ikuta, Jefferson Nogaroli e Carlos Ajita recebem gerente do Banco do Brasil – agência de Tóquio.

### DIA 30.06.93 – 11:30 horas

Massao Tsukada e Fernando Ferraz participam do lançamento da Pedra Fundamental da Vest Sul. Às 15:30 horas a diretoria se reuniu com o prefeito municipal. Às 17:30, diretores da VASP visitaram a ACIM e às 19:00 horas, Massao Tsukada, e Maria Alice Pinatti foram à inauguração da Paula Papéis.

### DIA 03.07.93 – 18:30 horas

Massao Tsukada vai à inauguração das novas instalações da Junta Comercial do Paraná.

### DIA 08.07.93 – 9:30 horas

Diretoria da Associação Comercial de Goioerê visita a ACIM. Às 10:00 horas Massao Tsukada, Jefferson Nogaroli e Fernando Vieira recebem Paulo Roberto Pereira de Souza e diretor da TV Cultura.

Às 20:00 horas, Sabas Martins Fernandes foi a posse da diretoria/Secovi-Pr.

### DIA 09.07.93 – 09:00 horas

Massao Tsukada foi à reunião da Micro Região 9

### DIA 13.07.93 – 19:30 horas

Diretoria participou de palestra sobre terceirização.

### DIA 15.07.93 – 13:00 horas

Diretoria participou de almoço com imprensa de Curitiba. Às 20:00 horas, coquetel de lançamento da Feipar 93.

### DIA 15.07.93 – 8:30 horas

Reunião do Cexpar, com Massao Tsukada, Jefferson, João Noma, Walter Pedro, Gilson Barbiero e Milton Morita. Às 16:00 horas, Massao Tsukada e Valdecir de Brito receberam Décio Sperandio. Às 20 horas, Noemi Seravalli participou da Formação do Comitê da Cidadania.

### DIA 16.07.93 – 10:00 horas

Massao, Jefferson, Fernando Henriques e Fernando Ferraz visitam a Receita Federal. Às 20:00 horas, a diretoria participou do Jantar do Comerciante do Ano.

# Novas empresas no SPC

*O Regulamento Nacional dos Serviços de Proteção ao Crédito é alterado e passa a atender uma antiga reivindicação dos operadores do Sistema*

Desde primeiro de julho as empresas prestadoras de serviços de todo o país podem se filiar ao SPC - Serviço de Proteção ao Crédito. A medida foi aprovada no 44º Seminário Nacional dos SPCs, realizado em maio deste ano no Rio de Janeiro. "Finalmente poderemos ampliar a base de empresas que se beneficiam do sistema", afirma Zenaide Machado, chefe do SPC da Associação Comercial e Industrial de Maringá.



**Eurico: "Várias questões ainda serão definidas"**

Zenaide Machado é chefe do SPC de Maringá há 17 anos e diz que a filiação dos prestadores de serviços é uma reivindicação antiga. "Foram necessários muitos debates e muita argumentação para convencer a maioria dos operadores do sistema sobre a importância desta abertura", declara. Ela acredita que além de aumentar o número de associados, a medida vai servir para fortalecer o meio empresarial como um todo.

Com a alteração poderão ser admitidos nos SPCs, academias de ginástica, consórcios, escolas e cursinhos pré-vestibulares particulares, farmácias, fundações e empresas públicas, hospitais, hotéis, motéis, imobiliárias, locadoras de vídeo, oficinas mecânicas e eletro-eletrônicas, postos de gasolina e profissionais liberais.

**GARANTIA:** Segundo o diretor para Assuntos Cadastrais da ACIM, Eurico Ikuta, a alteração no Regulamento Nacional dos SPCs cria um dispositivo de cobrança legal para quem está inadimplente com este segmento empresarial. Ikuta adianta que a ACIM está estudando a melhor forma de incluir os prestadores de serviços no quadro associativo do SPC de Maringá.

Em primeiro lugar, a Associação Comercial e Industrial terá que trocar o

computador que armazena os dados do sistema. O equipamento está tecnologicamente ultrapassado e não permite a inclusão de um número considerado de novos associados. Hoje são cerca de 800 usuários. A previsão é de que o quadro amplie entre 10 e 15 por cento. Um número acima da capacidade de processamento do atual computador da ACIM.

O diretor para Assuntos Cadastrais quer definir também quais os setores da prestação de serviços que o SPC de Maringá vai acatar como associado. "A alteração deixa claro que as empresas "podem" ingressar no quadro associativo. Em muitos casos a inclusão acaba sendo inviável por problemas técnicos, por exemplo. Por isso só vamos iniciar uma campanha de novos sócios após definirmos todas as questões que envolvem a nova realidade".

**ALERTA:** Entre as preocupações do diretor estão os cuidados que devem ser adotados antes das empresas registrarem os débitos no SPC. Para evitar problemas futuros, Eurico Ikuta solicitou ao assessor jurídico da ACIM, Carlos Roberto Previdelli, um estudo sobre a melhor maneira para se processar o registro. Previdelli recomenda que as empresas tenham à disposição duplicatas, notas promissórias, cheques ou con-

tratos que comprovem a dívida.

Sem a prova material do débito, o SPC fica impossibilitado de incluir o registro no Banco de Dados. O assessor jurídico alerta os empresários sobre a necessidade de se cumprir as determinações do Código de Defesa do Consumidor, "que devem ser integralmente atendidas". Ele comenta ainda que embora a medida esteja em vigor, não é preciso ter pressa para iniciar o cadastro das prestadoras de serviços.

**A BOA IMAGEM  
DE SUA EMPRESA  
NECESSITA DE  
PROFISSIONAIS  
COMPETENTES**



- ADESIVOS
- ETIQUETAS AUTO ADESIVAS
- RÓTULOS AUTO ADESIVOS
- BONÉS
- CARTEIRAS E PASTAS PLÁSTICAS
- FOLHINHAS
- BRINDES EM GERAL

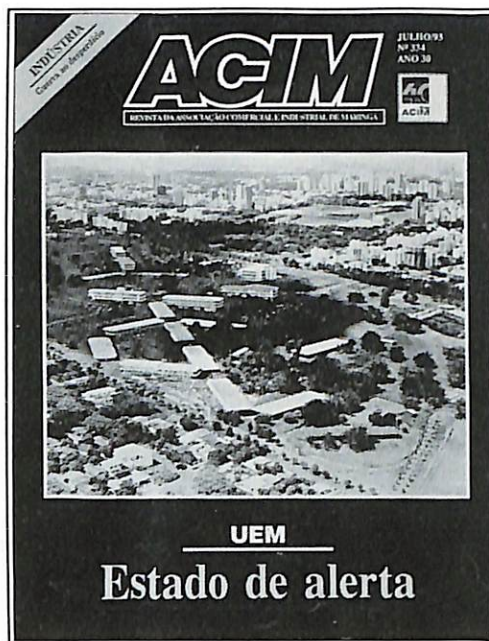
**RUA SANTOS DUMONT, 719  
FONE (0442) 23-4187  
MARINGÁ - PR**

# Matéria gera discussão

A queda nos investimentos em ensino e a conseqüente evasão de professores da UEM foram temas de capa da última edição da Revista ACIM. A matéria não deixou de apontar alguns projetos de pesquisa e extensão que a universidade mantém. O Raio-X do ensino superior, se não mostrou um quadro positivo, ao menos gerou muita discussão.

O reitor Décio Sperandio considerou a matéria "negativa" do ponto de vista da instituição. Já o presidente da ACIM, Massao Tsukada, concordou com a abordagem do assunto. "A crise da universidade vem se arrastando há vários anos e precisamos tomar uma posição para colocar a entidade no caminho certo", diz. Vários veículos de comunicação repercutiram a matéria em seus noticiários.

Coincidentemente a matéria precedeu um momento em que acontece a união de lideranças das comunidades universitária e empresarial para criar a



A crise na UEM foi tema de matéria de capa da Revista

Associação de Amigos e Ex-Alunos da UEM.

Durante a primeira reunião para criar a associação, o reitor reconheceu que a UEM passa por "uma situação difícil, o que não é privilégio dela". Esta foi uma das conclusões da Revista ACIM. O reitor disse ainda que as lideranças de Maringá deveriam se unir para buscar soluções.

Essa união da comunidade é outra conclusão da Revista. O texto da matéria sugere que a mobilização em defesa da universidade pública deveria ser "uma luta não só interna, mas de associações, sindicatos, políticos, enfim, de toda a sociedade".

Essa luta parece começar com a criação desta Associação, que congrega lideranças da ACIM, Cocamar, Rotary e membros da comunidade universitária. "São pessoas que emprestarão seu nome e prestígio para obtermos apoio e partirmos para o desenvolvimento da UEM", conclui o professor Jacó Gimenes.

## ALVORADA

# ACIM inaugura agência

Foi inaugurada no dia dois deste mês a primeira agência da Associação Comercial e Industrial de Maringá em um bairro da cidade. A agência fica no Jardim Alvorada, região norte. Agora, os comerciantes do bairro, que conta com uma população de 60 mil habitantes, não precisarão mais se deslocar até o centro para utilizar serviços como fotocópia, fax e SPC.

Devido à importância do bairro, a Paraná Assistência Médica - PAM - também montou uma agência no local. A PAM mantém convênio com a ACIM, beneficiando grande parte dos associados da entidade. Para marcar a inauguração a diretoria da ACIM realizou sua primeira reunião do mês no Alvorada.

Após a reunião, houve uma



A agência fica na avenida Pedro Taques, próximo à Praça Farroupilha

confraternização entre diretores da ACIM e lideranças do bairro. O presidente da Associação, Massao Tsukada, disse que a próxima diretoria da entidade deverá contar com um diretor para tratar

mais especificamente dos assuntos pertinentes ao Alvorada.

"Esse diretor, inclusive, deve ser baseado no próprio bairro, representando os comerciantes locais na diretoria da entidade", frisa Massao Tsukada. A diretoria para assuntos do Jardim Alvorada terá como objetivo principal o desenvolvimento do comércio da região norte.

A agência da ACIM no Jardim Alvorada fica na avenida Pedro Taques, 2.527, próximo à Praça Farroupilha. A iniciativa da Associação atende um sonho antigo dos comerciantes locais. "A inauguração desta

agência se deve à intensa atividade comercial que existe neste bairro, que é uma verdadeira cidade dentro de Maringá", explica o presidente da ACIM.

