

ALVORADA
AGÊNCIA COMPLETA 1 ANO

ACIM

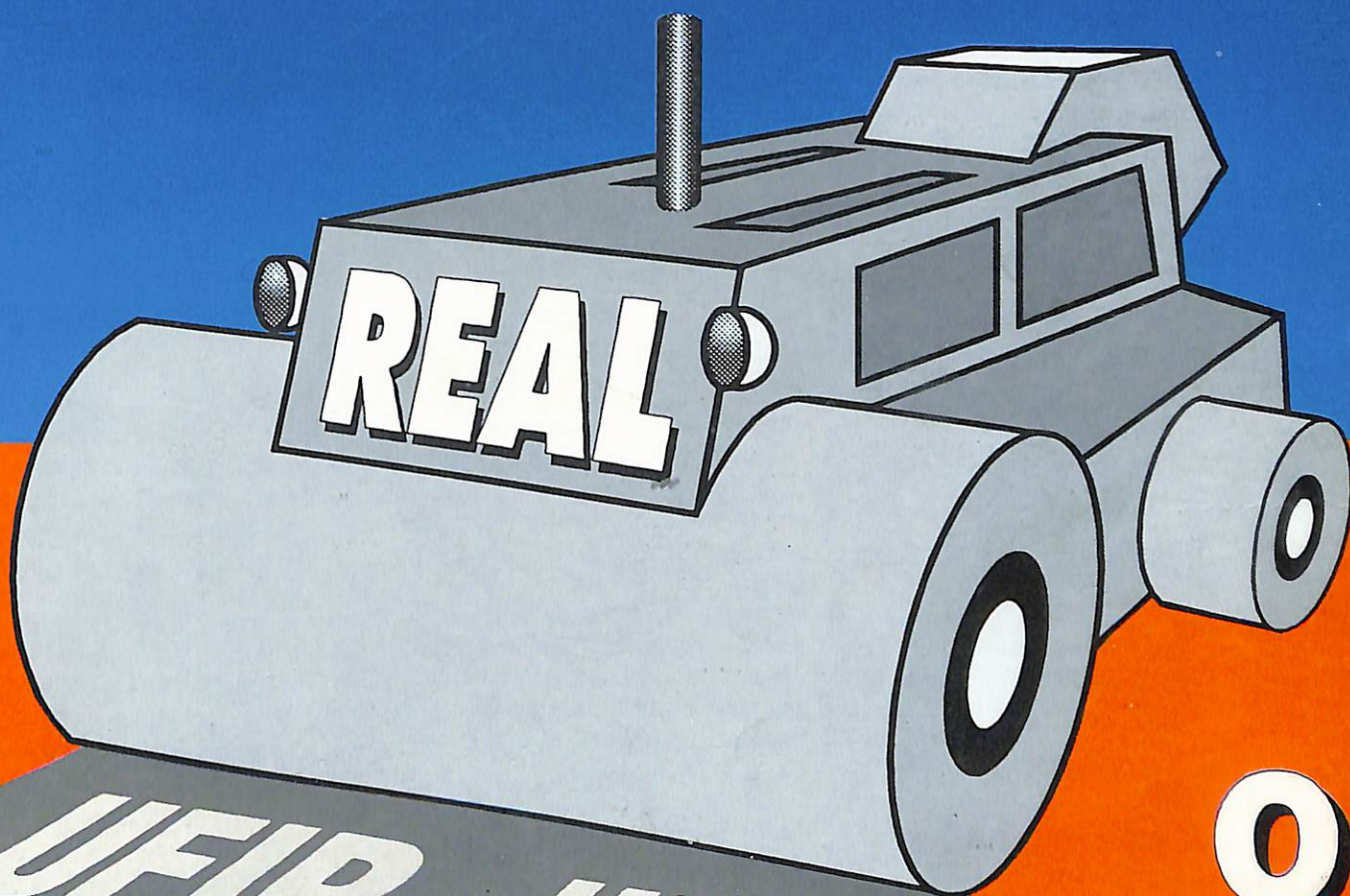
AGOSTO/94

Nº 346

ANO 31

050
R454
N-346-ano-31-1994

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ



UFIR UPF
INPC IPCA
URV

O
PAÍS
DO
REAL

Agricultura como alavanca

**Odílio Balbinotti
defende incentivo ao
campo como fator
gerador de empregos e
desenvolvimento na
indústria e no comércio**

Primeiro candidato a deputado federal a divulgar seu plano de trabalho, Odílio Balbinotti aposta no incentivo à agricultura como a melhor saída para os principais problemas que atingem o Paraná. Das metas que pretende defender em Brasília, está na lavoura a principal: ele acredita que priorizando o campo o governo acaba desencadeando o desenvolvimento de todos os outros segmentos produtivos regionais. "O exemplo está em nossa região. Quando a safra agrícola é boa, o comércio, a indústria e os prestadores de serviços sentem o reflexo de forma mais imediata: há mais venda, mais empregos, melhores salários. Do barbeiro ao industrial, todos ganham quando a agricultura vai bem", comenta.

Balbinotti faz coro com as pessoas que defendem uma política agrícola mais justa, adequada às peculiaridades regionais, e que possa render benefícios diretos e indiretos à população por um período mais longo. Ele não pensa, no entanto, em apenas fazer parte de um bloco ruralista, como o existente hoje no Congresso Nacional. "As ações do governo devem ser eficazes, e isso independe de blocos específicos. O governo federal precisa respeitar a força do Paraná, do Noroeste, e produzir mecanismos mais simples de progresso e eu acredito que ele pode ocorrer de forma mais rápida no incentivo ao trabalhador rural. É preciso corrigir distorções que vêm de longos anos".

A proposta básica de Balbinotti, um bem sucedido produtor rural, passa pela necessidade de fixar o homem no campo. Para que isso ocorra na prática, ele propõe dotar o campo de uma estrutura próxima à que é oferecida nas médias e grandes cidades. Moradias populares, postos de saúde, escolas e outras benfeitorias hoje típicas apenas dos aglomerados urbanos, seriam estendidas à zona rural, valorizando socialmente o trabalhador e formando uma base mais sólida para sua permanência no local de produção. Implantar essa estrutura é, como explica Odílio, uma revolução necessária. "E o que se deve fazer num momento de esperança econômica



ODILIO BALBINOTTI
1212 Deputado Federal

POR ESTA TERRA VOU TRABALHAR

como este é provocar uma revolução saudável e produtiva no campo", conclui.

Além da estabilidade monetária experimentada atualmente, o país precisa da estabilidade agrícola que, segundo Odílio Balbinotti, só será conseguida com mudanças na sistemática de financiamento, com um melhor acesso ao crédito rural, além do estímulo ao trabalho de pesquisa e extensão e, conseqüentemente, o aumento da produção e da produtividade. Ele cobra, porém, a viabilização dos instrumentos de mudança do Congresso Nacional, a quem cabe o papel de criador dessas condições para o homem do campo, de preferência atuando em conjunto com os governos estaduais. Política-

mente, uma agricultura forte implica também numa postura estratégica firme perante os países vizinhos. Odílio aponta o início das atividades do Mercosul como mais um forte motivo para que o governo brasileiro invista muito na agricultura.

A industrialização dos produtos agrícolas em sua região produtora é o grande objetivo do estímulo que Balbinotti pretende reivindicar para o Paraná e, em especial, para o Noroeste e o Vale do Ivaí. Ele encampa a proposta de Jaime Lerner, candidato do Movimento Paraná Novos Caminhos ao governo estadual, de utilizar a vocação de cada região para seu próprio desenvolvimento. "A partir do momento em que cada região passe a transformar industrialmente sua própria produção, o nível de qualidade de vida vai melhorar sensivelmente. Serão criadas novas oportunidades de emprego na própria lavoura, na indústria de transformação e no comércio, pois a economia de cada região será substancialmente expandida", explica.

Odílio Balbinotti defende ainda a diminuição da carga tributária que incide sobre máquinas e insumos, o que resultará no barateamento do produto agrícola junto ao consumidor final. A tributação sobre os alimentos, segundo levantamento da Abia, chega hoje a um nível muito alto. Enquanto na Inglaterra os alimentos não são taxados, no Brasil de cada R\$ 100,00 gastos em comida R\$ 32,70 representam taxas e impostos. "Acredito que a comida mais barata na mesa do trabalhador é a maior conquista que um governo pode fazer pelo seu povo, além é claro das metas básicas, que também defendemos, em todas as áreas, como a educação, saúde, habitação, saneamento básico e segurança", conclui Balbinotti.

O "pé vermelho"

Odílio Balbinotti ingressou na política em 1972, a convite de amigos, elegendo-se vereador em Barbosa Ferraz. Foi eleito prefeito pela primeira vez em 1976 e procurou dar à área social as ações prioritárias de sua administração. Mudou-se para Maringá em 1983, onde centralizou a administração de seus negócios como produtor rural e criou seus filhos Adriana (formada em Zootecnia) e Odílio Filho (formado em Agronomia). Além da agricultura, sempre foi ligado ao esporte. Presidiu o Grêmio de Esportes Maringá por três anos, período em que dotou o clube campestre de uma forte estrutura para atrair associados e, desta forma, dar solidez ao futebol profissional.

Em 1988 foi convidado a ser candidato a prefeito novamente em Barbosa Ferraz e obteve

55% dos votos, disputando a prefeitura com outros três candidatos. Seu estilo de administração fez com que, em 1992, desincompatibilizasse do Executivo daquela cidade para disputar a prefeitura de Maringá. Com uma proposta baseada em seu passado, experiência administrativa e honestidade, foi o segundo mais votado, com quase 23 mil votos, apesar do pouco tempo de campanha e de não ter ao seu lado nenhum dos chamados políticos tradicionais da cidade. A boa campanha resultou num convite pessoal de Jaime Lerner, a quem apóia hoje ao governo do Estado, para ingressar no PDT e ser candidato a deputado federal, adotando como símbolo um pé vermelho, representando justamente o trabalhador rural. Numa cidade politicamente dividida por grupos há vários anos, Odílio surgiu como uma opção que vem conseguindo espaço, especialmente junto ao eleitorado, já que tem liderado todas as pesquisas políticas divulgadas em Maringá este ano.

Fim dos malabarismos

Foi-se o cruzeiro real, descreditado e desvalorizado. Com a adoção de uma nova moeda, o real, inaugura-se no país uma nova fase, esperamos, de crescimento econômico e social. O plano dá um basta nas especulações do mercado financeiro e adeus aos rendimentos do dinheiro que

“dormia” preguiçoso nas aplicações, sem trazer o tão sonhado desenvolvimento ao país.

A chegada do plano causou uma queda momentânea nas vendas em todos os setores. Mas, esperançosos e cansados de malabarismos para honrar seus compromissos financeiros, os empresários não reclamam. Pelo contrário: demonstram consciência de que esta é uma fase de acomodação do real e têm esperança de dias melhores.

A Copa do Mundo dos Estados Unidos contribuiu para a queda nas vendas, afinal o país parou para ver o



tão sonhado tetra. Mas alguns setores da economia maringense teve motivos a mais para comemorar o título. Nesta edição, mostramos quais os setores que se beneficiaram com a realização da Copa.

É cada vez mais intenso o relacionamento comercial das empresas maringae-

ses com nossos vizinhos do Mercosul e Chile. O departamento de comércio Exterior da ACIM, que mantém dois grupos de interesse em exportação e importação é um dos responsáveis por esse incremento nas relações exteriores. Veja porque em matéria nesta edição.

A Revista ACIM aborda ainda o primeiro ano da agência da entidade no Alvorada; os preparativos para o segundo semestre da Unipem e uma entrevista com o superintendente do Banco do Brasil no Paraná, Lincoln Barros de Souza, entre outros assuntos.



Mulheres preparam nova Ponta de Esteoque - pág. 15



ACIM acelera preparativos para a Feipar 94 - pág. 19

LUKAS	04
ENTREVISTA	07
CAPA	09
FEIRÃO DE VARIEDADES	15
UNIPEM	16

COMÉRCIO EXTERIOR	20
MEMÓRIA	31
ARTIGO	32
MEU NEGÓCIO	33
PENSO ASSIM	34

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
Cristiane Zamberlan Serra Mesti

PRODUÇÃO GRÁFICA E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA
Editora Organsil - Fone: (044) 224-7793

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 Néo Alves Martins, 2321
Fone: (044) 226-1331 - Fax: (044) 223-5007
S.P.C. (044) 226-2229 - C.P. 1033
Maringá - Paraná

DIRETORIA EXECUTIVA
Presidente: Pedro Granado Martins
Primeiro Vice-Presidente:
Hélio Edys Delmutti Costa Curta
Segundo Vice-Presidente: Jorge Toyofuku
Diretor p/ Assuntos do Comércio:
Antônio Donisete Busquia

Diretor p/ Assuntos da Indústria: Claudomiro Siroti
Diretor p/ Assuntos da Prestação de Serviços:
José Luiz Sander
Diretor p/ Assuntos de Comércio Exterior:
Jefferson Nogaroli
Diretor p/ Assuntos Comunitários:
Fernando José Rezende
Diretor p/ Assuntos Sócio-Econômicos:
Dirceu Martins
Diretor p/ Assuntos de Informações Cadastrais:
Carlos Roberto Previdelli
Diretor de Finanças e Patrimônio:
Cláudio Haruo Mukai
Diretor de Eventos e Promoções:
Fernando Vieira Raimundo
Diretora de Relações Públicas:
Noemi de Oliveira Seravalli
Diretor da Revista ACIM: Luiz Carlos Masson
Diretor da Agência Jd. Alvorada: Valdir Pignata

CONSELHO DELIBERATIVO
Presidente: Massao Tsukada
Secretário: Paulo Moraes Badan
Fernando José de Faria Ferraz, Paulo Fernando de Figueiredo S. Marchese, Gregório Martinez Sanches, Reginaldo Nunes Ferreira, João Noma, José Gomes Ferreira, Renato Friedrich, Sabas Martins Fernandes, Lucho A. Tombini, Miguel Fuentes Salas, Sebastião Carlos Abrão, Milton Massar Morita, Valdecir de Britto, Odilon Populin

MEMBROS NATOS:
Massao Tsukada, Alcides Siqueira Gomes, Alvaro Miranda Fernandes, Carlos Mamoru Ajita, Emílio Germani, Ermelindo Bolfer, Joaquim Dutra, Manoel Mário de Araújo Pismel, Raymundo do Prado Vermelho, Sidnei Menequetti, Ubirajara de Araújo Pismel.

CONSELHO DA MULHER EMPRESÁRIA E EXECUTIVA
Presidente: Sônia Maria Uliana
Primeira Vice-Presidente: Solange Aparecida de Paula
Segunda Vice-Presidente: Cléide Pinto
Primeira Secretária: Lucila Christina Silvia Campos
Segunda Secretária: Maria Inês Oliveira R. Gonçalves
Primeira Tesoureira: Maria Alice Pinatti
Diretora Adjunta: Maria de Fátima Divio Seko

CONSELHO PERMANENTE DO JOVEM EMPRESÁRIO MARINGAENSE
Presidente: José Rubens Abrão
Vice-Presidente: Olga Elizabeth Moleirinho
Primeiro Secretário: Paulo Roberto Viscardi
Segundo Secretário: Osvaldo Alves Rosa Júnior
Primeiro Tesoureiro: Luís Fernando Ferraz
Segundo Tesoureiro: Édson Nishimura Nakagawa
Primeiro Diretor Adjunto: Galileu Limonta Maia
Segundo Diretor Adjunto: Mário Sérgio Verri

GERENTE-ADMINISTRATIVO
César Augusto Galli
SECRETARIA EXECUTIVA
Élcia Valentini do Nascimento



QUEIJOS ESPECIAIS, A NOSSA ESPECIALIDADE.

Há alguns anos, a **Arilu**, acreditando no mercado de queijos finos, fez uma parceria feliz com o grupo **Bongrain** e começou a distribuição de seus queijos, na época inéditos na região. A **Skandia**, **Campo Lindo**, juntamente com uma linha de importados, forma a **Delecheese**, que somando com a **Polenghi**, formam o **Grupo Bongrain**, no Brasil.

A **Arilu** conta hoje com vendedores especializados só na venda de queijos, com treinamento na sede da **Bongrain**, em São Paulo. Lá eles aprendem a degustar, como degustar, com o quê degustar, o que deve acompanhar uma boa festa de queijos, enfim, todos saem afinados para atender o refinado cliente de queijos finos.

Esse treinamento de vendedores, que se repete todo ano, se estende às promotoras especializadas, pois as novidades não param com a entrada dos importados.

Além de fornecer o produto, a **Arilu** presta assessoria a quem entrar no ramo de queijos finos, isto para casas especializadas, como panificadoras, supermercados e outras. Esta assessoria se estende desde o estudo do ponto, instalações, balcões especiais, decorações, treinamento para cortes de queijos, etc. Também é feito um acompanhamento na seqüência do negócio, com um controle de datas e reposições de mercadorias.

Para quem quer montar uma festa de queijos ou queijos e vinhos, a **Arilu** também dá dicas, com uma assessoria completa em sua festa, como tipo de pães, frutas, vinhos, decorações e, naturalmente, que tipo de queijos e onde encontrá-los.

Para ter acesso aos serviços e produtos da **Arilu**, é só entrar em contato conosco, pelo telefone, ou pessoalmente, que estaremos sempre à disposição para esclarecimentos.



