

SAÚDE
rise na Santa Casa

ACIM

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

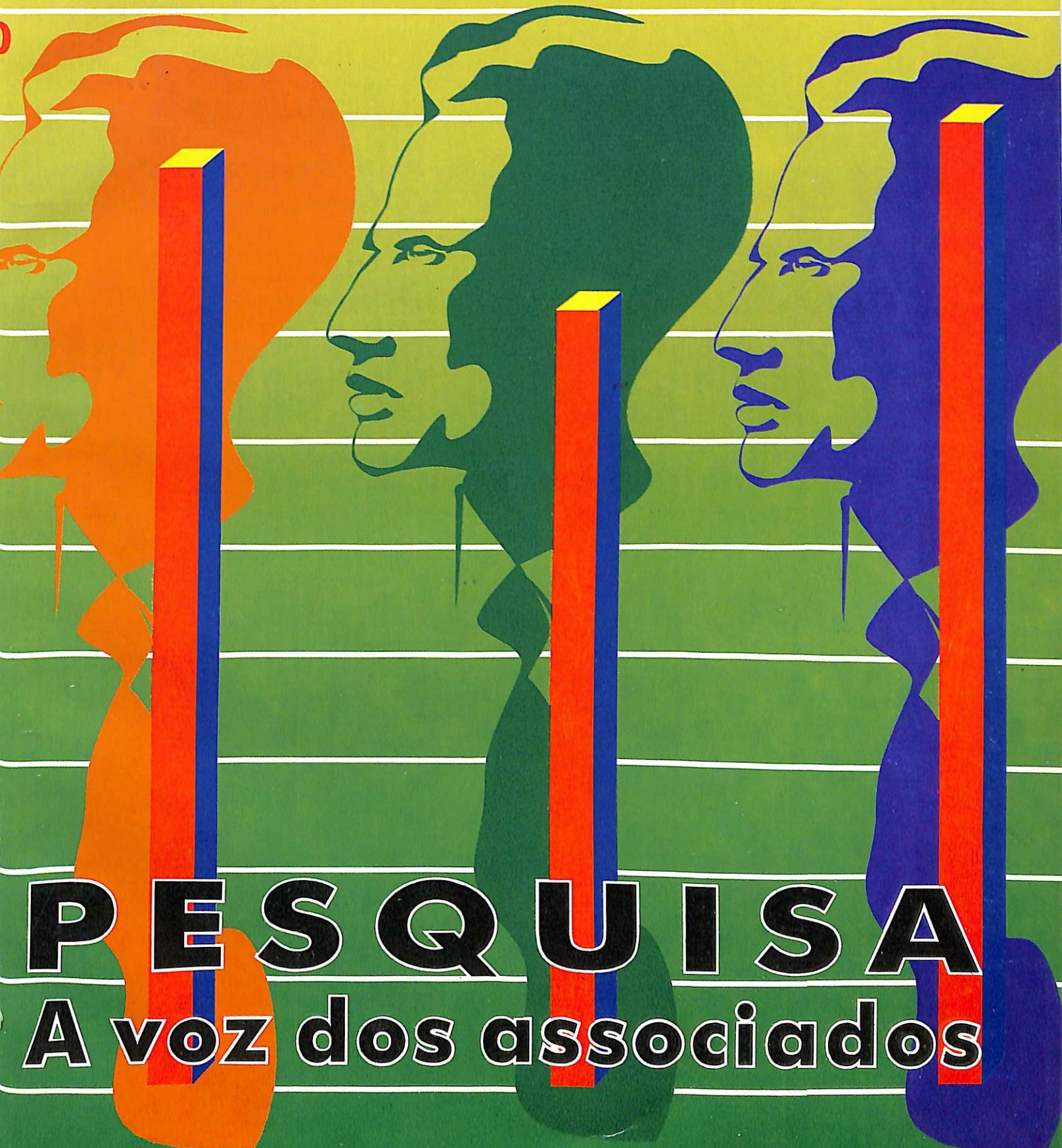
050
R454
N-351-ano-32-1995

FEVEREIRO/95

Nº 351

ANO 32

R\$ 3,00



PESQUISA
A voz dos associados

VOLTA ÀS AULAS

PASSE DIRETO NESTE ANO.

601

**Venha direto à Bom Livro
ou à Papelaria Maringá.
Onde você encontra tudo
da sua lista de materiais.**

Nada de perder tempo, nem dinheiro. Venha direto onde você tem certeza de encontrar todos os materiais escolares e livros didáticos que precisa. Venha à Bom Livro ou à Papelaria Maringá.

Os melhores preços a vista ou a prazo.

Você encontra artigos de ótima qualidade, pelos melhores preços e os maiores prazos. Sempre com um atendimento nota dez. Na volta às aulas, passe direto na Bom Livro ou na Papelaria Maringá.

Bom Livro



MARINGÁ

LIVRARIA E PAPELARIA

ACIM

**A FORÇA
EMPRESARIAL
QUE UNE E CONSTRÓI**

A ACIM é uma entidade dinâmica e o quadro atual de associados é uma prova de que seus serviços são aprovados pela comunidade empresarial.

Sempre em dia com os novos tempos, ela tem se modernizado, aumentando o número e, principalmente, melhorando a qualidade dos serviços prestados.

O empresário moderno precisa estar em sintonia com as novas tendências da economia mundial, por isso, a ACIM promove e apóia cursos, palestras e seminários com consultores e executivos de sucesso.

A realização de eventos como a Feipar, Feiras de Ponta de Estoque e outros, tem contribuído para o desenvolvimento do comércio, indústria e prestação de serviços.

E nunca é demais lembrar os serviços que o associado usufrui na ACIM:



- SPC - DIC - SCI - SERASA - TELECHEQUE
- CONSULTORIAS
 - JURÍDICA, CONTÁBIL E ECONÔMICA
 - TRABALHISTA E PREVIDENCIÁRIA
 - COMÉRCIO EXTERIOR
- VÍDEO-CHEQUE
- BIBLIOTECA
- VIDEOTECA
- AUDITÓRIO PARA 100 PESSOAS
- TELEX E FAX
- FOTOCÓPIA
- REVISTA ACIM
- CONVÊNIO COM HOTÉIS
- CONVÊNIOS MÉDICOS
 - UNIMED
 - BAMERINDUS
 - PAM

RUA NÉO ALVES MARTINS, 2321 - FONE: (044) 226-1331 - FAX: (044) 223-5007

PESQUISA

Iniciamos o ano conhecendo mais a fundo a ACIM. A pesquisa que realizamos no final de 1994 nos indicou nossos pontos fortes e onde precisamos melhorar. Os associados nos deram ainda sugestões que serão discutidas com nossos diretores.

Como associado e cliente ao mesmo tempo, o empresário deve participar mais da ACIM. E é esta participação que buscamos sempre, para podermos servir melhor.

SCPC

Em janeiro terminamos a readequação das antigas instalações do SCPC – Serviço Central de Proteção ao Crédito. Com isso, os novos equipamentos já estão trabalhando num local definitivo.

PLANOS

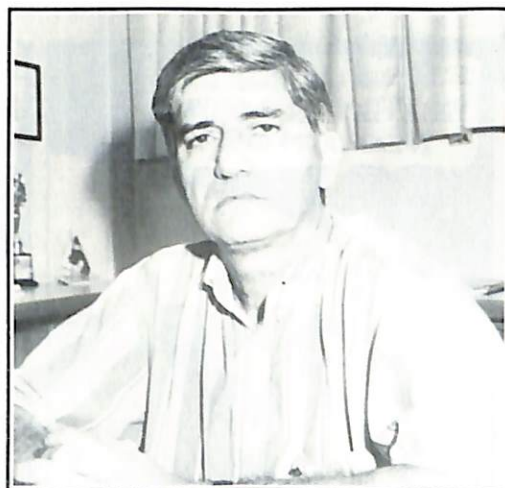
No final de 1994 cada diretor apresentou suas metas para 1995. Além dos trabalhos normais como seminários, feiras, pontos de estoque, promoções do comércio em datas festivas e outros, queremos ainda realizar muito mais. A ACIM vai buscar maior integração com órgãos que já trabalham pelo empresário como Fiep, Senai e Senac; vamos discutir com as autoridades – novamente – a questão da Segurança Pública e vamos defender sempre os interesses regionais junto ao Governo do Estado.

PERSONALIDADES

Uma das primeiras promoções da Associação Comercial e Industrial neste ano é o Almoço Empresarial com a presença do Secretário de Estado Silvío Magalhães Barros II. Durante o ano, vamos realizar uma série de eventos do gênero com personalidades de destaque regional ou nacional.

LUÍS NASSIF

E no dia 7 de fevereiro estaremos promovendo uma palestra com o jornalista Luís Nassif, colunista do jornal "Folha de S. Paulo" e comentarista econômico da Rede Bandeirantes de rádio e Tv. Nassif foi considerado, em recente pesquisa, como o mais



influente jornalista brasileiro da atualidade. É um profissional competente e muito bem informado e, com certeza, deve atrair a atenção do empresariado maringense.

MERCOSUL

É com grande satisfação que vemos nossa consultoria de Comércio Exterior – em parceria com o Sebrae – atendendo a um número cada vez maior de interessados em importar ou exportar. Saímos na frente mais uma vez e estamos lutando para que Maringá se torne um pólo regional do Mercosul. Para isso, estamos esperando com muita expectativa duas obras de grande importância: o aeroporto internacional e a Estação Aduaneira do Interior – Porto Seco.

REFORMAS

Aqui de longe, lutamos e torcemos para que o Governo Federal consiga realizar algumas reformas estruturais fundamentais para nossa economia. A indústria vem batendo recordes de produção. O comércio está aquecido e, com alguns ajustes, esta situação pode se tornar perene.

RODOVIAS

Aqui pelos lados do Paraná continuamos os contatos para que seja viabilizada uma rodovia com duas pistas até Curitiba. O alto número de acidentes e mortes nas estradas neste fim de ano justificam essa obra.

LUKAS	04
ENTREVISTA	06
CAPA	09
CONVÊNIOS MÉDICOS	18
IMPORTAÇÕES	20

CONSUMIDOR: NOVO PERFIL	24
CAPITÃO ABELARDO	27
ARTIGO	28
MEU NEGÓCIO	29
PENSO ASSIM	30

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO NORTE DO PARANÁ
ANO XXXI - Nº 351 - FEVEREIRO/95

Publicação Mensal da Associação Comercial e Industrial de Maringá – ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL

Luiz Carlos Masson

EDITOR RESPONSÁVEL

Dirceu Herrero Gomes – MT-2506-PR

REPORTAGEM E FOTOS

Cláudio Galletti – MT-2742-PR

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Claudomiro Venâncio

CIRCULAÇÃO

Rosângela Vega

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.C.P.C. (044) 226-2229 – C.P. 1033

Maringá – Paraná

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Pedro Granado Martines

Primeiro Vice-Presidente:

Hélio Edys Delmutti Costa Curta

Segundo Vice-Presidente: Jorge Toyofuku

Diretor p/ Assuntos do Comércio:

Antônio Donisete Busíquia

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

Diretora de Eventos e Promoções:

Maria Alice Pinatti

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 Morais 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 Brito, 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 Meneguetti, Ubirajara de Araújo Pismel.

CONSELHO DA MULHER

EMPRESÁRIA E EXECUTIVA

Presidente: Sônia Maria Uliana

Primeira Vice-Presidente: Solange Aparecida de Paula

Segunda Vice-Presidente: Cleide Pinto

Primeira Secretária: Lucila Christina Silva Campos

Segunda Secretária: Rosa Izelli Martins

Primeira Tesoureira: Maria dos Anjos Araújo Rodrigues

Segunda Tesoureira: Maria Alice Pinatti

Diretora Adjunta: Elisabete Emídio

CONSELHO PERMANENTE DO JOVEM

EMPRESÁRIO MARINGENSE

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

Filiada à

ABERJE

Associação Brasileira de

Comunicação Empresarial **ABERJE**

**EXCELÊNCIA
EM PRODUTOS**




POLENGHI
Os Melhores Queijos

CICA


**VAN DEN BERGH
& CLAYTON**


**frigorífico
marba**

DISTRIBUIDORA


ACIM

Clas. 050
8.454
Reg. 9300
Data 25-04-05 - SRE. 1
Proced. _____
R\$ _____ NF _____
Data _____

LUKAS...



Pesquisa

Entre 8 e 8h30 da manhã de hoje o IBOPE perguntou a milhares de pessoas, que todos os meses põem a mão na minha coluna, o que elas acham da dita cuja. Veja as respostas:

- * **Restaurantes** (3.500 pessoas).
 - 100% disseram que nhac, nhac, grunch, gasp, arrotá!!!
- * **Barzinhos da moda** (80 pessoas sentadas e 545 em pé, na calçada).
 - 8% perguntaram à pessoa do lado o que responder.
 - 16% não souberam responder.
 - 14% leram e não entenderam lhufas.
 - 70% preferem ler o Expediente.
- * **ACIM** (40 pessoas)
 - 100% acham meia-boca; mas dão a maior força.
- * **INAMPS** (75 funcionários sentados e 35 deitados)
 - 28% pediram pra gente esperar 3 horas antes de responder.
 - 35% tinham "acabado de sair".
 - 37% dos médicos não entendem a letra dos balõezinhos.
- * **Câmara dos Deputados** (uma renca de pessoas)
 - 16% acham que devia haver palavras cruzadas.
 - 20% não têm tempo de ler durante as folgas.
 - 20% não têm tempo de ler durante 10 meses do ano.
 - 18% não lêem porque dá muito trabalho.
 - 26% só falam na presença do advogado.



Qualidade! Através das pessoas

Por Gilclér Regina

Quando muito se fala em Qualidade Total, vale a pena ler **QUALIDADE! ATRAVÉS DAS PESSOAS** do Consultor Júlio Lobos. Várias pessoas que leram este livro, qualificaram-no de "agressivo". Agressivo, mais especificamente, com relação à empresa brasileira e a seus dirigentes. Mas que agressividade? Vale perguntar. As denúncias referentes ao atraso de mentalidade, cujo imediatismo dificulta a instalação do Gerenciamento da Qualidade, seriam talvez, agressivas? O que pode ser mais agressivo do que uma classe dirigente que chega ao ponto de encobrir sua própria realidade? E que nem por isso, deixa de aspirar à Qualidade Total e, por meio dela, sonhar em competir em nível internacional e, conseqüentemente, melhorar o nível de vida de empregados e consumidores!

Júlio Lobos, com base em uma pesquisa com mais de 50 mil trabalhadores sobre o clima das organizações em que eles trabalham, constata que sete em cada dez não se sentem reconhecidos em seus méritos nem pela empresa, nem por seus superiores imediatos. Para que então agir com Qualidade, se não há ninguém olhando e gostando?

Isso traz à tona a questão da mensuração da Qualidade, que como dizem os entendidos, não é um valor fantasmagórico, mas algo muito concreto. Produtos ou serviços exatamente como o cliente quer. Ele quer 100 toneladas de alguma coisa? Eis a medida da Qualidade. Nem mais, nem menos. Sem nenhum atraso? Aí existe outra medida exata. Sem devoluções? É isso aí.

Tudo medidinho na ponta do lápis. Ou



nada de falar em Qualidade. O problema é que, enquanto japoneses e americanos têm o seu desempenho medido desde o momento em que nascem, vivem deglutindo estatísticas e vêm nos controles uma oportunidade para melhorar. A nossa situação está longe disso.

O mínimo imprescindível, além do necessário, é ter uma empresa minimamente capacitada para agir com Qualidade. Fazem parte desta: pessoas, coisas, informações e metas. E por último a ideologia. Na maioria dos casos, então, em vez de se atentar para programas mirabolantes recorrendo a novas técnicas, cabe garantir o "arroz com feijão" usando bem as técnicas tradicionais. Não faz sentido, por exemplo, montar registros estatísticos de um Processo quando suas operações é que estão erradas ou são executadas com equipamentos descalibrados. Corrigir, queiramos ou não, vem antes de aperfeiçoar.

O alerta procede porque os últimos 20 anos demonstraram que as empresas são rápidas em adotar modismos gerenciais, mas lentas em checar até que ponto os fundamentos estão efetivamente sendo praticados, e mais lentas

ainda, em aceitar a realidade quando estes não o estão. Assim, antes de começar a falar em japonês com uns poucos, ou melhor, antes de mais nada, diga a todos os operadores, em bom português, por que e para que eles estão ali. E você também.