### PROPAGANDA

**Desenhista de Modas**

Período: 25.08 a 07.10

Horário: 19 às 22 horas

**Arte de Bem Fotografar**

Período: 26.08 a 03.09

Horário: 19h30min às 22 horas

**Desenho Artístico**

com Técnicas Mistas

Período: 31.08 a 21.09

Horário: 19 às 22 horas

**Relações Interpessoais**

e Postura Profissional

Período: 18.08 a 26.08

Horário: 19 às 22 horas

**Etiqueta Social**

e Profissional

Período: 23.08 a 27.08

Horário: 19 às 22 horas

**Técnica Vocal**

Período: 30.08 a 09.09

Horário: 19 às 22 horas

### HIGIENE E BELEZA

**Manicuro/Depilador**

Período: 30.08 a 29.10

Horário: 13 às 19 horas

**Maquiagem Pessoal**

Período: 30.08 a 03.09

Horário: 19 às 22 horas

**Atualização**

para Cabeleireiros

Período: Turmas Contínuas

Horário: Tarde ou Noite

### ESCRITÓRIO

**Atualização para**

Secretárias e Recepcionistas

Período: 16.08 a 29.10

Horário: 19 às 22 horas

**Reciclagem em**

Matemática Básica

Período: 18.08 a 01.09

Horário: 19 às 22 horas

**Prática de Escritório**

Período: 23.08 a 10.11

Horário: 13h30min às 17h30min

**Datilografia para Competência**

Período: Turmas Contínuas

Horário: Manhã, Tarde ou Noite

### Aperfeiçoamento Datilografia

• MÁQUINA MECÂNICA

• MÁQUINA ELÉTRICA

• MÁQUINA ELETRÔNICA

Período: Turmas Contínuas

Horário: Manhã, Tarde ou Noite

### VENDA

**Novos Métodos de**

**Abordagem para Venda Interna**

Período: 16.08 a 20.08

Horário: 19h30min às 22h30min

**Encontro Regional de**

**Vendedores**

Período: 30.08 a 01.09

Horário: 19h30min às 22h30min

### HOTELARIA

**Aperfeiçoamento para**

• COZINHEIRO

• GARÇOM

Período: Turmas Contínuas

Horário: 09 às 17 horas

**Aperfeiçoamento para Confeiteiro**

Período: Turmas Contínuas

Horário: 08 às 17 horas

**Aperfeiçoamento para Lancheiro**

Período: Turmas Contínuas

Horário: 14 às 21 horas

### SAÚDE

**Técnica de Aplicação de injeção**

**e Diluição de Medicamentos**

Período: 24.08 a 08.09

Horário: 19 às 22 horas

### INFORMÁTICA

**Wordstar**

Período: 16.08 a 31.08

Horário: 12 às 14 horas

**Introdução à Microinformática**

Período: 18.08 a 30.09

Horário: 08 às 10 horas

**INFORMAÇÕES E INSCRIÇÕES**

Centro de Desenvolvimento Profissional

Av. Colombo, 3875

Caixa Postal 1485

Fone (0442) 24 5765

CEP 87030-120

Maringá-Paraná

### Terceirização

Data: dia 13.08

**Marketing Internacional:**

**Oportunidades – UEM**

Data: 16 e 17.08

**Projeto para**

**Exportação/Importação**

Data: dias 23 e 24.08

**Como Implantar Controles**

**Financeiros Básicos**

Data: 26 a 28/08

**Programa Sebrae de Qualidade**

**Total p/ MPE'S – Confecções**

Data: 03.09

**A importância da Comunicação/**

**Tato no Relacionamento**

Data: 21.09

**Inscrições no Balcão do SEBRAE**

Av. Brasil, 3080 – 3º Andar

Fone: (0442) 22-3474 – Maringá – PR



## COBRAPAR

- COBRANÇAS
- SERVIÇOS
- ASSESSORIA JURÍDICA

**14 ANOS  
EM MARINGÁ**

**WALDIR FRARES**

– Advogado –

MARINGÁ – FONE: (0442) 26-5114

LONDRINA – FONE: (0432) 23-1838

**A ÚNICA EMPRESA QUE  
DÁ A GARANTIA REAL  
AO SEU CRÉDITO**

FILIADA AO GRUPO UNIDOS – RJ

# Solução

A Cia de Software firma parcerias p  
do sistema nas gráfica



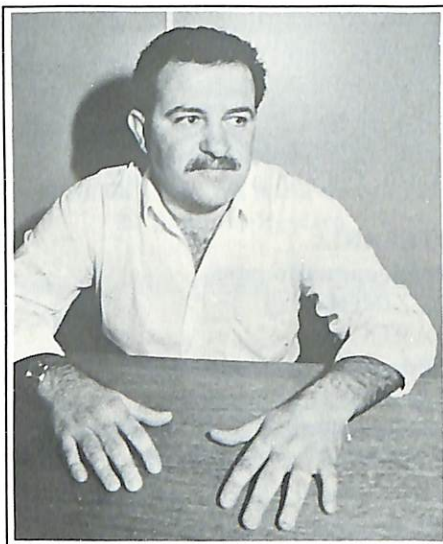
O Ciagraf também foi implantado na Assegraf

## Novas Propostas

A Assegraf – Associação dos Empresários da Indústria Gráfica de Maringá e Região – foi criada há seis anos. Neste período, a entidade procurou unir o empresariado e buscar novas tecnologias para tornar o segmento mais competitivo.

Depois de cooperar para a evolução da indústria gráfica da região, um dos planos da atual diretoria é transformar a Assegraf em Sindicato. O processo já foi protocolado no Ministério do Trabalho e a carta sindical deve ser emitida até o final do ano.

Segundo o presidente da Associação, Sérgio Dallálio, o sindicato vai abranger uma região com 110 municípios. Para possibilitar um perfeito entrosamento entre os empresários e a entidade serão criadas delegacias regionais em Campo Mourão, Cianorte, Umuarama e Apucarana.



Sérgio, da Assegraf: “A atuação do Sindicato será regionalizada”

Com o sindicato, os empresários do setor esperam ter maior poder de negociação com entidades como o Senai e Fiep, para conseguir a instalação de cursos profissionalizantes e a promoção de palestras e seminários dirigidos à indústria gráfica.



Os sistemas vêm dentro de estojos d

Um programa desenvolvido exclusivamente para a indústria gráfica esta revolucionando as técnicas gerenciais das empresas do setor. O Ciagraf existe há cinco anos e já foi implantado em mais de 200 gráficas em todo o país. Entre as empresas que utilizam o sistema estão a Pirelli, Banco Francês-Brasileiro, e a Editora FTD – a maior impressora de livros didáticos do Brasil.

Em Maringá, o Ciagraf foi implantado nas gráficas Boaventura, Coopergraf, Grafmar, Ideal e Regente, e na Assegraf – Associação dos Empresários da Indústria Gráfica de Maringá e Região. “Ele é um sistema de estratégia administrativo-comercial. O programa transforma o dono da gráfica em empresário do setor”, garante Rui Leopoldo Souza, da Cia Software, de Blumenau, Santa Catarina.



Rui Leopoldo: “O Ciagraf já foi instalado em mais de 200 gráficas”

**CIAGRAF**<sup>®</sup>  
**CIACUSTO**<sup>®</sup>  
**CIAFIN**<sup>®</sup>  
**CIAMED**<sup>®</sup>  
Software Brasileiro  
Registrado no INPI

Produtos da



Rua Amadeu Luz, 100 – Sala 303 – Centro  
Telefax (0473) 26-0959 e 22-9543  
Suporte (0473) 23-3051  
89010-160 – BLUMENAU – SC  
Representante em Maringá:  
JS INFORMÁTICA – Fone (0442) 26-5095

GRAF

# Definitiva

para instalar a versão mais avançada  
de Maringá e Região

Divulgação



em lata, com documentação completa

Foi a Cia Software que desenvolveu o sistema. As principais características do Ciagraf são o acompanhamento das vendas, da produtividade, controle de estoque e faturamento da gráfica. Ele vem acompanhado de outros dois sistemas, que apesar de serem independentes, se complementam. "O sistema de custo e o sistema financeiro foram adaptados para a indústria gráfica, mas são compatíveis com qualquer tipo de atividade", diz Rui Leopoldo.

Para viabilizar o projeto de informatização das gráficas de Maringá, a Cia de Software firmou parceria com a Assesgraf e a JS Informática, que será a responsável pelo suporte técnico para as empresas da cidade. "Esta parceria tem o objetivo de informatizar todas as gráficas da região", declara Jair Slompo Júnior, da JS Informática.

Outra característica do sistema é que ele vem com documentação completa, em uma embalagem inédita. "Os disquetes e os manuais vêm acondicionados em um estojo de lata", explica Rui Leopoldo. Ele garante que o conjunto de sistemas é a solução definitiva para a indústria gráfica.

Leopoldo adianta que em breve, a Cia de Software vai lançar mais um produto pioneiro no mercado: o Ciamed. O sistema está sendo desenvolvido para ser utilizado em consultórios médicos. A equipe de especialistas que trabalham no projeto têm o apoio de médicos de várias áreas.

Com o Ciamed, os profissionais do setor de saúde vão ter um instrumento a mais de auxílio na elaboração de diagnósticos e tratamentos. Ele vai facilitar também a gestão administrativo-financeira dos consultórios médicos.



"O sistema é completo. Ele acompanha a produção desde o orçamento até o dia do pagamento do serviço. É o melhor que se adaptou às necessidades do setor. Com o Ciagraf, eu planejo melhor minhas atividades.

A partir do pedido, eu tenho como escolher o equipamento ideal para atingir o rendimento e prazo de entrega desejados. E estes fatores são fundamentais para enfrentar a concorrência, onde vai sobreviver quem tiver qualidade e bom atendimento".

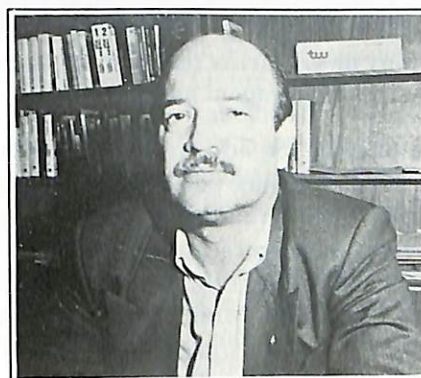
*Luís Aparecido Tel*  
Diretor da Gráfica Regente



"Hoje o processo de produção da indústria gráfica é bastante complexo pela diversidade de matérias-primas, técnicas de impressão e acabamento utilizados. Sem a colaboração da informática é praticamente impossível saber com exatidão os custos de um produto.