DISTRIBUIDORA

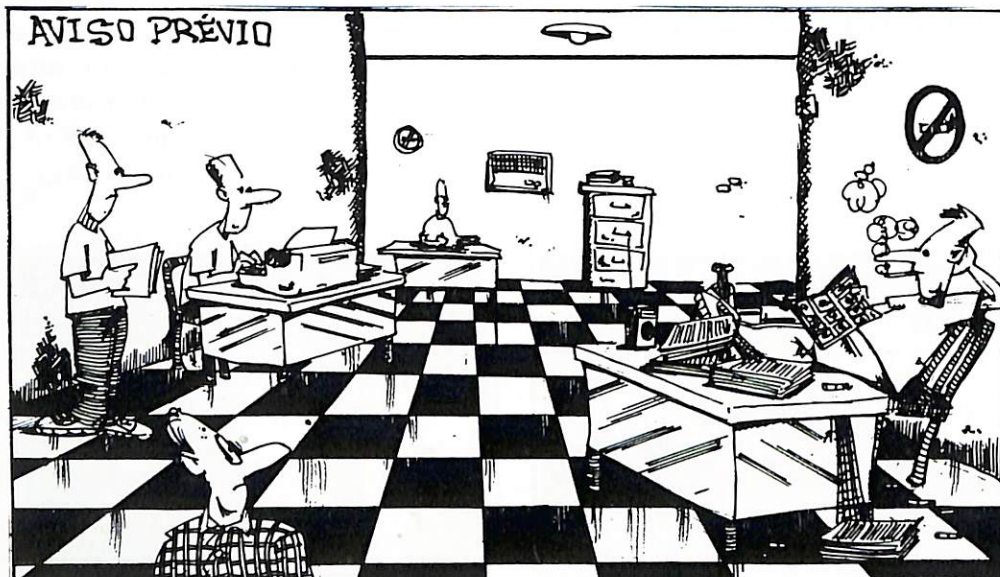
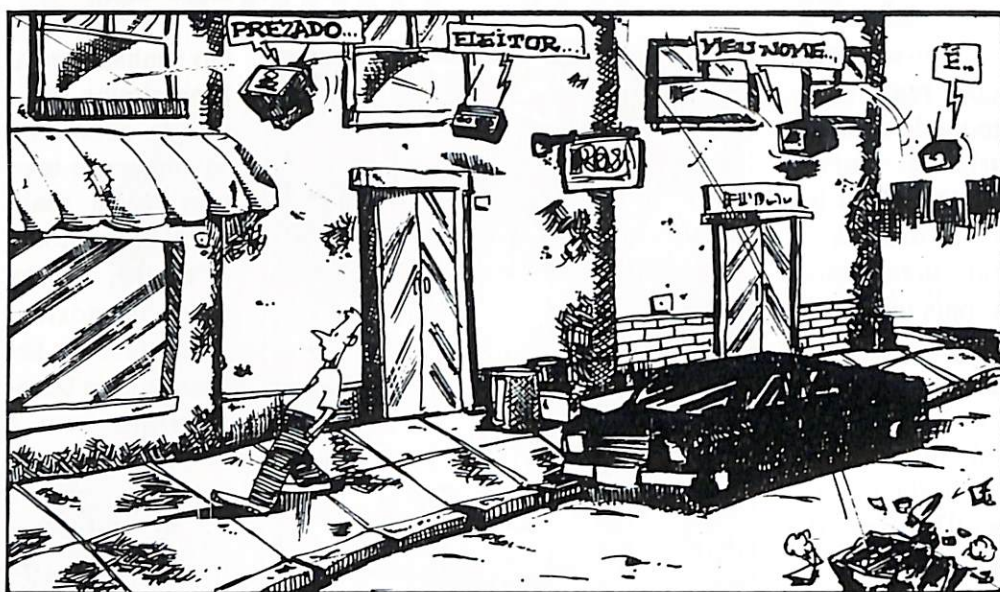
UMA PARCERIA CONSTANTE

Rua Alberto de Oliveira, 901

Telefax: (044) 224-3726

MARINGÁ - PR

LUKAS...



Convivência pacífica

Na clínica radiológica do Hospital Maringá "convivem" o novo e o antigo sem choques de geração. A expectativa é a de que em breve seja incorporada aos equipamentos existentes, um tomógrafo computadorizado

Quando inventou o equipamento de raio X, em 1895, o físico alemão Wilhelm Konrad Röntgen jamais poderia imaginar que sua descoberta ultrapassaria ilesa o século das grandes transformações, e comemoraria o primeiro centenário em atividade. E não como uma peça de museu.

O paciente também dificilmente consegue avaliar a idade daquela gigantesca máquina fotográfica do corpo humano ao deitar-se na mesa

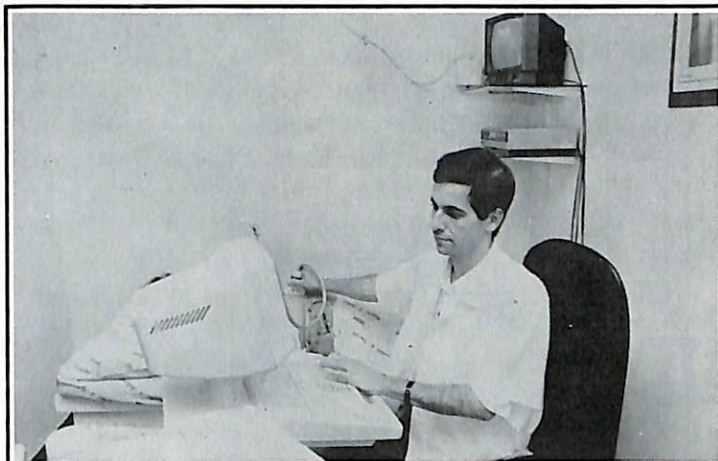
de radiografia. Ele só sabe que após alguns minutos, uma chapa de negativo vai mostrar sua estrutura óssea, não visível ao olho nu.

Pois pasmem. Na era da informática, da automação comercial e industrial, existe um velho "senhor" que resiste aos avanços tecnológicos e continua sendo um forte aliado da medicina. O equipamento de raio x está presente em todos os hospitais brasileiros. E trabalhando duro.

No Hospital Maringá, são dois equipamentos. Em um deles existe um intensificador de imagem. Este acessório possibilita exames mais contrastados, com maior nitidez. "O intensificador permite diagnósticos mais precisos. Principalmente do esôfago, estômago, intestino e da coluna", explica o radiologista Juan Molina Hueso.

Há dois anos, os "veteranos" equipamentos de raio X do Hospital Maringá ganharam um novo "companheiro": um aparelho de ultrassonografia. Bem mais moderno, ele auxilia e amplia o campo de atuação da clínica radiológica do Hospital. O ultra-som é muito utilizado na gravidez.

Mas é crescente a sua utilização no diagnósticos de problemas no aparelho



A ultrassonografia está em atividade há dois anos

digestivo, entre outros. "É um avanço. O ultra-som trouxe a imagem em movimento. Com a ajuda de um vídeo podemos até gravar as imagens do interior do corpo humano", diz o doutor Hueso.

dos os casos, sem que o paciente tenha que ser transferido para outra unidade", justifica Hueso, na expectativa de ter este aparelho de última geração à sua disposição.

Depois de incorporar a ultrassonografia à clínica radiológica, o médico espera agora poder contar com a Tomografia Computadorizada. O sistema mais avançado no campo de diagnóstico por imagens. Os estudos para a compra do equipamento estão sendo realizados e a definição pode sair a qualquer momento.

Com o tomógrafo, a clínica radiológica do Hospital Maringá ficará completa. "Poderemos atender to-

Método revolucionário

A partir deste mês o Hospital Maringá passa a oferecer à população do Noroeste do Paraná, um dos métodos mais modernos de cirurgia do abdômen existente no mundo: a Videolaparoscopia. Este método evita os cortes nos pacientes e reduz as cicatrizes de cerca de 15 centímetros para quatro pequenas incisões de apenas um centímetro cada.

Pelos orifícios, os cirurgiões introduzem os instrumentos, e com a ajuda de uma microcâmera realizam as operações. A Videolaparoscopia é recomendada nos casos de hérnia, apendicite aguda, retirada de vesícula e de útero, úlceras, biópsias, entre outros. Segundo o cirurgião Eduardo Agosti, coordenador da implantação do método no Hospital Maringá, a técnica tem uma eficiência de 98%. "Em apenas 2% das cirurgias temos

que recorrer ao método tradicional", explica.

O médico diz que a Videolaparoscopia foi o principal avanço da medicina cirúrgica nos últimos 50 anos. Para ele, o surgimento do método foi uma "revolução". Agosti comenta que além de reduzir o tamanho dos cortes, a técnica diminui o tempo de internação e recuperação dos pacientes.

Criada em 1987, a Videolaparoscopia começou a ser difundida pelo mundo há quatro anos. Ela nasceu em Lyon, na França, onde foi feita a primeira cirurgia do gênero: uma retirada de vesícula. Hoje ela é comum em todo o mundo. No Brasil quem mais se utiliza do método são os grandes centros. Maringá é uma das poucas cidades do interior a ter duas equipes de cirurgiões treinados para realizar este tipo de intervenção cirúrgica.

NÃO FIQUE MUDO



Simplifique e agilize a comunicação de sua empresa, com moderna tecnologia em telecomunicações.

- MICROS PABX
 - PABX
- NO BREAK

MERCONORTE

Merconorte Comércio & Representações Ltda.

Revenda e assistência técnica autorizada:
SAT-PHILLIPS - NUTRON - W SYSTEM
Av. Brasil, 5566
Fone: (0442) 24-5500 - Maringá - PR

CONSULTORIA DE COMÉRCIO EXTERIOR

A ACIM oferece a todos os associados, Consultoria de Comércio Exterior e Balcão de Exportação/Importação do Sebrae - PR

SERVIÇOS OFERECIDOS:

- Relação de fabricantes no exterior;
- Relação de importadores;
- Estatísticas de comércio exterior;
- Legislação - procedimentos administrativos - alíquotas de importação;
- Incentivos fiscais na importação;
- Calendário de feiras internacionais;
- Estimativas de custos na importação e exportação;
- Cotação de frete internacional (marítimo, aéreo e terrestre);
- Orientação quanto aos documentos exigidos na exportação;
- Divulgação de oportunidades comerciais (informativo quinzenal "CEXP/ACIM", específico para os setores têxtil/confeccões, metalmeccânico e eletroeletrônico; e
- Promoção de cursos e seminários de comércio exterior.

ACIM

LIGUE
(044) 226-1331

A Força Empresarial que une e constrói

LEITURA EMPRESARIAL

TQC - Controle da Qualidade Total

Por Rosa Izelli

O livro TQC (Total Quality Control), ou Controle da Qualidade Total, mostra como a filosofia da Qualidade Total é utilizada no Japão.

É um livro que pode ser um guia para as empresas que querem sobreviver à competição internacional, a qual exige cada vez mais qualidade e produtividade.

O livro incorpora quatro anos de experiência do autor na implantação do "TQC japonês" em várias empresas brasileiras, e também incorpora o aprendizado adquirido em missões ao Japão.

Na tentativa de tornar a leitura do texto e absorção do conteúdo pelo leitor mais amenas, o autor apresenta a "visão geral" dos temas abordados, sem aprofundar muito.

O objetivo do livro é contribuir para a melhoria da competitividade internacional da empresa brasileira e, por conseguinte, da melhoria das condições de vida do povo brasileiro.

O autor inicia fazendo um apelo aos empresários brasileiros. Por exemplo:

"Qualidade é uma questão de vida ou morte. Sua empresa só sobreviverá se for a melhor no seu negócio".

"Qualidade é mudança cultural".

"TODOS devem estar envolvidos".

A seguir, são apresentados dez tópicos de abordagem, iniciando com a conceituação de termos importantes, como qualidade, produtividade, competitividade, sobrevivência, e finalizando com a apresentação de uma metodologia para Implantação do TQC.

Em cada tópico é apresentado um método para estudo em grupo, chamado de "Método da Cumbuca". Tem por finalidade incentivar a leitura do texto e a discussão em grupo, por todos na Organização: desde o Presidente até o office-boy.

Acreditamos que o livro pode ser muito



útil para a empresa/organização que quer iniciar um Programa de Qualidade Total, pois estabelece passo-a-passo o uso das principais ferramentas da Qualidade Total, fazendo uma distinção clara das responsabilidades da alta administração e do nível de execução.

Neste contexto são apresentados: O Ciclo PDCA e o MASP (métodos para defini-

ção, análise e solução de problemas), o papel da alta gerência, a garantia da qualidade, a qualidade na interface compras/vendas, o gerenciamento do crescimento do ser humano, a importância de satisfazer as necessidades dos clientes (internos e externos), e a metodologia para implantação do TQC.

O livro nos motiva a pensar em quão importante, necessária e viável é a implantação da Qualidade Total nas empresas brasileiras.

Nós precisamos ter a coragem e a ousadia para dar o primeiro passo. A partir daí, vislumbrar-se-á um novo mundo para nós - o **Mundo da Qualidade Total**: com mudança de postura perante os nossos clientes internos (que são os funcionários) e externos (que são os que pagam pelos nossos serviços ou produtos).

O trabalho do Dr. Vicente Falconi Campos neste livro, nos mostra que há oportunidade na sociedade para todos crescerem e se desenvolverem, visando um sucesso duradouro, de longo prazo, para clientes e fornecedores.

Rosa Izelli é Mestre em Administração pela Escola de Administração/Fundação Getúlio Vargas de São Paulo. É coordenadora do Curso de Pós-Graduação em Gestão da Qualidade na UEM e professora de Administração na UEM

O BB na era do Real

Aldemir de Moraes

Lincoln Barros de Souza é Superintendente Estadual do Banco do Brasil no Paraná há um ano. Natural de Rio Verde, Goiás, Lincoln considera o Paraná como "sua segunda Pátria de nascimento". Funcionário de carreira, ele entrou no Banco do Brasil em 1972. Já trabalhou no Mato Grosso do Sul, Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba.

Aos 41 anos, Lincoln Barros de Souza vive junto com o Banco do Brasil uma fase de mudanças. O banco tem investido em uma nova imagem, concorrendo diretamente com a rede privada. O Tesouro já não envia recursos para o financiamento da atividade produtiva, por isso a instituição corre atrás dos recursos voluntários do público.

A seguir, Lincoln – que esteve em Maringá inaugurando um posto de atendimento do banco na Cocamar – fala sobre as mudanças na instituição, sobre o Plano Real e a possibilidade de abertura de novas linhas de crédito, entre outros assuntos.

ACIM: Por que o Banco do Brasil tem mudado seu perfil, assumindo também a imagem de um banco comercial?

LINCOLN: O Banco do Brasil tem um papel duplo: é um banco de governo, que executa políticas de governo. Ao mesmo tempo é um banco múltiplo, presente no mercado, competindo em igualdade com os bancos privados. Ele tem que cumprir bem estes dois papéis.

ACIM: O Banco do Brasil tem algumas particularidades, como pagar salários acima de mercado, e funcionários com estabilidade, entre outras. Mesmo assim, ele tem possibilidade de competir em igualdade de condições com a rede privada?

LINCOLN: O banco tem condições e está competindo, tendo sido até um balizador de mercado em muitos momentos. Com



"Deverá haver uma diminuição de agências governamentais de crédito. Se dois bancos estatais, numa mesma cidade, derem prejuízos, um deles será fechado"

relação aos salários do funcionalismo, eles estão acima da média do que os bancos privados pagam. Não se pode conceber a idéia de que, para que haja justiça salarial, tenha que se rebaixar salário de quem ganha relativamente bem. Temos é que melhorar o salário de quem ganha pouco. Somente isso é que vai melhorar a distribuição de renda, aumentando o consumo, as vendas e a produção. Assim, a economia toda gira e a riqueza será então repartida de forma mais justa.

ACIM: O banco tem investido em marketing, inclusive esportivo, para mudar sua imagem perante o público. Esse investimento é uma exigência de mercado?

LINCOLN: Isso faz parte da imagem que o banco tem que construir, de sua função de prestar serviços ao país. Hoje o banco tem que estar fortemente presente em algumas comunidades, porque dependemos,

por exemplo, da captação de recursos voluntários do público. Antes não tínhamos essa obrigatoriedade porque o Tesouro nos dava os recursos para financiarmos a agricultura, indústria, comércio e, inclusive, comércio exterior.

Hoje temos que buscar as poupanças das comunidades para financiarmos estas atividades, porque os recursos do Tesouro estão cada vez mais escassos.

O marketing é aplicado como método não de se gastar dinheiro, mas de investi-lo. Ele dá um grande retorno à empresa, porque além de projetar a aproximação com o público, faz com que este público conheça mais a instituição. O retorno produzido para o Banco do Brasil foi incrível. Além de criar para os jovens, um estímulo à prática do esporte, no caso do vôlei, dinamizando e popularizando esta atividade. Ganham as comunidades e ganha o banco.

ACIM: Existe a possibilidade de fechamento de agências deficitárias do Banco do Brasil?

LINCOLN: O fechamento de agências está associado à um plano do Governo, que está analisando as instituições financeiras. Diz respeito aos bancos federais, como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Basa, Banco do Nordeste e outros.

Está se planejando que haja uma diminuição de agências governamentais de crédito em cidades onde há mais de uma agência. Vamos supor que a Caixa e o Banco do Brasil estão na mesma cidade e os dois estão dando prejuízos porque ambos estão mantendo ali uma ação social. Nesse caso, um deles seria retirado. Isso promoveria uma redução de custos para o banco e, conseqüentemente, o custo social de manter uma agência ali seria reduzido. Como esse custo é assumido pelas instituições, o Governo não banca. Assim, é conveniente e perfeitamente lógico que se procure uma redução para que as

instituições estejam também promovendo mudanças dentro da modernidade administrativa.

ACIM: A entrada do Real trouxe muitas mudanças para o Banco do Brasil?

LINCOLN: O Real trouxe mudanças para todo mundo. Ele chegou num momento em que tínhamos um clima de especulação financeira nos país e um mercado financeiro muito inchado, que atinge entre 13 e 15% do PIB, quando o ideal seria 6 ou 7%. Dentro desta situação, o Banco do Brasil se sente muito a vontade porque já vínhamos, mesmo no cenário de dificuldades da inflação, mantendo nossos ativos aplicados na área produtiva. Ou seja, uma parcela dos nossos ativos giravam em torno da rolagem da dívida interna. Isso é uma tranqüilidade para nós porque temos uma carteira de empresas e pessoas que trabalham com o banco, voltadas para a atividade produtiva. Conseqüentemente, é mais fácil substituir aquela antiga receita de floating por outras receitas, seja de empréstimos ou de prestação de serviços. Vemos aí outros bancos que não têm esta facilidade porque estavam trabalhando mais na especulação do que na produção.

ACIM: Os empresários reclamam um



"Vamos criar um Fundo de Pensão e Aposentadoria. É uma previdência privada, que possibilitará a criação de linhas de crédito para o setor produtivo"

maior número de linhas de crédito, principalmente para o comércio. Isso é possível agora com o Real?

LINCOLN: Um dos crimes da inflação é a aplicação de curto prazo. Há quase 30 anos que o Brasil não pratica captações

de longo prazo porque as pessoas querem ter de 30 em 30 dias o pagamento das remunerações do dinheiro que aplicam. Com a estabilidade da economia, que esperamos que aconteça, as pessoas vão começar a aplicar recursos de mais longo prazo. E esses recursos é que vão fazer com que o Banco do Brasil tenha linhas de crédito, também de longo prazo, para financiar todos segmentos da economia.

Vamos lançar brevemente uma empresa privada – é uma associação do Banco de Investimento do Banco do Brasil com empresas privadas – onde existirá um Fundo de Pensão e Aposentadoria. É uma previdência privada que será popularizada em todo país. Assim, vamos angariar fundos que teriam uma permanência média de 30 anos, porque é uma contribuição que a pessoa faz para sua aposentadoria. Esses fundos vão possibilitar ao Banco do Brasil, através do acúmulo dessa poupança, criar linhas de crédito para diversas áreas de necessidades econômicas do país, seja na indústria, prestação de serviços, comércio e até no comércio exterior.