Informal, às vezes irreverente, Júlio Lobos mostra neste livro que o Gerenciamento da Qualidade é uma porta para a modernidade envolvendo especialmente novas relações entre as pessoas que integram as Organizações. Com fina ironia, confronta a questão da Qualidade com o perfil da grande maioria das empresas brasileiras.

O caminho a ser percorrido pelo Brasil em prol da concorrência internacional por meio do Gerenciamento da Qualidade é mais sinuoso e acidentado do que se pensa. E não será um programa nacional de fomento à Qualidade que o encurtará. A Qualidade está arraigada nas instituições e nas pessoas e é justamente com elas que as coisas parecem estar erradas.

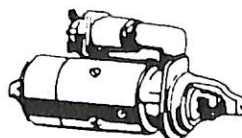
Romances normalmente são escritos para agradar os leitores. Este livro, no entanto, é sobre Qualidade. Qualidade dos produtos, dos processos e dos relacionamentos humanos. Em um momento em que, as pesquisas sobre competitividade internacional colocam o Brasil atrás do grupo de países recentemente industrializados, é claro que o tema não seria agradável! Eis o assunto deste livro. O romance, então, terá que esperar a sua vez.

Gilclér Regina
Consultor e Diretor do CEAG



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

A Santa Casa pede socorro

Instituição filantrópica, a Santa Casa de Maringá vem passando por dificuldades financeiras. Fundada em 1953, a instituição é administrada pelos Irmãos da Misericórdia de Maria Auxiliadora, irmandade com sede em Trier, na Alemanha.

O hospital e maternidade é um dos mais bem equipados do município, mas as dificuldades financeiras preocupam sua direção, que está buscando soluções junto à comunidade. Recentemente, após iniciativa do arcebispo Dom Jaime Luiz Coelho, teve início um movimento para se criar um Conselho de Amigos da Santa Casa.

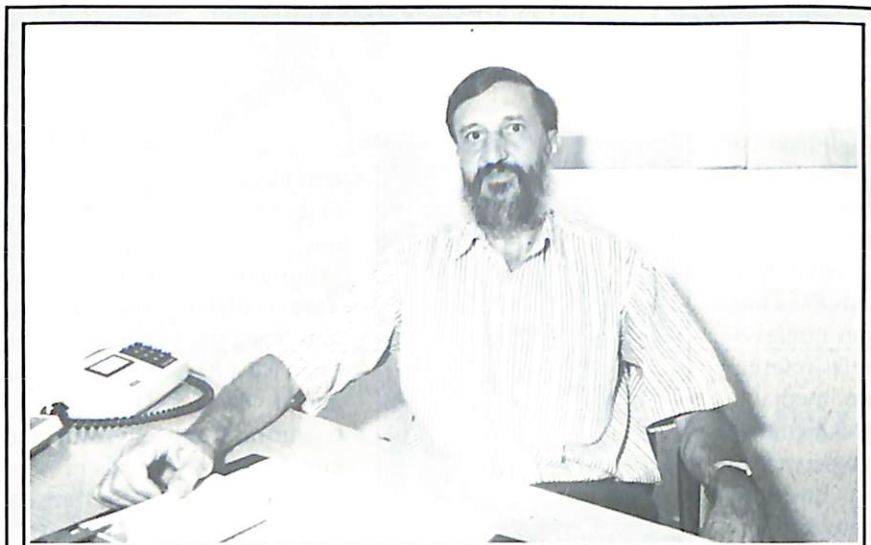
Conhecedor profundo da instituição, o administrador da Santa Casa, Antonio Pascoal Ghizoni, que está há 24 anos no cargo, concedeu entrevista à Revista ACIM, quando falou do trabalho e das dificuldades da instituição.

ACIM: O que define a Santa Casa como instituição filantrópica?

GHIZONI: Toda atividade de uma instituição filantrópica é voltada ao atendimento da pessoa carente. A legislação em vigor determina que 70% da assistência oferecida à comunidade tem que ser priorizada ao sistema SUS, atendendo as pessoas que não podem comprar este serviço. Apenas 30% dos serviços são oferecidos à clientela diferenciada, em nível de convênio ou particular.

Em função dos baixos valores que a Previdência remunera hoje por serviços prestados, basicamente esse ônus do atendimento prestado vem sendo carregado pelas instituições filantrópicas. Os procedimentos de alto custo e aqueles pacientes que não têm recursos para ressarcimento de despesas, são canalizados para essas instituições.

ACIM: Este é um dos motivos que leva-



“Pela Constituição Federal temos direito à verbas municipais, estaduais e federais, mas há muito não vemos a cor desse dinheiro”

ram as instituições filantrópicas a passarem por dificuldades?

GHIZONI: Exatamente. Essas instituições dão assistência mas não têm retorno mínimo necessário para repor o material e o medicamento utilizados no atendimento das pessoas carentes. A filantropia é possível, mas só quando há recursos para que ela seja praticada. O estatuto das instituições filantrópicas diz que todos os recursos obtidos na prestação de serviços têm que ser revertidos para melhoria das condições e ampliação do atendimento ao carente. Não existe distribuição de lucro entre os proprietários. No nosso caso, inclusive, a diretoria é constituída por religiosos e nenhum deles é remunerado. A manutenção deles é feita pelos familiares e pela Irmandade.

ACIM: Existem outras instituições de saúde filantrópicas em Maringá?

GHIZONI: Não, a única é a Santa Casa de Misericórdia de Maringá. E em virtude de termos o único serviço da Região Noroeste do Paraná com Unidade de Terapia Intensiva Infantil, hoje estamos absorvendo o atendimento de pessoas carentes de mais de 84 municípios. Isso representa o maior volume de atendimento dessa UTI. E são

procedimentos de alto custo.

ACIM: Além de recursos do SUS, quais as outras fontes de recursos da Santa Casa?

GHIZONI: Com 70% do atendimento sendo destinado ao SUS, o restante dos recursos é oriundo da clientela de convênios e particulares. E, infelizmente, estamos mantendo os compromissos com os fornecedores mediante empréstimos realizados junto às instituições financeiras. E a própria Irmandade tem enviado recursos que deveriam ser utilizados na conclusão de 84 leitos, mas que foram usados para honrar compromissos de fun-

do de garantia, de recolhimento de INSS e para quitar o décimo terceiro salário dos nossos funcionários.

Pela Constituição Federal temos direito também à verbas municipais, estaduais e federais, mas há muito não vemos a cor desse dinheiro. Não sei se isso se deve a uma movimentação política para que a Santa Casa não evolua como deveria...

ACIM: Além da UTI Infantil quais os principais serviços que a Santa Casa oferece?

GHIZONI: Por ser um hospital geral, basicamente atuamos em todos os segmentos da área de saúde. Então temos a UTI adulto, serviços de hemodiálise, de traumatologia e ortopedia, sendo o único da Região credenciado pelo Ministério da Saúde autorizado a fazer implantes como prótese total do joelho e de quadril. O hospital também é credenciado a realizar os serviços de nefrologia em função da hemodiálise. Está habilitado a realizar transplantes renais, serviços de grande cirurgia no setor de neurocirurgia, diagnóstico por imagens como radiologia, tomografia, ultra-sonografia. Tem laboratório próprio dentro da instituição.

Temos ainda uma ala do setor de

infecto-contagiosos que está pronta há mais de dois anos, mas ainda não foi liberada para funcionamento.

ACIM: E quem autoriza esse funcionamento?

GHIZONI: O encaminhamento básico é feito através da Regional de Saúde, onde protocolamos o documento. A partir daí segue para a Secretaria de Estado e depois acredito que seja feito o credenciamento final junto ao Ministério da Saúde em Brasília.

ACIM: Esse atraso na autorização prejudica muito a Santa Casa?

GHIZONI: Nossa dificuldade é grande diante dessa situação. Se temos um paciente com um problema mais grave que deveria estar num isolamento desse, gastamos até R\$ 1.200 para atendê-lo e recebemos de R\$ 80 a 120. Se fôssemos credenciados, talvez recebêssemos os R\$ 1.200.

ACIM: E o senhor tem idéia do que está travando esse credenciamento?

GHIZONI: Acredito que esse credenciamento dependa de uma ação política. Havendo interesse político, há possibilidade de uma liberação a curto prazo.

ACIM: Quantos leitos a Santa Casa têm credenciados junto ao Ministério da Saúde?

GHIZONI: Recentemente recebemos uma documentação da Regional de Saúde pedindo que seja preenchido o novo cadastramento da Santa Casa. Em uma documentação que veio de Brasília consta que a Santa Casa está com 39 leitos credenciados. Mas, temos um contrato assinado junto ao Ministério da Saúde em novembro de 1985 onde a Santa Casa teve 127 leitos credenciados. Temos esse contrato em nosso poder, com a orientação por especialidade: clínica médica, pediatria, obstetrícia e cirurgia geral, que são os quatro segmentos básicos de um hospital geral.

Essa documentação da Regional de Saúde nos surpreendeu e estamos aguardando uma confirmação de uma audiência junto ao secretário para decidirmos qual conduta adotaremos. Agora entendemos o porque da dificuldade de obtermos recursos, já que um hospital que tem um cadastro de apenas 39 leitos é insignificante em nível de região.

ACIM: Diante de tantas dificuldades encontradas, vocês decidiram apelar para a comunidade em busca de auxílio. O que vocês esperam desta entidade que



“Pessoas físicas ou jurídicas que contribuírem com a Santa Casa receberão recibos para que possam deduzir do imposto de renda um percentual do valor doado”

está sendo criada?

GHIZONI: Nós tivemos uma primeira reunião com o arcebispo Dom Jaime, e a

partir daí contactamos outras lideranças, como Emílio Germani, Annibal Bianchini da Rocha, Adriano José Valente, Claudio Mukai, Noemi Seravalli, Osvaldo Chiucheta, Odelano Veronezi e outras. A partir daí estamos iniciando um trabalho para encontrar uma solução e reverter essa situação de dificuldade que a Santa Casa vive. Precisamos divulgar mais os serviços que a instituição oferece; abrir a nova ala de isolamento, que seria um ponto de referência na região; abrir os novos 84 leitos, que são dois andares de um prédio que está praticamente concluído; e conseguir essa mudança de 39 para 137 leitos credenciados.

ACIM: Existem vantagens para as pessoas físicas ou jurídicas que colaborarem com instituições filantrópicas. Quais são essas vantagens?

GHIZONI: As pessoas físicas ou jurídicas podem fazer doações à Santa Casa, que está autorizada a emitir recibos dos valores doados. Esses recibos terão valor para dedução do imposto de renda dos doadores. De acordo com a legislação, a dedução pode chegar a 5% do imposto a ser recolhido para pessoa jurídica e 10% no caso de pessoa física.

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.

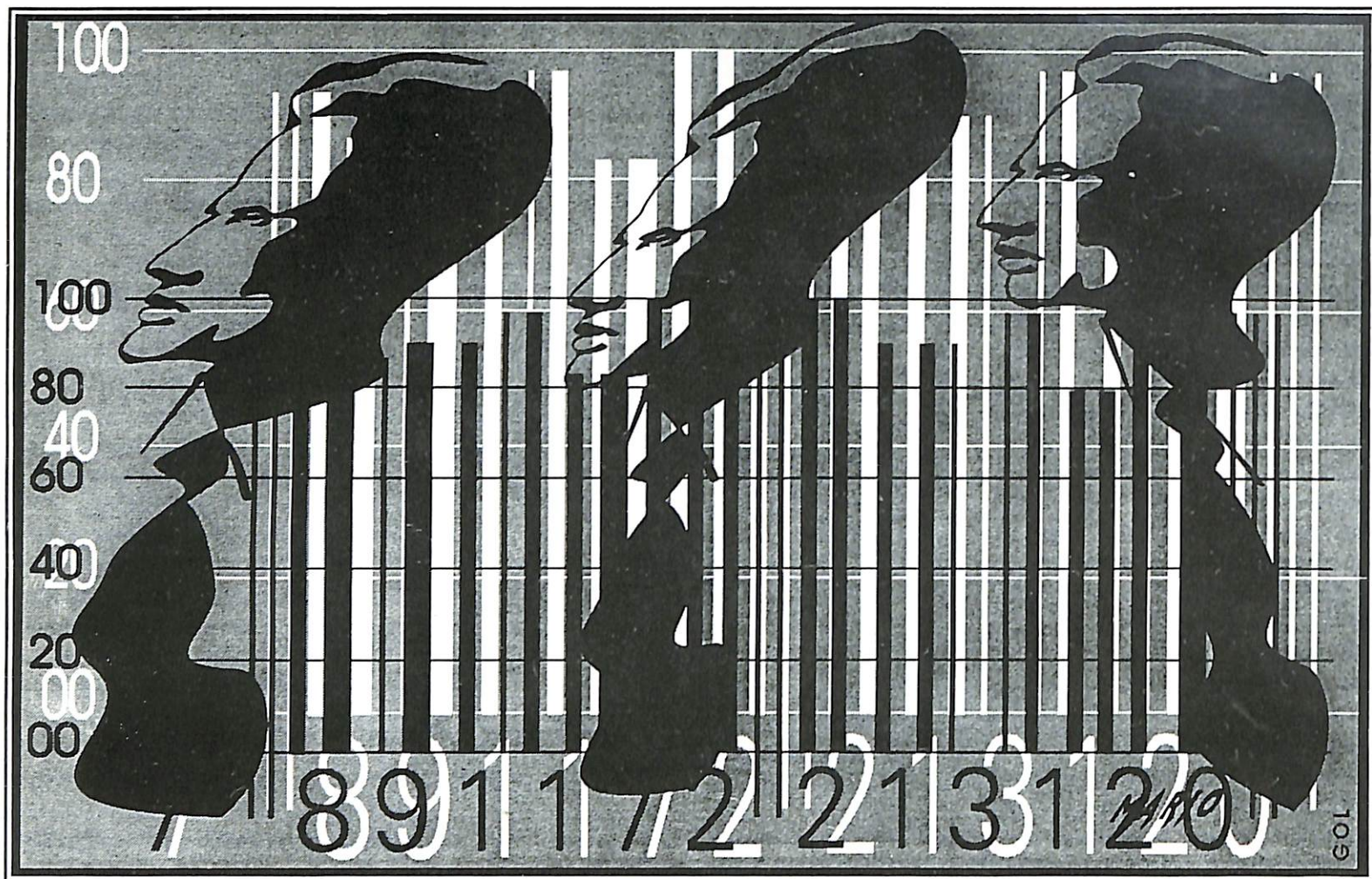


VIDRAÇARIA [®]

GUAPORÉ

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

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



CAPA

Pesquisa aponta opinião dos associados

Empresários dão sugestões e opinam sobre os atuais serviços prestados pela entidade. Objetivo da associação é utilizar de forma mais racional seus recursos para atender melhor seus associados

A Associação Comercial e Industrial de Maringá realizou no final do ano passado uma pesquisa junto aos seus associados com o objetivo de aferir o grau de satisfação deles com a entidade. A pesquisa foi realizada pelo Ipepe – Instituto de Pesquisas e Estudos Sócio-Econômicos da Universidade Estadual de Maringá.

De um modo geral, os resultados da pesquisa agradaram a diretoria da ACIM. “Agora sabemos qual o pensamento dos associados com relação à entidade”, co-

menta o presidente Pedro Granado. Ele acrescenta que o Brasil e o mundo vivem uma era de grandes mudanças, onde o cliente coloca a qualidade em primeiro lugar.

“Sabendo quais as necessidades dos associados e detectando nossos pontos fortes e fracos, poderemos prestar serviços de melhor qualidade”, explica Granado. Segundo o professor-assistente do Departamento de Administração da UEM, Francisco Giovanni David Vieira, que coordenou o trabalho de pesquisa, a

iniciativa é uma forma de valorização do próprio associado. “É também uma forma de a associação desenvolver melhor seus serviços, utilizando melhor seus recursos”.

A pesquisa abrangeu todo o universo de associados da ACIM. Os questionários foram enviados pelo Correio, com prazo de 15 dias para devolução. As empresas que não devolveram os questionários foram visitadas por equipes do Ipepe. Os associados puderam opinar sobre serviços como convênios médicos,

Revista ACIM, consultorias, promoções, SCPC e outros. Ao todo foram 25 questões.