Com o Ciagraf, os orçamentos, além de saírem mais rápido, têm uma precisão próxima à perfeição. O sistema proporciona benefícios imediatos, porque eu posso oferecer preços e condições acessíveis ao cliente".

*Shinji Gohara*  
Diretor da Gráfica Boaventura



"Com o Ciagraf você trabalha o mais próximo da realidade. Ele possibilita um controle total da empresa. Temos previsão de custos, o que facilita o equilíbrio financeiro da empresa. Sabendo quanto vou gastar, posso negociar melhor com o cliente.

Sem o Ciagraf estávamos perdendo a competitividade. As fórmulas utilizadas anteriormente fugiam da realidade e estavam ultrapassadas. A nova dinâmica do mercado nos ensina que devemos ter projeções de custos por setor de produção, baseadas em dados concretos".

*Elói Silva*  
Diretor da Coopergraf



"O Ciagraf facilitou o gerenciamento da nossa empresa. Com o sistema ganhamos agilidade e rapidez. Por estarmos em um segmento complexo, composto por muitos itens, havia uma dificuldade em se fazer um levantamento preciso dos custos.

Agora passamos a ter um controle melhor da nossa produção. Diante de um mercado cada vez mais exigente, o sistema vem atender nossas necessidades. Assim podemos oferecer preços e condições mais competitivos aos clientes".

*Amauri Dalálio*  
Diretor da Gráfica Ideal

**LOJAS**  
**Dudony**

# Um presente para Londrina

*A empresa busca novos mercados e se instala em um importante pólo econômico regional do Brasil*

Londrina ganhou um presente no dia nove de julho, com a inauguração da segunda Loja Dudony. A primeira é em Maringá. Com uma área de 1.150 metros quadrados, a filial está localizada na principal região comercial da cidade. O prédio tem três pavimentos, com garagem para 20 carros no subsolo.

Segundo o diretor-presidente da Dudony, Antônio Donisete Busíquia, a expansão da empresa faz parte de um projeto iniciado no ano passado. "Depois de Maringá, Londrina era o mercado que queríamos atuar". Ele confessou que sempre desejou abrir um negócio na cidade. "Mas esperamos o momento certo para poder dar um bom presente para a comunidade".

E a receptividade da população



**A Dudony de Londrina tem três pavimentos, com garagem no subsolo**

não poderia ter sido melhor. Ela pode ser resumida nas palavras do representante do prefeito Luiz Eduardo Cheida na inauguração da loja, o presidente da Companhia de Desenvolvimento, Abílio Medeiros Júnior: "A Dudony veio enriquecer o comércio londrinense".

em todas as iniciativas. "Sem a compreensão e dedicação deles eu dificilmente estaria buscando novos horizontes para nossa empresa". O empresário ressaltou ainda a participação dos funcionários, "que tanto contribuem para o desenvolvimento da Dudony".

Jorge Fregadoli



**O presidente da Codel representou o prefeito de Londrina**

Estiveram presentes à inauguração da Dudony de Londrina empresários, representantes de fornecedores e diretores da Associação Comercial e Industrial de Maringá, onde Donisete Busíquia é vice-presidente para Assuntos do Comércio. "É bom ver os amigos. Isto prova que o nosso trabalho tem dado resultados", disse o empresário.

Donisete agradeceu também a dedicação de sua mulher e filhos, que o apoia



**Empresários, representantes de fornecedores e diretores da ACIM participaram da inauguração**



**Donisete fala ao lado da mulher e dos gerentes da loja de Londrina**

# A valorização do trabalhador

*Anualmente, centenas de operários da indústria brasileira concorrem ao Prêmio Operário Brasil. O Concurso tem versões regionalizadas e a eleição em Maringá acontece no dia 20 deste mês*

No ano passado o funcionário Moysés Victor de Oliveira, do Expresso Nordeste de Campo Mourão, ganhou um prêmio em dinheiro, a medalha "Roberto Simonsen", um diploma, e fez várias viagens a Curitiba e ao Rio de Janeiro. E mais, Moysés tornou-se um ponto de referência em Campo Mourão, sendo requisitado para relatar suas experiências para colegas de outras empresas.

Dezenas de profissionais em todo estado estão tentando este ano seguir o mesmo caminho que Moysés. Eles estão inscritos para concorrer, primeiro, ao título Operário Municipal, que acontece nos municípios onde há unidades do Sesi. Os vencedores partem então para Curitiba, onde disputam o título Operário Paraná. Depois, os vencedores estaduais vão para o Rio de Janeiro, concorrendo ao Operário Brasil 93.

Moysés Victor de Oliveira saiu de Campo Mourão e percorreu o roteiro acima. No Rio, ele perdeu a eleição, mas representou com "muita honra" o estado do Paraná. Como vencedor do prêmio, Moysés já não pode mais participar da Campanha Operário Brasil e agora deixa o caminho para os colegas. Em Maringá, a eleição Operário Municipal está marcada para o dia 20 deste mês. A estadual acontece nos dias 16 e 17 de setembro, e a final, no Rio, está marcada para outubro, sem um dia definido.

A Campanha Operário Brasil é promovida pelo Sesi em colaboração com as Organizações Globo. O objetivo é "premiar industriários com parti-



No dia 20 Maringá conhecerá o Operário Municipal 93

cipação marcante ao longo de suas vidas profissionais". O prêmio visa ainda a valorização do trabalhador da indústria, resgatando a sua participação como agente do desenvolvimento econômico do país, ao lado do empresariado brasileiro.

**MUDANÇA:** A Campanha Operário Brasil – e também as suas edições estaduais e municipais – é uma versão atualizada do Prêmio Operário Padrão, que teve grande repercussão no país principalmente nas décadas de 70 e 80. A mudança aconteceu a partir do ano passado. "A palavra "padrão", do título do prêmio, acabava desmerecendo os demais operários", explica a assistente social do Sesi, Virginia Aparecido Calvo.

Segundo Virginia, a entidade não tem mais a preocupação de premiar apenas o melhor. "Todos os operários têm seus méritos, e o objetivo agora é estimular a participação", diz. Segundo o regulamento, o representante da classe operária não precisa ser necessariamente o melhor, mas aquele "cuja história, capacidade profissional e criatividade, independente do porte ou da natureza da empresa em que trabalha,

dimensiona a importância de todos os trabalhadores brasileiros".

Cada empresa escolhe o operário que concorrerá ao prêmio. O Sesi sugere que seja feita uma eleição direta para a escolha, mas não interfere no processo. O candidato tem que ser brasileiro ou naturalizado. A inscrição na campanha é restrita ao trabalhador da indústria que exerce uma arte ou ofício relacionado direta-

mente com a produção, até os níveis de gerente ou superintendente de produção, mestre-geral, chefe de seção ou similar.

Depois de escolher seu candidato, a empresa envia uma ficha – padronizada pelo Sesi – contendo os dados pessoais do Operário. Essas fichas serão analisadas por uma comissão julgadora formada por representantes de várias entidades da comunidade.

O prêmio municipal é dividido em três categorias: para pequenas – de 1 a 100 funcionários – médias – de 101 a 500 – e grandes empresas – com mais de 500 funcionários. Cada empresa envia o nome de apenas um candidato ao título. No ano passado, 13 trabalhadores concorreram ao Prêmio Operário Maringá.

O Operário Maringá de 1992 – que representou o município em Curitiba – foi o funcionário da fábrica de óleo da Cocamar, Claudio Pedro de Moraes. Além dele, outros quatro candidatos da região de abrangência do Sesi de Maringá – de Engenheiro Beltrão, Cianorte, Jussara e Mandaguari – também foram à Curitiba concorrer ao prêmio estadual.

# Uma iniciativa arrojada

*A união de várias entidades viabilizou a transformação da Feimar em Feira de Integração do Paraná, um evento de 150 mil dólares*

É provável que em toda história de Maringá um evento nunca tenha angariado tanto apoio e gerado tanta expectativa como a Feipar 93 – Feira de Integração do Paraná. “Foi um movimento que começou de baixo para cima”, comenta o 2º vice-presidente da ACIM, Jefferson Nogaroli. Com

orçamento estimado em 150 mil dólares, a Feipar pretende ser uma prévia de uma possível Feira Internacional do Paraná, em 1994.

O envolvimento de empresários e entidades em torno da Feipar é grande. Estão participando diretamente da organização representantes da ACIM –

promotora – Fiep, Cocamar, UEM, Sebrae-Pr e Prefeitura Municipal. Vários bancos, empresas do ramo hoteleiro e de transportes já estão apoiando o evento.

Além de ser uma feira do comércio e da indústria, a Feipar congregará vários eventos paralelos. Ela acontecerá entre os dias 14 e 18 de setembro no Pavilhão Internacional de Exposições. Um dia antes da abertura acontecerá no município a escolha da empresa vencedora do IX Prêmio Destaque Indústria do Paraná, promovido pela Fiep, e todos os concorrentes exporão seus produtos durante a Feipar.

Simultaneamente com a Feipar e o Destaque Indústria, acontecerão ainda a I Ferumar e a I Feira de Oportunidades de Maringá. A Ferumar é uma promoção da UEM. O objetivo é estabelecer contato entre empresas e a universidade para colocação de acadêmicos de todas as áreas no mercado de trabalho através de estágio.

A Feira de Oportunidades é promovida pela Cocamar, que apresentará aos industriais da região, os insumos que a cooperativa utiliza em larga escala, tanto na produção agrícola como no procedimento industrial. O objetivo da feira é mostrar aos empresários a oportunidade de se produzir na região insumos que a cooperativa adquire em outros locais.

**PROFISSIONALIZAÇÃO:** A Feipar substitui a Feimar – Feira da Indústria de Maringá – no calendário de eventos da ACIM. A Feimar era promovida pela entidade através do Conselho da Mulher Empresária e Diretoria de Eventos e Promoções. Com o sucesso obtido pela feira – só no ano passado foram 130 expositores – a ACIM decidiu, em conjunto com outras entidades regionalizar o evento.