ACIM: Está prevista uma 4ª etapa do Plano Econômico, com a diminuição das taxas de juros e a possibilidade do crescimento econômico. Isso é possível num curto prazo?

LINCOLN: A taxa inflacionária que está se falando em torno de 5%, mais uma taxa de juros reais, ainda é muito alta. Nossas taxas mensais hoje, são anuais em outros países de inflação baixa. Isso quer dizer que o Brasil tem um caminho muito longo a perseguir até alcançar esta estabilidade de taxas e do custo do dinheiro que é necessário para tocar a economia. Então teremos aí não só a 4ª etapa, mas a 5ª, 6ª, até a enésima. Não podemos pretender que se resolva em 4 ou 5 meses uma situação de convivência com a correção monetária e inflação de 30 anos. Toda sociedade precisa se conscientizar da necessidade da busca de um equilíbrio das forças econômicas para que seus agentes, adaptando seus interesses, possam abrir mão de alguma coisa que ajude o país a conquistar uma estabilidade econômica.

ACIM: Vai haver mudança no nome do Banco do Brasil?

LINCOLN: Houve uma proposta de se fazer esta mudança mas não foi aceita, porque o corpo funcional e muitas pessoas das comunidades entenderam que o banco tem que ser do Brasil, porque ele é o Banco do Brasil.

BOX BLINDEX CLASSIC

1.000.000 DE UNIDADES VENDIDAS

Você ainda vai ter um

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

Vale lembrar que a instalação pela Vidraçaria Guaporé é a mais rápida da cidade. Aproveite. Venha nos visitar e conheça nossas linhas de vidros, espelhos, estantes e quadros.

 VIDRAÇARIA [®]
GUAPORÉ

**FONE: (044)
224-2235**

AV. 19 DE DEZEMBRO, 569 - FAX: 224-6557 - MARINGÁ - PR



CAPA

Empresários têm fé no real

Os brasileiros pararam para ver o real chegar. Após a ressaca do plano e da festa do tetra, os consumidores voltam, ainda tímidos, às compras. O setor empresarial torce pela moeda

30 de junho de 1994. O Brasil vai dormir embalado pela expectativa do nascimento do real. Pelo menos 15 dias antes, o país já estava praticamente parado à espera da maior troca de moedas do mundo. Os consumidores esperavam para ver no que ia dar o novo plano econômico do Governo. À espera também da estreia do Brasil na Copa do Mundo, o povo seguia o conselho de Itamar Franco, que insistia: "Não comprem nada". Ninguém pagava para ver.

Nessa fase de ajuste do plano, o país parou para ver a seleção passar. Sob os pés de Romário, única nota destoante num conjunto afinado e irritante, os canarinhos foram eliminando seus adversários. Vibrando com a seleção, o brasileiro não precisava gastar, senão com fogos de artifício. E o Governo também comemorava.

A dupla Parreira/Zagalo jogava bem ao estilo Itamar: na defesa, falando demais e agindo pouco. Foram jogos parecidos. Assim como a seleção, Itamar também foi vencendo barreiras com alguns elementos impopulares. O Zinho do plano foi a taxa de juros, muito alta. Ela embolou o meio-campo e evitou a explosão de consumo.

A seleção não convenceu, mas na prática, trouxe a taça. Era a 6ª tentativa de chegar ao tetra, após a conquista do tri da era Pelé em 1970. Foi a época em que a economia também viveu sua fase áurea junto com a seleção brasileira. Sem os "milagreiros" de outros tempos, o Brasil teve que engolir o Parreira no futebol, e convive com Itamar na presidência da República.

DETALHES: Em Maringá, no meio em-

presarial, a principal reclamação contra o técnico da economia brasileira é o incentivo ao povo para que não compre. Lembra muito o Parreira, para quem o gol é apenas um detalhe. Mas, brasileiros profissão-esperança, todos torcem por dias melhores. E, após um mês de ressaca do plano e da Copa do Mundo, a partir da segunda quinzena de julho, a economia deu uma tímida arrancada, quem sabe, rumo à vitória.

Após o impacto inicial da troca da moeda, o povo voltou às ruas. Viu preços estáveis, e mais que isso, viu promoções. Algumas indústrias sentiram os reflexos das vendas fracas e, para fazer capital de giro, diminuíram preços ou ampliaram prazos de pagamento.

Foi o que aconteceu no ramo de bicicletas, pressionado não só pelo plano. "A URV nos balançou. Depois veio a Copa

UM EVENTO PARA SER GRANDE PRECISA TER ESTRUTURA.

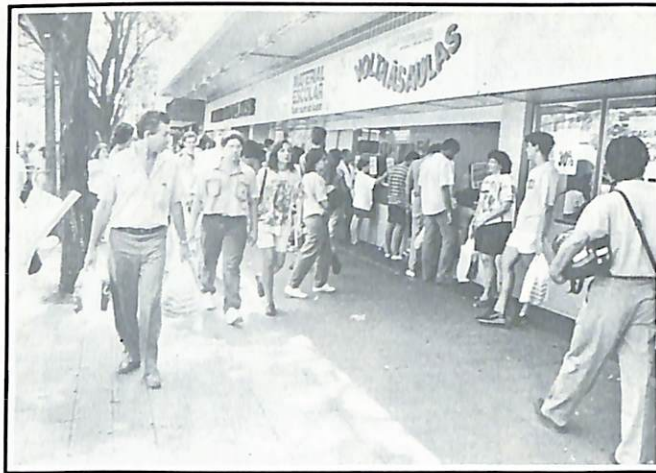
Qualquer que seja o número de participantes, o Hotel Deville é o lugar ideal para suas reuniões. Tradicional em promover e sediar grandes eventos, o Hotel Deville tem todas as condições para fazer da sua convenção ou encontro um verdadeiro sucesso.



HOTÉIS
★★★★★
MARINGÁ

Deville

AV. HERVAL, 26
INFORMAÇÕES E RESERVAS
TEL: (044) 226-1001



Após um período afastado, o consumidor volta às compras

do Mundo, seguida do frio, e para finalizar, entrou o real”, lamenta o gerente da Cicles Elton Atacado, Heitor Delefrati. Ele calcula em 50% a queda nas vendas.

O proprietário da Cicles MM, Misael Mandarino, também soma os prejuízos da queda na comercialização de bicicletas, mas está otimista e tem aproveitado algumas promoções das indústrias. “Existem muitas promoções. Quem tem dinheiro na mão consegue comprar peças por até 85% do preço normal”, diz.

Em períodos de vacas magras, vale a criatividade. Nesta, os funcionários da Cocamar – Cooperativa dos Cafeicultores e Agropecuaristas de Maringá – saíram ganhando. A Associação dos funcionários da Cooperativa negociou a aquisição de 50 bicicletas, em dois lotes, que foram repassados aos seus associados pelo preço de custo e em oito parcelas.

As bicicletas foram

grande. Acostumado a quebrar recordes mensais de venda, o setor teve um mês atípico. Mas, se for para o bem do plano, ninguém reclama. Até aplaude. “Palmas para o consumidor que demonstrou amadurecimento, e mesmo com a inflação baixa, não saiu afoito esvaziando as prateleiras”, comenta Valdecir de Britto, da Dama, revendedora Volkswagen.

Entre os veículos usados, a queda na comercialização também foi grande. José Jamil Guandalini, do Auto da XV



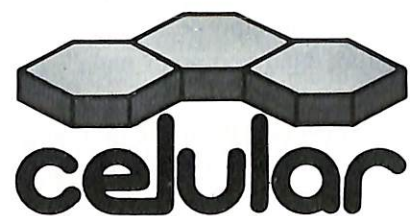
Confecções: esticando prazos para recuperar as vendas

SOLUÇÕES PRÁTICAS EM TELEFONIA



PABX-FAX-APARELHOS

INSTALAÇÃO E MANUTENÇÃO



TELECOMUNICAÇÕES

222-5511

Lucrando com porta níqueis

Em uma economia com inflação baixa, até as moedas metálicas passam a ter valor. E os brasileiros, acostumados apenas ao papel-moeda, tiveram que se adaptar aos novos tempos. Esta adaptação tem feito a alegria do empresário Devanir Almenara, dono da Lumibrindes. Sua empresa se especializou na confecção de porta-níqueis, principalmente voltada para a campanha política.

A Lumibrindes confecciona de 10 a 12 mil porta-níqueis por dia. O objetivo é produzir um milhão de peças até o final da campanha política. Devanir qualifica esta coincidência entre a implantação do real e a campanha eleitoral como "casamento feliz". Candidatos de todo o Paraná e Mato Grosso do Sul já reservaram



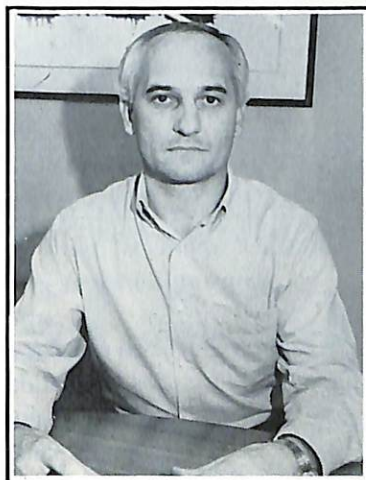
Até os presos participam da confecção dos porta-níqueis

milhares de porta-níqueis, que substituem canetas, calendários e réguas na preferência dos eleitores.

Para atender a demanda inesperada, Devanir alugou um novo salão para abrigar as máquinas e os novos funcionários que contratou: aposentados, deficientes físicos e até os detentos do minipresídio de Maringá, que trabalham dia e noite. O empresário sabe que a "febre" é passageira e calcula que ela vai durar por mais três meses.

Veículos, calcula em 70%. Ele acredita que muitas pessoas estão receosas de investir, mantendo o dinheiro na poupança, enquanto outras compraram dólares e agora estão esperando que a moeda norte-americana se iguale ao real para aplicar em bens.

João Willrich, proprietário da Nortével Veículos, concorda com Guandalini e diz que o dinheiro "sumiu" do mercado. Ele acrescenta que além do plano, a queda também prejudicou os negócios. Mas, "tem fé" de que as coisas vão melhorar em um curto pra-



Stoffel: mudanças na filosofia de trabalho dos bancos

zo. "Estou confiante no plano do Governo e com a estabilização das taxas as pessoas vão recomençar a financiar e realizar investimentos".

A comercialização foi baixa também no setor moveleiro. A indústria baixou a produção e está cedendo aos apelos do comércio, que chora por prazos mais longos que o normal para o pagamento. "Apesar de não ganharmos prazo dos fornecedores, estamos negociando várias formas de pagamento com nossos clientes, que podem fazer planos melhores para o consumidor final",

Av. Tiradentes

1061

De segunda a sexta, das 18 às 20 horas, o usuário PAM tem para atendê-lo:

- Clínico Geral
- Pediatra
- Ginecologista e Obstetra.

Uma equipe de plantão instalada em um completo AMBULATÓRIO.

Mais uma exclusividade PAM para seu conforto e tranquilidade.



Levi's

®

Centro Levi's

MODA JOVEM - ESPORTE FINO

TUDO EM ATÉ 3 PAGAMENTOS

Avenida Herval, 337 - Fone: (044) 222-8943 - Fax: (044) 222-7792
Shopping Avenida Center - Fone: (044) 222-8507 - Maringá -Paraná

NAPOLI

Restaurante e Pizzaria

Conheça
Você
Também!



COMPLETO SERVIÇO

"A LA CART",

PIZZAS, RODÍZIO

DE PICANHA,

SELF SERVICE

(por quilo no almoço),

PRATOS ORIENTAIS

E MUITO MAIS!



NAPOLI

Restaurante e Pizzaria

Fone: 222-9162

Rua Santos Dumont, 2.555

Faltou trôco

O Brasil inteiro assimilou sem traumas a nova moeda. Apenas no início houve uma certa confusão sobre o valor do real em relação ao cruzeiro. O único saldo negativo que ficou foi a baixa emissão de moedas, principalmente de 1,10 e 50 centavos, o que obrigou o Banco Central a esticar o prazo de vida do cruzeiro para 31 de agosto.

No comércio varejista e na empresa de transporte coletivo urbano,

conseguir trôco em reais foi uma tarefa quase impossível, valorizando o desgastado cruzeiro real. E, na ausência deste, o trôco acabava sendo balas, chicletes e até vales. O maior transtorno foi da empresa Transporte Coletivo Cidade-Canção. Nos horários de maior movimento, a falta de moedas dificultava o fluxo de passageiros. Ironicamente, no comércio o problema só não foi maior porque as vendas caíram no início da implantação da nova moeda.

explica Cleyton Pavani, gerente financeiro da Indústria de Estofados Maringá.

Antonio de Jesus Calsavara, da Indústria de Estofados Inka, também está dando prazos para seus clientes, o que "ajuda nas vendas". Ele acredita que o povo ainda "está

com medo" de comprar, esperando uma acomodação melhor do plano. "Acreditamos que a pior fase já passou e apostamos na recuperação das vendas neste mês de agosto", diz Calsavara.

OTIMISMO: Nem a queda nas vendas consegue brechar o otimismo do proprietário da BabyLu Criações Infantis, Umberto Carlos Macedo. "Temos que ter paciência. A economia está entrando nos eixos e o povo demonstra que aprendeu a lição e não está repetindo o que fez em 1986, durante o Plano Cruzado, quando só queria saber de gastar", reflete.

Umberto diz que depois de um início difícil, as vendas pós-Planos Real melhoraram. "Estamos dando prazos de até 90 dias.

O custo financeiro está entre 3 e 4%, o que permite que nos programemos a médio prazo. Os fornecedores também não estão aumentando preços. Diante deste quadro, acho que chegou a nossa vez", acredita Umberto.

No Shopping Vest Sul, a situação não

é diferente. A diretora administrativa Evaniza Maria Lira, constatou que no início os clientes estavam "receosos", pois ninguém sabia o que iria acontecer. "Para piorar o Itamar pedia para ninguém gastar", comenta. Evaniza diz que no perfil dos consumidores do Vest Sul continua o mesmo. "Só que estão vindo novos clientes", conclui.

Para Evaniza, hoje os consumidores estão "com os pés no chão".

Ela acredita que o brasileiro

aprendeu a exigir preços baixos aliados à qualidade dos produtos. Este, segundo ela, foi um dos fatores que brecharam a expansão ainda maior de empresas do setor. "Abrir uma confecção não é difícil. A dificuldade está em conquistar e se manter o mercado".



Valdecir: "aplausos" para o consumidor



CORREIOS

FONE:

(044)

223-0852

MARINGÁ

AGÊNCIA TUIUTI

(No Shopping Mercadorama)

- Coleta de correspondências nas empresas, gratuitamente
- Serviços de SEDEX
- Correspondências nacionais e internacionais; e
- Todos outros serviços dos correios

Sem tradição

Se o real nasceu forte no Brasil, no exterior a nova moeda ainda vai ter que provar seu lastro para ser aceita. Para os turistas brasileiros, o jeito é continuar a utilizar o dólar. É que a moeda é uma mercadoria como outra qualquer e existe uma dificuldade grande em se vender reais. A própria agência do Banco do Brasil em Roma não estava aceitando o real, argumentando que não tem como fazer a moeda circular.

No setor de materiais de construção, as promoções da indústria também estão sendo repassadas para o consumidor. Galileu Maia, do Depósito BR 369 vai além e afirma que houve deflação de alguns preços ou aumento no prazo de pagamento. "As indústrias sentiram a situação e estão preocupadas. Elas se conscientizaram de que têm que fazer o melhor", afirma Galileu.

Antonio de Almeida Ribeiro, do departamento de vendas da Construtora Cidade Verde, diz que as vendas "esfriaram" à espera de uma "acomodação" do plano econômico. "Os negócios já come-

çaram a sair em pequenas proporções. Quem comprou dólar, por exemplo, já começou a especular no mercado", Ribeiro acredita que "quando o plano estiver alicerçado, as pessoas farão mais negócios, e com segurança".

CÂMBIO: Com o início do plano e a paridade inicial entre o real e o dólar, as casas de câmbio sofreram uma grande queda no volume de negócios. Gilberto Carlos Furini, da EJ Câmbio e Turismo, diz que o movimento de balcão, "que é massificado", sofreu os maiores prejuízos. Ele garante, porém, que a incidência de "grandes negociações" diminuíram, mas continuam.

"Uma grande parte dos investidores continua optando pelo dólar e acredito que em 30 ou 60 dias o valor das duas moedas vai se igualar novamente", diz Furini. Ele acrescenta que para se ter uma idéia real do plano é preciso esperar pelo menos seis meses. "É difícil fazer comparações entre uma moeda tradicional como o



Veículos usados: um dos setores mais atingidos pelo plano

dólar e outra, que acaba de ser lançada".

O real passou a ser moeda forte também nas lojas de importados de Maringá. O diretor da World, Eduardo Gonçalves Silva, diz que algumas pessoas ainda insistem em pagar em dólar, mas a moeda mais utilizada é mesmo a brasileira. Ele afirma que o plano prejudicou as vendas no início de julho, mas no final do mês houve recuperação. Na Via Brazil, o proprietário Fausi Salem, garante que o movimento "melhorou" com o plano, assim como também aumentou

ALERTA ALERTA ALERTA

LISTA TELEFÔNICA OFICIAL SÓ TEM UMA: A Lista Telefônica Editel

Só as Listas Telefônicas Oficiais têm garantia da TELEPAR. E a EDITEL é a única empresa, no Paraná, que tem autorização da TELEPAR, mediante contrato, para editar, comercializar e distribuir Listas Telefônicas. Para informações ou esclarecimentos, anunciantes e assinantes das Listas Telefônicas devem falar na EDITEL com o Setor de Atenção ao Cliente.



Ligação gratuita
(041) 800-8888 (em Curitiba) ou
9 (043) 322-6363 (em Londrina)





Para Lambert, a estabilidade da nova moeda propiciará o desenvolvimento econômico

o número de cheques pré-datados.

BANCOS: O setor que mais foi atingido pelas mudanças impostas pelo real foi o bancário. Com o fim das especulações do mercado financeiro, as pessoas já não se preocupam tanto em aplicar o dinheiro. Assim, um grande volume ficou parado

nas contas, no bolso, ou no caixa das empresas. A mudança de hábito do cliente provocou uma reação imediata: as agências passaram a estimular as aplicações.