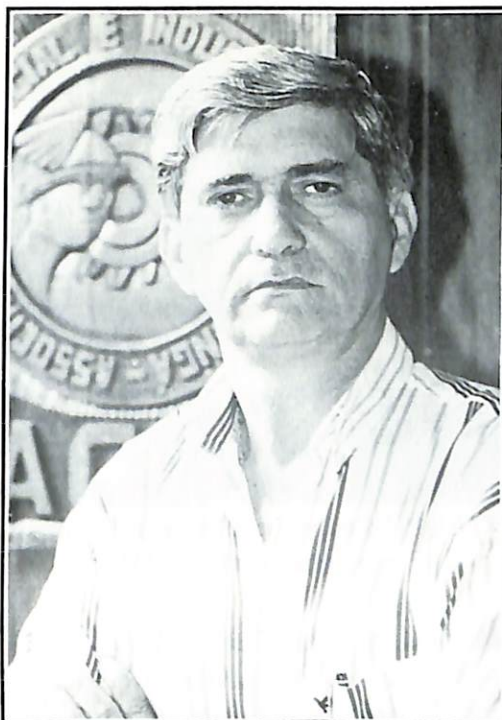
Entre todos os serviços oferecidos pela ACIM, o mais utilizado é o SCPC – Serviço Central de Proteção ao Crédito, que tem 800 empresas cadastradas. E o índice de aprovação do serviço junto aos associados foi quase unânime: 91,55% o consideraram “bom” ou “ótimo”, enquanto 7,89% assinalaram “regular”.

O que deixou a diretoria da ACIM mais satisfeita foi o fato de a pesquisa ter sido feita antes da troca dos equipamentos do SCPC. A troca começou a ser feita em novembro e os novos computadores entraram em atividade em dezembro. “Esses novos equipamentos têm capacidade de armazenamento de dados superior aos antigos. Agora, com certeza, nosso atendimento irá melhorar muito”, comenta o diretor para Assuntos Cadastrais Carlos Roberto Previdelli.

O Departamento de Informação Comercial – DIC – e o Vídeo-Cheque também receberam aprovação dos associados. O DIC obteve 91,58% de “ótimo” e “bom” e o Vídeo-Cheque 91,61%. Esses são serviços essenciais e através deles, os comerciantes podem realizar seus negócios com mais confiança.

CONSULTORIAS: Outros serviços muito utilizados pelos associados da ACIM são as consultorias jurídica, contábil e financeira. A consultoria jurídica já foi acionada por 48,66% dos associados; a contábil por 38,20% e a financeira por 32,19%. O departamento de consultoria é formado por uma advogada, um contador um economista e um estagiário de Direito.

Segundo o economista José Adilson



Granado: qualidade em primeiro lugar

Gianotto, o departamento recebe em média 500 consultas por dia. “Nas épocas em que o governo edita algum plano econômico, esse número sobe para mais de mil consultas por dia”, acrescenta. Na avaliação dos associados, a consultoria presta bons serviços: a jurídica tem a aprovação de 85,42%; a contábil de 91,97% e a financeira 94,47%.

Criado há mais de um ano, o Departamento de Comércio Exterior da ACIM tem sido pouco utilizado pelos associados. De acordo com a pesquisa, 10,15% dos empresários filiados consultaram o departamento. Mas, existe uma tendência de aumento no número de consultas desde o início de janeiro, com a abertura do Mercosul. O índice de aprovação desta consultoria é de 85,46%.

A ACIM também oferece aos associados convênios médicos e planos de saúde. A entidade mantém convênio com 73 médicos e dentistas, com um hospital e 2 laboratórios. Estes serviços são utilizados por 21,91% dos associados. Destes, 83,69% consideram os serviços “bom” ou “ótimo”.



Giovanni apresenta a pesquisa aos diretores da ACIM

O PAM TEM O PRAZER DE INFORMAR AOS SEUS USUÁRIOS QUE ALÉM DE SER O ÚNICO PLANO DE SAÚDE EM MARINGÁ COM AMBULATÓRIO PRÓPRIO, AGORA É TAMBÉM O ÚNICO COM

LABORATÓRIO PRÓPRIO

UMA CONQUISTA QUE TORNA NOSSO ATENDIMENTO AINDA MAIS PERSONALIZADO. EXCLUSIVIDADE E QUALIDADE ASSIM, SÓ MESMO UM PLANO DE SAÚDE QUE TEM O COMPROMISSO DE SER O MELHOR.



PARANÁ ASSISTÊNCIA MÉDICA

O Seu Plano de Saúde

Av. Tiradentes, 1061 - F. (044) 224-1530

esência

A Associação mantém parcerias com planos de saúde da Paraná Assistência Médica, Bamerindus Saúde e Unimed. Entre os associados, 23,44% já utilizaram estes serviços. O índice de aprovação também é alto: 83,69% consideram os convênios “bom” ou “ótimo”. A diretora do Departamento de Relações Públicas da ACIM, Noemi Seravalli, diz que os convênios e planos são fundamentais, principalmente devido à crise do sistema de saúde do Brasil.

PROMOÇÕES: A ACIM realiza promoções como Almoços Empresariais, Cursos de Formação e Treinamento, Feiras Ponta de Estoque, a Feipar – Feira de Integração do Paraná – além de iniciativas que visam o incremento do comércio em datas festivas como Dia dos Pais, Dia das Mães, Natal, Dia dos Namorados e outras.

O índice de participação dos associados em cada promoção foi o seguinte: Feira Ponta de Estoque 14,10%; Dia das Mães 21,88%; Dia dos Namorados 22,46%; Dia dos Pais 21,84%; Dia das Crianças 20,84%; Natal 20,35% e Cur-



O SCPC é considerado o serviço mais importante da ACIM

sos de Formação e Treinamento 31,63%.

Os associados puderam opinar sobre as promoções, com os seguintes índices de “bom” e “ótimo”: Almoços Empresariais 90,85%; Cursos de Formação e Treinamento 91,71%; Feipar 84,07%; Ponta de Estoque 85,90%; Dias das Mães 86,82%; e Natal 83,75%.

Os percentuais de aprovação obtidos, segundo o presidente Pedro Granado, são estímulos a mais para que a entidade continue realizando promoções. “Este ano deveremos incrementar ainda mais este setor de promoções. Para isso conta-

mos com o apoio de nossa diretoria e dos conselhos da Mulher Empresária e do Jovem Empresário”, frisou.

O Departamento de Reprografia teve índices de aprovação superiores a 90% nos serviços de fotocópia, encadernação, plastificação e transmissão de fax. Esse departamento passou por uma renovação no final do ano passado, com a troca de antigos equipamentos. Duas máquinas fotocopadoras substituíram as menores que estavam em operação.

A ACIM investiu R\$ 20 mil na modernização do setor, que tem capacidade para reproduzir 140 mil cópias por mês – a capacidade era de 100 mil – com qualidade superior. Outra vantagem é que as novas máquinas fazem redução e ampliação de documentos. “Quem trabalha com prestação de serviços tem que se preocupar constantemente com o aperfeiçoamento técnico e de pessoal”, comenta o diretor de patrimônio da ACIM, Claudio Mukai.

REVISTA: Segundo a pesquisa, a melhor maneira de a entidade se comunicar com seus associados é através da Revista ACIM. Nesta questão, com resposta estimulada, os entrevistados deram preferência de 27,18% para a Revista; 18,83% indicaram o Correio, através de mala-direta; 11,37% assinalaram o telefone e 9,24% acham que a comunicação deve ser feita pessoalmente.

O índice de leitura da Revista ACIM é alto entre os associados: 41,01% lê a publicação “sempre”; 26,55% lê “regularmente” e 26,22% lê “às vezes”. A revista também é bem conceituada: 89,22% dos associados assinalaram “ótima” ou “boa”. Há seis anos como diretor da revista, o empresário Luiz Carlos Masson ficou satisfeito com os resultados.

“O resultado é fruto de um trabalho que realizamos há muito tempo, sempre com apoio dos demais diretores e funcionários. Procuramos primar pela qualidade, desde o material utilizado até a escolha dos profissionais que trabalham na confecção da revista”, diz Masson. A Revista ACIM chega em 1995 ao ano 31, com 350 edições já lançadas.

Perfil

Entre os entrevistados pela pesquisa da ACIM, 50,6% pertencem ao ramo de comércio; 30,3% à prestação de serviços; 7,2% à indústria; 7,2% ao comércio e prestação de serviços; 3,8% ao comércio e indústria e 0,9% à indústria, comércio e prestação de serviços. Quanto ao porte da empresa, 39,4% são pe-

quenas, 37,2% são micro; 10,9% são médias e 9,4% são grandes.

Quanto ao tempo de filiação à ACIM, 20,9% são associados de 4 a 8 anos; 18,8% há mais de 12 anos; 18,4% entre 2 e 4 anos; 12,8% de 1 a 2 anos; 9,7% menos de 1 ano e 9,1% de 8 a 12 anos.

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

ACIM: A Força Empresarial que une e constrói



Revista: melhor canal de comunicação com os associados

Outra publicação da ACIM é o Informe Técnico, lido "sempre" por 43,80% dos entrevistados e "em termos" por 41,60%. Numa questão de respostas estimuladas, 54,97% dos associados afirmaram que utilizam o informe para "atualização", 24,61% para "busca de informações"; 12,04% para consulta de índices econômicos. Outras respostas apontadas foram "aperfeiçoamento", "curiosidade", "dirimir dúvidas" e "pesquisa em geral".



Consultoria: média de 500 consultas por dia

Filho, João Roberto Gretz, entre outros. **GERAL:** De um modo geral, quem mais utiliza os serviços da ACIM são os próprios empresários. A pesquisa apontou

Entre os usuários da Biblioteca da ACIM, o serviço foi considerado "ótimo" ou "bom" por 91,89% dos entrevistados. Já a Videoteca teve 91,43% de "ótimo" ou "bom". Tanto a Videoteca como a Biblioteca possuem acervos de livros e fitas técnicos ou de aperfeiçoamento pessoal de consultores como Marins

Metodologia da pesquisa

O procedimento adotado para a condução da pesquisa foi o levantamento censitário, com o envolvimento de todos os associados da ACIM. Na época base do planejamento do trabalho de campo e condução das atividades iniciais visando a coleta de dados, a entidade contava com um quadro associativo composto por 1.477 empresários.

O método de pesquisa foi o estudo descritivo estatístico e de caso. Os tipos de análises foram tanto quantitativas, quanto qualitativas. O método adotado para coleta de dados

correspondeu ao envio prévio de questionários para os associados através de mala-direta. Em seguida o material foi recolhido junto aos associados por uma equipe de entrevistadores, sob a supervisão dos responsáveis pelo projeto.

Do total de 1477 empresas envolvidas, foram visitadas 1373. A equipe técnica do Ipepe responsável pela pesquisa foi formada pelos professores Francisco Giovanni David Vieira – coordenador – Isolde Teresinha Santos Previdelli – estatística – e Wânia Rezende Silva – sociologia.

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

Tabela 33

O serviço de Fotocópias é:

AVALIAÇÃO	%
Ótimo	35,81
Bom	56,52
Regular	6,65
Ruim	1,02
Péssimo	,00
TOTAL	100,00

Tabela 38

O serviço de SCPC é:

AVALIAÇÃO:	%
Ótimo	46,20
Bom	45,35
Regular	7,89
Ruim	,00
Péssimo	,56
TOTAL	100,00

Tabela 43

O serviço de Consultoria Financeira é:

AVALIAÇÃO:	%
Ótimo	35,91
Bom	58,56
Regular	4,42
Ruim	1,10
Péssimo	,00
TOTAL	100,00

Tabela 47

O serviço de Planos de Saúde é:

AVALIAÇÃO:	%
Ótimo	34,04
Bom	49,65
Regular	11,35
Ruim	3,55
Péssimo	1,42
TOTAL	100,00

Tabela 66

Em relação à Qualidade,
os serviços da ACIM são de:

AVALIAÇÃO:	%
Ótima qualidade	26,12
De boa qualidade	68,04
De razoável qualidade	5,15
De péssima qualidade	,34
De qualidade duvidosa	,34
TOTAL	100,00

Tabela 77

Melhor maneira da ACIM
comunicar-se com os Associados:

MELHOR MANEIRA	%
Através da Revista ACIM	27,18
Através dos jornais locais	2,13
Através do rádio	,00
Através da TV	,36
Através do correio (mala direta)	18,83
Através de telefone	11,37
Com representante/pessoalmente	9,24
Outros	,36
Assinalou mais de uma alternativa	30,55
TOTAL	100,00



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

que, das pessoas que utilizam a estrutura da entidade, 24,69% são os proprietários das empresas; 11,46% são os contadores; 10,23% são secretárias e 6,70% são executivos e gerentes em geral.

Com relação à opinião sobre os serviços da ACIM, 94,16% dos entrevistados consideraram de “ótima qualidade” ou de “boa qualidade”. O atendimento recebido pelos associados na ACIM é considerado “geralmente rápido e ágil” por 62,69% dos entrevistados; “sempre rápido e ágil” por 19,08% e “às vezes lento e demorado” por 17,21%.

Um dado que demonstra a importância da entidade junto aos associados é o resultado que avalia a ACIM: 94,15% dos entrevistados indicaram "ótima" ou "boa". Este número deixou satisfeito o presidente da entidade, mas ele afirma que ainda não é suficiente. "Temos muito o que fazer pelo associado e, com muito trabalho, queremos melhorar ainda mais nossa performance".

DIRECIONAMENTO: Uma questão proposta aos empresários foi quanto ao direcionamento que eles acham que deve nortear os trabalhos da ACIM. A alternativa mais assinalada foi "prestação de serviços básicos aos empresários", com 28,62% das indicações. A seguir vem "a defesa dos interesses dos empresários com 27,57%. Também foram apontados "a integração empresarial" e "eventos e promoções".

Os entrevistados opinaram também sobre as ações e serviços que eles julgam ser necessários dentro da ACIM. Em primeiro lugar aparece a criação de um



Para o associado, ACIM deve incrementar as promoções

SPI – Serviço de Proteção Imobiliária – seguido de promoção e treinamento de mão-de-obra; criação de um setor de cobrança; ampliação dos cursos; realização de recrutamento e seleção de pessoal; criação de um banco com relação de cheques roubados; consultas de CGC em nível nacional; intervenção nas decisões municipais e maior representatividade junto aos setores públicos, entre outras.

Todas as sugestões, segundo o presidente Pedro Granado, serão levadas

em consideração e já estão sendo discutidas pelos diretores. "Caso seja viável e interesse realmente a um grande número de associados, algumas destas sugestões poderão sair do papel", garante o dirigente.

Os entrevistados indicaram alguns setores que podem melhorar ainda mais. Pela ordem são: SCPC, Vídeo-Cheque, Consultorias em geral, fotocópia, promoções e cursos. Como já foi dito, tanto o SCPC, Vídeo-Cheque e

Fotocópia já passaram por reformulações no final do ano passado, após o término da pesquisa.

A diretoria para Assuntos Sócio-Econômicos está estudando mudanças para dinamizar ainda mais os serviços da consultoria, que no final do ano passado ganhou o apoio de uma estagiária. Os "pontos fortes" da associação, segundo a pesquisa, são pela ordem: SCPC, Vídeo-Cheque, Consultorias, serviço de fotocópia e promoções de eventos e cursos.

ALERTA ALERTA ALERTA ALERTA

LISTA TELEFÔNICA OFICIAL SÓ TEM UMA: A Lista Telefônica Editel.

Só as Listas Telefônicas Oficiais têm garantia da TELEPAR.

Pessoas inescrupulosas vêm usando o nome da EDITEL e das Listas Telefônicas tentando enganar os anunciantes.

EDITEL é a única empresa, no Paraná, que tem a autorização da TELEPAR, mediante contrato, para editar, comercializar e distribuir gratuitamente Listas Telefônicas.

Para informações ou esclarecimentos, anunciantes e assinantes das Listas Telefônicas, devem falar na EDITEL com o Setor de Atenção ao Cliente pelos telefones:

Londrina: 9 (043) 322-6363 e em Curitiba: (041) 800-8888 (ligação gratuita).