Para alcançar o objetivo de fazer



A mesa foi formada por representantes das entidades promotoras

## Maringá dá o exemplo

A Feipar 93 foi lançada no dia 14 de julho durante coquetel para a imprensa no Hotel Deville e no dia 28, em novo coquetel, no Clube Olímpico, desta vez para empresários. Além de jornalistas da região de Maringá e da capital, participaram dos coquetéis representantes da Prefeitura Municipal, UEM, Fiep, Cocamar, Sebrae-Pr e empresários.

O diretor-superintendente do Sebrae-Pr, Helio Cadore, aplaudiu o clima de união que resultou na parceria de várias entidades na promoção da

Feipar 93. “Quando muitos falam em crise, Maringá prefere apostar no pensamento de que o futuro não é obra do acaso. Ele é ação ou omissão das pessoas. Hoje com muita paixão, Maringá aposta em um futuro melhor”, comentou Cadore.

Além de Cadore, participaram da mesa principal durante o lançamento, no dia 14, o delegado regional da Fiep, Amorim Moleirinho, o secretário municipal, José dos Santos Ribeiro, o diretor da ACIM, Fernando Vieira Raimundo, a diretora do Departamento de Administração da UEM, Rosa Izelli, o assessor de comunicação da Cocamar, Rogério Recco, a presidente do Conselho da Mulher Empresária da ACIM, Maria Alice Pinatti e o presidente da entidade, Massao Tsukada.

uma feira que atraia e atenda a expectativa de expositores e visitantes de vários estados do sul do Brasil e até de países do Mercosul, a ACIM decidiu profissionalizar a organização do evento. Foram contratadas diversas empresas, que ficaram responsáveis pela montagem dos estandes, divulgação, comercialização e realização de eventos paralelos como shows e palestras.

Com o objetivo de dar mais transparência à escolha das empresas prestadoras de serviços, a comissão organizadora avaliou propostas de vários interessados na participação do evento. No caso das agências de publicidade foi realizado até um concurso para escolher aquela que ficaria responsável pela criação de uma logomarca, slogan, cartazes, folder e material para inserção de publicidade em rádio, jornal e televisão.

A vencedora do concurso foi a Poppi & Borges Propaganda. A organização da Feipar ficou por conta da Ato 4 Promoção e Marketing. A empresa é a responsável desde a limpeza e segurança da feira, até a contratação de recepcionistas, cerimonial e lançamento do evento em Maringá e outros municípios.

A encarregada de montar os estandes da Feipar é a Chociay Arquitetura Promocional, de Curitiba. A empresa londrinense Degraus está responsável pela organização de palestras com personalidades de renome nacional. "Precisamos criar opções para que os empresários que vierem para Maringá



1992: Massao Tsukada e Maria Alice abrem a última edição da Feipar

possam aproveitar bem o tempo nos horários de recesso da Feipar", afirma Jefferson Nogaroli.

**EXPECTATIVA:** As lideranças de praticamente todos os setores produtivos de Maringá se envolveram de alguma forma com a realização da Feipar 93. A expectativa entre todos é de que a feira seja um sucesso, proporcionando oportunidades de negócios durante e após o evento, projetando o nome da cidade e da região.

O presidente da Vest Sul, Umberto Carlos Macedo, lembra que desde que

*Feira de Oportunidades – UEM promotora da Feira de Recrutamento Universitário – e Fiep – que realiza o Prêmio Destaque Indústria. Só para a Fiep estão reservados 408 metros quadrados.*

*O diretor de Eventos e Promoções da ACIM, Fernando Vieira Raimundo, está convicto de que todos os estandes serão comercializados. "O envolvimento das entidades que participam da organização nos dá essa certeza", diz. Outras informações sobre a Feipar podem ser obtidas em qualquer escritório do Sebrae-Pr, coordenadorias regionais da Fiep e na ACIM.*

## Os estandes

*Os organizadores da Feipar 93 colocaram à disposição dos expositores 223 módulos básicos para estandes, com 12 metros quadrados cada – três de largura por quatro de profundidade. As grandes e médias empresas pagarão 50 dólares por metro quadrado, enquanto as pequenas e micro pagam 40 dólares – com a possibilidade de obter subsídio do Sebrae-Pr.*

*Devido à realização de eventos paralelos, parte dos estandes está reservada para a Cocamar – que promove a*

sua empresa – a Babyly – pertencida ao Programa Nosso, sendo portanto de fundo de quintal, ele já participava da antiga Feimar. E diz que os resultados eram ótimos. "Com a transformação do evento em Feipar o leque de oportunidades se abre ainda mais e a nossa expectativa é a melhor possível".

O vice-presidente da Fiep, João Noma, lembra que a Feipar terá a participação de empresários brasileiros e até do Mercosul. "Por isso temos a certeza de que a feira será um grande evento proporcionando a realização de muitos negócios", frisa.

O presidente do Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá e região, Miguel Fuentes Salas, afirma que uma feira com o grau de organização e divulgação da Feipar é uma ótima oportunidade para as empresas mostrarem seus produtos para os clientes. "E será boa também para os clientes, que poderão visitar uma infinidade de expositores", complementa.

## NÃO JOGUE NO ESCURO.

Todo o material e a instalação elétrica para construção e manutenção, você encontra, com certeza, na **EXPOLUZ**. Aqui, tanto o atendimento como a mão-de-obra são treinados para oferecer o melhor para você. Faça o melhor negócio.



Av. Brasil, 4.499 – Maringá

Fone: (0442) 62-2127

Fax: 62-1552

**QUE FIQUE BEM CLARO!**

# Transparência na escolha

*A comissão organizadora da Feipar 93 instituiu um concurso para escolher a agência que realizaria a campanha publicitária do evento. A Poppi & Borges foi a vencedora*

Um concurso com eleição no dia 21 de junho escolheu a agência de propaganda que está realizando a campanha de divulgação da Feipar 93. Seis agências participaram do concurso e aquela que apresentou o melhor trabalho, na opinião dos organizadores, foi a Poppi & Borges.

Além da Poppi & Borges, participaram do concurso mais cinco agências de

publicidade. A escolha aconteceu através do voto secreto. A comissão julgadora foi formada por diretores da ACIM e representantes da UEM, Sebrae, Fiep e Prefeitura Municipal.

Os trabalhos apresentados foram considerados "de alto nível" pela comissão julgadora. Somente após a escolha dos vencedores é que a comissão teve acesso aos autores. "Essa estratégia demonstra toda a transparência que temos utilizado nos nossos trabalhos", explica o presidente da ACIM, Massao Tsukada.

**RESPALDO:** "Antes de pensarmos especificamente na criação da campanha, nós procuramos pensar primeiro em um trabalho que saísse do lugar comum, e atingimos nosso objetivo. A campanha está sendo levada através de cartaz, folder e outros materiais aos grandes centros, por isso a comunicação tem que dar o respaldo que o evento merece", explica Mauricio Borges. Ele compõe a dupla de criação da agência vencedora juntamente com Vanderlei Poppi.

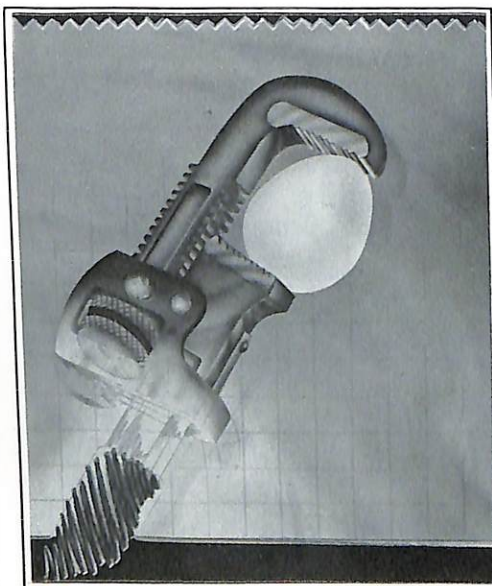
O "eslogan" concebido para a Feipar 93 é "Uma Feira de Idéias e



A equipe da Poppi & Borges: "pequena mas ágil"

Negócios para nossa Indústria". Vanderlei Poppi diz que o "eslogan" foi criado levando-se em consideração que a Feira por si só já é uma nova idéia, pois é a primeira com o objetivo de integração do Paraná, e também devido à realização de vários eventos paralelos.

Na criação da marca, a Poppi & Borges utilizou elementos de criação distintos para caracterizar o logotipo como



rojo de seus trabalhos gráficos e eletrônicos". Juntos, Mauricio e Vanderlei colecionam 12 prêmios estaduais. "Por isso nosso 'eslogan' é primeiro lugar em criatividade", lembram.

A dupla de criação da Poppi & Borges diz que a agência é formada por uma equipe pequena "mas ágil". Vanderlei Poppi acrescenta que eles procuraram "encaixar um especialista em cada setor da agência". Com formação em direção de arte, Poppi está há 22 anos na área de publicidade. Ele passou pela Ecos e Módulo Propaganda, sendo responsável, entre outras, pela criação da campanha da Coamo "20 anos repartindo os bons frutos da nossa terra".

Mauricio Borges formou-se há oito anos em Propaganda e Marketing pela Fundação Alvares Penteado, em São Paulo. Mudou-se imediatamente para Maringá, especializando-se em criação, produção e direção de TV, tendo criado e dirigido comerciais como Suavit, várias produções da Felipe - de dezembro a maio - e Dia dos Namorados do Avenida Center, entre outros. Também tem formação em Direção de Arte e acredita que nada substitui a idéia.

Nori Dias

um todo. Foram usados uma chave inglesa - caracterizando a indústria - e um ovo - que nas antigas civilizações era símbolo da fertilidade e criatividade. Hoje o ovo é lembrado também como a "mais perfeita 'embalagem' criada pela natureza".

**PRÊMIOS:** Criada recentemente - 1º de março deste ano - a Poppi & Borges "vem se destacando pela ousadia e pelo ar-

# Consultoria tira dúvidas

*A parceria de várias entidades viabilizou a criação de uma consultoria em comércio exterior que está iniciando os empresários em atividades de exportação e importação*

Criados em maio deste ano – através de parceria entre o Cexpar, a Associação Comercial e Industrial de Maringá, Sebrae-Pr e Fiep – a Coordenadoria Regional do Cexpar e a Consultoria de Comércio Exterior da ACIM, estão atendendo 150 empresários em média por mês. Os dois órgãos fundiram-se em apenas um, coordenado pelo empresário Jefferson Nogaroli.