“Deslocamos funcionários para as áreas produtivas, de vendas”, declara o gerente Darci Inácio Stoffel, da agência Unibanco de Maringá. Hoje os bancos não têm mais a rentabilidade dos “floatings”, do dinheiro que “dorme” nas agências. Eles dependem da cobrança dos serviços e realização de negócios.

“Os bancos têm que lançar linhas de crédito a longo prazo: terão que ser bancos no verdadeiro sentido da palavra, emprestando dinheiro, e não sendo apenas um intermediário no mercado financeiro”, define Stoffel. O Gerente Principal do Banco Sudameris, Luiz Augusto Lampert Coelho, concorda com Stoffel.

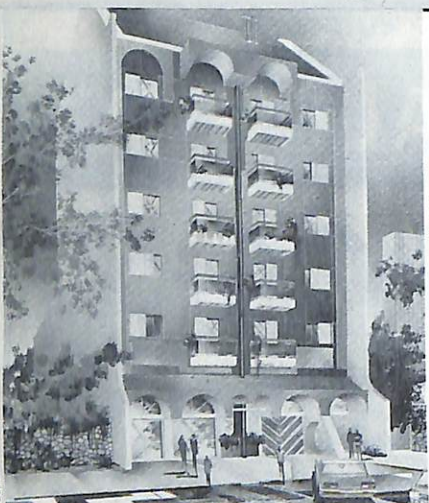
“Os bancos têm que se readaptar, voltar a ser instituições de fomento, realizando empréstimos de longo prazo às pequenas e médias empresas e às pessoas físicas. Com a queda nas taxas, os financiamentos ficarão mais acessíveis para os tomadores de recursos”, afirma Luiz Augusto. Ele acredita que a estabilidade da moeda propiciará o cresci-



O real e as geadas esfriaram as vendas de bicicletas

mento econômico e a geração de novos empregos.

O gerente do Sudameris diz que após o real houve um aumento significativo nos depósitos à vista, devido à taxa de impostos nos fundos de curto prazo. “Estamos aconselhando os clientes a investirem em aplicações de longo prazo como cadernetas de poupança, CDBs e fundo de commodities”, informa Luiz Augusto. O Sudameris também tem procurado ser flexível na cobrança de tarifas, que podem ter valores com níveis diferenciados, dependendo do grau de parceria do cliente com o banco.



Área: Privativa 103,93 m², Total 151,11 m²

O melhor ponto da Zona Sete para você morar!

EDIFÍCIO

GUARANI

Av. Bento Munhoz da R. Neto nº 519
(próximo à Av. Pedro Taques)

NA ZONA SETE, 3 DORMITÓRIOS COM O MÁXIMO CONFORTO

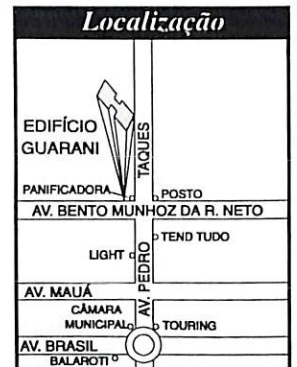
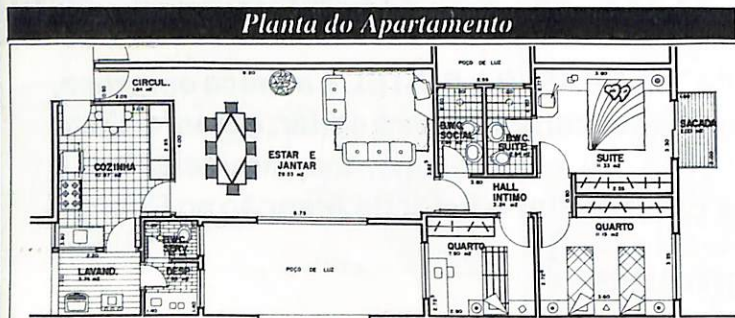
Conforto, Categoria, Segurança... Você Merece!

- *Belíssima fachada, com sacadas e revestimento cerâmico*
- *Moderno Elevador e central de gás*
- *Play Ground e espaçosa garagem*
- *Visão Panorâmica para a cidade*
- *Dormitórios (uma suíte) c/ sacada*
- *Primoroso acabamento com azulejos até o teto*
- *BWC social e de serviço*
- *Carpet 6mm*
- *Esquadrias de alumínio*

• **Entrada Facilitada: 1 + 2**

Entrega em Setembro/94

Financiamento em 180 meses pelo SFH ou estuda-se plano c/ construtora (permuta, etc)



EMPREENDIMENTO/ CONSTRUÇÃO

FINANCIAMENTO

VENDAS



ELDORADO IMÓVEIS

Av. Paraná, 470 - Creci 1357-J - Fone 222-8866

Incorporação: Registro nº 12 - Matrícula nº 9.831 - Cartório de Registro de Imóveis - 1º Ofício

Vendas superam R\$ 350 mil

Comercialização surpreende organizadores do Feirão de Variedades. Sem frio e jogo do Brasil, empresários acreditam que teriam vendido muito mais. Próximo passo é realizar uma Ponta de Estoque no Alvorada

As 109 empresas que ocuparam 126 estandes do 1º Feirão Ponta de Estoque de Variedades de Maringá contabilizaram um saldo superior a R\$ 350 mil. O evento foi realizado de sete a nove do mês passado, no Pavilhão Internacional do Parque de Exposições da cidade. A promoção foi do Conselho da Mulher Executiva e Empresária da Associação Comercial e Industrial, com apoio do Sebrae.

Foi a primeira experiência no gênero do Conselho da Mulher da ACIM no Pavilhão. Até então, as duas edições anteriores da Feira Ponta de Estoque haviam sido organizadas na região central de Maringá. "Como queríamos uma Feira de Variedades, o único local disponível e adequado para abrigar o evento era o Pavilhão. E ficou provado que a estrutura pode ser utilizada para este fim sem problemas", afirma Sônia Uliana, presidente do Conselho.

Ela comenta que o total comercializado surpreendeu os organizadores. A presença de consumidores de cidades da região foi outra surpresa. Além de Maringá, compraram na Feira morado-



Preços baixos levaram um bom público ao Pavilhão de Exposições

res de Marialva, Paranavaí, Campo Mourão, Umarama, Atalaia, Loanda e Mandaguari, entre outras. Na opinião de Sônia Uliana, eles foram atraídos pelos preços baixos e pela possibilidade de investir bem seus reais.

OPINIÃO: Os empresários que participaram do Feirão também ficaram satisfeitos com o movimento. Apenas lamentaram o frio que castigou a cidade nos três dias de realização do evento e de fechar os estandes no sábado às 15 horas, por causa do jogo entre Brasil e Holanda, válido pelas quartas-de-final da Copa do Mundo dos Estados Unidos. "Se o jogo

fosse em outro dia, ou horário teríamos vendido muito mais", avalia Marisa Sampaio, da Cariza Tecidos.

Bruno Stump, da Bay Shore, concorda com a empresária. Se dependesse dele, a Feira seria prorrogada até o domingo. O movimento no estande da Bay Shore foi tão grande, que Stump foi obrigado a fechar uma das duas lojas que tem no centro e remanejar os funcionários para o Pavilhão. Ele ficou tão entusiasmado com os resultados, que ao final da Feira chegou

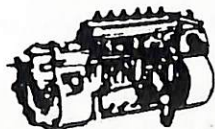
a sugerir ao Conselho da Mulher da ACIM a realização de uma nova edição da Ponta de Estoque na primeira semana de novembro.

Segundo Stump, a data é ideal para que os empresários façam capital de giro para o Natal. "As empresas renovariam seus estoques e teriam condições de oferecer maior variedade de artigos para as compras de final do ano", argumenta. Os organizadores estudam a proposta da Bay Shore. Antes porém, estão concentrados na viabilização da II Ponta de Estoque do Jardim Alvorada, destinada aos lojistas estabelecidos no bairro.



ELETRO TOYO DIESEL

Serviço Autorizado BOSCH, Diesel e Elétrico



- * Peças e Acessórios
- * Serviços de Eletricidade para autos
- * Enrolamentos de motores elétricos
- * Regulagens de Bombas Injetoras e bicos Injetores BOSCH e C.A.V.

AV. COLOMBO, 2972 - FONE/PABX (044) 226-3835 - FAX: (044) 222-6065
CEP 87030-120 — MARINGÁ — PARANÁ

À procura de novos alunos

Depois de formar a primeira turma de alunos-empresários, a Universidade para a Pequena Empresa promove ciclo de seminários para definir quem vai preencher as 30 vagas da próxima etapa do programa

Terá início este mês o processo seletivo dos empresários que participarão da segunda turma do Programa para o Aumento da Competitividade da Pequena Empresa do Paraná. O programa faz parte da Unipem – Universidade para a Pequena Empresa. Na primeira turma, 24 alunos concluíram o curso. Entre os formandos estavam empresários de Maringá, Cianorte, Paranavaí, Sarandi, Araruna e Ivaiporã.

O programa foi criado pelo Isad – Instituto Superior de Administração de Empresas do Paraná – da Pontifícia Universidade Católica, e Sebrae, em Curitiba. A interiorização foi possível graças ao convênio firmado com a Universi-



Convênio assinado dia 11 possibilitará a formação de uma nova turma do Unipem

dade Estadual, Associação Comercial e Industrial e Prefeitura de Maringá. Um dos objetivos do curso é capacitar e motivar os empresários para que promovam mudanças nas suas empresas.

Na primeira turma, os “alunos-empresários” foram selecionados a partir de entrevistas. Após a seleção, eles se reuniram durante quatro meses para assistir a palestras com empresários de sucesso no país e aulas teóricas e práticas com professores especializados, a maioria doutores com experiência internacional. Para a segunda turma, os coordenadores promoveram algumas alterações no programa.

A principal modificação será na forma de seleção dos 30 empresários que vão integrar a turma. Eles serão escolhidos entre os participantes de um ciclo de quatro seminários, que está sendo realizado neste e no próximo mês. “Queremos um grupo homogêneo. As vagas serão de quem demonstrar mais interesse durante os seminários”, adianta Vicente Chiamaronte Pires, coordenador da Unipem, em Maringá.

REPERCUSSÃO: E se depender do entusiasmo dos formandos do primeiro grupo, os coordenadores terão muito trabalho para definir os 30 novos alunos. Para se ter uma idéia, o microempresário Jorge Tibúrcio indicou três nomes para serem convidados a participar do ciclo de seminários. “Dois são meus filhos e o outro

nome é de uma sobrinha. Eles têm formação superior e teriam um aproveitamento muito bom”, avalia.

Sócio-proprietário da Creações Raphael, uma pequena empresa de confecção e locação de roupas finas, Tibúrcio diz que a participação na Unipem foi válida. Ele afirma que vai conseguir aplicar na empresa grande parte dos ensinamentos adquiridos nos quatro meses do curso. Principalmente no que diz respeito ao relacionamento com funcionários, consumidores e fornecedores. Tudo voltado para a melhoria da competitividade de seu empreendimento.

O sócio-proprietário da Gráfica Boaventura, Shinji Gohara, declara que graças ao programa vai poder também aprimorar o desempenho da sua empresa. “Ganhei mais confiança para implantar as mudanças necessárias para valorizar as vantagens competitivas da gráfica”, frisa. O empresário destaca ainda que o curso deixou bem claro o quanto é necessário se preocupar com a satisfação do cliente.

Gohara comenta que além de produzir e vender, é preciso verificar se a produção está suprindo as necessidades da clientela. Para isto, o empresário já iniciou um programa de treinamento dos funcionários. No Departamento de Vendas, por exemplo, ele quer transformar todos os vendedores em relações públicas da empresa. “Eles estão em contato direto com os clientes e vão trazer sugestões para melhorarmos nossa competitividade”, explica.

Além destes cuidados, Gohara lembra que o empresário deve definir em qual fatia de mercado quer atuar. A partir daí, ele acredita que é só oferecer produtos diferenciados para garantir a permanência na atividade. “É preciso ousar. Pensar grande. E foi isso que a Unipem nos ensinou. Ela criou condições para que os empresários dinamizem seus negócios”, finaliza.

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, 4.917 - Maringá
Fone: (044) 262-2127
Fax: (044) 262-1552

QUE FIQUE BEM CLARO!

Potencial de um mercado

Grupo líder na venda de material escolar e para escritório amplia seu raio de atuação. Diretor garante que Londrina pode ser a primeira de uma rede de lojas pelo interior do Paraná

Londrina foi a cidade escolhida para abrigar a primeira loja da rede de livrarias Bom Livro fora de Maringá. Localizada na região central da cidade, a filial foi inaugurada no dia 15 do mês passado, e em menos de 30 dias já havia conquistado o consumidor londrinense.

Segundo o diretor do grupo, empresário Massao Tsukada, o movimento nas quatro primeiras semanas surpreendeu. "Os resultados positivos comprovam que apostamos no mercado certo. Além de Londrina ser uma grande cidade, a sua região de abrangência tem um potencial enorme, que viabiliza nossa atividade", afirma.

O grupo Bom Livro teve início em 1985, com a abertura da primeira loja na Avenida Herval, em Maringá. "Era uma loja pequena. Com o tempo fizemos ampliações até chegarmos ao que é hoje", diz Massao Tsukada. Com a estrutura física no limite e a clientela aumentando cada vez mais, o empresário foi obrigado a buscar um novo espaço.

Foi quando, em 1990, surgiu a Bom Livro da Santos Dumont com a Getúlio Vargas. "Sempre buscamos localizações privilegiadas para facilitar a vida dos nossos clientes", comenta o empresário. Massao



Em Londrina também a opção pela localização privilegiada

Tsukada declara que esta segunda loja também passou por várias modificações para atender a demanda dos consumidores.

Com as duas lojas tendo a preferência da população de Maringá e Região, o grupo decidiu partir para o segmento de atacado. Assim, há dois anos era criada a Bom Livro Atacado. Neste período a empresa cresceu e hoje atende, além do Paraná, todos os Estados que fazem divisa com ele.

SUCESSO: Toda esta trajetória de sucesso do grupo Bom Livro tem uma explicação: ousadia, planejamento e investimento em Recursos Humanos. Massao Tsukada lembra que desde o início a maior preocupação

era com estruturação da empresa. "Procuramos colocar as peças certas nos lugares certos para edificarmos uma empresa sólida", justifica.

Dentro deste processo de concretização do grupo Bom Livro, a informatização da empresa mereceu local de destaque. Hoje todas as três lojas e o atacado estão interligados. A informática, na opinião de Massao Tsukada, agiliza não só a parte administrativa como proporciona rapidez no atendimento ao consumidor.

Esta rapidez no atendimento faz parte de outra preocupação do grupo que é a excelência

nos serviços prestados. E é aí que entra o treinamento e aperfeiçoamento da mão-de-obra. "Como precisamos estar sempre atualizados na informática, também necessitamos de funcionários capazes de absorver as mudanças no comportamento do cliente", argumenta Massao Tsukada.

Todos estes investimentos foram que asseguraram uma base sólida para o progresso do grupo Bom Livro. Líder em Maringá, na venda de materiais escolares, para escritórios, papelaria em geral e livros, Massao Tsukada espera agora conquistar a liderança também em Londrina. E mais. Em breve novas lojas podem ser incorporadas à rede.



Massao Tsukada fala aos presentes durante inauguração da loja de Londrina



Diretores do grupo com a equipe de gerentes da nova filial

Mídia completa

As feiras setoriais e profissionais ganham cada vez mais espaço nos calendários das empresas brasileiras. Empresários consideram a participação nestes eventos como necessária e vital para os seus negócios

Quem quer crescer precisa aparecer. Baseadas nesta afirmação, muitas empresas têm utilizado, nos últimos anos, feiras comerciais para se fixarem no mercado. Nestas feiras vende-se de tudo. De brinquedos a tratores, passando por supercomputadores e artigos para condomínios. Isto faz com que as feiras se setorizem e se profissionalizem cada vez mais.

Para se ter uma idéia do que as feiras representam para a indústria, basta olhar para os resultados obtidos por algumas empresas. Os números são surpreendentes. Em apenas cinco dias, a Estrela – maior fabricante de brinquedos do país – vendeu mais de 5 milhões de dólares em bonecas Barbie, miniaturas de super-heróis como Batman, e bichinhos de pelúcia eletrônicos.

A venda ocorreu durante a Abrin – principal feira de brinquedos do país. Outra feira, a Fenasoft levou ao Anhembi, em junho do ano passado, mais de 800 mil pessoas. Eles foram conhecer os últimos lançamentos em software, apresentados durante o evento, considerado um dos



Empresários garantem que as feiras comerciais são investimento com retorno garantido

maiores do gênero no mundo.

Outro exemplo: na última UD pelo menos 2.000 revendedores de eletroeletrônicos passaram pelos 1.800 metros do estande da Philips. Para visitar tantos clientes, a equipe de vendas da empresa consumiria um mês e meio de trabalho. “Hoje a participação em feiras é indispensável para qualquer empresa que deseje preservar e ampliar sua fatia de mercado”, diz a consultora de comércio exterior, Maria Alice Bourdon.

INTERNACIONAL: Ela orienta todos os seus clientes a participarem de feiras se-

toriais e profissionais. Como assessora do Grupo de Interesse de Exportação do setor de confecções, organizado pela Associação Comercial e Industrial de Maringá e pelo Sindicato do Vestuário, ela esteve em Santiago do Chile no mês passado. A consultora acompanhou 5 empresários, que foram representar as 15 empresas do Grupo na Feira Intermoda Brasil-Chile.

Maria Alice afirma que a participação do grupo maringaense foi um sucesso. “Constatamos

que as empresas do grupo que produzem camiseta, moda praia e bonés estão preparadas para entrar no Chile”, garante. A consultora explica que durante a Intermoda foram feitos 69 contatos com empresários chilenos. O público durante os cinco dias da feira foi de 24 mil pessoas. Em média 1,2 mil espectadores assistiram aos

US\$ 30 bi

Segundo a Ubrafe – União Brasileira dos Promotores de Feiras – em 1993, as feiras geraram negócios de 30 bilhões de dólares. A cada evento no Anhembi – maior centro de feiras comerciais do país – cerca de 5 mil novos empregos temporários foram criados.

Para 1994, a previsão é de que sejam organizadas pelo menos 60 grandes feiras no país. Fora outras centenas de encontros regionais – como a Feipar 94 – de menor porte. Pelos dados da Ubrafe, estes eventos devem abrigar ao todo 30 mil empresas. Todas dispostas a aumentarem suas vendas, exibir suas marcas e ampliar os horizontes no mercado.