Listas Telefônicas S.A.
A única autorizada pela Telepar

DESTAQUE EMPRESARIAL



Um novo conceito em serviço de buffet

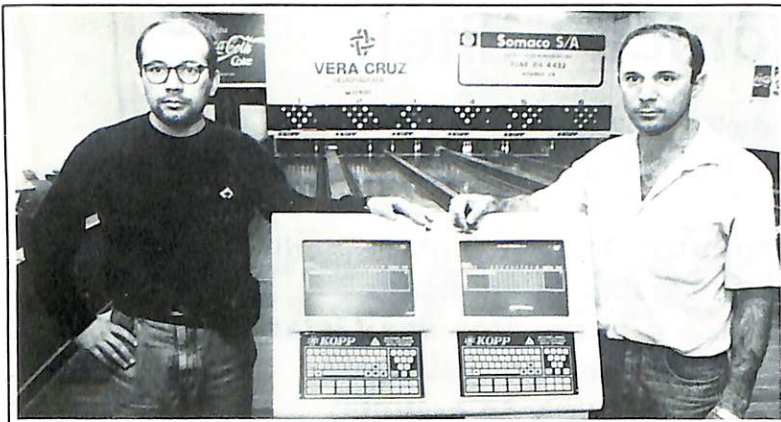
Um simples coquetel, um churrasco informal ou uma festa infantil deixe por conta do Haddock.

Com capacidade para até 300 pessoas, distribuídas pelo seu moderno salão refrigerado e pela aconchegante varanda, aberta para exuberantes jardins tropicais, o Buffet Haddock se diferencia dos demais nos pequenos detalhes que garantem a segurança e tranquilidade de qualquer empresa ou pessoa que contrate seus serviços. Haven-

do necessidade, o Haddock participa de toda organização do evento, desde a confecção de convites, decoração da festa, assessoria em protocolo e cerimonial.

Sempre atual a equipe do Buffet Haddock, comandada pelo empresário Paulo Marchese, se preocupa com as modernas funções de um serviço de buffet, que deve promover um acontecimento social único, uma festa para marca época, independente do seu tamanho.

No seu próximo evento, programe o Haddock. Central de Reservas na av. Cocamar, 1000 - Telefax (044) 262-1245.



Boliche Eletrônico

Pinos e Bolas é o primeiro boliche eletrônico, 100% computadorizado na contagem de pontos, em Maringá. Os empre-

sários José e Moacir Demori (foto), convidam você para passar momentos agradáveis na av. Cerro Azul, 993, de 2ª a 6ª feiras a partir das 17 horas e aos sábados e domingos, à partir das 15 horas.

"Se tivermos a coragem de iniciar projetos que irão dar frutos daqui a cinco, dez, quinze ou vinte anos, estaremos fortalecendo o Noroeste, melhorando a qualidade de vida da nossa população e honrando a nossa passagem pela vida, tornando-a melhor, mais fraterna e mais justa".

Paulo Roberto Pereira de Souza

REAL PARATI



Inaugurada no último dia 15, as novas instalações da Real Parati, revenda exclusiva de pisos e azulejos Eliane e metais e louças sanitárias. Localizada na avenida Morangueira, 2349, a empresa é comandada pelo empresário Marcos Aparecido Paulista

SEMINÁRIO

Acontece no próximo dia 08 de março, no Cine Teatro Plaza, o Seminário Empresarial "A Força da Motivação". O evento terá como apresentador o Consultor e Ph.D, Luiz Almeida Marins Filho.

A promoção é do CEAG com apoio da ACIM. Informações e inscrições pelos fones: (044) 226-1331 e 222-0697.

CONSULTORIA

Iniciou atividades no último mês de janeiro a mais nova empresa de consultoria da cidade: AVJr - Aghmar Vieira Jr. - Consultoria e Assessoria em Desenvolvimento Organizacional. Instalada no 12º andar do Centro Empresarial Europa - fone: (044) 262-2620, atua nas áreas de Reestruturação Organizacional; Qualidade Total; ISO 9000; Educação, Treinamento e Desenvolvimento; Cultura e Clima Organizacional e Formação de Sucessores em Empresas Familiares.

DROPS

IMPORTADO

• Maringá ganhará brevemente uma nova revenda de carros importados. A nova empresa pertencente ao Grupo DAMA S.A. será instalada no Novo Centro e revenderá carros da linha AUDI.

CHEVROLET

• M4 Veículos é a mais nova revenda Chevrolet, em Maringá, que será inaugurada na segunda quinzena de março. A nova empresa gerará de imediato, 40 novos empregos diretos. A M4 Veículos pertence ao Grupo Copabra, de Pato Branco, e em Maringá será dirigida pela empresária Rejane Massarollo Barancelli.

UNIBANCO

• Robson Luiz Simões assumiu no último dia primeiro, a gerência geral do Unibanco, em Maringá, em substituição a Darci Inácio Stoffel que foi transferido para a agência de Londrina.

BOAVISTA

• A diretoria do Banco Boavista estará presente em Maringá, no próximo dia 22, oportunidade em que receberá clientes, autoridades e convidados, para a inauguração da agência local, na avenida Brasil - térreo do Edifício Shimabukuro. Vladimir Moscardi, assume a gerência. A nova agência gerará 18 novos empregos diretos.

Eleita nova diretoria

Hélio Costa Curta assume presidência da Coordenadoria, afirma que vai trabalhar pela valorização dos serviços prestados, e pela união das associações localizadas na área de abrangência da entidade

O empresário maringaense Hélio Costa Curta foi eleito presidente da Cacinar – Coordenadoria das Associações Comerciais e Industriais do Norte e Noroeste do Paraná. Costa Curta é primeiro vice-presidente da ACIM, e há vários anos participa como dirigente de entidades empresariais.

Entre outros cargos ele já ocupou a presidência da Sociedade Rural de Maringá. Na ACIM, cumpre seu segundo mandato. No primeiro, foi diretor de Patrimônio da entidade. “Será mais uma experiência dentro do movimento representativo da classe empresarial”, afirma Costa Curta.

A Cacinar é uma das dez Coordenadorias Regionais vinculadas à Faciap – Federação das Associações Comerciais, Industriais e Agrícolas do Paraná. Estas Coordenadorias servem de elo de ligação entre as entidades do interior e a Faciap. Outra função delas é estimular o surgimento de novos serviços. Principalmente nas pequenas associações.

Fazem parte da Cacinar, as associa-



O mandato de Costa Curta vai até março de 1996

ções comerciais, industriais e agrícolas de Astorga, Cianorte, Colorado, Floraí, Jandaia do Sul, Mandaguari, Marialva, Nova Espe-

rança, São Pedro do Ivaí, Sarandi, Terra Boa, Floresta, Mandaguaçu, Maringá e Paçandu. A sede da Coordenadoria está localizada na ACIM.

O mandato de Hélio Costa Curta vai até março de 1996. Além do empresário maringaense foram eleitos José Nidécio Rabassi, de Jandaia do Sul, como vice; Carlos Alberto Soriane, de Marialva, como secretário; Cláudio Mukai, também de Maringá, como primeiro tesoureiro; e Dionísio Simões, de Floresta, como segundo tesoureiro.

Durante o período em que vai ficar à frente da Cacinar, Costa Curta vai realizar reuniões periódicas com os membros da Coordenadoria. Nestes encontros, o presidente vai levar idéias e mostrar as experiências da ACIM que podem ser implantadas em outras associações. Ele vai concentrar esforços também no fortalecimento da entidade. “Vamos valorizar o sistema associativista em mostrar a importância de a região trabalhar com objetivos comuns”, frisa.

CACB

Alerta contra “picaretagem”

Confederação faz alerta aos empresários para tomarem cuidado com cobranças de taxas feitas por associações civis. Antes de pagar é preciso verificar a origem e serviços prestados por estas entidades

Os empresários precisam estar atentos à cobrança de contribuições “indevidas” por parte de entidades civis criadas com procedimentos “questionáveis”. O alerta foi feito, em dezembro do ano passado, pela CACB – Confederação das Associações Comerciais do Brasil.

Após denúncias de empresas que estariam com débitos junto a estas “associações”, a CACB constatou o surgimento de inúmeras entidades “suspeitas”. Elas têm nomes semelhantes aos das associações comerciais filiadas à Confederação, colocados justamente para gerar confusão e distorções dentro do sistema associativo empresarial.

São exemplos desta prática ilícita a Associação Comercial do Estado de São Paulo, a Associação Comercial e Industrial do Brasil, a Associação Comercial, Industrial, Autônomo e Atacadista do Brasil, e Associação do Sistema Unificado do Comércio e Indústria do Estado de São Paulo.

Todas estas entidades, segundo a CACB, foram criadas para “extorquir vantagens, que caracterizam verdadeiro estelionato”. Foram tantos casos de cobranças, que a Associação Comercial de São Paulo, e mais tarde a própria Confederação, propuseram ação judicial contra tais “associações”.

Depois de apreciar os processos, a Justi-

ça reconheceu que as “associações agiam de maneira inescrupulosa e antiética”. Ficou decidido que estas “entidades” retirariam de seus nomes civis as expressões “Associação Comercial” e de “São Paulo” e do “Brasil”.

Para resguardar todo o sistema associativo empresarial, a CACB orienta os empresários a verificarem a origem e serviços prestados por entidades, que venham a enviar “bloquitos” de cobrança de taxas com débitos de suas empresas. “É preciso coibir fatos que prejudiquem a imagem das Associações Comerciais e Industriais, que desempenham um importante papel a favor da classe empresarial do país”, adverte a Confederação.

Janela para o mundo

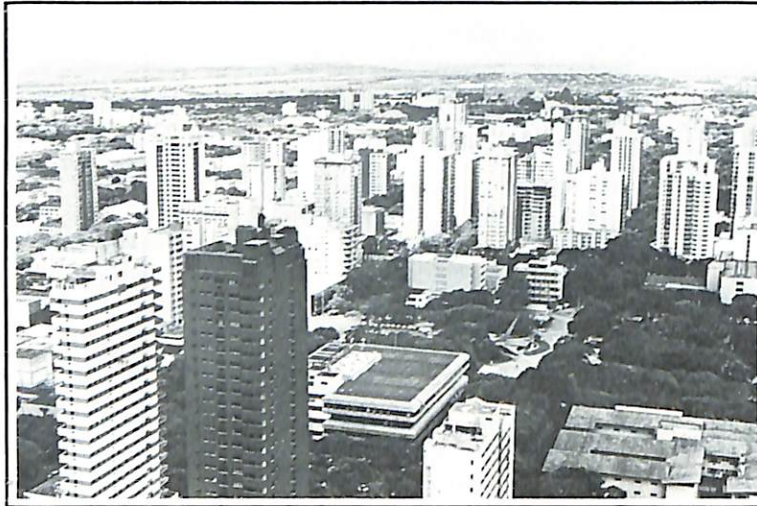
A Estação Aduaneira do Interior abre novos horizontes para importadores e exportadores do Noroeste do Paraná, que terão mais agilidade, rapidez e redução de custos na comercialização dos produtos voltados ao mercado internacional

Maringá está prestes a ser incluída na restrita lista das cidades portuárias do mundo. Para os desavisados essa afirmação pode soar estranha. Mas é uma realidade. Desde que o governo federal autorizou e regulamentou a instalação de Estações Aduaneiras do Interior, está sendo possível o surgimento desse tipo de equipamento, destinado a agilizar as operações de comércio exterior.

Como o próprio nome diz, as Estações nada mais são do que a interiorização dos serviços aduaneiros. Conhecidas também como Porto Seco, elas realizam todo o tipo de trabalho de expedição e recebimento de produtos voltados ao mercado internacional. Com uma vantagem: os processos de importação e exportação são mais rápidos e baratos.

Isto porque as empresas importadoras e exportadoras da cidade e região têm à sua disposição todo os órgãos responsáveis pelo desembaraço das mercadorias bem mais próximas das suas sedes. O que implica na redução de tempo e de gastos, além de ser um fator de geração de emprego e de oportunidades para o surgimento de novos empreendimentos ligados ao setor.

1996: A Estação Aduaneira do Interior de Maringá deverá entrar em operação no início de 1996. A previsão é da Prefeitura. Após cumprir seu papel na elaboração e tramitação do projeto junto ao governo federal, o poder público sai de cena e abre espaço para a iniciativa privada. Toda a construção e administração do Porto Seco será feita por uma empresa escolhida atra-

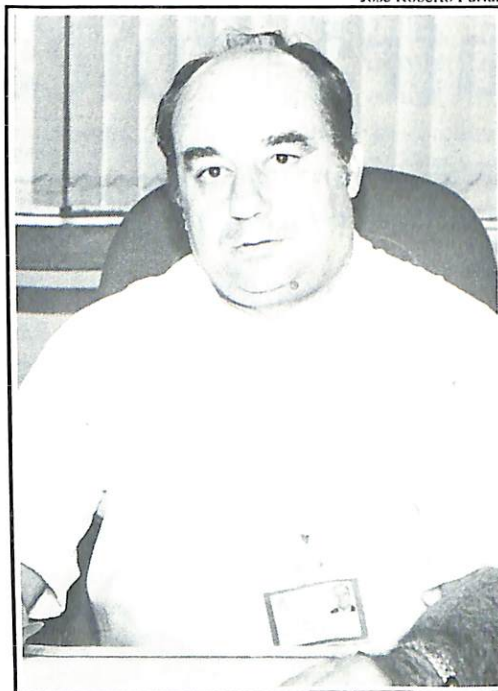


Maringá será a primeira cidade do Paraná a ter uma Estação Aduaneira do Interior

vés de licitação.

Dois grupos, ambos de Maringá, disputavam a concorrência. Um liderado pela

José Roberto Furlan



Ribeiro diz que o Porto Seco e o Aeroporto vão ligar Maringá ao mundo

Cocamar – Cooperativa de Cafeicultores e Agropecuarista – e outro encabeçado pelo empresário Sílvio Name. Ainda sem saber quem seria o vencedor – as propostas foram abertas no dia 13 deste mês, após o fechamento desta edição – o mais importante para a Prefeitura era o compromisso assumido pelos dois concorrentes.

José dos Santos Ribeiro, secretário municipal de Indústria, Comércio, Agricultura e Turismo, diz que o Porto Seco é o segundo ingrediente mais importante para o desenvolvi-

mento da região. “O primeiro é o Aeroporto Internacional. Estes dois equipamentos vão compor um conjunto que ligará o Noroeste do Paraná ao mundo”, justifica.

ESTRUTURA: A estrutura da Estação Aduaneira terá armazéns, câmaras frigoríficas e galpões para depósito e armazenagem dos produtos; pátios e áreas para estacionamento de contêineres e movimentação de veículos; e um ramal ferroviário. A parte burocrática terá agências do Banco do Brasil, Secex – Secretaria de Comércio Exterior, Polícia e Receita Federal.

Além da estrutura física e dos órgãos oficiais deverão surgir na cidade escritórios de despachos aduaneiros, agências de Comércio Exterior, empresas de manutenção de contêineres, entre outros prestadores de serviços. O comércio varejista local também se beneficiará com o movimento gerado pelo fluxo de caminhões, executivos e empresários de todo país que vão circular pela região.

Parceria ampliada

Convênio de criação do SER – Serviço de Estágio Remunerado – abre oportunidades para alunos em fase de conclusão de curso serem contratados pelas empresas da cidade, a título de estágio profissional

A assinatura de um aditivo ao convênio de cooperação firmado em 1989, ampliou a parceria entre a Associação Comercial e Industrial e a Universidade Estadual de Maringá. O documento foi oficializado no dia sete de dezembro do ano passado e abre a possibilidade de as empresas filiadas à ACIM contratarem estudantes universitários em fase de conclusão de curso, a título de estágio remunerado.

Todos os departamentos da UEM estão envolvidos com o projeto SER – Serviço de Estágio Remunerado. Para participar do programa, as empresas entram em contato com a Universidade e solicitam o estagiário da área de interesse. A remuneração é de um salário mínimo mais dez por cento. O repasse é feito à UEM. Os dez por cento são utilizados na manutenção da estrutura do SER.

O presidente da ACIM, Pedro Granado Martines, acredita que o convênio é uma forma de a cidade aproveitar melhor os recursos humanos formados pela Universidade. Ele diz também que o estágio é a melhor maneira de o aluno conhecer a realidade do mercado. Para o reitor da UEM, Luiz Antônio de Souza, o SER é uma via de duas mãos.