Para unificar os dois órgãos, Jefferson foi nomeado coordenador do Cexpar e diretor de Comércio Exterior da ACIM. O atendimento aos empresários é feito na sede da associação pela técnica em comércio exterior Maria do Céu Lopes. Segundo ela, a maioria dos empresários que procuram a assessoria buscam informações sobre os procedimentos para iniciar atividades de exportação e importação.

No caso dos interessados em importar, as dúvidas geralmente giram em torno do cadastro, quais as etapas a serem seguidas, a relação de fabricantes de determinado produto no exterior e os meios para contactá-los. Os candidatos a exportadores devem fazer consulta via fax com a consultoria, especificando o produto, que é classificado de acordo com a TAB – Tarifa Aduaneira do Brasil.

Em seguida, a própria consultoria faz um levantamento sobre empresas que importam os produtos especificados para que possa haver um primeiro contato. “Geralmente os empresários que nos procuram estão iniciando suas



Debate sobre o comércio exterior promovido pelo Cexpar e ACIM

atividades em comércio exterior, por isso precisam de orientação no preenchimento de documentos, onde são emitidos certificados e outros trâmites legais”, diz Maria do Céu.

**CEXPAP:** O Instituto Centro de Comércio Exterior do Paraná – Cexpar – é uma sociedade civil, sem fins lucrativos. Além dos serviços de assessoria aos empresários, o órgão realiza encontros empresariais do Paraná com Embaixadores, Diplomatas e empresários do exterior.

O Cexpar organiza ainda missões comerciais de empresários do Paraná a diversos países e participação em feiras no exterior. Em Maringá, especificamente, estão sendo realizados debates setoriais com especialistas em comércio exterior para tirar eventuais dúvidas dos empresários sobre exportação e importação.

O primeiro debate realizado foi específico para o setor têxtil, com a presença do superintendente do Cexpar no Paraná, Paulo Roberto Lunardon. Entre os assuntos abordados pelo superintendente, estavam quando, o quê,

para quem e como exportar, aspectos operacionais da exportação, embarque de mercadoria e documentação, nota fiscal, como é feito o pagamento da transação e outros itens. **INTERIORIZAÇÃO:** Segundo Paulo Lunardon, o Cexpar está em processo de interiorização. “Foi feita uma experiência piloto em

Londrina quando

ajustamos os pontos positivos e negativos, por isso podemos afirmar que a coordenadoria de Maringá é a primeira nos moldes que queremos”.

Paulo Lunardon diz que a interiorização do Cexpar aproxima os empresários no sentido de obter informações e consultoria no comércio internacional. O superintendente diz ainda que “tudo o que se pensa em relação à comércio exterior, o Cexpar atende”.

Com a abertura do Mercado Comum do Cone Sul, o comércio exterior tem sido manchete nos veículos de comunicação, por isso, empresários que nunca exportaram ou importaram, estão sendo despertados pelo Mercosul. Mas, Paulo Lunardon adverte que o Mercosul não é o único mercado exterior.

“Muitos empresários nos procuram para tentar viabilizar negócios com o Mercosul. Mas se avaliarmos que o produto pode ser comercializado com outro segmento geográfico, então nós sugerimos a mudança nas intenções do empresário”, explica Lunardon.

# O "Comerciante do Ano"

**Jefferson Nogaroli  
recebe título por sua  
visão empresarial e  
atuação comunitária**

No dia 16 de julho o empresário Jefferson Nogaroli recebeu a "Medalha do Mérito Comercial" por ter sido eleito o "Comerciante do Ano". Aos 29 anos de idade, o diretor dos Supermercados São Francisco é o mais jovem homenageado, desde a criação do título em 1980.

Depois de receber a Medalha das mãos do empresário Fernando Vieira Raimundo – homenageado do ano passado – Jefferson dedicou o título à família – ao pai, à mãe e irmãos – e aos funcionários, "que têm contribuído de forma eficiente para o sucesso da nossa empresa".

O "Comerciante do Ano" é uma



*Juntos, os homenageados de 92,  
Fernando Vieira, e de 93,  
Jefferson Nogaroli*

iniciativa do Sincomm – Sindicato do Comércio de Maringá. Anualmente, uma comissão formada por ex-agraçados com a Medalha e por representantes dos órgãos de comunicação da cidade elege o empresário que mais se destacou no setor.

A eleição de Jefferson Nogaroli ocorreu no dia 25 de junho. A expansão dos Supermercados São Francisco e a participação comunitária ativa foram os fatores predominantes para a escolha do empresário como "Comerciante do Ano".

Jefferson Nogaroli já foi presidente da Apras – Associação Paranaense de Supermercados – regional Noroeste. Atualmente é coordenador do Cexpar – Instituto Centro de Comércio Exterior do Paraná, segundo vice-presidente e diretor de Comércio Exterior da Associação Comercial e Industrial de Maringá.

Sua participação nestas entidades é marcada pela busca constante do desenvolvimento econômico regional e pela integração da classe empresarial. No caso da Apras, durante sua gestão, ele conseguiu aumentar o número de associados de 26 para 116. Na ACIM, sua preocupação é fazer com que a região Noroeste do Paraná assuma a sua vocação para o comércio exterior.

## Sempre Amigo!

É muito bom quando alguém que estimamos é reconhecido por seu esforço, sua luta, seu trabalho. Melhor ainda é saber que essa pessoa, muito mais que um cliente, é também um bom amigo e companheiro. É por essas e por outras que nós aqui da **Rio Preto refrigerantes**, desejamos a **Jefferson Nogaroli**, o **Comerciante do Ano**, todo o sucesso e toda felicidade, que só se deseja a um grande amigo. **Parabéns!**

POPPI & BORCHS



# Sempre Coca-Cola!

*Jefferson,*

*Você nos ensinou que  
quando não se acredita  
no impossível, não há  
limites para o homem.*

**Parabéns,  
COMERCIANTE  
DO ANO.**



**ATACADO**

**COMÉRCIO E REPRESENTAÇÃO DE  
GÊNEROS ALIMENTÍCOS 3D LTDA.**

Av. Brasil, 7075 – Fone: (0442) 24-8686  
Maringá-PR

## Vocação Comercial

*No início o  
São Francisco  
era uma loja  
pequena com  
apenas um  
funcionário*

Em maio de 1982 surgia a primeira loja dos Supermercados São Francisco. Cansado de depender das condições climáticas para vender seus sorvetes, Valdir Nogaroli decidiu mudar de atividade. Ele queria abrir uma empresa que, independente do frio ou do calor, tivesse um movimento constante.

Por isto ele optou pelo comércio de produtos de primeira necessidade. O local escolhido para abrigar a nova empresa foi o Parque das Palmeiras, um bairro recém-habitado, na zona Norte de Maringá. "Resolvi apostar no potencial da região e acreditar que



iríamos nos desenvolver no mesmo ritmo de crescimento do bairro", comenta Valdir Nogaroli.

No início, a loja era pequena e tinha apenas um funcionário. A maioria das tarefas era desenvolvida

pelo próprio Valdir e seus três filhos – Jefferson, Jeane e Valdir Júnior, o "Guto". Por ser o mais velho, Jefferson era o que tinha mais obrigações. Seu dia começava antes das cinco horas e só ia terminar depois das onze da noite.

Ele era responsável pela compra de frutas e verduras no Ceasa, pelo serviço de banco e pela entrega à domicílio. "Desde àquela época nossa preocupação era satisfazer as necessidades dos clientes", lembra Jefferson. **PARCEIROS:** Nem o barro nem a



A Loja UM em 1985

# A NÚMERO UM EM CERVEJA PARABENIZA O COMERCIANTE NÚMERO UM!

Jefferson Nogaroli, Comerciante do Ano.



Poppi & Borges

*Ao ser eleito o COMERCIANTE DO ANO,  
você provou que a experiência não é tudo.*

*Mais que isso, é preciso criatividade,  
ousadia e vontade de vencer.*

**Parabéns Jefferson!**



**J. RENTE DA SILVA  
& CIA. LTDA.**

Representações Comerciais

Av. Laguna, 96 – Fone: (0442) 23-3929

Fax: (0442) 23-3378 – Maringá-PR

Representante da:

ESTRELA – IND. DE PAPEL LTDA.

IMPORTADORA DE FRUTAS LA VIOLETERA LTDA.

IND. E COM. DE GEN. ALIM. BOLAMEL

LOCTITE BRASIL LTDA.

MANAP – MANUF. NACIONAL DE PLÁSTICO

MAZZAFERRO MONOFILAMENTOS TÉCNICOS LTDA.

MOINHO DE TRIGO ARAPONGAS LTDA.

PROTISA IND. DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS S.A.

REFINADORA DE ÓLEOS BRASIL LTDA.

SOCÓCO S.A.

WHEATON DO BRASIL S.A.

poeira, que se formavam pela falta de asfalto nas ruas, impediam que a clientela do São Francisco recebesse suas mercadorias. "Em dias de chuva a gente chegava a parar a Perua a 50 metros da casa, e levávamos as compras nas mãos". Segundo Jefferson, estes detalhes criaram uma identidade entre a população da região e o São Francisco.

Quando as benfeitorias começaram a chegar ao bairro, a relação entre os moradores e a empresa se estreitou ainda mais. "Nós enfrentamos as mesmas dificuldades que a população para ter a infra-estrutura básica", diz Jefferson.

Com a chegada do asfalto, a região teve um crescimento significativo, e o São Francisco acompanhou o ritmo. Em 1985, o prédio sofre uma alteração e passa a ter 400 metros quadrados de área de venda. Nesta altura, a empresa já tinha 20 funcionários.

Três anos depois, em 1988, o São Francisco passa por nova modificação e dobra a área de venda. "Novos conjuntos habitacionais surgiram na região e seus moradores começaram a comprar no supermercado", justifica Jefferson Nogaroli.



Valdir Nogaroli apostou no potencial do Parque das Palmeiras

*"Desde àquela época nossa preocupação era satisfazer as necessidades dos clientes"*

Depois de enfrentar tantas dificuldades e lutar ao lado de toda a sua família pelo crescimento da empresa, Jefferson recebe do pai o comando dos negócios. Os outros dois filhos – Jeane e Guto – também assumem cargos de direção.