Adamantis

Consultoria Empresarial

- Assessoria Econômica
- Assessoria de Informática
- Assessoria Jurídica
- Cálculos Trabalhistas

Praça Raposo Tavares, 36 - Ed. Herman Lundgreen - Sala 703
Telefax: (044) 223-0744 - CEP 87013-922 - Maringá - PR

Na mira do público

A menos de um mês para o início da Feipar 94 – Feira de Integração do Paraná – a venda de praticamente todos os 258 estandes disponíveis e o fechamento lateral do Pavilhão Internacional de Exposições são motivos a mais para deixarem organizadores e promotores otimistas quanto à realização do evento. Segundo Fernando Vieira Raimundo, diretor de Eventos e Promoções da Associação Comercial e Industrial de Maringá, as atenções nesta reta final estão concentradas na confirmação de caravanas de visitantes.

Fernando Vieira diz que a ACIM e o Sebrae, como promotores da Feipar 94

estão fazendo de tudo para que a Feira seja um sucesso de público. “Como é um evento dirigido, realizamos um programa de visitas a outras cidades do Paraná, e a Buenos Aires e Assunção, onde mantivemos contato com empresários destas localidades”, afirma. Ele espera também que os expositores estejam convidando fornecedores, clientes e clientes em potencial para estarem em Maringá de 13 a 17 de setembro.

Sobre a melhor forma de atrair um bom público, o diretor da ACIM cita uma reportagem publicada na Revista Exame com o consultor americano Douglas MacLean, especializado em marketing de feiras. Na opinião do consultor o principal passo é definir o público visitante, para poder cercá-lo da maneira ideal. Como exemplo, MacLean cita uma estratégia utilizada pela DuPont, uma das

maiores empresas do setor químico do país, para a Fiepag – Feira Internacional de Embalagem, Papel e Artes Gráficas – realizada em maio.

Semanas antes da abertura da feira, a DuPont identificou as principais empresas do setor e enviou-lhes centenas de malas-diretas anunciando os principais lançamentos. Além disso, a equipe de telemarketing fez 80 ligações para convidar executivos e empresários a comparecerem ao estande da empresa. O resultado desta prática foi considerado excelente: 40% dos negócios engatilhados partiram de fregueses já contatados. “É esta orientação que gostaríamos de passar aos expositores da Feipar 94. Eles devem buscar seus clientes e não esperar apenas os visitantes que os promotores vão atrair para o evento”, revela Fernando Vieira Raimundo.

desfiles realizados todos os dias.

De 11 a 14 deste mês, o grupo esteve em outra feira internacional. Desta vez os empresários levaram seus produtos a Assunção, no Paraguai, na Expocostura. Foi uma participação diferente. Eles não tiveram um estande, mas contactaram empresários paraguaios através de rodadas de negócios.

EXPORTAÇÃO: Uma das empresas que comemorou os resultados da feira do Chile foi a Olhar Gateado. A linha praia da confecção conquistou as chilenas e o primeiro lote deve embarcar em breve para Santiago. A “Olhar” já exporta para Portugal e, além do Chile, deve fechar contratos com a Espanha. “Fiquei surpresa com a Intermoda. Foi minha primeira experiência internacional e fiquei muito satisfeita”, declara Isabel Dumas, sócia-proprietária, que também participou da feira em Assunção.

Gyseli Bertoni da Costa é outra empresária que ficou impressionada com a sua primeira participação em feira, no ano passado. Ele foi uma das expositoras da Feipar 94, e seu estande um dos mais procurados. Graças a isto, a Di Bertoni – uma fábrica de gravatas, cuecas e suspensórios de seda – teve um crescimento acelerado. “Foi um resultado inesperado, que contribuiu para a solidificação da empresa, recém-fundada na época”, justifica.

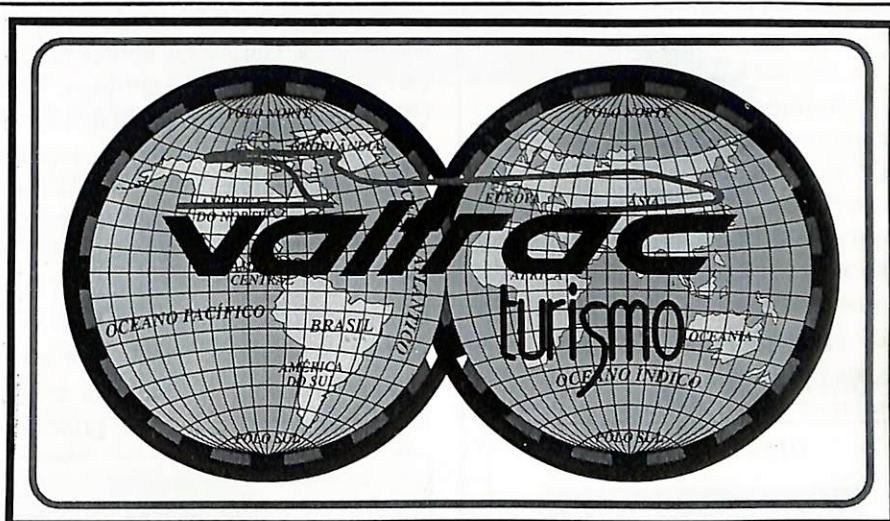
A empresária considera as feiras uma mídia perfeita. “É um investimento com retorno garantido. Você fala diretamente com o seu público alvo”.

Ela argumenta ainda que as feiras

contribuem para adequar a produção às necessidades do mercado. “No contato com clientes em potencial verificamos onde devemos investir para melhorar a qualidade dos nossos produtos”, frisa.

Com participante do Grupo de Exportação, a Di Bertoni também esteve presente nas feiras de Santiago e Assunção.

Nos contatos com empresários dos dois países, Gyseli constatou que os preços de suas gravatas está acima do praticado no Chile e Paraguai. Para tornar sua linha competitiva, uma das saídas será a importação de seda. “Teremos que buscar lá fora a matéria-prima que está muito cara no Brasil”, avalia.



VALTRAC TURISMO

- Viagens Nacionais e Internacionais • Passagens Aéreas Nacionais e Internacionais
- Ecoturismo pelo Pantanal e outras regiões • Reservas de hotéis
 - Pacotes especiais para pescaria • Organização de grupos para: cursos, congressos, convenções etc...

Mais uma empresa do grupo Valtrac-Yamaha sob a direção de Silvia Franchini Rezende

valtrac
turismo

Rua Piratininga, 75 – sala 01
Telefax: (044) 223-0603
Maringá – Paraná

Iniciativa extrapola metas

Criado com o objetivo de atingir o mercado externo, Departamento de Comércio Exterior da ACIM cumpre seu papel e ainda serve como elo de união entre os empresários

Maringá produz, nos mais diversos setores da economia, com qualidade e preços competitivos no mercado internacional. Mas, para muitos empresários o comércio exterior era um tabu. Essa mistificação está sendo quebrada aos poucos através do trabalho desenvolvido pelo Departamento de Comércio Exterior da ACIM, em parceria com o Cexpar, Sebrae e com os sindicatos do vestuário e de metal-mecânica.

Um dos primeiros trabalhos desenvolvidos foi a criação dos grupos de interesse em comércio exterior, nos setores de confecções e metal-mecânica. Essa união possibilitou a contratação de uma consultora de comércio exterior e viabilizou também a participação de empresários dos dois setores em feiras no Brasil e no exterior.



Carlos Walter: "iniciativa uniu os empresários"

Além disso, o próprio departamento da ACIM possui dados importantes como a relação de fabricantes no exterior, relação de importadores, estatísticas, legislação, procedimentos administrativos, calendário de feiras internacionais, incentivos fiscais na importação e outros. As consultas são gratuitas, inclusive para quem não é associado aos grupos de interesse.

ALAVANCA: O coordenador do Departamento de Comércio Exterior da ACIM, Jefferson Nogaroli, lembra que não haviam iniciativas concretas para acessar o mercado externo. Para ele, o principal re-

sultado do departamento é a criação dos grupos de interesse. "A união das empresas do grupo servirá como alavanca para outras, inclusive de outros segmentos, que poderão se organizar e seguir o mesmo caminho".

Entre as empresas dos grupos, várias já praticavam o comércio exterior, como Romagnole, Ziober-Martch, Noma e Cotton's Bonés. Outras como Malhas Torch e Olhar Gateado conquistaram os primeiros resultados após a criação dos grupos. As empresas já participaram de várias feiras no exterior.

O grupo de confecções participou em junho da Intermodas, no Chile, quando foram realizados inúmeros negócios e contatos. "Nossas camisetas, maiôs e bonés têm mercado garantido no Chile e os jeans também fizeram sucesso", relata a consultora Maria Alice Bourdon.

SINDICATOS: Os sindicatos dos dois setores envolvidos com os grupos – Sindinvest, de Confecções, e Sindimetal, da Metal Mecânica – também estão participando ativamente da iniciativa. Além do "total" apoio aos grupos, esses sindicatos têm promovido e reivindicado junto à entidades como Fiep, Sesi, Senai e Sebrae, a realização de cursos de aperfeiçoamento profissional.

O presidente do Sindinvest, Miguel Salas, diz que os técnicos do Sebrae estão ministrando cursos com o objetivo de melhorar a qualidade e produtividade nas empresas. "Os técnicos deram aulas teóricas e estão indo em cada empresa para ministrar aulas práticas", explica.

UNIÃO: Para o vice-presidente do Sindimetal e coordenador do grupo de metal-mecânica, Carlos Walter Martins Pedro, além do principal objetivo que é promover as relações com o comércio exterior, a iniciativa uniu os empresários. "Hoje discutimos assuntos que podem nos beneficiar em outras áreas. E, quando precisamos fazer reivindicações para entidades ou para o Poder Público, vamos em bloco", frisa.



Salas: apoio total do Sindinvest ao Grupo de Interesse



ENGEVIDROS

**ENGENHARIA E
COMÉRCIO DE VIDROS**

DISTRIBUIDOR

SANTA MARINA

- **Box Cristal Temperado**
– Clássico e Marine
- **Cristal Temperado**
para instalação em obras
- **Cristal Laminado Triplex**
- **Projetos especiais p/ todas as**
aplicações com vidro: – Fachada-cortina,
bay window, coberturas e vitrines

Av. Colombo, 4042
Fone (044) 222-2443 – MARINGÁ – PR

**O QUE A SUA IMAGINAÇÃO CRIA
A ENGEVIDROS EXECUTA.**

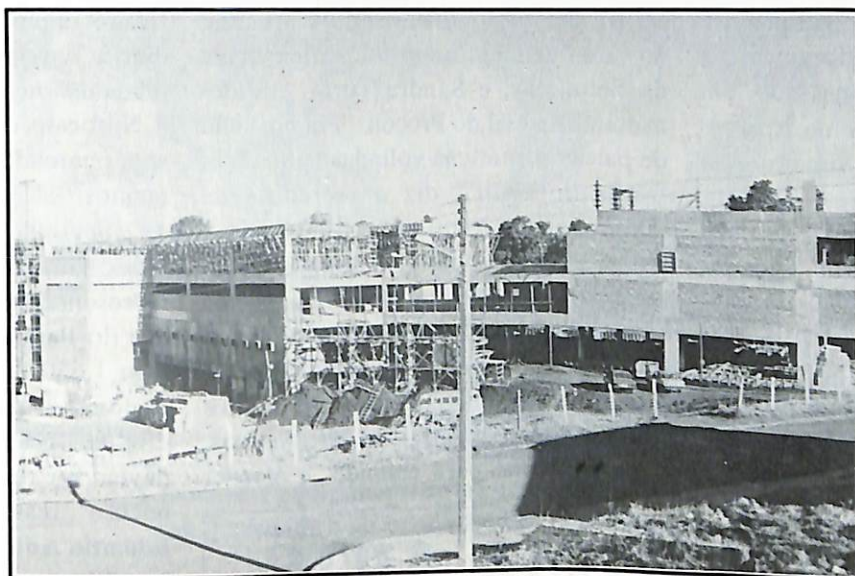
Um espaço aberto para a cultura

O Teatro e Museu Kallil Haddad terá as obras concluídas em breve. Será o tão esperado espaço cultural, que vai colocar Maringá definitivamente no circuito dos grandes espetáculos

Até o final do ano que vem, ou no máximo até o início de 96 Maringá vai ganhar uma obra há muito esperada: o seu teatro municipal. Na verdade, o complexo cultural Kallil Haddad será muito mais que um teatro: ele vai abrigar museus histórico, botânico e de artes plásticas, além do teatro, que terá capacidade para 700 pessoas.

Todo o empreendimento está sendo construído com recursos próprios do município e o custo final deverá ficar em torno dos 6 milhões de dólares. A área total em construção passa dos 7.800 metros quadrados. Os projetos da obra – cenotécnico, de iluminação, acústico – estão sendo elaborados pelos profissionais mais renomados do Brasil. Tudo para garantir a criação de um dos mais modernos espaços culturais do país.

GRANDES CAPITAIS: “Uma cidade



Teatro: um sonho antigo dos Maringenses

como Maringá tem a obrigação de ter uma casa de promoção cultural como será o Teatro e Museu Kallil Haddad”. A afirmação é do prefeito Said Ferreira, que explica que a obra, iniciada em 87, deverá ter toda a parte estrutural concluída até o final deste ano.

O complexo estará equipado para receber grandes espetáculos, oferecendo toda a infra-estrutura necessária. O teatro terá um palco de 26 metros de altura, com uma “boca de cena” de 160 metros quadrados. Haverá ainda um espaço de 40 metros quadrados reservado para orquestras e dois palcos laterais com 93 metros quadrados cada. Isso sem falar nos 5 camarins individuais e nos 3 coletivos, que terão apoio de salas de costura, de guarda-roupa, de ensaio e de aulas de balé.

“Todos os atores que têm vindo a Maringá nós temos convidado para visitar as obras. E a aprovação tem sido total”, lembra o secretário de Planejamento Remígio Fondazzi, que coloca o empreen-

dimento no nível das grandes capitais.

CURSOS E OFICINAS: Além do teatro e das áreas dos museus, o complexo vai contar com espaços para inúmeras atividades culturais dirigidas à comunidade. Além disso haverá também uma área destinada à restauração de obras de arte.

“Nós pretendemos promover muitas atividades culturais no complexo. Teremos ali museus dinâmicos, com atividades permanentes.

Já temos todo o acervo para o Museu Histórico, que hoje está na Divisão de Patrimônio Histórico do Município. E convênios poderão ser firmados com a UEM para a consolidação do Museu Botânico”, explica Marilin Cordeiro Tupan, secretária de Cultura de Maringá, que acrescenta: “esta obra vai atender um anseio antigo dos maringenses”.



Said: “Maringá tem obrigação de ter uma casa de promoção cultural”



Marilin: Várias atividades culturais e museus dinâmicos

A força do interior

Maringá sedia pela primeira vez um encontro de supermercadistas e distribuidores de alimentos do interior do Paraná. O evento teve a participação de mais de duas mil pessoas

Mudar para vencer. Esta foi a frase que orientou os trabalhos da Exposuper-94 – Feira Regional de Produtos e Equipamentos para Supermercados – e do 8º Seminário Paranaense do setor. Os dois eventos foram realizados de 22 a 24 do mês passado, em Maringá. A organização foi da Apras – Associação Paranaense de Supermercados.

Durante os três dias mais de duas mil pessoas visitaram os 31 estandes da Feira e participaram de cinco palestras do Seminário. Entre os presentes estavam supermercadistas e representantes das indústrias de alimentos de todo o Paraná. Os temas do Seminário foram voltados para a qualidade total e

mudanças que o Plano Real está provocando no varejo.

Falaram aos inscitos no Seminário, especialistas como o professor Moacir Moura, consultor de Marketing no varejo; Hélio Cadore, superintendente do Sebrae-Pr, e Sandra Turra, coordenadora Estadual do Procon. “Foi um ciclo de palestras práticas voltadas para a realidade do setor”, diz a secretária da Apras, Josilda Rodrigues.

ALTERNATIVAS: O diretor regional da Associação, Paulo Uchimura afirma que o Seminário foi um grande fórum de debates entre supermercadistas, fornecedores e pessoas ligadas ao setor. “Juntos estamos buscando novas alternativas. Principalmente para entender e atender

melhor o consumidor”, comenta.

Foi a primeira vez que eventos desta natureza foram realizados no interior. Para Uchimura este fato teve um significado importante. Ele explica que sediar a Exposuper e o Seminário foi o reconhecimento do potencial do Norte e Noroeste do Paraná, nos setores de supermercados e de distribuição de alimentos.

Segundo relatório da Apras, as regiões Noroeste, Norte e Norte Pioneiro representam 30% da força de distribuição do Paraná. Ao todo são 350 lojas, com 1.650 “check-outs” – caixas registradoras – que geram 8.100 empregos diretos. “São dados significativos que devem ser respeitados no cenário paranaense”, ressalta o presidente da Apras, Eduardo Antônio Dalmora.

Ele acompanhou toda a movimentação nos estandes da Feira e participou das palestras. No encerramento, Dalmora avaliou como positivo o saldo dos dois eventos. “O interior provou que pode realizar estas iniciativas. A partir de agora pretendemos estender estas realizações a outras regiões do Estado”, adianta.

Além de promover o lançamento de produtos e equipamentos de última geração para os supermercados, a Exposuper teve outra novidade. Nos três dias da feira foi mantido um balcão de negócios. Através de um sistema informatizado foram armazenadas informações sobre quem quer comprar, vender ou mesmo quem procura um representante comercial ou pretende promover a representação.

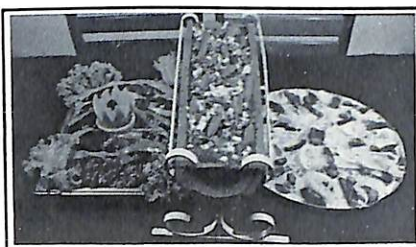
Com estes dados, os associados da Apras vão poder de agora em diante realizar negócios. Dalmora declara que o sistema funcionou muito bem. A procura pelo balcão foi satisfatória, e possibilitou a formação de um banco de dados, que será de grande utilização no futuro.

COMER BEM É UMA ARTE.

No Restaurante e Pizzaria **Casarão** você tem a sensação de estar fazendo parte de um grande banquete.