Na opinião do reitor, o convênio bene-



Valéria foi contratada pela ACIM

ficia a todos. “Os alunos poderão constatar como é a teoria na prática, e as empresas terão em seus quadros mão-de-obra qualificada”, justifica. A expectativa agora é quanto a aceitação do empresariado maringaense. Tanto Granado como Souza estão otimistas. Eles esperam que com o início do ano letivo,

vários contratos sejam assinados.

Para dar exemplo, a ACIM foi a primeira a se beneficiar do programa. No mesmo dia em que ampliou a parceria, a entidade empresarial contratou uma estagiária do curso de Direito. Valéria Afonso Hito, estudante do último ano do curso, foi a escolhida. Desde então, integra a equipe do Departamento de Consultoria da Associação Comercial e Industrial.

Valéria afirma que o estágio cria oportunidades de o aluno complementar o aprendizado. “É essencial para o nosso futuro profissional”, frisa. Ela comenta ainda que logo de saída pode sentir o quanto é diferente a teoria da prática. “Surgem dúvidas que nem imaginamos”, atesta. O trabalho da estagiária é monitorado pelo consultor jurídico da ACIM, Wagner Ramos.

Além da Associação Comercial e Industrial da UEM, estão envolvidos como projeto SER o DCE – Diretório Central dos Estudantes – e a Pró-UEM. Luiz Lourenço, presidente da Pró-UEM, esteve presente na solenidade de assinatura do aditivo ao convênio. Segundo ele, a iniciativa é mais um passo para estreitar ainda mais o relacionamento da Universidade com a comunidade maringaense.

FRANQUIA

Lei disciplina contratos

A Franquia Empresarial – ou “franchising” – uma prática comercial que ganhou enorme impulso nesta década, foi disciplinada por uma lei sancionada pelo então presidente da República Itamar Franco no dia 15 de dezembro de 1994. A lei número 8.955 regula a relação entre franqueados e franqueadores.

Segundo a lei, a Franquia Empresarial é o sistema pelo qual o franqueador cede ao franqueado o direito de uso de marca ou patente, associado ao direito de distribuição exclusiva ou semi-exclusiva de produtos ou serviços e, eventualmente, também ao di-

reito de uso de tecnologia de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvidos ou detidos pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem que, no entanto, fique caracterizado vínculo empregatício.

A lei prevê que o franqueador deve fornecer ao interessado em tornar-se franqueado uma “Circular de Oferta de Franquia”. A circular deve conter, entre outros, dados da empresa, perfil do franqueado ideal” e total estimado do investimento necessário à aquisição, implantação e entrada em operação da franquia.

O franqueador deve ainda relacionar serviços que oferecerá ao franqueado, como supervisão de rede, treinamento – especificando duração, conteúdo, e custos – auxílio na análise e escolha do ponto onde será instalada a franquia e layout e padrões arquitetônicos nas instalações do franqueado.

A lei 8.955 entrará em vigor na segunda quinzena deste mês. Os interessados em obter maiores detalhes sobre a lei que trata do contrato de Franquia Empresarial podem se dirigir à Assessoria Jurídica da ACIM.

CONVÊNIOS MÉDICOS

Associado, utilize-se dos serviços que a ACIM lhe oferece. A relação abaixo traz os profissionais na área de saúde com os quais a entidade mantém convênio. Todos oferecem descontos ou cobram a tabela AMB na remuneração dos serviços.

Para utilizá-los, basta dirigir-se à sede da ACIM, levando carteira de identificação da empresa, a mesma utilizada no setor de fotocópias. Procure a funcionária Rosângela. Ela providenciará a guia de consulta sem qualquer custo. O pagamento na forma oferecida pelo profissional, será realizado diretamente no consultório, no ato da consulta

* CARDIOLOGIA

- DR. ROBERTO PLEPIS
Av. Paraná, 242 - sala 1606 - 16º andar
Fone: 226-4361
DESCONTO: Tabela da A M B
- DR. CARLOS ALBERTO DE CASTRO
Rua Silva Jardim, 386 - 1º andar
Sala 01 - fone: 225-3555
DESCONTO: Tabela da A M B

* CIRURGIA GERAL

- DR. EDUARDO DA SILVA AGOSTI
Rua Silva Jardim, 386 - sala 08
Fone: 224-8315
DESCONTO: Tabela da A M B
- DR. MARTIN ZAVADINACK NETTO
Av. Parigot de Souza, 211
Fone: 224-9744
DESCONTO: 50% sobre a tabela particular

* CIRURGIA PLÁSTICA

- DR. CELSO JANDIR SMANIOTTO
Av. Independência, 2020
Fone: 224-4661
DESCONTO: Tabela da A M B

* CLÍNICA GERAL

- DR. AUGUSTO OTTOBONI
Av. Tiradentes, 1008
Fone: 222-7499
DESCONTO: Tabela da A M B
- DR. NILSON BERNARDO MARTINS
R. Santos Dumont, 1554
Fone: 225-3434
DESCONTO: 30% da Tabela A M B
- DR. ORLANDO RIBEIRO DO PRADO
(Clínica) R. Silva Jardim, 560

Sta. Casa e Hospital Maringá
Fone: 224-9982

DESCONTO: Tabela da A M B

* DERMATOLOGIA

- DRA. LEONORA COSTA ACOSTA SMANIOTTO
Av. Paraná, 242 - 16º andar - sala 06
Fone: 222-7878
DESCONTO: Tabela da A M B

* FARMÁCIA BIOQUÍMICA

- DRA. MIRIAN UEDA YAMAGUCHI
Av. Parigot de Souza, 141
Fone: 224-5971
DESCONTO: Tabela da A M B

* FISIOTERAPIA e REABILITAÇÃO

- DR. ANTONIO NUNES FILHO
R. Princesa Isabel, 213
Fone: 224-6470
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. NORMA ATSUKO MORIMOTO NOSAKI
Av. Tiradentes, 1096
Fone: 262-1223
DESCONTO: Tabela da AMB no horário coml e 2x a tabela fora do horário

* FONOAUDIOLOGIA - ADULTO

- DRA. CLAUDIA ALVES CRUZ
Av. Paraná, 242 - sala 1906
Fone: 223-5448
DESCONTO: 50% na consulta e 30% na mensalidade
- DRA. MARTA ESSUANE JARRUS
Rua Santos Dumont, 3472 - sala 503
Fone: 224-0453

DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. MARIA LUIZA ZAPATA LORITA

- Av. Rio Branco, 512
Fone: 224-2193
DESCONTO: 20% da Tabela A M B
- DRA. MARIA REGINA MACEDO ALVES
Av. Cidade de Leiria, 287
Fone: 224-6675
DESCONTO: Tabela da A M B

* FONOAUDIOLOGIA - INFANTIL

- DRA. LUCIANA MARIA MENIN RIBEIRO
Rua Santos Dumont, 3472 - sala 503
Fone: 224-0453
DESCONTO: Tabela da A M B

* FONOAUDIOLOGIA ADULTOS e CRIANÇAS

- DRA. CÉLIA CRISTINA UEZU
Av. Rio Branco, 512
Fone: 224-21 93
DESCONTO: Tabela da A M B com 20% de desconto

* GASTROENTEROLOGIA Cirurgia Geral e Endoscopia

- DR. ADÉCIO CÂNDIDO DA ROCHA
Av. Curitiba, 305
Fone: 224-0236
DESCONTO: 30% sobre a tabela particular

* GINECOLOGIA OBSTETRÍCIA

- DR. IRACIR ROBERTO FERREIRA
Av. Tiradentes, 1208
Fone: 262-1632

DESCONTO: Tabela da A M B
- DR. JOSÉ GERDES SOARES
Rua Néo Alves Martins, 3107
Fone: 224-5133
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. MARCIA CONSTANTINO
COLLI
R. Santos Dumont, 3472 - sala 501
Fone: 262-2028
DESCONTO: Tabela da A M B
- DR. NELSON LUIZ CELLA
Av. Parigot de Souza, 550
Fone: 224-9744
DESCONTO: 20% sobre a Tabela
AMB

* NEUROLOGIA

- DR. ALBERTO H. TOMIYOSHI
Rua das Camélias, 78
Fone: 224-5522
DESCONTO: Tabela da A M B
- DR. TAKA AKI YONEKURA
Av. Luiz Teixeira Mendes, 1888
Fone: 224-5078
DESCONTO: Tabela da A M B

* OFTALMOLOGIA

- DR. MILTON TAKIZAWA
Av. Brasil, 4531 - 1º andar - sala 05
Fone: 224-9704
DESCONTO: 50% sobre a tabela
particular
- DR. VALTER CAWAHISA
Av. Paraná, 280
Fone: 222-2775
DESCONTO: Tabela da A M B

* ORTOPEDIA e TRAUMATOLOGIA

- DR. ANDREW WILSON
- DRA. ELISABETE MITIKO
KOBAYASHI WILSON
- DR. RICARDO VALÉRIO SOBRINHO
Av. Tiradentes, 1096
Fone: 262-1223
DESCONTO: Tabela da AMB (Horário
coml) 2x tab. fora do horário
- DR. CARLOS ALBERTO LAGOS
R. Néo Alves Martins, 3107
Fone: 224-5133

* PEDIATRIA

- DR. JÚLIO MENEGUETTI NETTO
Av. Independência, 60
Fone: 224-9772
DESCONTO: Tabela da A M B

- DRA. MARIANE ARNS DE CASTRO
R. Silva Jardim, 386
1º andar - sala 01
Fone: 225-3555
DESCONTO: Tabela da A M B
- DR. ORLANDO COLLI
R. Santos Dumont, 3472 - sala 501
Fone: 262-2028
DESCONTO: Tabela da A M B

* PSICOLOGIA

- DRA. ANA MARIA BORGES B. S.
MASCIA
Av. Paraná, 242 - sala 802
Fone: 222-4501
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. RISTINADI BENEDETTO
R. Lopes Trovão, 178
Fone: 262-1162
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. CONSUELO H. TOMIYOSHI
R. Néo Alves Martins, 3415 - Edf.
Albert Sabin - sala 205
Fone: 224-3968
DESCONTO: Tabela da A M B
- DR. DAGOBERTO DIAS RIBEIRO
Av. Tiradentes, 1008
Fone: 222-7499
DESCONTO: Tabela A M B c/ 30%
desconto
- DRA. GILCINEIA R. S. SANTOS
Av. Brasil, 3080 - sala 12
Fone: 226-3513
DESCONTO: 30% da Tabela A M B
- DRA. IVANI VENTURIN
R. Néo Alves Martins, 3415 - sala 205
Fone: 224-3968
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. JULIA ELIANE MURTA
R. Alfredo Pujol, 385 - fone: 224-4632
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. MARCIA CRISTINA
VELTRINI
Av. Nobrega, 286 - Zona 04
Fone: 224-7752
DESCONTO: 30% sobre a tabela
particular ou Tabela A M B
- DRA. MARIA CRISTINA
LOURENÇO
R. Silva Jardim, 280 - fone: 224-5095
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. MARLENE RAQUEL SANTOS
R. Santos Dumont, 3472
2º andar, sala 203 - fone: 262-1442
DESCONTO: 30% sobre a tabela
particular
- DRA. NOELI SANCHES LISBOA
R. Néo Alves Martins - Edf. Centro

Médico - sala 204
Fone: 224-9738
DESCONTO: 50% sobre a tabela
particular
- DRA. RITA DE CÁSSIA UBIALLI
CINTRA
Av. Cerro Azul, 136
Fones: 222-0750 - 222-6959 - 222-6631
DESCONTO: 50% sobre a tabela
particular
- DRA. RITA DE CASSIA BORGES
BOLFER
R. Néo Alves Martins, 3415
2º andar sala 207
Fone: 225-2360
DESCONTO: 30% sobre a Tabela da
AMB
- DRA. SANDRA MARA DE CARLOS
CERANTO
R. Lopes Trovão, 178
Fone: 262-1162
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. SATIKO GUINOZA
R. Joubert de Carvalho, 645 sala 12
Fone: 222-2405
DESCONTO: Tabela da A M B
- DRA. SOLANGE IZABEL MAREGA
R. Lopes Trovão, 178
Fone: 262-1162
DESCONTO: Tabela da A M B

* RADIOLOGIA - (Raio-X e Ultra- Som)

- DR. EVERALDO RAMOS
DE FRANÇA
R. Silva Jardim, 398
Fone: 224-1055
DESCONTO: Tabela da A M B

* ULTRA-SONOGRAFIA

- DR. SEBASTIÃO PEREIRA DE
JESUS
Av. Parigot de Souza, 545 - sala 05
Fone: 262-2415
DESCONTO: 20% sobre a tabela
particular
- DR. JUAN MOLINA HUESO
Av. Cidade de Leiria, 356
Fone: 224-7122
DESCONTO: Tabela da A M B

* UROLOGIA

- DR. EDISON ZANGALE AZEVEDO
R. Néo Alves Martins, 3164
Fone: 224-7372
DESCONTO: Tabela da A M B

É preciso planejamento

A oportunidade de adquirir produtos e equipamentos mais baratos e até melhores no exterior tem seduzido os brasileiros. Mas, é preciso um pouco de pesquisa e de paciência para que o tiro não saia pela culatra

Desde o início de janeiro, com a abertura do Mercosul, as consultas ao Departamento de Comércio Exterior da ACIM tem aumentado gradativamente. A consultora da associação e do Sebrae, Maria do Céu Lopes, tem resolvido dúvidas de empresários dispostos a se inserir neste novo mercado que se abriu. As principais dúvidas são relativas à importação.

Muitos empresários têm se deixado seduzir pelos preços dos produtos lá de fora. Mas, Maria do Céu alerta que é importante que o importador faça uma estimativa de custos antes de tomar qualquer decisão. É que existem muitas despesas que incidem no custo dos produtos importados, entre elas o frete internacional, seguro internacional, imposto de importação, IPI, ICMS, despesas portuárias, despesas bancárias, de comunicação e outras.

Para se realizar um bom negócio no momento de se importar é preciso levar em consideração alguns fatores. É preciso definir qual a finalidade da importação; qual o produto ou serviço que se pretende adqui-

rir; procurar saber quem pode fornecer este produto e em que condições; verificar se existe produção ou revenda de similar nacional; se familiarizar com toda a burocracia que envolve o processo; estabelecer o total de investimento para a nova atividade; estabelecer o potencial de consumo dos mercados nos quais a empresa vai atuar com os produtos importados e preparar um plano de ação para implantação de um programa de importação, com prazos e prioridades.

Também é importante levar em consideração algumas regras que podem auxiliar o futuro importador na otimização do processo. Importar exige planejamento, não se compra uma única vez; é preciso realizar pesquisa de mercado a fim de obter diversas alternativas de compra; transmitir sempre aos fornecedores informações relativas às exigências específicas do Brasil; verificar se os produtos importados atendem às exigências ou peculiaridades do Brasil; exigir do fornecedor amostras para fazer testes de produ-

ção e ou vendas; procurar diversificar as fontes de fornecimento para não ser dependente de um único fornecedor.

BUROCRACIA: Para que uma pequena empresa possa realizar importações, o primeiro requisito a cumprir é a obtenção do Registro de Exportador e Importador junto ao DECEX – Departamento de Comércio Exterior. A representação do DECEX é feita pelas agências do Banco do Brasil, onde funcionam os SECEX – Setores de Comércio Exterior.

Em princípio, quaisquer produtos ou serviços podem ser importados, com algumas exceções. São feitas algumas exigências prévias antes da emissão do documento de importação. Para facilitar a importação, o governo determina através de portarias e regulamentos, as mercadorias que têm algum tipo de tratamento administrativo diferenciado das demais.

Durante a importação, toda forma de pagamento escolhida deverá ser realizada através de um banco autorizado pelo Banco Central do Brasil a operar câmbio. As formas de pagamento mais utilizadas são pagamento antecipado, cobrança sem saque, cobrança simples e carta de crédito. O pagamento antecipado não oferece garantias ao importador. Tem a vantagem de ser bastante econômico.