"A maior parte do que aprendi devo ao meu pai. Ele foi um grande professor", confessa Jefferson. Outra pessoa importante na vida do "Comerciante do Ano" é sua mãe. "Ela é a nossa retaguarda até hoje. Seu apoio é fundamental para a gente".

O empresário também não se esquece do irmão caçula, que nasceu no meio desta caminhada. "Eu espero que ele siga a tradição comercial dos Nogaroli".

*"A maior parte do que aprendi, devo ao meu pai. Ele foi um grande professor"*

# NÃO EXISTE CRISE PARA QUEM ACREDITA NO TRABALHO!

Os parabéns a Jefferson Nogaroli, Comerciante do Ano, que à frente dos Supermercados São Francisco provou que trabalhando duro e sabendo administrar é possível fazer milagres.

Diretoria e Associados da  
**Associação  
Paranaense de  
Supermercados**  
REGIONAL NOROESTE



POPPI & BORGES

Ser o  
**COMERCIANTE  
DO ANO**  
é uma honra que muitos  
almejam e apenas os  
iluminados alcançam.

Parabéns  
Jefferson Nogaroli!



**R. Coimbra S. A.**

COMÉRCIO, IMPORTAÇÃO E REPRESENTAÇÕES

Distribuidor exclusivo e representante dos produtos:

BATAVO – J. B. DUARTE

SANTA BRANCA – LATCO – D'AOSTA  
MARINGÁ-PR

Av. Harry Prochet, 99 – Fone: (0442) 24-3822

CAMPO GRANDE-MS

Av. Cel. Antonino, 654 – Fone: (067) 382-3190

CUIABÁ-MT

Av. Beira Rio, s/n – Bairro Porto – Fone: (065) 322-9709

# Novos Mercados

**Expansão da empresa demonstra o espírito empreendedor do "Comerciante do Ano"**

Depois de assumir o comando dos negócios, Jefferson Nogaroli começou a planejar a expansão da empresa. O objetivo do empresário era abrir uma nova loja, na região central de Maringá. "A Loja UM chegou ao seu limite de expansão. A saída era procurar novos mercados".

Com a mesma determinação dos tempos em que entregava compras no meio do barro, Jefferson buscou um novo prédio para abrigar a Loja Dois. Quando ele encontrou o local, "que não era o ideal", a maioria dos seus



colaboradores o desaconselhou a abrir o novo empreendimento.

"Estávamos em 1991, e a situação econômica era desfavorável. Mas decidi arriscar", lembra o empresário. Assim, quase dez anos depois de abrir a primeira loja no Parque das Palmeiras, a família Nogaroli ampliava seus negócios. "Eram 500 metros quadrados de área de venda e em pouco tempo tivemos que ampliar este espaço".

As palavras de Jefferson demonstram que valeu a pena correr o risco para expandir os negócios da família. Em outubro de 1992, a Loja da Brasil era reinaugurada com o dobro de área de venda. Esta ampliação elevou o número de funcionários para

mais de 200.

Para abastecer as duas lojas, o São Francisco foi obrigado a criar um depósito central e transferir a sede administrativa, até então localizada na Loja do Parque das Palmeiras, para a avenida Morangueira. O prédio com mais de dois mil metros quadrados foi suficiente para abrigar o depósito, o escritório central, e ainda sobrou espaço.

Neste espaço ocioso, Jefferson Nogaroli decidiu abrir o São Francisco Pomar & Horta. "Com esta nova estrutura aumentamos o poder de compra de hortigranjeiros e reduzimos os custos para a empresa", declara o empresário.

O próximo passo de Jefferson Nogaroli é concluir o processo de automação total da empresa previsto para o final de 1994. A automação está sendo implantada paulatinamente, e ao seu final, os Supermercados São Francisco terão leitores óticos de códigos de barra.



*A Loja da Brasil iniciou o projeto de expansão do São Francisco*



*No espaço ocioso nasceu o São Francisco Pomar & Horta*

*A História de Maringá está registrando mais um capítulo importante: "Jefferson Nogaroli, eleito COMERCIANTE DO ANO, com 29 anos". A honra é toda nossa em ter você como amigo.*

**Parabéns!**



**DISTRIBUIDORA DE PRODUTOS ALIMENTÍCIOS**  
Distribuidora dos Produtos  
Chocolates Garoto - Otker  
Adria - Café Iguaçu



**MANUEL CASTANHEIRA & CIA LTDA.**  
Distribuidora dos Produtos  
Tostines - Kid's  
Kellogg's - Doce Mu-Mu



# Administração Profissional



*Jefferson profissionaliza a empresa para atingir a excelência dos serviços*

Quando iniciou o processo de expansão do São Francisco, Jefferson Nogaroli tinha certeza de que o projeto daria certo se ele tivesse um equipe de funcionários competentes ao seu lado. "Eu sabia quais eram os meus objetivos, mas não tinha tempo para um planejamento que possibilitasse atingí-los".

O empresário recorda que em 1991, a empresa tinha 25 funcionários e ele um controle rudimentar dos negócios. "Eu era muito prático. Faltava alguém

que tivesse um pouco mais de conhecimento e experiência teórica para que as idéias e encaixassem".

Foi neste momento que Jefferson

contratou o economista Ênio Verri. "Ele foi a peça-chave para a estruturação funcional da empresa". Com total liberdade, Ênio começou a implantar um processo de gerenciamento profissional dentro do São Francisco.

Vários departamentos foram criados e foram redefinidos os papéis de cada sócio dentro da empresa. Ênio procurou também buscar o que havia de melhor no mercado para comandar cada departamento. Em alguns casos, foram aproveitados os próprios funcionários do São Francisco.

Ênio Verri foi responsável ainda pela elaboração de um programa de qualificação de mão-de-obra. Este programa prevê a realização de cursos, palestras, internas e externas, para funcionários de todos os níveis. "Buscamos constantemente a eficiência, a produtividade, a excelência no serviço", afirma o economista.



*Equipe administrativa do São Francisco:  
Jeane, Ênio, Sônia, Guto, Eni e Jefferson*

**O país será melhor quando a maioria dos empresários pensar e agir como Jefferson Nogaroli. Ele enfrenta os desafios com determinação e certeza de quem acredita em um futuro melhor.**

**Parabéns  
Jefferson!**



Produtos Feijão de Ouro  
Arroz e Feijão Empacotados  
Av. Das Torres, 936

Fone: (0442) 24-3533 - Fax: (0442) 25-1757  
Maringá-PR

*O título de  
"Comerciante do Ano"  
é o reconhecimento da  
classe empresarial à  
figura empreendedora de  
Jefferson Nogaroli.  
Uma pessoa ousada  
e consciente da responsabilidade  
que o empresário tem para  
com o desenvolvimento da  
comunidade.*



## Vontade de Vencer

Para Jefferson Nogaroli  
ser "Comerciante do Ano"

é reflexo de um  
trabalho de equipe e  
não apenas de uma  
pessoa. Otimista e  
certo de que o Brasil  
tem vocação para ser  
grande, o empresário  
prefere pecar pela  
tentativa do que  
pela omissão

Leia a seguir trechos  
de uma rápida entrevista  
concedida pelo jovem  
empreendedor que aos 29  
anos recebeu a "Medalha  
do Mérito Comercial":

**P** – Como você analisa a  
atual situação da  
economia nacional?  
Jefferson – É um momento



*"Nós temos a obrigação de reverter este ambiente  
desfavorável e criar um estado mental positivo"*

triste, delicado. Infelizmente temos visto muitos empreendedores sendo penalizados por ter vontade de crescer. Isto gera insegurança. Apesar deste quadro, eu acredito que a missão do empresário é gerar novos empreendimentos, riqueza, prosperidade, empregos e justiça social.

**P** – Quer dizer que o  
empresariado não se pode  
deixar abater pela crise...

Jefferson – Nós temos a  
obrigação de reverter este  
ambiente desfavorável e  
criar um estado mental  
positivo. E este papel não é  
apenas do empresariado.  
Toda a sociedade deve se  
envolver neste processo.  
Precisamos encarar de  
frente as dificuldades e fazer  
com que o Brasil assuma a  
sua vocação, que é de ser  
grande.

**P** – Você já foi presidente  
regional da Apras e atual-  
mente é diretor da ACIM. De  
onde vem este espírito de  
participação comunitária?

Jefferson – Este com-  
prometimento com a comu-  
nidade é outra obrigação de

# makro

FORNECEDOR DO  
COMERCIANTE DO ANO.

É com grande orgulho que parabenizamos o senhor Jefferson Nogaroli, diretor dos SUPERMERCADOS SÃO FRANCISCO, eleito "Comerciante do Ano/93", pelo SINCOMM – Sindicato do Comércio de Maringá. Jefferson, como milhares de maringenses sabe tirar proveito do sortimento, qualidade e preços de super atacado do Makro Atacadista. São quase 15 mil itens entre alimentos e não alimentos, dispostos em uma loja ampla, organizada, com horário de funcionamento especial para sempre atender ao comerciante que valoriza a compra profissional. Afinal, só vende bem quem compra bem.

# makro

Passaporte para bons negócios

RODOVIA PR 317 – KM 05 – PARQUE  
INDUSTRIAL II – MARINGÁ-PR

Se a sua empresa ainda não possui o Passaporte Makro como o Jefferson, ligue para 24-2686 ou compareça a recepção de clientes da loja para informações.

PARABÉNS  
JEFFERSON  
NOGAROLI!

A Medalha do  
"Mérito Comercial"  
é um reconhecimento de quem  
crê, cria, ousa e acontece.

# Maringráfica

Av. Carneiro Leão, 662  
Fone: (0442) 24-3676  
Maringá-PR



todos. Nós vivemos em sociedade. Se ela não é o que a gente quer, nós temos o dever de reclamar. Quando as pessoas forem mais participativas, as condições de vida serão melhores.

**P – Você considera o crescimento do São Francisco normal?**

**Jefferson** – De 82 a 91 foi um crescimento rápido, mas dentro dos padrões normais. De 91 a 93 ele foi súbito. O difícil foi conviver com o momento econômico desfavorável. O que colaborou para o nosso sucesso foi a certeza e a determinação de que com vontade tudo é possível.