Com um cardápio variado e muito bem cuidado, oferecemos o melhor em:

- Rodízio de Picanha • Serviço à La Cart
- Atendimento a Grupos de Excursões
- Ar Condicionado • Música ao Vivo



Salão exclusivo para atendimento a grupos, excursões e festas



Casarão

A Pizzaria da Família

DIARIAMENTE ALMOÇO E JANTAR

Av. XV de Novembro, 492 - Fone: (0442) 22-6903 - A 50m da Catedral - Maringá - PR
Contatos com Renato ou Valmor

MODERNIZAÇÃO

Cooperfios investe US\$ 1 mi

Em 1991 a empresa iniciou um processo de modernização, que está em sua segunda etapa. Novos equipamentos estão sendo adquiridos, aumentando a produção e a qualidade dos produtos

A Cooperfios Sociedade Anônima está investindo US\$ 1 milhão na instalação de equipamentos de fiação de última geração. O processo de troca dos equipamentos antigos pelos novos demora pelo menos quatro meses, já que são máquinas feitas sob encomenda. O diretor da empresa, Claudomiro Siroti, espera um aumento de 20% na produção, além da melhoria na qualidade dos produtos.

O objetivo da Cooperfios é modernizar totalmente a fábrica nos próximos três anos, substituindo todos os equipamentos mais antigos. A primeira etapa desta modernização aconteceu em 1991, com a troca de um terço dos equipamentos. Hoje estão sendo trocados mais um terço. Nos próximos três anos, o processo será efetivado e a empresa terá 100% de máquinas novas.

“A evolução no nosso setor é rápida e quem não se modernizar acaba saindo do mercado”, explica Claudomiro Siroti. Ele acrescenta que as máquinas trabalham 24 horas por dia, num processo contínuo, por isso o desgaste é grande. No total, a Cooperfios está investindo US\$ 3 milhões na substituição dos equipamentos da fábrica –



A troca dos equipamentos vai propiciar a melhoria na qualidade e na produtividade na indústria

US\$ 1 milhão até o final do atual processo e mais US\$ 2 milhões na próxima etapa.

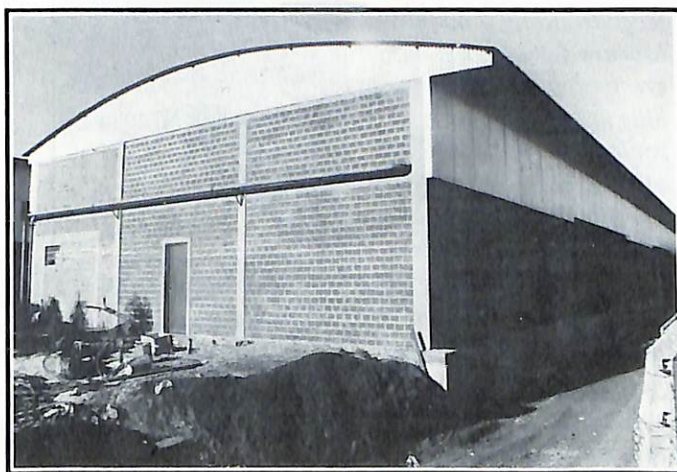
RH: Além da preocupação com a modernização dos equipamentos, a Cooperfios também tem investindo na especialização dos recursos humanos dentro da empresa. Com a troca das máquinas, o quadro de funcionários deve aumentar em 10%. Hoje são 300. Os novos “par-

ceiros” aprendem a lidar com os equipamentos dentro da própria empresa. Os programas de treinamento duram em média 90 dias.

A Cooperfios está instalada em uma área de 48 mil metros quadrados. A estrutura física da empresa também está passando por modificações. Um antigo depósito deixará o corpo da fábrica e será destinado à instalação dos novos equipamentos.

Um outro local está sendo destinado ao depósito, aumentando de 10 para 11 mil metros quadrados de área construída.

O algodão é a principal matéria-prima utilizada pela Cooperfios. A indústria é abastecida com a produção da própria região de Maringá. A matéria-prima passa por um processo especial de classificação, tratamento e transformação até chegar ao produto acabado. Os fios produzidos são comercializados basicamente em São Paulo e Santa Catarina, maiores pólos de confecções do país.



Com a construção do novo barracão, a empresa passou a ter 11 mil metros quadrados de área construída

Parceria

A Cooperfios foi fundada em 1986 através da parceria entre a Cocamar, de Maringá, Cocari, de Mandaguari, Coagel, de Goioerê e Copagro, de Toledo. O objetivo é industrializar algodão e resíduos pelo sistema “Open-end” para a produção de fios naturais, singelos e retorcidos. Hoje sua produção gira em torno de 4.800 toneladas/ano de fios de algodão e rami.

Agência completa um ano

A Associação Comercial e Industrial de Maringá foi a primeira do interior do estado a fundar uma agência, na Zona Norte da cidade. A iniciativa foi aprovada pelos empresários

Dia 2 de agosto de 1993. Nessa data, a Associação Comercial e Industrial de Maringá inaugurava a agência da Zona Norte da cidade, no Jardim Alvorada. Um ano depois, após realizar uma Feira Ponta de Estoque, um Almoço Empresarial e diversos cursos, além dos serviços prestados como fax, SPC, xerox, emissão de guias do PAM, e outros, a agência está consolidada.

É claro que a ACIM não está satisfeita. Quer incrementar ainda mais os serviços e a participação da entidade no dia-a-dia do comércio, indústria e prestação de serviços daquela região. "Para isso é necessário que os empresários locais participem mais. Temos idéias e as colocamos em prática, mas ninguém melhor do que o próprio comerciante para nos



Coquetel com empresários do bairro marcou o 1º aniversário da agência

apontar suas necessidades", diz o diretor da agência, vereador Valdir Pignata.

PESQUISA: Valdir lembra que no ano passado poucos acreditavam na abertura de uma agência da ACIM naquela região. "Lutamos muito para isso e a Associação entendeu que precisava ficar mais próxima dos empresários da Região Norte, que é o principal ponto comercial depois do centro", comenta Pignata. Na época, a

ACIM realizou uma pesquisa entre seus associados, que indicaram o vereador para ser o diretor da agência.

Valdir Pignata fala com entusiasmo da iniciativa. "Através da agência pudemos aumentar o número de associados. Os empresários não conheciam ao certo os serviços que a ACIM oferece. Hoje, muitos já conhecem e utilizam", comenta. Para o presidente Pedro Granado, a agência é um forte elo de ligação com os comerciantes da Zona Norte.

"Essa presença física da ACIM naquela região é fundamental para que o empresário local tenha a certeza de que suas necessidades serão atendidas", afirma Granado. Ele elogia o trabalho de Valdir Pignata e acrescenta que a agência terá sempre um empresário da região no comando. "É importante que esse diretor seja estabelecido nas proximidades da agência porque assim ele poderá ser um porta-voz do empresariado local", explica.



COBRAPAR

- COBRANÇAS
- SERVIÇOS
- ASSESSORIA JURÍDICA

**15 ANOS
EM MARINGÁ**

WALDIR FRARES
- Advogado -

MARINGÁ - FONE: (044) 226-5114
LONDRINA - FONE: (043) 323-1838

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

FILIADA AO GRUPO UNIDOS - RJ

Empresários satisfeitos

Entre os empresários locais, a satisfação de ter uma agência da ACIM por perto é grande. A proprietária da Yuriko Confeccões, Nelly Lopes de Moraes Gil, diz que não era associada e nem conhecia os serviços da associação. "Só depois da abertura da agência é que fiquei conhecendo a ACIM. Hoje já me associei e utilizo vários serviços da entidade", frisa.

Para Nelly, um dos maiores benefícios da agência foi a 1ª Feira Ponta de Estoque do Jardim Alvorada, realizada no ano passado. O proprietário da Manhata Baby, José Batista do Nascimento con-



Nelly Lopes só se associou após a abertura da agência

corda com Nelly. Ele diz que utiliza os serviços da ACIM, mas destaca o evento como uma "ótima iniciativa". "A feira ajuda a desovar o estoque, e além disso serve como divulgação da loja", afirma.

O sócio-proprietário do Depósito Alvorada, Egídio Ugrnani, diz que a agência favoreceu bastante os comerciantes locais.

"Ficou mais fácil utilizar serviços como fax e xerox.

Além disso, enviamos nossos funcionários para cursos que são promovidos na agência". Ugrnani destaca também que a comunicação com a ACIM ficou mais ágil.

CIASRAF®

Orçamentos com segurança

Programa exclusivo para gráficas, da Cia de Software, garante maior segurança, agilidade e otimização na elaboração de orçamentos

Agilização na emissão de propostas e orçamentos, e garantia de segurança para a gráfica e para cliente. Estas são apenas algumas das vantagens do programa Ciagraf, da Cia de Software, de Blumenau, Santa Catarina. O programa é destinado exclusivamente a empresas do setor gráfico e permite um completo gerenciamento na área de orçamentos.

Em Maringá várias empresas adotaram o programa e estão comprovando sua eficiência na prática. Ele fornece às gráficas um sistema totalmente integrado, que permite a elaboração de orçamentos seguros e com vantagens para o cliente: garante o fechamento dos serviços com preços mais acessíveis.

O programa foi inteiramente desenvolvido pela Cia de Software. O Ciagraf possibilita o acompanhamento das vendas, da produtividade, do estoque e até do faturamento da gráfica. E, o que é muito interessante, a Cia de Software oferece às usuárias do programa um sistema eficiente de assistência: o Tele-Suporte, que hoje é muito utilizado em países da Europa por Software Houses.

PRATICIDADE E ECONOMIA: A Cia de Software atende cerca de 60 clientes em diversas regiões brasileiras com o sistema Tele-Suporte. Isso é possível graças ao apoio de um software de comunicação, um Modem, e de uma linha telefônica. Através do Tele-Suporte, a Cia de Software faz qualquer tipo de alteração e presta assistência técnica ao programa.

“Através do sistema nós estramos no programa do cliente e solucionamos qualquer problema em tempo recorde, comparado ao tempo gasto na visita de um técnico”, explica Márcio Sérgio Nolasco, gerente comercial da empresa. Ele salienta que desta forma o custo operacional para o usuário do programa cai em cerca de 80 a 95 por cento.

Em Maringá há um ano algumas indústrias gráficas começaram a implan-



Márcio: “solucionamos qualquer problema em tempo recorde”



“Ficou mais fácil atender o cliente, porque o Ciagraf trouxe muita rapidez. O programa gerencia toda a parte de custos da gráfica, e com muita segurança. Ele nos dá, inclusive, mais flexibilidade nos custos, porque temos sempre a noção do volume de serviços realizados e, em alguns casos, há até como reduzir custos em alguns itens”.

*Sérgio Luiz Dallálio,
diretor da Gráfica Ideal e
presidente do Singramar*

tar os sistemas fornecidos pela Cia de Software. E na avaliação dos empresários só houve benefícios. Dois exemplos são a Gráfica Boaventura e a Gráfica Ideal (leia box).

Além destas empresas, o Singramar – Sindicato das Indústrias Gráficas de Maringá e Região – tem o programa instalado. A empresa Cia de Software doou o programa à entidade, para que outros empresários do setor gráfico possam conhecê-lo.



“Os resultados do Ciagraf são excelentes. O programa otimizou o setor de orçamentos, trouxe maior precisão no trabalho. Podemos armazenar individualmente os dados por cliente, o que facilita na hora de refazeremos certos serviços. A elaboração do orçamento ficou muito mais rápida e segura. E quando passamos a receber assistência através do Tele-suporte, então, tudo ficou ainda melhor”.

*Shinji Gohara, diretor da
Gráfica Boaventura*

Gerência eficaz

A Cia de Software oferece também o Ciafin – Administrativo Financeiro Integrado. Este programa pode ser utilizado por empresas e também por profissionais liberais.

O Ciafin é composto por vários módulos: Contas a Receber, Contas a Pagar, Controle Bancário, Fluxo de Caixa, Faturamento, Controle de Estoque e Mala-Direta. Através do sistema, o empresário tem acesso a projeções e relatórios



de acompanhamento seguros e precisos para o gerenciamento do Departamento Financeiro.



Rua Paul Hering, 90 – sala 201 – Centro
CEP 89010-050 – BLUMENAU – SC
Telefax: (0473) 22-9543

Bom para todos

Maringá sofre uma "invasão" de legiões estrangeiras que foram participar de eventos internacionais, nacionais e estaduais realizados no mês passado, na cidade

Julho de 1994 vai ficar marcado com um dos meses mais agitados da história de Maringá. Há muito tempo não se registrava um movimento tão bom nos hotéis e restaurantes da cidade. O Núcleo de estabelecimentos do gênero, ligado à Associação Comercial e Industrial, calcula que o aumento foi, em média, de 25%.

Esta agitação toda ocorreu graças a quatro grandes eventos realizados na cidade.

A movimentação teve início com o Congresso Nacional de Zootecnia, continuou com a Exposuper 94, com o 8º Seminário Paranaense de Supermercados, com o 3º Campeonato Panamericano de Beisebol Pré-Júnior, e terminou com o II CEPIAL – Congresso de Educação para a Integração da América Latina.

Destes o que mais teve repercussão foi o II CEPIAL. O Congresso reuniu delegações de 14 países. Ao todo foram quase sete mil pessoas inscritas, entre congressistas, educadores, intelectuais, e representantes de entidades e organizações não governamentais, as ONGs. O objetivo do encontro – que teve a apresentação de 300 trabalhos – foi debater os problemas e apontar soluções que contribuam para o desenvolvimento integrado da América Latina.

Fotos: Edson Guitti



Cepial e ...

O outro evento que teve participação importante no movimento dos hotéis e restaurantes foi o 3º Panamericano de Beisebol. O campeonato reuniu equipes de seis países. Estas seleções levaram à Maringá 140 pessoas, entre dirigentes, comissão técnica e jogadores. Nos sete dias



...Pan movimentaram Maringá

de jogos, as bilheteiras da Acema – Associação Cultural e Esportiva – registraram uma presença de público de 30 mil pessoas.

Para se ter uma idéia da movimentação dos torcedores, na final as arquibancadas da Acema ficaram totalmente lotada. Os organizadores do Pan divulgaram que compareceram ao jogo oito mil pessoas. Boa parte desse público era formada por maringáenses. Mas teve também caravanas de Umuarama, Curitiba, Londrina, Assaí, Uraí, São Paulo, Guarulhos, e Mogi das Cruzes.

Saldo do Pan

Apesar de a expectativa de público ter ficado bem abaixo da esperada, a ACIM e a Acema – promotoras da campanha que envolveu lojistas de Maringá com o Panamericano de Beisebol – consideram positivo o saldo da iniciativa. A Acema estimou o público em 100 mil pessoas, sendo que ao final do campeonato foram contabilizados 30 mil ingressos.

Pedro Granado, presidente da ACIM, diz ter sido muito importante a parceria entre as duas entidades. "A Acema mostrou organização e competência para sediar eventos internacionais. A Associação Comercial e Industrial aproveitou o momento para tentar aumentar a venda no comércio maringáense", afirma.

Trinta e oito empresas participaram da promoção. Foram vendidos 62 kits, compostos cada um de cinco bonés, cinco camisetas, 50 bandeirolas, e 100 ingressos para os jogos. Além disto, os empresários compraram 60 camisetas e 22 bonés, em separado. "A participação foi regular, e poderia ter sido maior", admitiu o diretor do Comércio da ACIM, Donisete Busíquia.



TRANSCOCAMAR
TRANSPORTES LTDA.

"Transportando com segurança e qualidade"

Rod. PR 317 - km 02 - Saída para Campo Mourão
Fone: (044) 225-2748 - Fax: (044) 225-2547
CEP 87065-000 - Caixa Postal, 451
Maringá - Paraná

A vitória do trabalho

Empresário maringense imprime marca pessoal no sucesso de sua empresa. Daniel Mandarino, numa trajetória em que começou como office-boy, prova que com trabalho ainda é possível vencer neste país

Histórias de pessoas que vencem na vida com luta e muito trabalho são gratificantes num país com tantas más notícias como o Brasil. E foi remando contra a maré das más notícias econômicas brasileiras – planos fracassados, governos sem pulso para manter a moeda estável, mercado retraído e outras – que um empresário de Maringá conseguiu se estabelecer e prosperar.

Daniel Mandarino é técnico em contabilidade, tem só 32 anos, mas já e o que se pode chamar de empreendedor. A trajetória de sua empresa – o Escritório Lex, especializado em contabilidade – está toda baseada na iniciativa empreendedora dele. Afinal, Daniel começou a trabalhar na empresa em 1979, como office-boy. E desta época até hoje, ele realizou muita coisa. Tudo baseado em muito trabalho, em doses generosas de otimismo e na persistência.

Quando Mandarino ingressou na empresa, o Lex era um escritório de porte médio, que ficava no centro de Maringá. Hoje são 180 clientes, empresas dos mais diversos setores. Todo o trabalho é realizado por uma equipe de 20 funcionários. Para tanto, uma grande estrutura foi sendo montada ao longo dos anos.

BOM ATENDIMENTO: Daniel Mandarino chegou a proprietário da empresa com conhecimento de causa. Ele trabalhou em praticamente todos os departamentos do escritório, e em 1986 assumiu a gerência geral. “Foi nessa época que comecei a pensar na idéia de adquirir a empresa. Sabia que tinha potencial. Era só acreditar”, recorda Mandarino.

A oportunidade apareceu quando o an-



O escritório possui uma sede ampla, onde trabalham 20 funcionários

tigo proprietário decidiu vender a empresa. Mandarino lembra que usou todas as economias e ainda parcelou em quinze vezes o restante do pagamento. “Muita gente chegou a dizer que eu era louco”, diz, sorrindo.

Hoje, a experiência mostra que Mandarino tomou o caminho certo. Logo que terminou de pagar a compra da empresa, ele partiu para a aquisição de um terreno no Novo Centro, para construir a sede própria. Comprou em sociedade com outro empresário, e mais tarde adquiriu também a parte do sócio.

No ano seguinte já deu início à construção da sede do escritório, no terreno recém-adquirido. O edifício Mandarino, onde

o escritório está instalado atualmente, ainda está em obras. A sede já está pronta, com 400 metros quadrados de área, que abriga toda a estrutura necessária para o bom atendimento aos clientes. O prédio – que será concluído até o final de 1995 – terá sete andares de salas comerciais e foi o primeiro imóvel construído no Novo Centro.

Além da sede própria, a empresa investiu ainda algo em torno de 50 mil reais no processo de informatização. “Tudo o que construímos foi pensando em oferecer o melhor serviço. Porque o segredo da nossa atividade

está na qualidade dos serviços prestados e no bom atendimento. E outro fator fundamental também – lembra o empresário – “é o investimento numa equipe de profissionais competentes”.

Quando perguntado se é um otimista, ele apenas sorri. Se acredita no Plano Real? “Sim, porque o país foi preparado para ele”. E se a economia do país não melhorar, a despeito de qualquer plano? Ele novamente sorri e lembra que construiu sua empresa justamente numa época muito desfavorável na economia. “O que é necessário mesmo é ter coragem, idealismo e muita vontade de trabalhar. E gostar muito do que se faz. Eu sou um apaixonado pelo que faço”, resume.