A cobrança sem saque não oferece garantias ao exportador. Normalmente são operações realizadas entre empresas do mesmo grupo. Na cobrança simples, a garantia do exportador é um saque cambial. Pode ser à vista ou a prazo. Na carta de crédito, a garantia da operação passa a ser fornecida pelo banco do importador e não pelo importador. É uma forma de pagamento bastante utilizada internacionalmente.

Os interessados em importar podem encontrar maiores detalhes sobre o assunto no manual do Sebrae “Importar é fácil. A pequena empresa também pode”. O manual pode ser adquirido na Consultoria de Comércio Exterior da ACIM.

Razões para se importar

A abertura do país para a importação despertou os empresários para uma nova modalidade comercial que gera benefícios para empresas e consumidores. Eis algumas razões para se importar:

- aquisição de matérias-primas ou insumos não existentes no mercado interno;
- possibilidade de aquisição de matérias-primas e/ou insumos a custos mais baixos do que os produzidos no Brasil e, muitas vezes, com melhor qualidade;
- condição de modernizar o parque fabril com máquinas e equipamentos tecnologicamente mais avançados;

- melhoria da produção através de investimentos em equipamentos e novas tecnologias;
- possibilidade de ampliar o quadro de fornecedores;
- utilização de créditos internacionais concedidos aos importadores a juros baixos;
- oportunidades comerciais para a revenda de produtos estrangeiros não fabricados no Brasil;
- possibilidade de revender ou distribuir produtos estrangeiros similares aos nacionais, porém a custos mais baixos e muitas vezes com qualidade superior.

Capital de Giro

Recorde



A produção brasileira de grãos de 1994 bateu o recorde, alcançando 75,228 milhões de toneladas, batendo a maior safra até então, que havia sido a de 1989, com 68,953 milhões de toneladas. Os números são resultado do Levantamento Sistemático da Produção Agrícola do IBGE.

Máquinas

A boa safra de grãos se refletiu também na venda de máquinas e equipamentos, que pela primeira vez cresceu desde 1987. Levantamentos preliminares indicam que as empresas de bens e capital produziram US\$ 15,7 bilhões, 13% a mais que em 1993.

Mesmo assim, a produção está longe de chegar perto dos níveis dos anos 80. Em 1986, o setor empregava 370 mil trabalhadores. No ano passado empregava apenas 214 mil.

Espaço nacional

Em dezembro a MR Malharia ganhou espaço na Rede Globo em nível nacional. A matéria destacou o fato de que a empresa sorteou uma casa e um Gol para dois consumidores que concorreram aos prêmios comprando apenas camisetas e cuecas produzidas pela indústria têxtil.

Pequeno porte

Seguindo uma tendência mundial, as micro e pequenas empresas se espalham como formigas pelo Brasil. Estima-se que em 2005 o país terá 7 milhões de empresas de pequeno porte. O dobro do que tem hoje.

Pinatti



A empresária e consultora do Sebrae, Maria Alice Pinatti assumiu a Diretoria de Eventos e Promoções da ACIM. Ela substituiu Fernando Vieira Raimundo que deixou o cargo após mais de nove anos de trabalho em defesa dos interesses da classe empresarial paranaense.

Porto Seco

Prossegue a partir da segunda quinzena deste mês o processo de licitação do Porto Seco de Maringá - Estação Aduaneira do Interior. Apenas dois grupos participam do processo: A Central Regional de Armazéns Gerais - Creage - e o Grupo Silvio Name.

Mercosul

Ao lado do aeroporto internacional, o Porto Seco vem sendo considerado uma obra fundamental para que Maringá se torne um pólo de negócios do Mercosul. A expectativa é de que as duas obras já estejam concluídas no início do próximo ano.

RESTAURANTE DEVILLE



Almoço executivo com buffet de 2ª à 6ª feira.

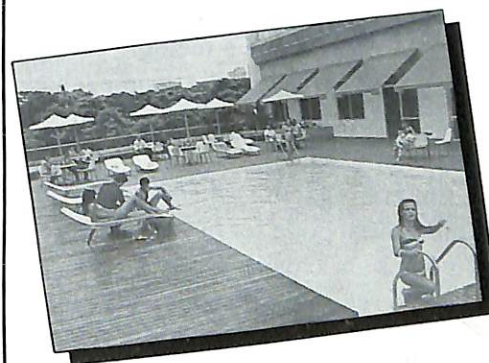
Jantar Romântico à luz de velas, às 6ª feiras.

Jantar à la carte, de 2ª feira à sábado, com o piano do maestro Paulo Giovanini.

Feijoada aos Sábados.

APROVEITE!

Para o seu lazer, piscina, sauna completa e salão de jogos.



HOTÉIS



Deville

MARINGÁ

Av. Herval, 26 - Fone: (044) 226-1001
Telex: (44) 2211 - Fax: (044) 226-1977
Maringá - Paraná

Surge uma nova geração

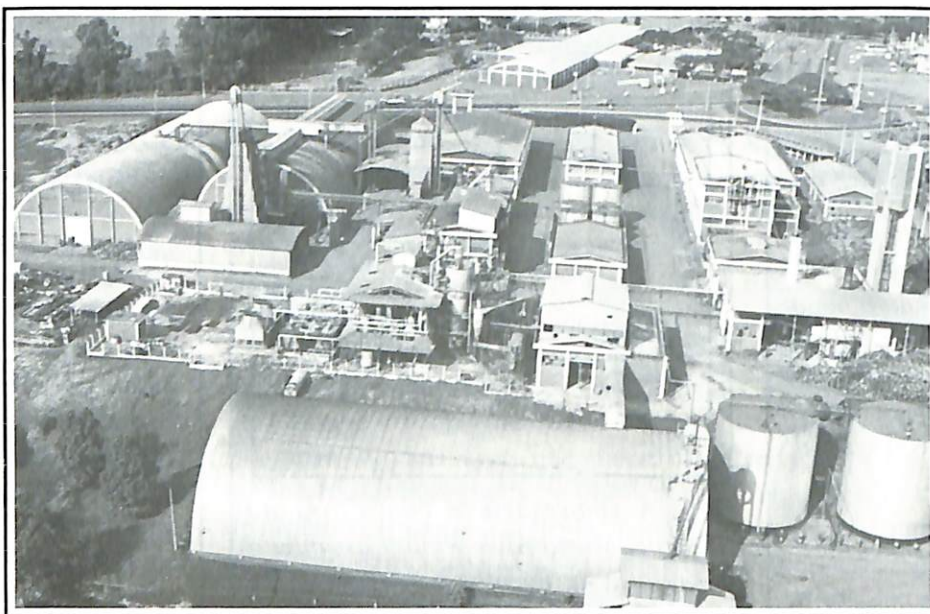
A exemplo de outras cidades, Maringá da era Real amplia a atividade empresarial. O surgimento de novas empresas estimula a modernização do parque industrial existente e a melhoria na qualidade do atendimento no comércio

O dinheiro saiu de baixo do colchão. Em 1994, os recursos antes aplicados no mercado de capital passaram a ser destinados à atividade produtiva. Reflexos da era Real. O novo momento do país estimula o surgimento de empresas e a criação de empregos. É a máquina voltando a funcionar, após um período de ociosidade, onde as pessoas preferiam a ciranda financeira do que arriscar suas economias em um mercado incerto e inflacionado.

Com a estabilidade da moeda, surgem oportunidades. Em todo território nacional há indícios da retomada da atividade produtiva. Não é um renascimento localizado. Mas espalhado em focos de Norte a Sul do Brasil. E o que é melhor. O surgimento de novas empresas é acompanhado pela modernização do parque industrial instalado no país.

Em Maringá, a ampliação da atividade empresarial pode ser observada em vários pontos da cidade e nos órgãos que cuidam do registro e do apoio aos futuros empreendedores. No escritório regional da Junta Comercial do Paraná, houve um aumento na ordem de 50% no número de abertura de empresas. Em 1993, foram registradas cerca de duas mil firmas. No ano passado, este número ultrapassou três mil deferimentos.

ALVARÁS: Na Prefeitura de Maringá, os dados são semelhantes. Durante o exercício de 1994, foram expedidos 2.800 alvarás de funcionamento. Destes 1.200 foram para empresas prestadoras de serviços; 1.300 para comércio em geral; e 300 para indús-



O parque industrial também cresceu

tria em geral. Estes números são superiores aos levantados em 1993.

Outro dado interessante verificado na Junta Comercial é quanto aos novos empreendedores. Segundo a responsável pelo escritório, Cláudia Cristina Panichi, metade das empresas liberadas para o funcionamento tinha dekasseguis – trabalhadores brasileiros empregados no Japão – entre seus sócios.

Quando os descendentes de japoneses começaram a ir trabalhar no outro lado do mundo, no final da década de oitenta, eles investiam em imóveis. "Naquela época eram responsáveis pela compra de grande parte de casas, apartamentos, terrenos e pequenas propriedades disponíveis no mercado. Com a estabilidade da moeda, optaram por abrir seus próprios negócios", diz o presidente do Conselho Deliberativo da ACIM, Massao Tsukada.

REAL: Ainda com relação ao levantamento feito pela Junta Comercial, nota-se que o movimento no pedido de abertura de empresas se concentrou após o mês de

agosto. Data que coincide com a adoção da URV, que mais tarde daria vida ao Real. Os dados revelam também que os novos empreendedores preferem se instalar no segmento do comércio varejista. Mais especificamente no de confecções.

"Este é um reflexo da abertura de shoppings de lojas da indústria do vestuário, que se espalharam pelos quatro cantos da cidade", avalia o líder regional do Sebrae, em Maringá, Lourenço Fadel Filho. O Sebrae

presta informações sobre abertura de firmas. Dos oito mil atendimentos do Balcão no ano passado, 1.600 foram feitos com pessoas interessadas em abrir seu próprio negócio.

Miguel Fuentes Salas, presidente do Sindinvest – Sindicato da Indústria do Vestuário de Maringá e Região – declara que a procura pelo comércio de confecções comprova que a cidade assumiu sua vocação de "Capital da Moda". "É bom também para estimular o empresariado. Com mais concorrência, a tendência é a produção de artigos melhores a preços competitivos", comenta.

O empresário do setor de metalmeccânica, Cláudio Leandro Zavattini, da Realrodas, concorda com Salas. Para ele, a abertura de empresas aliada à nova realidade econômica obrigam as indústrias em atividade a melhorar cada vez mais a qualidade dos produtos. "É um processo em cadeia, que envolve a todos, e tem o objetivo de atender as necessidades dos clientes que estão cada vez mais exigentes", frisa.

VESTSUL

Inauguradas novas instalações

O primeiro Centro Atacadista das Indústrias do Vestuário de Maringá muda para melhor. Durante a inauguração das novas instalações, foi dada uma boa notícia: o governo Lerner vai investir na promoção da região como pólo de confecções do Mercosul



Novo prédio da VestSul: espaço e conforto para os lojistas



O presidente da VestSul, lembrou trechos da história da criação do shopping, ocorrida em 1990

O Centro de Atacado VestSul, pioneiro na área de atacado de confecções em Maringá, já fazia sucesso em suas pequenas instalações. Agora, com a inauguração de seu novo prédio, mais espaçoso e confortável, com 110 lojas, com agências do Correio e Banco do Brasil, amplo estacionamento e melhor localizado – fica na PR-317, saída para Campo Mourão – os empresários apostam na satisfação total dos clientes.

A inauguração em si já mostrou a magnitude da obra, com a presença de empresários de todo o país, do secretário de Estado, Silvio Barros II, do prefeito Said Ferreira, de vereadores e autoridades

municipais. Todos ficaram admirados com os 24 mil metros quadrados do centro atacadista, que gera mais de 5 mil empregos diretos e indiretos.

Em seu discurso, o presidente do VestSul, Umberto Carlos Macedo, lembrou a história da criação do shopping. “Em 1990, em meio à crise e ao pessimismo, um grupo de empresários cheios de coragem e dedicação acreditaram na união e na ousadia, criando este Centro Atacadista. A idéia era nova, mas vencemos esta prova de fogo. A partir deste primeiro sucesso, outros projetos semelhantes foram criados”, afirmou.

Para Umberto Macedo, o VestSul é o grande responsável pela expansão do pólo têxtil de Maringá. “E esse espírito pioneiro orgulha a todos os empreendedores que participam deste projeto”, enfatizou. O prefeito Said Ferreira também elogiou a iniciativa dos empresários de criarem o Centro Atacadista.

“Esse shopping representa uma síntese menor da economia brasileira e uma síntese também da vocação de Maringá para o futuro”, afirmou o prefeito. Said disse ainda que diante da iniciativa sempre

arrojada dos empresários, ele fica “tranquilo com relação ao futuro da cidade”. **MERCOSUL:** O secretário de Esporte e Turismo do Paraná, Silvio Magalhães Barros II, representou o governador Jaime Lerner durante a solenidade de inauguração do VestSul. Segundo Barros, Lerner pretende fazer do Paraná a capital geográfica do Mercosul e pediu a cada secretário que levantasse os pontos fortes de cada região. “Sem dúvida, o ponto forte de Maringá é o setor de confecções. E vamos criar um programa para promoção deste pólo. Vamos participar com vocês, vamos investir com vocês”, garantiu o secretário.



Said Ferreira e Umberto Macedo desatam a fita inaugural



Said Ferreira, Silvio Barros II e Umberto Macedo, descerraram a placa

Novo perfil do consumidor

Moeda estável e inflação sob controle alteram comportamento do brasileiro. Enquanto muitos finalmente entraram para a "era do consumo", outros deixaram de aplicar no mercado de capital para investir em qualidade de vida

O Plano Real tem obrigado o brasileiro a mudar de hábitos. Principalmente a classe dos assalariados. Acostumada a ter que fazer "mala-barismos" para "esticar" seus vencimentos até o próximo pagamento, a população começa a "sentir o gosto" de viver sob uma economia estável, dentro de regras aceitáveis de mercado.

A novidade traz dentro de si muito mais do que o simples fato de uma convivência pacífica com os indicadores econômicos. Ela força toda uma nação a refazer conceitos. Reaprender costumes. Reavaliar atitudes. Foi-se a época em que o objetivo maior era a pura sobrevivência. Agora sinaliza um



O brasileiro passou a investir na melhoria da qualidade de vida de sua família

período onde a maioria poderá viver com o mínimo de conforto.

Este novo panorama implica na retomada do desenvolvimento. Do consumo.

As engrenagens do setor produtivo voltam a se mover. Em consequência, a indústria contrata mão-de-obra para suprir a demanda. Recordes de produção são alcançados. E novos equipamentos são importados para serem utilizados no reaparelhamento e modernização do parque industrial brasileiro.

AUTOMÓVEIS: Um exemplo é a indústria automobilística. Nunca o setor produziu tanto como em 1994. Para 1995, a previsão é de um crescimento de 30 a 40%. Valdecir de Britto, da Dama, uma das concessionárias Volkswagen de Maringá, diz que o ano passado foi excelente. "Até a oficina me-

Caminho certo

O crescimento nas vendas, os problemas enfrentados por economias semelhantes à do Brasil, como os últimos acontecimentos no México e Argentina, e o déficit na balança comercial têm servido de argumento para muitos economistas. Eles dizem que o Plano Real corre perigo. Outros especialistas, porém, afirmam que estes fatos fazem parte do processo de adaptação, normal a um país que pretende ser estável.

Alcides Siqueira Gomes, empresário, além de economista, é uma dessas pessoas. Na opinião dele, é um erro falar em explosão do Plano, por causa do aumento do consumo e

das importações. "A entrada de produtos ocorreu em um período atípico — no Natal. E o que está havendo é um retorno ao patamar normal de consumo observado em qualquer economia equilibrada do mundo", frisa.

Segundo o empresário, o brasileiro estava acostumado a destinar suas economias para aplicações no mercado de capitais. Com o Real, as taxas são consideradas pouco atrativas, o que leva o consumidor a investir em bens, voltados para melhorar sua qualidade de vida e dar mais conforto à família.

Outra característica dos novos tempos, ainda na opinião de Alcides

Siqueira, está no comportamento do consumidor. Ele ficou mais exigente. Passou a comprar apenas produtos que aliem qualidade e preços baixos. "O que explica a importação de equipamentos, nesta fase, para reduzir a busca de produtos no exterior, a médio e longo prazos", afirma.