**P – Quais são seus planos para o futuro?**

**Jefferson** – Teve uma época em que eu pensava em crescer. Hoje eu busco a eficácia dos serviços. Nosso objetivo maior é fechar o ciclo de automação total da empresa. Através dele teremos o controle efetivo dos negócios.

**P – E quanto ao departamento de Comércio Exterior da ACIM?**

**Jefferson** – Este é outro sonho que eu tenho. É ver nossa região que tem um potencial de exportação se preparar para a nova ordem econômica mundial. A região tem todos os recursos naturais necessários para ingressar no mercado externo. E tenho certeza de que os



*“Eu não tenho medo de errar. O erro faz parte do processo de aprendizagem do ser humano”*

empresários do Noroeste do Paraná vão assumir este desafio.

**P – Mas o empresariado ainda tem certas restrições quando o assunto é comércio exterior...**

**Jefferson** – Estas situações ocorrem pela falta de informação. Ao assumir a Coordenadoria do Cexpar, em Maringá, minha proposta inicial foi distimular o assunto. O empresário precisa saber que não existem segredos na importação e na exportação.

**P – Apenas alguns cuidados...**

**Jefferson** – Como em qualquer outra transação financeira ou comercial é preciso tomar certas precauções. Para isto existe o Cexpar. O órgão tem informações necessárias para orientar os empresários que queiram ingressar no mercado internacional.

**P – No dia da entrega da Medalha, você citou uma frase de um autor francês: “Ele não sabia que era impossível, foi lá e fez”. Você se encaixa nesta situação?**

**Jefferson** – Sim. Eu não tenho medo de errar. O erro faz parte do processo de aprendizagem do ser humano. Quando a gente quer uma coisa a gente pode. Como disse Henry Ford: “Se você acha que pode ou se você acha que não pode, de qualquer forma você está certo”.



“A ousadia, a capacidade de aprendizado, e o espírito empreendedor fizeram de Jefferson Nogaroli o “Comerciante do Ano”. Com ritmo próprio, ele se diferencia de outros empresários que se acomodam diante da crise.

O otimismo e a certeza de que o Brasil vai aprender a conviver com sua vocação de ser grande são outras características do Jefferson. Ele traduz tudo o que uma entidade deseja ver no empresariado: ser bem sucedido nos negócios e ter uma participação comunitária ativa”.

**Massao Tsukada**  
Presidente da ACIM – Associação  
Comercial e Industrial de  
Maringá



“O Jefferson foi eleito o “Comerciante do Ano” em um momento oportuno não só para o supermercadistas, como para toda a classe empresarial de Maringá. Com a visão empreendedora que tem, ele prova que em tempos difíceis é possível crescer.

Jefferson é um exemplo a ser seguido. Além de grande empresário, ele participa de atividades em diversos segmentos da comunidade. Mesmo atuando em um ramo dinâmico e exigente como o de supermercados, o empresário encontra tempo para trabalhar em prol do desenvolvimento da cidade”.

**Paulo Uchimura**  
Presidente da Apras – Associação  
Paranaense de Supermercados  
– Regional Noroeste –

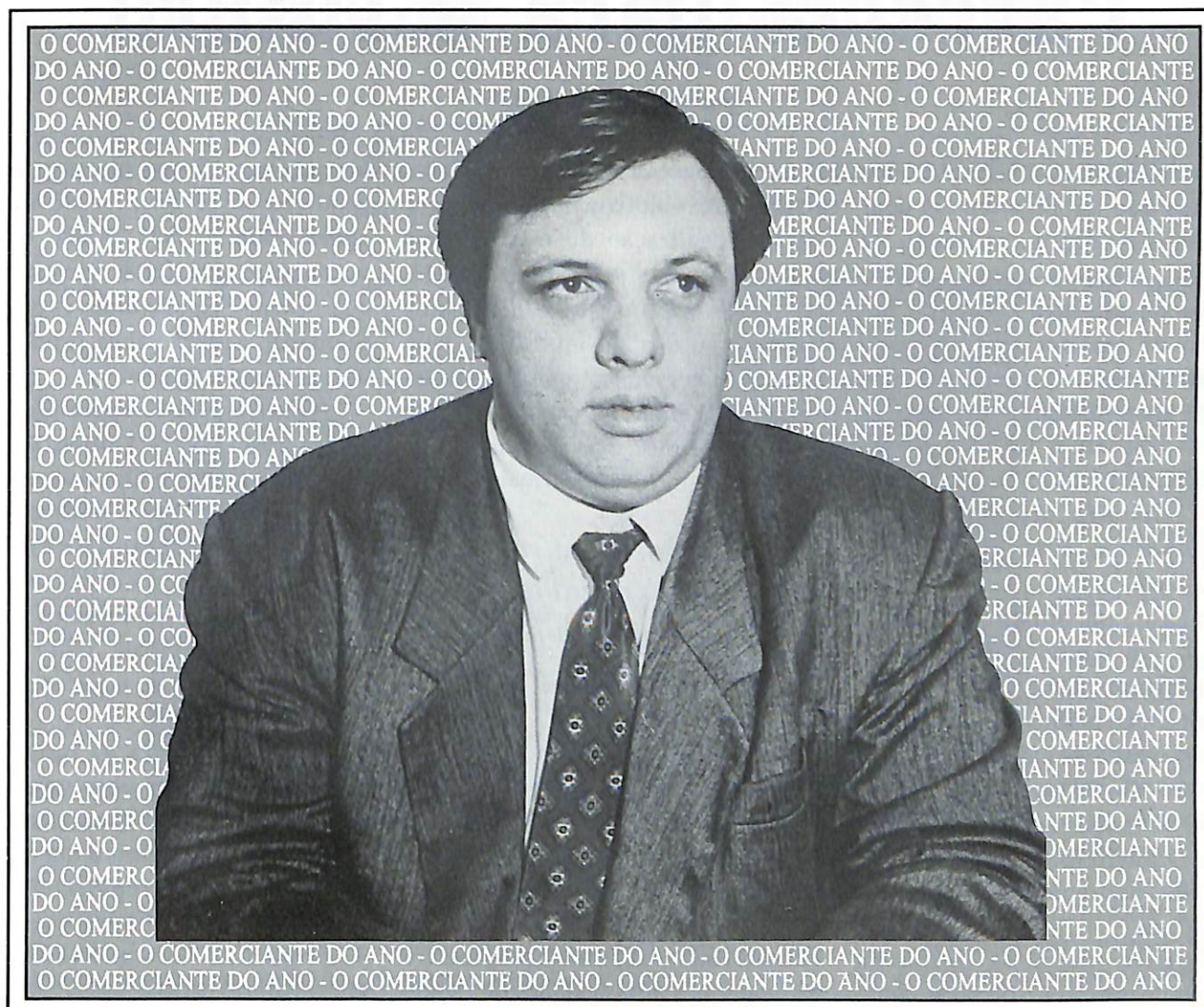


“A decisão da comissão julgadora não poderia ter sido mais justa. O Jefferson Nogaroli é um empresário arrojado, que soube superar as adversidades e se consolidar em um ramo dos mais competitivos, como o de supermercados.

Ele exercita com o devido oportunismo não apenas a competência, mas igualmente a ousadia – atributo dos mais importantes no contexto sócio-econômico atual. Estes fatores aliados a outros, justificam plenamente a escolha de Jefferson Nogaroli como “Comerciante do Ano”.

**Luiz Julio Bertin**  
Presidente do Sincomm  
Sindicato do Comércio  
de Maringá

# Santo de Casa Também Faz Milagre



Em um ano tão cheio de altos e baixos, onde a concorrência, cada vez mais acirrada, não permitia grandes performances, destacou-se uma empresa, onde o impossível é uma constante, milagre demora um pouquinho, mas acontece. Na sua competente administração um homem se sobressai.

Um homem de fibra, o **Comerciante do Ano**.  
**Jefferson Nogaroli e Supermercados São Francisco**,  
a melhor prova de que trabalho sério faz milagres.

**Parabéns Jefferson!**



DISTRIBUIDORA  
**Aritu**  
UMA PARCERIA CONSTANTE

# Parceria para o futuro

por Massao Tsukada

Com a união de várias entidades e empresas que viabilizaram em conjunto com a ACIM a realização da Feipar 93, podemos afirmar que o município de Maringá passa por um momento de amadurecimento e de transição. De amadurecimento por perceber que deixando de lado as vaidades pessoais e fortalecendo o coletivo, poderemos levar Maringá ao desenvolvimento desejado. E de transição porque saímos do pessimismo para o otimismo.

E não é um otimismo inconsequente. É um sentimento agregador, com um surpreendente efeito cascata: cada vez mais pessoas, entidades e empresários estão se envolvendo com a realização da feira. Muitos estão deixando um pouco seus afazeres particulares, participando quase que diariamente das reuniões da comissão organizadora.

Somente quem participa da promoção de um evento do porte como a Feipar sabe avaliar toda a complexidade da organização. Neste ponto, tem sido fundamental a presença das entidades envolvidas no evento. Desde o início, o Sebrae-Pr, UEM, Fiep, Cocamar, Prefeitura Municipal e o Sindicato da Indústria do Vestuário têm participado ativamente do processo.

Desde a elaboração do nome da Feira, a escolha das empresas responsáveis pela divulgação, confecção e vendas dos estandes, promoção de eventos paralelos, enfim, todo o processo de organização vem sendo realizado com transparência e democracia.

Os representantes das entidades participantes têm vez e voz em todas as decisões relacionadas ao evento.

Com esta dedicação e união das entidades, tudo leva a crer que a Feipar

93 será um sucesso e mais um passo em direção ao objetivo maior que é a internacionalização do evento. Uma prova de que o esforço da ACIM, através do Conselho da Mulher Empresária, não foi infrutífero. Pelo contrário, a Feimar, agora transformada em Feipar, realizada durante cinco anos, trouxe ótimos resultados a cada edição. E o resultado mais expres-

*“É hora de deixarmos o bairrismo de lado. Não adianta realizarmos feiras esparsas e sem grande expressão”*

sivo é obtido agora, quando extrapolamos as fronteiras de Maringá.

A regionalização da feira quebra uma conotação bairrista que inconscientemente existia com relação à Feimar. Hoje realizamos o lançamento da Feipar em várias cidades de estado e conquistamos o apoio da mídia até da capital. Esse trabalho é fundamental não só para a afirmação de Maringá como pólo regional, mas para o próprio desenvolvimento da região.