Mandarino: paixão pelo trabalho que exerce


**CARTONAGEM
CIDADE VERDE**

Telefax:(044) 224-2377

**INDÚSTRIA DE
CAIXAS DE PAPELÃO
ONDULADO**



**31 ANOS
ORGANIZADA
TELEFONIA**
**VENIDAS
35 - PABX - APARELHOS - FAX - BLOQUEADOR
ASSISTÊNCIA TÉCNICA - INSTALAÇÃO**
SATÉLITE TELECOMUNICAÇÕES
PABX

**Multitel
Intelbras**

Maringá (044) 224-8181

A seleção e o comércio

A Taça do Mundo é nossa. Pela quarta vez. Mas alguns brasileiros festejaram, além do título, o aumento na venda de seus produtos. A cada vitória brasileira era maior o número de pessoas que vestiam a camisa com o símbolo da seleção canarinho. Em Maringá, a MR produziu 120 mil peças e vendeu quase tudo.

Torcedor fanático de futebol – já foi presidente do Grêmio de Esporte Maringá – Devanir Marion, proprietário da MR, afirma que produziu camisetas até o jogo entre Brasil e Holanda. “A Copa é um torneio rápido. Quem deseja investir tem que confiar no time e nas vendas”, declara Marion, que ficou entusiasmado com os resultados financeiros de sua estratégia.

Outro setor que teve motivos de sobras para festejar o tetracampeonato foi o da venda de fogos de artifício. A única loja que comercializa este tipo de produtos em Maringá, a Dispropil, teve um mo-

vimento “excelente”, segundo o gerente Antônio Marcos de Souza. O saldo positivo pôde ser confirmado após os gols das vitórias brasileiras.

VIAGENS: Nas agências de turismo de Maringá, no entanto, a euforia com Copa do Mundo foi menor. Muitas nem chegaram a vender pacotes promocionais. Paulo Jorge Carolino, da Atlas Viagens e Turismo, comenta que o maringaense prefere ir a uma olimpíada do que a uma Copa do Mundo de Futebol.

Das agências que ofereceram pacotes para EUA, a loja da Rio-Sul foi a que mais vendeu. Ana Rita Maia Paes, gerente da loja, declara ter vendido este ano mais passagens do que na copa anterior. Outra diferença foi quanto ao perfil dos turistas. “Os pacotes foram adquiridos por jovens empresários e profissionais liberais. Na última copa, os turistas eram pessoas com idade mais avançada”.

Agenda da Diretoria

Entre outros compromissos, a Diretoria Executiva da Associação Comercial e Industrial de Maringá cumpriu a seguinte agenda no mês de julho:

Dia 03 – Vários diretores participaram da entrega dos certificados para alunos do curso da Unipem.

Dia 04 – Pedro Granado e Massao Tsukada, juntamente com a diretoria da Pró-UEM, se reuniram com o governador Mário Pereira, em Curitiba.

Dia 06 – Pedro Granado recebe a visita de Gladys Floriano, presidente da Casa Latino-Americana, de Curitiba. Granado participa também do lançamento do gibi “Maringá Essa História é Nossa”, da escritora Cássia Arruda e do desenhista Roberto Bertola.

Dia 08 – Pedro Granado e Jefferson Nogaroli participam de reunião com empresários de metal-mecânica.

Dia 15 – Dirceu Martins participou de palestra com Wilson Biadola, sobre a lei 8.661. No mesmo dia, os diretores foram à entrega do título “Comerciante do Ano” a Donizete Busíquia.

Dia 20 – Diretores participam do lançamento da Feipar 94.

Dia 22 – Jefferson Nogaroli participou da abertura da Exposuper 94. No mesmo dia, Fernando Vieira Raimundo e Luiz Carlos Masson participaram de reunião com o gerente geral do Banco do Brasil em Tóquio, Sócrates Mendes, e com Lincoln Barros de Souza, Superintendente do Banco do Brasil, no Paraná, que inauguraram um posto de atendimento da instituição na Coca-mar. Ainda no dia 22, Sabas Martins Fernandes foi à posse da Associação Maringaense de Odontologia.

Dia 23 – Jorge Toyofuku participou da abertura do III Panamericano de Beisebol, na Acema.

Dia 26 – Jorge Toyofuku, Valdir Pignata e José Luiz Sander receberam e participaram de palestra com Yuan-Szu-Yang, da Taiwan Trade Center. No mesmo dia, Fernando Raimundo participou de Seminário Mercosul, no Banestado Regional.

Dia 28 – Valdir Pignata participou da abertura do II Cepial.

MB 180 D: utilitários para o trabalho e para o lazer



- A Mercedes-Benz trouxe para o Brasil a linha de veículos comerciais leves de uso múltiplo para o transporte urbano de cargas e de passageiros, com uma capacidade de até 1.800 kg de carga útil. A série MB 180 D é nas versões Van, Furgão, Pick-up e Chassi com Cabina.
- MB 180 D – Câmbio de 5 marchas, direção hidráulica, motor diesel de última geração, acionamento hidráulico, freio à disco.
- GARANTIA MERCEDES-BENZ – 12 meses ou 50 mil km para o veículo ou 100 mil km para o trem de força, (o que primeiro ocorrer).



toyo diesel veículos ltda.

Concessionário
Mercedes-Benz

Revendedor
MICHELIN

Uma empresa
Mesbla

Av. Colombo, 1.240 - Fone: (044) 222-3207 - Fax: (044) 222-3038
Telex: 44-2222 - CEP 87045-000 - MARINGÁ - PARANÁ

ASSISTÊNCIA TÉCNICA • VEÍCULOS NOVOS E USADOS • VEÍCULOS USADOS EM CONSIGNAÇÃO

Capital de Giro

Mulheres

Lucila Campos, Maria dos Anjos Araújo, Elizabete Emídio, Sônia Uliana e Maria Alice Pinatti, diretoras do Conselho da ACIM, participaram em São José dos Pinhais, do XIII Encontro Estadual dos Conselhos das Mulheres Empresárias e Executivas do Paraná.



Jantar do Copejem



O delegado da Receita Federal, em Maringá, Amilton Paulo Lemos foi o convidado especial do Jantar Empresarial promovido pelo Copejem – Conselho Permanente do Jovem Empresário – da Associação Comercial e Industrial. O encontro foi no dia 27 do mês passado e teve a participação de 104 pessoas. Durante a palestra, Lemos frisou a importância dos cuidados que os empresários devem ter no trato das questões fiscais e tributárias.

McDia Feliz

No próximo dia 27, o McDonald's promove a campanha beneficente "McDia Feliz", em todo o Brasil, com o objetivo de ajudar as crianças com câncer. Neste dia, todo dinheiro arrecadado com a venda do Big Mac é doado para instituições ligadas ao tratamento do câncer infantil, uma das três maiores causas da mortalidade das crianças no país.

Comerciante do ano



O Diretor para Assuntos do Comércio da ACIM, Antonio Donisete Busíquia, recebeu título de Comerciante do Ano. A solenidade de homenagem foi feita pelo Sincomm, no salão social do Maringá Clube, no último dia 15. Na oportunidade Busíquia recebeu das mãos do empresário e também diretor da ACIM, Jefferson Nogaroli, a "Medalha do Mérito Comercial".

Pró-UEM



O presidente da ACIM, Pedro Granado acompanhou os diretores da Pró-UEM, durante audiência com o governador Mario Pereira. A Pró-UEM foi pedir a liberação de verbas para o Hospital Universitário e foi atendida pelo governador.

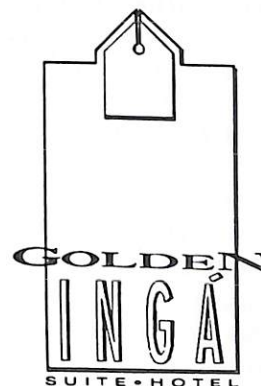
Cidadão Honorário

O Diretor para Assuntos de Indústria da ACIM, empresário Clodomiro Siroti, recebeu no último dia 30, o título de Cidadão Honorário do Município de Atalaia. O título foi concedido pela Câmara daquele município, onde Siroti foi prefeito na gestão 83/88. O homenageado é natural de Atalaia e filho de pioneiros daquela cidade.

O Nº 1 EM LAZER



Passe um final de semana CINCO ESTRELAS com sua família. Sua esposa é nossa convidada. Tarifas com descontos especiais, incluindo café da manhã em ambiente panorâmico. Sauna, quadra de squash, sala de jogos e piscina. Seja você também o nº 1 nesta promoção. Faça já sua reserva.



Rua Néo Alves Martins, 2398
Maringá - Paraná
RESERVAS: (044) 226-4511

Novos Sócios

- TOQUE DE PELE

Shopping Av. Center – loja I-28

Fone: 223-2598

Com. de confecções

- INDITEC

R. Mitsuzo Taguchi, 526 – fone: 222-8290

Processamento de dados

- TONIFRIO

Av. Carneiro Leão, 941 – fone: 224-8689

Ind. e com. de móveis e refrigeradores

- ANAUA ALIMENTOS

Av. Ver. João Batista Sanches, 1107

Fone: 225-3482

Com. de alimentos

- WOOFITS LANCHES

R. Nova Esperança, 220 – fone: 222-2949

- ÓTICA VISÃO

Av. Brasil, 3573 – fone: 222-6348

Com. de materiais óticos

- CARTONAGEM CIDADE VERDE

R. Poeta Paulo Leminski Filho, 105

Fone: 224-8757

Ind. de caixas de papelão

- AUTO ELÉTRICA e BATERIAS MIKUNI

Av. Carneiro Leão, 299 – fone: 224-6617

- PROPOSTA IMÓVEIS

Av. XV de Novembro, 910

Fone: 222-4641

- CAMILA CONFECÇÕES

R. Joubert de Carvalho, 423

Fone: 222-0877

- T.V CIDADE CANÇÃO

R. Paranaguá, 565 – fone: 228-8083

- JULINHAS

R. Piratininga, 466 – fone: 222-8044

Com. varejista de arm. e confecções

- FRUTA MADURA

Shopping Av. Center – loja E-04

Fone: 222-8818

Com. de confecções

- ATLAS TURISMO

R. Néo Alves Martins, 2282

Fone: 222-3737

- DISTRIBUIDORA DE

BEBIDAS SÃO DOMINGOS

Av. São Paulo, 761 – fone: 222-8532

- DEPÓSITO ESTRELA

Av. Kakogawa, 1351 – fone: 228-4720

- ASSOCIAÇÃO DE LOJISTAS DO AVENIDA CENTER

Shopping Avenida Center – loja 04

Fone: 223-3895

- FORDÃO PEÇAS

Av. Colombo, 5202 – fone: 225-3576

Com. e distr. de peças para Veículos

- FOLHA DE LONDRINA – SUCURSAL DE MARINGÁ

Av. Parigot de Souza, 184

Fone: 262-3255

- TDB TECIDOS

R. Santos Dumont, 1951 – fone: 222-9480

- TOZIN AUTO PEÇAS

Av. Morangueira, 931 – fone: 223-0491

- FISK'S BELA MODA

Av. Dr Alexandre Rasgulaeff, 359

Fone: 228-1225

Com. varejista de confecções

- XIKI CONFECÇÕES

Av. Cerro Azul, 1335 – fone: 222-7863

- BIKE SHOW

Av. Paraná, 449 – fone: 224-0616

Com. de bicicletas e acessórios

- I.P.T.C.

R. João Cardoso de Lima, 119

Fone: 224-6712

Ind. de Tubos, Tubetes, Espulas,

conicais de papelão

Cursos

senac serviço nacional
de aprendizagem
comercial

Fone: 224-5765

CENTRO DE DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL DE MARINGÁ

ADMINISTRAÇÃO E GERÊNCIA

Desempenho dos Estilos de Liderança

Eficácia em Chefia e Liderança

Excelência na Qualidade dos Serviços

ARMAZENAGEM EMBALAGEM E

EXPEDIÇÃO

Embalagens Decorativas

COMÉRCIO ARTESANAL E

DE PRODUTOS CASEIROS

Salgadinhos para Festas

Téc. Prep. Pães, Roscas e Bolachas

Massas Folhadas

Bordados em Ponto Cruz

Docinhos para Festas

COMUNICAÇÃO

Telefonista

Relações Interpessoais no Trabalho

Etiqueta Social e Profissional

Aperf. Comunicação e Expressão Escrita

A Arte de Falar em Público

ESCRITÓRIO

Como Organizar Arquivos

Auxiliar de Pessoal

Serviços Financeiros

Auxiliar de Pessoal

Correspondência Comercial

Correspondência Comercial

Auxiliar de Contabilidade

Datilografia para Competência

HIGIENE E BELEZA

Atualização em Penteados

Cabeleireiro

Maquiagem Pessoal

Atualização em Tintura

Manicuro/Depilador

Maquiagem Pessoal

HOTELARIA

Cozinheiro

Garçom/Garçonete

Confeiteiro

Lancheiro

INFORMÁTICA

Introdução à Microinformática

Windows 3.1

Word For Windows 2.0

Windows 3.1

Introdução a Microinformática

PROPAGANDA

Bordados em Pedrarias p/Estilistas de Modas

Impressor de Serigrafia

Impressor de Serigrafia

SAÚDE

Comunicação e Relações Públicas para Re-

cepcionista de Consultório

Socorros de Urgência

VENDA

Qualidade em Vendas no Varejo

Telemarketing-Tec. Venda no Telefone

Vendendo mais e Melhor

Técnica e Psicologia de Venda

OUTRAS

Reciclagem em Matemática Básica

Entusiasmo e pioneirismo

Maringá não passava de um povoado quando Alfredo Maluf se mudou para cá. Ele participou ativamente do desenvolvimento do Município e convenceu muitos viajantes a fixarem residência na cidade

Em homenagem a Alfredo Moisés Maluf, o Colégio Estadual do Conjunto Hermann Moraes de Barros recebeu seu nome. Para os ex-companheiros e amigos a homenagem poderia ser ainda maior, já que, na opinião deles, a cidade “deve muito” ao pioneiro maringaense. Entre aqueles que conheceram Alfredo Maluf, só existem bons adjetivos quando se referem a ele.

Libanês naturalizado brasileiro, Alfredo Maluf viveu em Piracicaba até 1948, quando decidiu transferir suas atividades para Maringá. Ele era casado com Francisca do Amaral Maluf e tinha quatro filhos. Em Maringá, o empresário fundou a Maluf S/A – Importação e Comércio de Automóveis – onde funcionavam uma oficina mecânica, uma loja de peças e um posto de gasolina.

Empresário dinâmico, Maluf soube aproveitar o fluxo de carros e caminhões que passavam por Maringá, última parada antes que os motoristas seguissem Noroeste adentro, “onde só existia mato”. A localização do posto, em plena Avenida Brasil, também ajudou e a empresa se transformou em ponto de referência para motoristas de toda a Região.

O posto Maluf foi um dos primeiros de Maringá e possuía um caminhão próprio que buscava combustível direto no porto, o que reduzia custos. Assim, vendia mais barato. Esta conjunção de fatores fez com que, em 1950, a empresa se transformasse em uma das maiores revendedoras de combustíveis de todo o Brasil. A Maluf S/A chegou a comercializar carros importados e depois passou a ser concessionária dos veículos DKV e Alfa Romeo.

COMUNIDADE: Alfredo Maluf participou ativamente da vida comunitária de

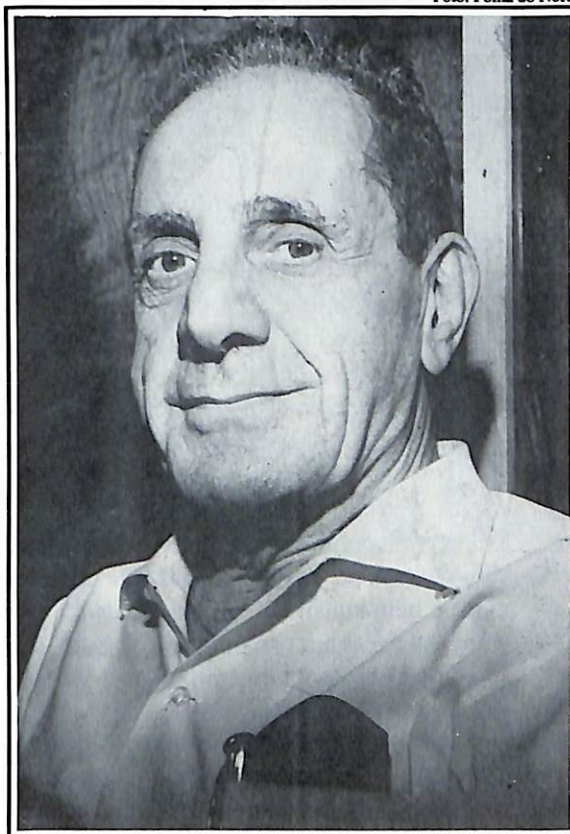


Foto: Folha do Norte

Maluf participou ativamente da vida comunitária de Maringá

Maringá. “Ele foi um esteio das atividades sociais no município, trabalhando pela fundação de entidades que auxiliavam crianças e idosos”, lembra o dentista e ex-companheiro de Rotary, Eduardo Fróes da Motta Filho. O empresário foi também presidente da ACIM no biênio 57/58.

Alfredo Maluf era diretor da ACIM, quando o então presidente Murilo Macedo se mudou de Maringá. Com apenas quatro meses de gestão, Macedo passou o cargo para Maluf, que realizou uma administração muito elogiada. “Ele era um homem progressista, de espírito público acirrado”, afirma Emílio Germani, diretor da entidade na época, e também ex-presidente da ACIM.

Segundo Germani, uma das lutas de Maluf, enquanto presidente da ACIM, foi

incentivar o Governo do Estado a implantar geradores diesel para iluminar Maringá. “Não havia energia elétrica e os geradores, mesmo iluminando precariamente, trouxeram grande benefício”, comenta. Ele acrescenta que a instalação dos geradores foi o ponto de partida para a instalação da Copel no município”.

HUMILDADE: Empresário bem sucedido, Alfredo Maluf era amigo de políticos e autoridades municipais e estaduais, mas não se esquecia dos mais humildes. Além de suas atividades filantrópicas atuando pelo Rotary, ele ajudava também os funcionários de sua empresa, tanto que chegou a fundar uma vila para o quadro de trabalhadores da Maluf S/A. Existiam poucas casas na cidade e os funcionários tinham dificuldades de moradia.

Na época em que a energia elétrica ainda não havia chegado em Maringá, Maluf proporcionava sessões de cinema aos maringaenses. “Ele possuía gerador próprio na sua empresa e de vez em quando passava filmes ao ar livre”, diz Emílio Germani.