Ele só espera que o governo providencie as reformas estruturais, "básicas e urgentes", necessárias para a continuidade do Plano. O empresário é favorável às alterações na Constituição, Previdência Social e leis Trabalhista, Eleitoral e Partidária. "Sem essas modificações o país corre o risco de perder o bonde da história outra vez", finaliza.

cânica que vinha há anos no vermelho passou a dar lucro”, enfatiza.

Britto explica que os carros populares foram os grandes responsáveis pelo desempenho. Além disso, as empresas aproveitaram preços estáveis, e taxas de juros “suportáveis” para renovar a frota. “Há dois anos a realidade da época impedia a troca de veículos para um zero quilômetro. Hoje isso já é possível”; reforça Emídio, irmão de Valdecir, e diretor comercial da Dama.

Nos consórcios de automóveis o quadro é semelhante. As vendas só estão paralisadas pela falta de produto. “Estamos com dificuldades de cumprir os compromissos assumidos com os grupos em andamento. Principalmente com relação aos populares”, diz Valdecir de Britto, que também é diretor dos Consórcios Triângulo.

Quanto aos carros mais sofisticados, a dificuldade é formar grupos. As normas de contenção de crédito adotadas pelo governo federal em outubro do ano passado criaram um desinteresse pelo produto. “É difícil de vender cotas para grupo de 12 meses. A prestação fica muito alta. Esperamos que com o aumento da produção prevista para 1995, o governo amplie este prazo”, diz o empresário.

ELETROELETRÔNICOS: O comércio varejista de um modo geral também

tem sentido os reflexos da estabilidade da economia. Depois de um período crítico, o setor festejou o crescimento das vendas que teve início com a entrada do Real, atingiu o ápice no Natal e está mantendo o ritmo neste início de ano.

Cícero Ângelo Prado, gerente interino da filial das Lojas Colombo em Maringá, comenta que vendeu no ano passado 100% a mais do que em 1993. Uma performance garantida graças à implantação de uma política de divulgação maciça, que conseguiu atrair clientes de todo o Norte do Paraná, Sul de São Paulo, e parte do Mato Grosso e Mato Grosso do Sul.

Nas Lojas Dudony, o aumento das vendas ficou entre 30 e 40%. Jailton Pimentel da Silva, gerente da empresa, declara que o acréscimo no movimento deve-se à retomada do crediário. “A maioria dos clientes é da classe média, com mais de uma pessoa com renda na família. A queda nas taxas de juros facilitou a compra de produtos com preços mais elevados. E as pessoas passaram a planejar melhor os gastos familiares”, justifica.

Augusto Rallo, gerente da Brasimac, concorda com Pimentel. Ele observa que sem opções atrativas de investimento em poupança ou dólar, o consumidor tende a gastar “tudo” que ganha. E garante que agora as pessoas estão preocupadas em melhorar a qualidade de vida da família.

Nas alturas

Restaurantes sem mesas disponíveis e decolagem de vôos lotados são outros sinais de que o brasileiro da era do Real está tendo oportunidade de investir na melhoria da qualidade de vida. Mesmo na baixa temporada que antecedeu o verão de 1995 houve acréscimo no movimento nas agências de viagens e nos guichês das companhias aéreas.

Também no lazer o perfil do consumidor mudou. O surgimento de pacotes promocionais sendo comercializados via crediário criou alternativas para quem até então estava impossibilitado de conhecer outras regiões do país e do mundo. “Agora comerciantes, bancários, professores e jovens, muitos jovens estão fazendo turismo”, afirma Edmundo Albuquerque, da Soleneve de Maringá.

Antes do Real, explica o empresário, a procura por passagens para o exterior era de jovens desiludidos com o Brasil que queriam tentar a sorte em outros países. Segundo Albuquerque, muitos desejavam tanto sair do país, que chegavam a embarcar com apenas 200 dólares no bolso.

Outra característica da mudança do perfil do consumidor foi o movimento registrado nesta época do ano. “É um período de movimento fraco. Mas este ano está surpreendendo. São clientes e mais clientes interessados em viajar. A dificuldade é encontrar vagas nos hotéis e aviões. Quem deixou para a última hora, está tendo que adiar seu passeio para outra época”, diz Paulo Jorge Carolino, da Atlas Viagens e Turismo.



A Sua Residência Executiva no Centro de Maringá



- 113 Aptos de luxo com cofres individuais
- Room-Service 24 horas
- Auditório para 200 pessoas
- Salões para reuniões empresariais e sociais
- Terraço com piscina, sauna, quadra de squash
- Estacionamento privativo.



Fone: (044) 226-4511

Fax: (044) 226-1033

Rua Néo Alves Martins, 2398
Maringá - Paraná

Novos Sócios

- **JACK GOLD**
Travessa Guilherme de Almeida, 36 sala 1.203
Fone: 224-2001
Distribuidora de cosméticos
- **RENATHAIS ESPORTES**
Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 1.690
Fone: 225-2728
Ind. e com. de aparelhos terapêuticos
- **DEPÓSITO VALE VERDE**
Av. 22 de Maio, 3.898 - fone: 224-1173
- **SULA MODAS**
Av. São Domingos, 1.474 - fone: 222-3979
Ind. e com. de confecções
- **TANGRAN**
Av. Cerro Azul, 1.335 - fone: 226-5347
Consultoria e Treinamento
- **YAMAUTI ELÉTRO MÓVEIS**
Av. Pedro Taques, 2.729 - fone: 228-1798
- **SCATAMBULO**
Rodovia BR 376 Lote 264 E KM 118
Fone: 228-7131
Indústria de Compensados
- **SOLENEVE**
Av. Paraná, 466 loja 08 - fone: 226-3949
Agência de Passagens e Turismo
- **B C M FACTORING**
Av. Herval, 259 sala 02 - fone: 226-3466

- **DEPÓSITO SÃO VICENTE**
Av. Pedro Taques, 2.901 - fone: 228-4999
- **EFRATA IMÓVEIS**
R. Octávio Perito, 171 - fone: 222-6819
- **ROYAL MALHAS**
R. Piratininga, 466 - fone: 222-6786
- **REVE-OUCHÉ**
Av. Cidade de Leiria, 635
Fone: 224-7584
Com. de confecções
- **ADEGA BRASIL**
Av. Brasil, 6.166 - fone: 224-9292
Com. de bebidas
- **COSTELARIA FIM DA PICADA**
Av. Brasil, 6.376 - fone: 224-4625
- **OUROVEST CONFECÇÕES**
Av. Paranaguá, 536 - fone: 262-2743
- **MARINGÁ TURBINAS**
Av. Colombo, 4.435 - fone: 223-6528
- **ART E MANHA**
Av. Pedro Taques, 1.941 - sala 02
Fone: 228-4281
Com. de artigos p/presentes
- **JUVENA MODAS**
Av. Riachuelo, 146 - fone: 222-2825
Com. de confecções
- **DEFENSA**
Av. Kakogawa, 119 - fone: 228-2883
Ind. e com. de defensivos agrícolas

- **EFICÁCIA IMÓVEIS**
Av. Morangueira, 1.210 - fone: 228-1721
- **IMOBILIÁRIA JK**
Av. XV de Novembro, 171 sala 04
Fone: 226-2620
- **MILPHOLHAS**
Pça Manoel Ribas, 625 - Lj 30
Fone: 225-3781
Com. de confecções, calçados e bijouterias
- **INEPAR FACTORING**
Av. Juscelino Kubitschek, 11.400 - Curitiba
Fone: 041-341-1464
- **EXPOLUZ**
Av. Brasil, 4.917 - fone: 262-2127
Com. de mat. elétricos
- **PAULO MARIANO ORGANIZAÇÃO IMOBILIÁRIA**
Av. Brasil, 614 - fone: 224-4631
- **SUPERMERCADO BESSANI**
R. Paranaguá, 174 - fone: 224-6970
- **FARMÁCIA FARMACATTO**
Pça das Palmeiras, 134 - fone: 223-4732
- **M G CÂMBIO**
Travessa Guilherme de Almeida, 36 S/1.204
Fone: 222-3577
- **DOMINIK MODAS**
Av. Brasil, 3.505 - fone: 223-3527
Com. de confecções
- **MARPA MARCAS E PATENTES**
Av. Herval, 275 sala 04 - fone: 226-2658
- **CURSO ALFA**
Av. Prudente de Moraes, 815
Fone: 224-6277
- **TAPEÇARIA SENA**
Av. Dr. Alexandre Rasgulaeff, 936
Fone: 222-2166
- **PANIFICADORA E LANCHONETE PANAVÍ**
Av. Paraná, 313 - fone: 225-2187
- **DEPÓSITO CONTORNO SUL**
Rodovia Prefeito Sincler Sambati, 815
Fone: 228-6260
- **CASA GAÚCHA**
Av. Paraná, 805 - fone: 224-6882
Com. de artigos p/caça, pesca e presentes
- **GAMBINI MÓVEIS**
R. Santos Dumont, 3.452 - fone: 262-1035
- **MARCENARIA ZANGÃO**
Rodovia BR 376 S/N - fone: 276-1322
Iguatemi
- **PROJEÇÃO**
R. Santos Dumont, 1.345 - fone: 226-3000
Veículo de Publicidade
- **LOJAS BRASIL**
Av. Brasil, 4.131 - fone: 222-7580
Com. de Confecções e Brinquedos
- **RODOCHEV**
Av. Brasil, 5.032 - fone: 262-1230
Com. de auto peças
- **COLCHÕES GLOBO**
R. João Cardoso de Lima, 467
Fone: 225-3689
- **KAROL MODAS**
Av. Brasil, 4.336 S/13 - fone: 224-1638
Com. de confecções
- **LOWÇUCAR**
R. Catulo Cearense, 112 - fone: 225-2351
Ind. e com. de alimentos
- **NOVA VIDA**
Av. São Paulo, 761-A - fone: 226-2484
Com. de gêneros alimentícios
- **COMERCIAL PARANÁ**
Av. Morangueira, 704 - fone: 223-6101
Com. de móveis, eletrodomésticos e bicicletas

FÉRIAS DE JULHO/95 NA DISNEY



A VALTRAC TURISMO
LEVA VOCÊ AO MUNDO
ENCANTADO DA DISNEY.
VOCÊ PODE COMEÇAR
A PAGAR DESDE JÁ,
PARA VIAJAR EM JULHO/95
TEMOS PROGRAMAS ESPECIAIS
PARA CRIANÇAS
SEM ACOMPANHANTES.

PREÇOS PROMOCIONAIS PARA VIAGENS AO NORDESTE BRASILEIRO

valtrac
turismo

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

Exemplo de dedicação

Em quase 20 anos de carreira na polícia, Abelardo José da Cruz conquistou o respeito de toda comunidade maringense. No final do ano passado, uma tragédia freou o trabalho sério que vinha realizando

1994 foi um ano de grandes perdas para o Brasil. Tom Jobim, Ayrton Senna, Tinoco... pessoas que fizeram sua arte um meio de encantar os brasileiros. Em Maringá, o ano se fechou com o luto pela perda irreparável de um profissional que sempre lutou para preservar a vida nas estradas, o capitão Abelardo José da Cruz, comandante da 4ª Companhia do Batalhão Rodoviário.

A comoção que se propagou entre os maringenses às vésperas do Natal é uma prova inequívoca do respeito da comunidade ao trabalho desenvolvido, à ética e à perseverança do capitão Abelardo. Numa época em que a sociedade desconfia dos órgãos públicos, a polícia rodoviária consegue em Maringá, ser um exemplo pela eficiência e pelas campanhas educativas que realizou nos últimos anos.

ASPIRANTE: Abelardo José da Cruz nasceu em Arapongas em 18 de maio de 1952. Ainda menino, sua família se mudou para Maringá. Um dos amigos de infância foi o atual presidente da Câmara de vereadores, Antonio Carlos Pupulin. "Jogávamos bola juntos e frequentávamos o Colégio Santo Inácio. Desde a adolescência ele tinha uma boa formação", lembra o vereador.

Abelardo José da Cruz saiu de Maringá para ser cabo do exército em Curitiba. Gostou da experiência e decidiu entrar para a Academia Militar de Guatupé, de onde saiu como Aspirante a Tenente para atuar no Quarto Batalhão da Polícia de Maringá. Ficou 10 anos no Quarto Bata-



Abelardo: trabalho incansável de conscientização dos motoristas

lhão onde cultivou a admiração e o respeito dos colegas e da comunidade.

"Ele desenvolveu um trabalho de muita profundidade, com orientação aos motoristas através de campanhas no trânsito urbano", revela o Major Lauri Bittencourt, a quem Abelardo recorria quando precisava de algum conselho. Depois de ser promovido por merecimento ao posto de Capitão, Abelardo José da Cruz passou a ser o Comandante da Quarta Companhia de Polícia Rodoviária, com circunscrição em 108 municípios e efetivo de 160 homens.

Foi na Polícia Rodoviária que o Capitão Abelardo ganhou maior notoriedade, promovendo uma série de campanhas de conscientização dos motoristas. Quando não havia verbas para viabilizar essas campanhas, o comandante fazia "parcerias" com a iniciativa privada, levando adiante seus objetivos.

"Ele trabalhava vivamente com entidades como o Rotary, por exemplo. Posso afirmar que no Brasil não houve trabalho tão incessante. Além de alertar, ele ainda homenageava os motoristas no Natal, Dia das Mães,

Dia dos Pais e outras datas festivas", lembra o Major Lauri.

Para o Tenente-Coronel Luiz Eduardo Kossatz Hunzicker, Comandante do Batalhão de Polícia Rodoviária do Paraná, o Capitão Abelardo "sempre executou de maneira primorosa a doutrina educacional da polícia Rodoviária Estadual". Ele reconhece que as estradas brasileiras não oferecem a segurança necessária aos motoristas, e que isso aumentou a importância das campanhas promovidas pelo Capitão

Abelardo.

"Essas campanhas educativas são assimiladas pelos motoristas, impedindo a proliferação dos acidentes para uma escala insuportável", comenta o Tenente-Coronel. O Major Lauri Bittencourt salienta que, além da preocupação com a segurança dos motoristas, o capitão Abelardo procurava irradiar um sentimento religioso entre seus comandados.

O Major destaca a espiritualidade e a dedicação como as principais características do Capitão. "Ele considerava muito importante a parte espiritual, por isso procurava sempre levar religiosos para os eventos da Polícia", afirma Lauri.

FATALIDADE: No dia 23 de dezembro de 1994, nove pessoas morreram nas estradas do Paraná. Ironicamente, o capitão Abelardo estava entre elas, vítima da imprudência que tanto combateu. Com certeza seu trabalho continuará rendendo frutos, já que sua obra serviu e serve de exemplo para os motoristas e para as novas gerações de policiais.

Perspectivas de futuro para o esporte e turismo no Paraná

Por Silvio M. Barros II

O esporte e o turismo são atividades com muito mais diferenças entre si do que pontos em comum e por isso ao assumir a Secretaria de Esportes e Turismo do Paraná, uma primeira avaliação apontava para a necessidade de dotar ambas as atividades de direcionamentos específicos e independência de atuação.

Aproveitando a decisão do Governador Lerner de efetivar a secretaria, até então com o caráter de "especial", propusemos que a nova estrutura buscasse um formato mais leve, eficiente e com velocidade de resposta.

Entre as poucas coisas que o turismo e os esportes têm em comum, do ponto de vista de uma administração pública, a mais importante é o seu relacionamento com o setor privado. Ambos podem ser considerados como excelentes negócios, com ótimas perspectivas de lucro e com um extraordinária atratividade para parcerias e ações conjuntas entre o governo e empresários. Exatamente para aproveitar melhor este relacionamento e maximizar seus resultados é que foram criadas a Paraná Turismo e a Paraná Esporte, duas autarquias fundacionais dentro da estrutura da Secretaria, de forma a viabilizar a execução das ambiciosas propostas do Governador Jaime Lerner.

O novo formato deixa a Secretaria como órgão deliberativo das políticas de turismo e de esportes no estado com um quadro bastante reduzido, e as autarquias, administradas por pessoas com larga bagagem nestas áreas, com a responsabilidade de executar estas políticas.

Uma vez definida a estrutura, os próximos passos passam a ficar mais claros.