É hora de deixar de lado o bairrismo. Não adianta realizarmos feiras esparsas e sem grande expressão. Várias prefeituras da região já nos contactaram e estão viabilizando sua participação na Feipar. Essa interação é fundamental. Os visitantes que vierem à Maringá não conhecerão apenas empresas e produtos maringenses, mas saberão o que de mais importante se produz em toda a região.

Consciente da importância da Feira, a própria Fiep, em uma atitude inédita, interiorizou o Prêmio e Exposição Destaque Indústria. Com isso, empresas do interior que nunca

participaram do evento por falta de condições de se deslocar até a capital, agora poderão fazê-lo sem ônus. A premiação será feita na véspera da abertura da Feipar e todas as empresas participantes terão seus produtos expostos durante a feira.

Outra parceria importante, que só vem acrescentar à Feipar, é a realização da Feira de Oportunidades da Cocamar. Esta feira é mais uma contribuição da cooperativa para a região. A Cocamar colocará à disposição de todos uma lista dos insumos que ela utiliza em larga escala, tanto na produção agrícola como no processamento industrial.

Com essa mostra, a Cocamar abre aos empresários a oportunidade de produzir e fornecer à cooperativa os insumos que ela utiliza e que hoje adquire em outras regiões. Por fim, teremos durante a Feipar a realização da Ferumar, a Feira de Recrutamento Universitário de Maringá. É a UEM se aproximando cada vez mais da comunidade. Através da Ferumar, a universidade quer estabelecer contatos com as empresas para a futura colocação de acadêmicos em todas as áreas através de programas de estágios.

A Prefeitura também se alinhou com as comunidades empresarial e acadêmica, apoiando a feira. Toda essa parceria prova que Maringá pode interferir no seu futuro, através da perseverança de suas lideranças. Queira Deus que essa união se extrapole para a política e que possamos eleger deputados, senadores e até governadores que possam representar à altura nossa região.

**Massao Tsukada é presidente da Associação Comercial e Industrial de Maringá**

# Tradição e qualidade

*O escritório de contabilidade Bandeirantes tem 19 anos de tradição e qualidade nos serviços. Os investimentos em tecnologia e em recursos humanos são considerados fundamentais para garantir o bom nome da empresa*

Em 1974 o advogado Jorge Ferreira fundou na Avenida Duque de Caxias o escritório de contabilidade Bandeirantes. Há 12 anos a empresa se mudou para a XV de Novembro, onde mantém a tradição do bom atendimento. A filosofia de trabalho prima pela qualidade. Como a concorrência na área é grande em Maringá, o Bandeirantes procura prestar o melhor

serviço, mesmo que para isso tenha que limitar o número de clientes.

O Bandeirantes possui em torno de 110 clientes fixos, muitos deles acompanham a trajetória do escritório desde a sua fundação. A empresa presta serviços de escrita fiscal e contábil, assessoria comercial, declarações física ou jurídica, abertura e fechamento de empresas, alterações de atividade comercial, enfim, tudo que diz respeito à contabilidade.

Sempre acompanhando a evolução tecnológica, o Bandeirantes informatizou seus serviços, facilitando a agilidade nos trabalhos. A mudança de prédio, agora melhor localizado e com maior espaço, também ajuda na eficiência do atendimento. Um dos segredos para o sucesso do escritório é o investimento nos funcionários, garantindo a baixa rotatividade.

Hoje o escritório possui 12 funcionários, vários deles começaram praticamente junto com a empresa na década de 70. É o caso da contadora Maria Pupim. Ela começou a trabalhar



**Bandeirantes: mantendo a tradição do bom atendimento**

há 18 anos no Bandeirantes e, depois de exercer várias funções na empresa, tornou-se sócia de Jorge Ferreira.

“Muitos funcionários entram aqui sem uma especialização. Aí eles vão aprendendo os serviços e alguns acabam conquistando um cargo melhor”, conta Maria Pupim. Segundo ela, vários clientes do próprio escritório já fizeram “propostas mais tentadoras” para contratar funcionários do Bandeirantes.

**BUROCRACIA:** Maria Pupim diz que trabalhar em escritório de contabilidade é uma tarefa dura, principalmente devido à burocracia. “Nós temos que ler os jornais todos os dias para nos mantermos sempre atualizados. As leis mudam demais”, explica ela.

A contadora diz ainda que às vezes tem que ser analista, ouvindo com atenção o desabafo de alguns clientes que não suportam tanta burocracia. “Eles vêm aqui e resolvem seus problemas em 10 minutos, aí passam um bom tempo se lamentando. O Governo é o culpado pelos problemas, mas como é difícil conversar com os homens lá de

cima, eles desabafam por aqui mesmo”, relata.

Segundo Maria Pupim, na época do Governo Sarney a situação era pior que a de hoje pois os salários subiam através de “gatilhos”, e os pacotes eram mais frequentes. Nos últimos meses, com as indefinições da política de reajuste dos salários, a situação está ficando parecida com aquela da era Sarney.

O contador do Bandeirantes, Antonio Dirceu Fava, diz que a grande dificuldade para os escritórios, de um modo geral, é a alta carga tributária. “Com a aprovação do IPMF – o imposto sobre emissão de cheques – subiu para 59 o número de tributos”, lembra. “Cuidar desse volume imenso de tributos é desgastante”, complementa Maria Pupim.

Todo o Controle Geral, estadual, municipal ou federal de tudo o que acontece em uma empresa em um determinado exercício é feito pelo contador. Só isso já garante um bom volume de serviços para o profissional.

**RECESSÃO:** Quanto pior a crise na economia, pior para os escritórios de contabilidade. Dirceu Fava explica que com o fechamento de empresas e a diminuição na abertura de novos negócios, a queda no número de clientes dos escritórios é inevitável. Sem contar que às vezes um funcionário de departamento pessoal demitido de determinada empresa pode até abrir um escritório, transformando-se em um concorrente a mais.

# Momento histórico

por Romeu Chap Chap

Luiz de Sá

Os Fundos de Investimento Imobiliário, após angustiante espera, foram finalmente aprovados e sancionados pela Presidência da República. Tal angústia não era sem fundamento. Afinal, quando em 1992 o mercado imobiliário bateu no fundo do poço, os empresários sabiam que esse instrumento seria a redenção da indústria imobiliária.

Mesmo na euforia que tomou conta do mercado nos primeiros seis meses deste ano, devido ao aumento na comercialização e lançamentos de imóveis e criatividade do setor, a aprovação desse instrumento preservou sua importância. Afinal, embora não possamos considerar a atual performance como bolha de consumo, a necessidade de um mecanismo que garantisse a continuidade da iniciativa, sem dependência do SFH, permanece.

Não que imaginemos que os Fundos possam substituir um SFH operante e vigoroso. O problema é o tempo, que essa indústria e a sociedade não podem mais perder até que sua rearticulação aconteça.

Portanto, desde 1991 envidamos todos os esforços para tornar esse mecanismo uma realidade. Agora, a espera será menor: a Câmara de Valores Imobiliários afirmou que no prazo de 45 dias os Fundos estarão liberados para entrar em operação.

Esse novo instrumento significa para a indústria imobiliária uma nova abordagem para o "funding" de investimentos de longo prazo de maturação. Implica descentralização, menor dependência em relação ao governo federal, e acesso dos empreendedores imobiliários ao mercado de capitais, promovendo saudável parceria entre os investidores – empreendedores, agentes financeiros e público.

Através dessa parceria, podem ser montados Fundos para carrear recur-



sos para enorme variedade de projetos com sólidas garantias aos investidores e com retorno adequado. Teremos uma fonte de recursos independente, exclusivamente destinada à produção de residências, escritórios, shoppings, complexos industriais, hotéis, galpões, hospitais, etc.

É fácil imaginar os efeitos multiplicadores desse instrumento. No que concerne à geração de empregos, está criada a oportunidade de dinamizar o mercado de trabalho. Não apenas para mão-de-obra menos qualificada, mas também a todo universo profissional que é alcançado pela dinâmica desse segmento econômico, de engenheiros, projetistas e arquitetos, até advogados e publicitários, entre outros. Ao extrapolarmos esse universo às indústrias relacionadas à área, verificamos o incremento de inúmeros segmentos, como a indústria moveleira, eletro-eletrônica, além daqueles responsáveis por insumos básicos – vidro, cimento, madeira, material

hidráulico, etc.

O sucesso dos Fundos depende das eficientes parcerias entre produtor, consumidor e agente financeiro. O que era uma triangulação, passa a ser um círculo. Além disso a transparência conferida à operacionalização é a garantia da indispensável credibilidade.

Credibilidade. É esta a palavra mágica que o Brasil precisa urgentemente tirar da cartola e, por fim, jogar a cartola fora.

Nesse momento histórico da indústria imobiliária, temos a chance de começar a seguir vários países da América Latina, que reergueram suas economias e os respectivos mercados internos através de outra palavra mágica: investimentos estrangeiros.

É evidente que os Fundos são o canal para que possamos acelerar a retomada econômica com auxílio do capital externo. Este capital, apesar de interessado, não teve condições de participar do setor imobiliário nacional por força de instruções divorciadas dos princípios de modernidade, mundialmente consagrados.

Acreditamos que poderemos contar com vultuosas injeções de capital estrangeiro na indústria imobiliária. Ou seja, mais produção, mais empregos, mais renda, mais consumo, mais impostos, mais Brasil. Isso sem falar nos Fundos de Pensão e Seguradoras, já preparados para operar com o sistema.

O tempo corre. A angústia diminui. A realidade começa a aparecer. Em breve, esse novo e fenomenal momento estará materializado. Vitória da democracia, da vontade de realizar. Vitória do Brasil.

**Romeu Chap Chap é presidente da FIABCI/ Brasil – Capítulo Bras. da Fed. Intern. das Profissões Imobiliárias**

A marca só  
pega se a  
etiqueta  
é bem  
feita.



 **GRÁFICA  
BOAVENTURA**  
TELEFAX: (0442) 26.5601

**única**  
PROPAGANDA

Confeccione sua etiqueta promocional

---

# 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**

3 de Julho  
dia internacional  
do Cooperativismo



# Ajudando a Manter a Boa Imagem do Cooperativismo

POPPI  BORGES  
PROPAGANDA

 G R A F I C A  
**BOAVENTURA**