Durante anos, a Maluf S/A foi parada obrigatória dos pioneiros maringaenses. Ali se discutiam e realizavam inúmeros negócios. Muitos viajantes que passavam a caminho de outras regiões, pernoitavam na casa de Alfredo Maluf e, graças ao entusiasmo do empresário, acabaram fixando residência em Maringá.

Nascido em 1900, Maluf morreu aos 84 anos. “Era uma dessas pessoas excepcionais, que fazia amizade com todos e se preocupava muito com os problemas da comunidade”, elogia Emílio Germani. O empresário acrescenta que “é difícil descrever as qualidades de Alfredo Moisés Maluf em poucas palavras”.

Tecnologia a serviço da saúde

Por João Maria da Silveira

Observei atento e com satisfação, nesta última década, a um crescimento vertiginoso ocorrido em Maringá, em vários aspectos: econômico, demográfico, político, social, tudo me parecendo ter ocorrido de forma ordenada, a ponto de merecermos ser citados entre outras cidades brasileiras como detentoras de uma boa qualidade de vida. Aqui o verde é exuberante, a terra fértil. Sua população oriunda dos mais diversos recantos, me parece viver feliz em suas praças e alamedas.

Sinto que Maringá, tendo desde sua fundação, uma vocação agrícola, não sofreu tanto com a mecanização de seus campos, que ocorreu nas últimas duas décadas, trazendo a plenitude do desenvolvimento, que se instalou aqui definitivamente.

Como se fôra natural, o progresso urbano de nossa cidade se fez acompanhar também às custas quase sempre da iniciativa privada, de um considerável avanço tecnológico no que diz respeito à ciência médica, a ponto de ter a pretensão de dizer que somos quase uma ilha de excelência neste aspecto.

Maringá é atualmente um centro referencial, para cá concorrendo pessoas de várias cidades e estados vizinhos na busca de resolução de suas necessidades, entre elas a assistência médica. Com este propósito, os hospitais em geral, nestes últimos anos, sofreram ampliações, não somente em área física, como em seus campos clínicos e recursos humanos.

Fato consumado, tecerei algumas considerações. Há mais ou menos 16 anos tínhamos em Maringá um serviço pioneiro de ultrassonografia, a primeira novidade daquilo que hoje generalizamos denominar diagnóstico por imagens. Esses serviços foram se multiplicando e se tornando mais perfeitos a ponto de

contarmos hoje com pelo menos três dos melhores aparelhos, todos com doppler colorido, atendendo à várias especialidades.

Dispomos também de três serviços de tomografia computadorizada, realizando exames, os mais sofisticados e com ótima qualidade. As equipes de anestesiologia têm se esmerado na aquisição de aparatos que garantem a segurança nos procedimentos cirúrgicos, visando sobretudo o paciente.

Nas especialidade de cardiologia clínica e cirúrgica o avanço é inegável: as intervenções cirúrgicas sobre o coração, muito bem acompanhadas por clínicos e hemodinamicistas, que antes só eram realizadas em grandes centros, hoje se constituem em quase rotina em Maringá.

Os endocrinologistas há muito tempo realizam na especialidade a cintilografia de tireóide e a densitometria óssea, acenando com a possibilidade da aquisição de uma gama-câmera.

Na ginecologia, os serviços de cadavoscopia e videolaparoscopia diagnóstica e cirúrgica, que já são realidade há tempos, tendem a se multiplicar pelos hospitais com suas equipes.

Em obstetrícia, o atendimento à gestação de risco é feito em várias clínicas que se dedicam à intercidade e, certamente em breve, fertilização assistida.

Dispomos de uma UTI pediátrica, bem como atendimento clínico especializado nos berçários, sempre incentivando o aleitamento materno e alojamento conjunto.

A oftalmologia realiza hoje exames sofisticados com o emprego de laser argônio e técnicas modernas. Espera-se para breve o Iag-laser.

Em ortopedia, as cirurgias videoendoscópicas há muito são rotineiras. Os

otorrinolaringologistas progressivamente investem na investigação endoscópica para diagnóstico e tratamento.

Entre os pneumologistas a tecnologia se faz presente na espirometria computadorizada, bem como nos procedimentos endoscópicos rígidos ou flexíveis, cirúrgicos e testes clínicos.

A urologia pratica há algum tempo a litotrisia extra-cordórea, além de procedimentos endoscópicos sofisticados. Realiza de rotina em consonância com a nefrologia (três serviços em Maringá) há mais de dez anos, transplantes renais.

Os gastroenterologistas de Maringá dispõem dos melhores aparelhos para endoscopia digestiva alta e videolaparoscopia cirúrgica.

As clínicas radiológicas têm buscado evolução na aquisição de equipamentos modernos como o mamógrafos. Os serviços complementares de diagnóstico, os laboratórios, de forma igual, têm acompanhado esta evolução tecnológica, quer na aquisição de aparelhagem moderna, ou participado de programas que sempre visem a melhor qualidade.

É inegável que Maringá possui hoje uma considerável sofisticação em meios diagnósticos e terapêuticos.

É pena que todo esse arsenal não esteja plenamente à disposição de todo a nossa comunidade, sobretudo a carente. Mas quero ter certeza, de que não deverá ser culpa de nenhum de nós, simples médicos, tão pouco daqueles que, partindo da própria iniciativa, tiveram a coragem de investir nestes projetos.

Finalizo demonstrando minhas esperanças no Hospital Universitário, que nasce da comunidade, podendo prestar um grande serviço à Maringá.

João Maria da Silveira é presidente da Sociedade Médica

Ousadia que faz crescer

Trabalho, dedicação e ousadia fazem com que o empresário e industrial Benedito Corimbava cumpra seu papel, relevante na economia, comemorando 25 anos de uma de suas empresas no setor de petróleo

Há 25 anos, representando uma multinacional no campo de derivados do petróleo, Benedito Corimbava acreditou no seguimento e com grande ousadia e coragem inaugurou com outros três sócios, no final da década de 60, a empresa Petromar Lubrificantes Maringá Ltda.

Enfrentando todas as dificuldades inerentes ao confronto do mercado, a empresa foi conquistando posições. Em 1972, Corimbava assumiu integralmente a direção da Petromar, adquirindo as partes dos sócios. Com tenacidade própria dos vencedores, desenvolveu e fixou sua marca no mercado, permanecendo com o nome de Petromar até 1987, data em que, evitando confronto direto, efetuou nova razão social: Nowax do Brasil Petróleo Ltda, instalada no Km 130 em um terreno de 12.000 metros quadrados de área e 3.000 metros quadrados de construção.

Essa pequena célula industrial desenvolveu e desenvolve até hoje, apoiada por modernos equipamentos de laboratório e técnicos especializados na área, mais de 50 produtos de óleos lubrificantes automotivos: motor diesel série 3; motor álcool/gasolina; motor HD; multiviscoso; engrenagens; motor de moto-serra e outros. Entre os industriais estão hidráulicos; cilindros; solúvel; transformador; incongelável; corte leve; mancal; corrente de moto-serra e outros. Entre as graxas, estão graxa para chassis, rolamento e multipurpose. Todos os produtos da marca Nowax, são aprovados pelo Centro de Pesquisas Tecnológicas e liberados pelo Departamento Nacional de Combustíveis.



A Nortoil é uma das empresas de Benedito Corimbava

AMPLIAÇÃO: No início da década de 70 havia uma recessão de óleos básicos. Sem acomodar-se diante da situação, Benedito Corimbava adquiriu na época a empresa Nortoil Lubrificantes Ltda, que passou por várias modificações, como ampliação de área, frota, investimento em novas tecnologias nos processos unitários e controle de qualidade. A empresa foi reconhecida pelo antigo Conselho Nacional de Petróleo.

A Nortoil tem como objetivo a reciclagem de óleo usado, que mesmo sendo contaminado não perde suas características originais. "Óleo nunca se desgasta, perdendo suas propriedades", afirma Corimbava. Ele acrescenta que a indústria de refino de óleos lubrificantes por si só, além de trazer divisas para o país, reaproveitando a parte mais nobre do petróleo, contribuiu de maneira significativa na diminuição de poluentes de esgotos e rios.

Segundo Benedito Corimbava, a reindustrialização traz consigo uma grande contribuição, minimizando a importação de óleos básicos, qualidade do produto final é equivalente ou melhor do que os básicos de primeiro refino, por

sua estabilidade molecular comprovada", afirma. O produto acabado Neutro Pesado é consumido como matéria-prima pela Nowax e por outras companhias, sendo novamente formulado e colocado à disposição do mercado.

A Nortoil participa do desenvolvimento do país, pois faz parte de um grupo de aproximadamente 12 empresas, em atividade na área de rerrefino, com escritório de base e depósitos em

Curitiba, Porto Alegre, Bauru, Ponta Porã, Campo Grande, Gravataí, Marília, Cuiabá e São Paulo, fazendo o transporte com sua própria frota de 75 caminhões/carretas até Maringá.

Como desbravador no mercado atuando em Maringá, Corimbava tem confiança em seus negócios e vem trabalhando na viabilização da transferência das duas empresas. Ele já adquiriu um terreno de 72 mil metros quadrados e tem um projeto que prevê 10 mil metros quadrados de construção, assumindo o compromisso de dobrar sua capacidade de produção, para um milhão de litros. O próximo passo será atingir o Mercosul.

Otimista por natureza, Corimbava acredita no futuro do Brasil. Para ele, o atual plano econômico do Governo é o melhor já elaborado no país e está ajudando a estabilizar a economia. Ele só não concorda com o presidente Itamar Franco, que através dos meios de comunicação tem pedido ao povo que diminua o consumo. "O presidente deveria aconselhar o povo a procurar os melhores preços, mas nunca pedir que ele não consuma".

Que povo é esse?

Por Erasmo José Germani

Nem tudo que é bom para os Estados Unidos é bom para o Brasil. Entretanto muitas coisas podem ser aproveitadas, pois afinal, trata-se de um país que deu certo. Não se pode fechar os olhos aos exemplos que estão aí, para quem quiser ver.

Qualquer indivíduo que for a qualquer país, deve ter em mente a preocupação de aprender um pouco de sua cultura, pois afinal, estamos todos ligados pela mesma terra.

Assim, como líder de um programa de intercâmbio de Grupo de Estudos, patrocinado pela Fundação Rotária, embarquei para os Estados Unidos para aprender um pouco de sua cultura.

A grande vantagem que tive durante a permanência no país, foi o fato de que a convivência foi feita dentro das famílias, onde pudemos trocar importantes informações sobre o modo de pensar, de viver, de sonhar e até de sofrer.

Após 35 dias, voltei com a certeza de que aprendi um pouco sobre aquele povo, tão temido, como amado.

Uma das questões que tinha em mente antes de viajar, era saber porque um país, que tendo quase a mesma idade e a mesma área territorial do Brasil, tornou-se um gigante no mundo, enquanto ocupamos hoje somente uma posição dentro do chamado 3º mundo.

Alguma idéia sobre o assunto já tinha através de leitura, em que pesquisadores, também preocupados sobre o tema, concluíram que uma nação precisa ter *objetivos* tal qual o ser humano. Não são objetivos exatos de governo, mas sim um muito mais poderoso, que está embutido dentro da própria cultura do povo.

Durante minha estadia, escancararam-se ante aos meus olhos, duas coisas que considerei primordiais como resposta à minha indagação.

A primeira foi sobre a **EDUCAÇÃO**.

Em várias localidades por onde passei, as pessoas apontavam dizendo: *eis ali a nossa escola!* A ênfase com que a frase era dita e pelos comentários paralelos, ficava patente que a ESCOLA era um dos lugares mais importantes da comunidade. Isto parece uma coisa muito óbvia, porém



não é fácil entender o seu profundo significado. O sentimento é tão intenso, que toda escola primária e secundária (elementary school e high school) tem um "board" composto por pessoas da comunidade que traçam a sua política. Elas são eleitas e sujeitam-se a fazer uma campanha, que é bem acirrada por sinal, para absolutamente nada ganhar de honorários. É um "status" e uma honra participar ou ter participado do "board" de uma escola. A comunidade inclusive investe em recursos financeiros para a melhoria da escola, se bem que a responsabilidade é do estado ou da união. Mas aí vem a pergunta. O que são o Estado e a União se não o próprio povo?

Aí foi que constatei que o desenvolvimento vem através da educação e a educação está nas escolas. Eu não conheço o sistema educacional de outros países ricos, como o Japão ou a Alemanha, mas tenho certeza que o povo tem o mesmo sentimento que os americanos.

E nós aqui. Como estamos?

A minha segunda constatação é quase um conseqüência da primeira. Foi sobre a **CIDADANIA**.

Nada existe de especial sobre a cida-

dania do povo americano, comparada com a nossa. O que muda é o sentimento.

Estava passando ao lado da Casa Branca, residência e escritório oficiais do Presidente da República, quando vi uma placa, indicando os horários de visita pública. Perguntei a um americano como pode o povo em geral entrar dentro da Casa Branca? O que me foi respondido, com um certo grau de surpresa: *Mas, a Casa Branca é nossa. Ela pertence ao povo, por isso temos o direito de entrar lá.* Aí estava a resposta. A cidadania é um sentimento de posse. Em "eu sou dono do país".

O governo deve ser cobrado para fazer sua parte, mas lá vi que o cidadão faz muito mais para o país que o país por ele. Vi inúmeras vezes, voluntários ao lado das estradas, recolhendo lixo. Vi a comunidade desmontar uma fonte da praça central da cidade, para mandar reparar, sem ajuda da prefeitura. Vi respeito às leis, não só por que elas são necessárias, mas como meio até de economia. Imagine se todos resolvessem jogar o lixo nas ruas ou nas estradas. Quanto dinheiro e trabalho o governo iria ter para limpar? Seria natural que os impostos tivessem que aumentar, não é mesmo? Vi, por fim, muitas casas com a bandeira hasteada, e aí entendi, que aquele gesto não era superficial, mas sim expressando, que ali estava a casa e o país onde morava e que era dono.

Agora, de volta ao meu Brasil, onde todos querem levar vantagens, penso na nossa cidadania.

Não vamos ser só nacionalistas de copa do mundo. Devemos impor nossa cidadania, com a vontade férrea de colocar este país para frente, de ajudar os governantes e de cobrar dos mesmos um trabalho sério. Não devemos nos conformar com o final daquela anedota que diz: *Mas vocês vão ver o povinho que vou colocar no Brasil!*

Erasmo José Germani é engenheiro e diretor da Orbis Construtora e do Rotary Club de Maringá

TAG

BOAVENTURA



Para vender uma idéia, um serviço ou um produto, você precisa causar ótima impressão junto ao consumidor. A Gráfica Boaventura confecciona TAG, com o melhor acabamento e qualidade máxima.

GRÁFICA BOAVENTURA
 Rua Néo Alves Martins, 1124
 Telefax: (044) 226-5601
 Maringá - PR



FACIAP

IV CONGRESSO DAS
ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS
INDUSTRIAIS
E AGRÍCOLAS
DO PARANÁ

1994
MARINGÁ
26 e 27
AGOSTO

LOCAIS:
MARINGÁ CLUBE/ ACIM
PALESTRANTES:
GUILHERME AFIF DOMINGOS
HÉLIO CADORE
ÁLVARO DIAS
JAIME LERNER

PATROCÍNIO

EDTEL
Listas Telefônicas S.A.

SCI SEGURANÇA AO
CRÉDITO E
INFORMAÇÕES
ALTA TECNOLOGIA EM INFORMAÇÃO COMERCIAL

SEBRAE
PR

REALIZAÇÃO

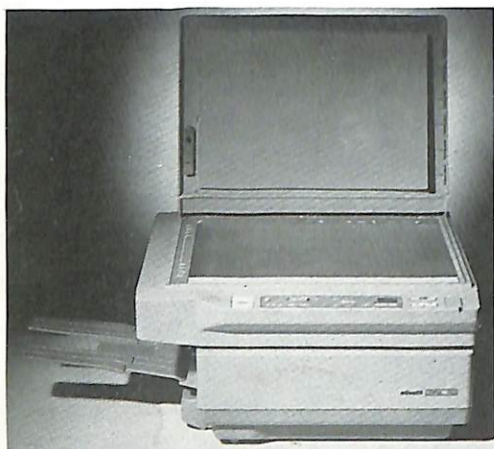
ACIM
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E
INDUSTRIAL DE MARINGÁ

ORGANIZAÇÃO

AT 4
PROMOÇÕES
E MARKETING

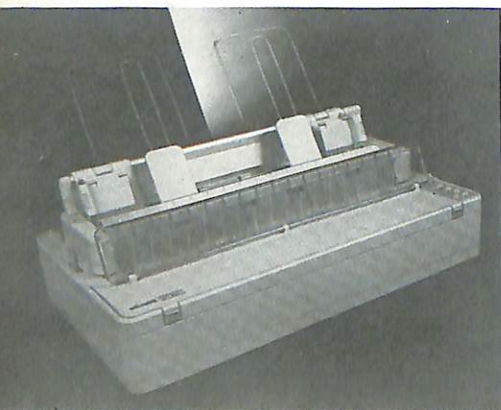


CONHEÇA NA **TOMBINI** O MELHOR SHOW-ROOM DA



COPIADORA COMPACTA OLIVETTI 7025

Ela economiza espaço e esbanja performance. Possui gaveta de alimentação automática com capacidade para 250 folhas embutida na máquina. Amplia, reduz, tem zoom e velocidade de 10 cópias por minuto.



SUMMA 22

CALCULADORA ELETRÔNICA PROFISSIONAL
possui design robusto, sistema de impressão à impacto e bicolor, display com números gigantes para soluções realmente profissionais.



FAX OFX 100/T



Envia e recebe fax, funciona como telefone e gerencia secretária eletrônica. Tudo através da mesma linha telefônica, distribuindo as funções de acordo com o tipo de chamada. A praticidade necessária em casa ou no escritório.

ET 1250/ET 1250 MD SP

MÁQUINA DE ESCREVER ELETRÔNICA PROFISSIONAL
Exclusivo design onda. Com centralização, negrito e sublinhado automáticos, construção de tabelas, memória de textos de 27.000 caracteres, além de dicionário de inglês com 80.000 palavras e Visor de duas linhas x 40 caracteres.



DM 209 L

IMPRESSORA de 9 agulhas com carro de 136 colunas. Projetada para atividades de média carga de trabalho, oferece completo tratamento de papel, seja formulário contínuo, sejam folhas soltas.

- Móveis • Máquinas
- Instalações comerciais
- Equipamentos para escritório
- Materiais para informática e
- Suprimentos



TOMBINI