NO ESPORTE

A ação mais imediata neste setor, foi organizar uma Oficina de Planejamento Estratégico para o Esporte no Paraná de forma a conseguirmos definir com clareza quais os problemas e dificuldades que impedem o desenvolvimento do setor, definir os objetivos a serem alcançados e estabelecer quais os meios, metas e prazos para alcançá-los. Este exercício de planejamento estratégico contará com elementos-chaves das estrutu-

ras administrativas dos municípios, das universidades, das federações, dos patrocinadores, da imprensa especializada e finalmente de outros órgãos de governo como as secretarias de Saúde, Educação, da Criança e a nossa própria. Temos absoluta convicção que depois desta etapa, poderemos com facilidade ter um mapa comum, onde todos saberão com mais precisão qual é o seu papel e quando deve entrar em cena.

Particularmente entendemos que o Esporte pode prestar uma incalculável colaboração ao Paraná, incentivando a prática da disciplina, do espírito de equipe e acima de tudo restaurando o nacionalismo, o amor à Pátria, o maior requisito para que o Brasil dê certo. E além disso ainda dar ao estado um papel de destaque na medida em que possamos aqui organizar importantes competições e incentivar nossos esportistas a conquistar medalhas em diversas modalidades.

NO TURISMO

Um dos projetos mais ambiciosos e importantes do Governo Lerner é exatamente a Costa Oeste, um programa que visa expandir os benefícios sociais e econômicos do turismo como atividade geradora de empregos e de divisas.

Hoje Foz do Iguaçu já é um dos mais importantes pólos turísticos do Brasil mas tem uma taxa de permanência muito baixa para atrair novos investimentos de redes internacionais. Com um potencial de mais de um milhão de visitantes é perfeitamente viável desenvolver às margens do lago de Itaipú uma série de atrativos turísticos e parques temáticos de grandes dimensões que não só aumentem significativamente a permanência do turista como também possa complementar as Cataratas atraindo ainda mais pessoas para aquela região. A participação do estado se resume na infra-estrutura básica e estudos de mercado. A maior parte do investimento será feita pela iniciativa privada.

Outro programa importante é o aproveitamento do potencial ecoturístico do Paraná que tem no Canyon do Guartelá, em Guaraqueçaba, Vila Velha, Iguaçu e outros pontos um espaço privilegiado para este segmento.

O Noroeste do Estado tem uma vocação natural para o turismo de compras no pólo de

vestuário e confecções de Maringá/Cianorte/Paranavaí que hoje já atrai dezenas de ônibus de compradores que ocupam hotéis, restaurantes, e ainda deixam expressivas somas em impostos gerando empregos. É um segmento importante do turismo que pretendemos incentivar num projeto apresentado pela própria comunidade para que se possa promover este produto no Mercosul e demais estados brasileiros.

Curitiba tem também seu espaço próprio. Hoje conhecida mundialmente como uma cidade ecológica, ela tem uma das mais bem montadas estruturas de espaços culturais do Brasil e tem portanto todas as condições de ser a Capital do Turismo Cultural no país, o que lhe asseguraria um mercado muito interessante e exclusivo.

Para a população paranaense e para o mercado doméstico que é o mais expressivo da América Latina, certamente reaquecido com uma economia mais estável, o Governo Lerner tem intenção de abrir as cidades implantadas nos canteiros de obras das usinas hidrelétricas. São estruturas excelentes às margens de grandes represas com áreas de preservação belíssimas e que estão ociosas. Uma excelente opção de turismo saudável, barato e de boa qualidade para famílias que querem espaços alternativos para descansar, tirar férias ou passar os feriados prolongados.

Estes são alguns dos projetos que temos em fase de desenvolvimento mas a prioridade sempre deverá ser o atendimento aos municípios. Por melhores que sejam nossas idéias e programas, eles nunca estarão tão perto de atender as expectativas e anseios das comunidades como se fossem propostos por elas mesmas num sistema de comprometimento com os resultados. Um estreito relacionamento com os municípios deve nortear a atuação da secretaria e garantir assim que o Governo do Estado está cumprindo seu papel de servir a sociedade e levar o Paraná à posição de destaque no cenário nacional que efetivamente merece.

Silvio Magalhães Barros II
é Secretário de Esportes e
Turismo do Paraná

Tradição familiar

A trajetória da Recauchutadora de Pneus 8 Irmãos é a tradução fiel de parte da história da família de Tamaru Abe. Uma das milhares que deixaram o Japão para tentar uma vida melhor no Brasil, na década de cinquenta

A Recauchutadora de Pneus 8 Irmãos foi a primeira empresa do setor a se instalar em Maringá. A inauguração ocorreu em 10 de maio – dia do aniversário da cidade – de 1957. O nome foi escolhido pelo fundador Tamaru Abe. Era uma alusão ao número de filhos que tinha.

Mas a história da recauchutadora teve início no outro lado do mundo. Naturais da província de Hokkaido, Tamaru Abe, a mulher e

os oito filhos, foram alguns dos milhares de imigrantes japoneses que desembarcaram em portos brasileiros na esperança de conquistar uma vida melhor.

Em solo tupiniquim, a família Abe se instalou em Assaí, município paranaense que já se despontava como um dos locais preferidos pelos japoneses para fixar residência. Isto no início da década de cinquenta. Como a maioria dos imigrantes vindos do Japão, Tamaru sobrevivia às custas da exploração da terra, no sítio Pérola.

O sítio tinha 30 alqueires e produzia o suficiente para atender as necessidades da família Abe. Embora satisfeito com as atividades agrícolas, Tamaru sempre buscava alternativas para melhorar as condições de vida da mulher e dos filhos.

PNEUS: Na primeira oportunidade que teve, mandou dois de seus filhos – Tadashi e Kaoru – para trabalhar em Londrina. As vagas eram em uma recauchutadora de pneus. Um tipo de atividade que Tamaru acreditava ser uma boa opção de investimento.



Pioneirismo e quase 40 anos de experiência são as marcas da 8 Irmãos

Além disso, a cidade permitia a ampliação dos horizontes profissional e cultural da família. Durante dois anos – de 1954 a 1956 – Tadashi e Kaoru se dedicaram ao máximo para aprender as técnicas de recauchutagem. Neste período, o pai começou a pesquisar um local ideal para instalar uma empresa do setor.

Londrina foi descartada. Os Abe consideravam “deslealdade” concorrer com as pessoas que haviam dado a chance deles deixarem a “roça”. E também, Tamaru queria abrir o negócio em um local onde seria o pioneiro na recauchutagem de pneus.

A escolha recaiu então em uma cidade emergente que prometia ser o novo “eldorado” brasileiro. Assim, em meados de 1956, Tamaru comprou um terreno em Maringá, na Avenida Brasil, próximo à Praça Souza Naves, e iniciou a construção do prédio que abrigaria a Recauchutagem 8 Irmãos.

EXPANSÃO: O ritmo das obras foi acelerado, e, em maio do ano seguinte, a empresa começava a funcionar. A princípio a demanda era por pneus “lameiros” de ca-

minhões e carros particulares. O negócio deu tão certo que a 8 Irmãos viveu durante os 15 anos seguintes à sua inauguração um período de expansão.

Foram abertas duas filiais – uma em Londrina e outra em Maringá. Os Abe ampliaram também o setor de atividades. Neste período, passaram a vender autopeças e prestavam serviços de oficina mecânica, especializada em radiadores e escapamentos. Tudo foi bem até o fracasso do Plano Cruzado, no governo Sarney.

Como grande parte das empresas, a recauchutadora passou por uma situação crítica. Os problemas de caixa coincidiram com a ascensão da segunda geração dos Abe no comando da empresa. Diante do quadro de dificuldades, os herdeiros optaram pela divisão da sociedade e dos bens. Coube a cada um dos oito irmãos uma fatia do patrimônio conquistado sob a liderança de Tamaru Abe.

RENOVAÇÃO: Na divisão de bens, a recauchutadora ficou com Roberto e Antônio, netos de Tamaru Abe. A primeira atitude da dupla de irmãos foi processar uma reestruturação geral na empresa. Novos equipamentos e moldes foram comprados para atender a realidade do mercado. E, decidiram também trabalhar apenas com pneus de passeio.

Roberto, que gerencia a 8 Irmãos, diz que apesar da renovação do maquinário, não descartou os moldes antigos. “Faz parte da história da empresa. E ainda hoje tem quem nos solicite a recauchutagem dos velhos lameiros”, afirma. Estes serviços são realizados só por encomenda.

O Noroeste precisa de obras

Por Said Ferreira

Há muito tempo estamos enfatizando a importância da participação das lideranças maringaenses no processo de representação política nos governos estadual e federal. Por ser um município-pólo, a força de Maringá é fundamental para se conseguir obras para a região Noroeste. Esse trabalho, entretanto, só terá sucesso se tivermos a participação de todos os segmentos.

Quando conclamamos as lideranças – principalmente os empresários – a unirem-se pela nossa região, estamos prosseguindo um trabalho que começamos há 10 anos. Em 85, lançamos o Projeto Novo Noroeste, apresentando as prioridades para melhorar a nossa infra-estrutura.

Nos últimos 12 anos, o Governo do Estado beneficiou Maringá e região em muitos setores, mas as obras de infra-estrutura não foram feitas. Conseguimos os cursos de Medicina e Odontologia para a UEM, o Hospital Regional Universitário, a citricultura no Noroeste, o início da ponte em Icaraíma e o reinício da construção da ponte de Guaíra.

Mas não basta. É preciso que outras obras sejam executadas. Se o presidente Fernando Henrique Cardoso elegeu como prioridade nacional o atendimento ao Nordeste, Rio de Janeiro e Sul do Rio Grande do Sul, precisamos convencer o governador Jaime Lerner a estabelecer entre as prioridades estaduais a Região Noroeste.

Entre nossas reivindicações estão obras urgentes, como as duplica-



ções das rodovias Maringá-Campo Mourão e Maringá-Paranavaí. A construção da rodovia Maringá-Faxinal dos Mendes também é fundamental para reduzir a distância entre a região e o Porto de Paranaguá em 50 quilômetros. Às vezes são investimentos menores, como a conclusão da Estrada Boiadeira, que liga Campo Mourão a Cruzeiro do Oeste.

Só com muito esforço, teremos obras como a Hidrovia do Ivaí. Os líderes têm a responsabilidade de sensibilizar os chefes de governo, mas nunca com atuações isoladas. Foi com parcerias e cooperação mútua que Maringá atingiu seus objetivos nos últimos dois anos. Nos momentos decisivos, o entendimento político nos garantiu grandes melhorias para nossa infra-estrutura.

Hoje podemos nos orgulhar de ter uma Delegacia da Polícia Federal, um minipresídio de segurança máxima quase concluído, um aeroporto regional de primeira classe já sendo construído e a garantia da implantação do Porto Seco até 96. Soma-se a isso investimentos no saneamento, com moderno sistema de tratamento de esgoto. Os recursos para a rede de esgoto foram recorde na história do município. Tudo fruto de participação política.

Por outro, é preciso sacrifício para, com recursos próprios, atender outras áreas. O Teatro e Museu Regional Kalill Haddad é um exemplo. Até o final do ano ele deve estar pronto, somente com dinheiro da Prefeitura de Maringá. É uma obra que integrará a cidade no roteiro cultural do país.

A mesma determinação tivemos para criar o maior programa habitacional da história da cidade. O Programa Casa da Família, em parceria com o Estado, atendeu 1 mil 456 famílias, num total de mais de 8 mil pessoas. Ao mesmo tempo em que precisamos dotar Maringá de melhor infra-estrutura, não podemos nos esquecer do aspecto social.

Todos os programas são essenciais para um perfeito entrosamento entre o poder público e a sociedade. A administração pública perde-se em entraves burocráticos e falta de organização se não tiver clareza de objetivos e diálogo com todos os setores da comunidade. Fomos felizes no nosso primeiro mandato como prefeito, por que foi uma gestão comunitária. Entendemos o momento histórico do país como de resgate do direito à cidadania. E mais uma vez, só teremos progressos sociais e econômicos, com a participação de cada cidadão, organizando-se em associações, entidades de classe etc. Isso passa, necessariamente, por uma atividade política de cada líder.

Said Ferreira
é prefeito de Maringá

UM SÍMBOLO DE TRABALHO EFICIENTE



TRANSPORTADORA TAMOYO

HÁ 45 ANOS, UM SÍMBOLO DE TRABALHO EFICIENTE.

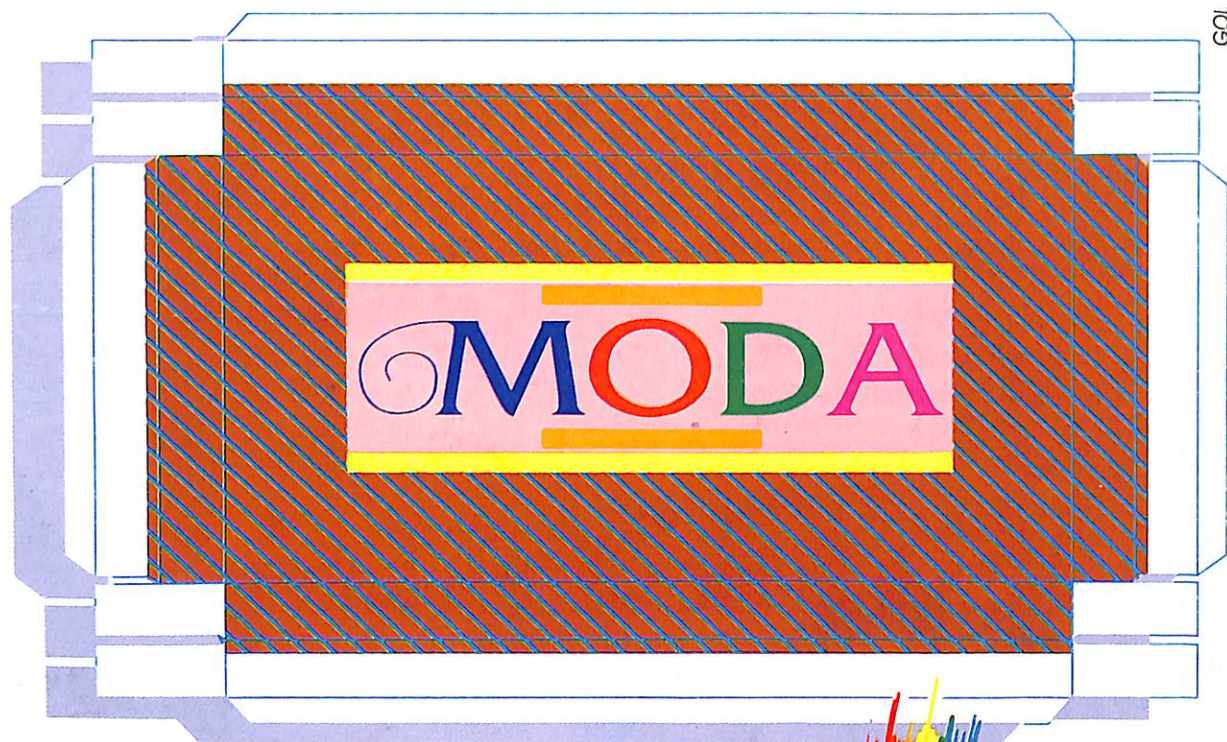
MATRIZ: MARINGÁ - PR - Fone: (044) 222-8934 - Fax: (044) 222-8178

SÃO PAULO - Fone: (011) 273-8411 - Fax: 273-8932
LONDRINA - Fone: (043) 329-1133 - Fax: 329-0639
MARINGÁ - Fone: (044) 226-5653 - Fax: 222-8178

CURITIBA - Fone/Fax: (041) 246-6733
APUCARANA - Fone/Fax: (043) 422-3327
CAMPO MOURÃO - Fone/Fax: (044) 823-1243

TAGS E EMBALAGENS DA GRÁFICA BOAVENTURA

Quem trabalha com confecções sabe que a roupa fala muito sobre a pessoa: sua classe, distinção, elegância, status. Por isso, as embalagens de sua confecção precisam ter tanta qualidade quanto seus produtos. Tags e embalagens são a primeira apresentação. Quanto mais bonitas e de melhor qualidade, mais ajudam a vender. É tudo uma questão de ótima impressão. Consulte a Gráfica Boaventura.



QUALIDADE NUNCA SAI DE MODA

BOAVENTURA
G R A F I C
Telefax: (044) 226-5601
Maringá - PR