

FORUM EM MARINGÁ
evento discute segurança

ACIM

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

050
R454
N-358-ano-32-1995

SETEMBRO/95

Nº 358

ANO 32

RS 3,00



FEIPAR MODA EM MARINGÁ

A COMBINAÇÃO PERFEITA



Golf. O Carro do Século.

Não foi fácil eleger o Golf o Carro do Século. A concorrência foi muito grande. Mas a tradição Volkswagen falou mais alto. E os jurados acabaram chegando à mesma conclusão que os

consumidores: O Golf é um carro único. Golf. O importado que conquistou a Europa e conquistou o mundo. Venha hoje mesmo até a nossa loja, porque agora só falta mesmo ele conquistar você.



DISTRIBUIDOR AUTORIZADO VOLKSWAGEN

Pça. José Bonifácio, n° 121
Fone: (044) 224-4433 - Fax 224-4205
Maringá - Paraná



A EDITEL Listas Telefônicas está oferecendo a você um outro caminho para ampliar suas vendas.



Se você anunciar na Lista Telefônica Oficial PARANÁ NOROESTE - Edição 96
poderá pagar da seguinte forma:

SETEMBRO
até 8 parcelas

OUTUBRO
até 7 parcelas



Com lucros o ano inteiro.

Ligue já: 223-6121
e solicite a visita do Assessor de Publicidade da EDITEL.

A única autorizada pela

EDITEL
Listas Telefônicas S.A.



Sucesso, apesar do caixa

por Pedro Granado

As palavras do secretário de Esportes e Turismo do Estado, Silvio Barros – “Não apoiamos financeiramente a Feipar Moda como ela merecia...” – mostra bem a situação em que realizamos a feira. Tivemos ótimos parceiros – Sebrae-PR e Sindvest, com apoio da Prefeitura, Banestado, Sociedade Rural, Shoppings de Confeções e Fiep. Mas posso assegurar que a ACIM arcou com 90% das despesas do evento. Somado o que entrou em nosso caixa com venda de estandes e patrocínios, ficamos no vermelho.



Com pouca verba, realizamos uma estratégia de marketing dirigido, enviando correspondência, folder e um jornal sobre a feira para 25 mil empresários e profissionais do setor. Fizemos um Café da Manhã, estratégia utilizada nos grandes centros, para transmitir os detalhes do evento para jornalistas e diretores das empresas de comunicação.

Nossa estratégia deu resultados. A Feipar Moda foi sucesso de comercialização de estandes e de visitantes. Todos saíram satisfeitos. Assim, ficam nossos agradecimentos aos veículos de comunicação, e em especial aos jornalistas, que fizeram uma cobertura muito profissional da feira.

É bom salientar que num último esforço, reunimos um grupo de empresários para patrocinar um Vt sobre a feira nas televisões. Apesar da situação ruim da economia, que diminuiu o ritmo de investimentos das empresas, conseguimos realizar nosso objetivo. Mesmo assim, infelizmente não tivemos caixa para veicular a marca Feipar Moda tal qual o evento merecia. E, infelizmente também, nenhum veículo de comunicação viu a cor do dinheiro que costuma aparecer em eventos desse porte.

Em 1996, se conseguirmos o patrocínio financeiro da Prefeitura, do Governo do Estado, de bancos ou grandes instituições, poderemos retribuir todo apoio que tivemos dos veículos de comunicação

em 1995. Claro, as parcerias também são opções. Nossos estandes são direcionados para empresas têxteis e de confecções, mas o espaço da feira é aberto a todos.

Queremos dividir com todas as pessoas, entidades ou empresas, que direta ou indiretamente participaram da Feipar Moda 95, os méritos pelo sucesso do evento. Esse sucesso pode ser medido pelos resultados de uma pesquisa, que comentarei a seguir, mas principalmente, pelos ofícios enviados por expositores, parabenizando a comissão organizadora pelo evento e já querendo reservar espaço para a Feipar 96.

Quanto à pesquisa, os resultados são favoráveis. Entre os expositores, 60% garantem que participarão da edição 96, enquanto 22% condicionam isso à situação da economia na época da feira. O nível de contatos e negócios também agradeceu a maioria dos expositores, isso apesar de todos eles ressaltarem que a situação do país não está propícia para negócios.

Nada menos que 55% dos expositores não estão vendo perspectivas boas para as indústrias têxteis e de confecções a curto prazo, enquanto 68% criticam a política governamental para o setor. Mesmo com tantos pontos desfavoráveis envolvendo o momento pelo qual a indústria está atravessando, a feira foi um sucesso.

É um evento que veio para ficar e consolidar realmente Maringá como Pólo Têxtil e de Confeções. Entregamos à vice-governadora Emília Belinatti, que participou da abertura da feira, um projeto nesse sentido. Queremos que o governo nos auxilie na consolidação da indústria do setor. Temos a certeza de que o governador Jaime Lerner, seus secretários e nossos deputados, se sensibilizarão com os números apresentados no projeto. Os números falam por si e em breve, com certeza, colheremos os frutos do trabalho dos empreendedores que iniciaram esse pólo.



Criatividade nas vendas... Pág. 28

| | |
|-----------------------|----|
| ENTREVISTA | 06 |
| CAPA | 08 |
| FEIRA DO EMPREENDEDOR | 16 |
| HORÁRIO COMERCIAL | 17 |
| FÓRUM DE SEGURANÇA | 18 |
| CENTRO DE CONVENÇÕES | 23 |
| COPEJEM | 32 |
| ARTIGO | 36 |
| MEU NEGÓCIO | 37 |
| PENSO ASSIM | 38 |

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS
DO NORTE DO PARANÁ
ANO XXXII - Nº 358 - SETEMBRO/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 Galleti - MT-2742-PR
DEPARTAMENTO COMERCIAL
Claudomiro Venâncio
CIRCULAÇÃO
Rosângela Vega
CONSELHO EDITORIAL
Carlos Roberto Previdelli, Cláudio Galleti,
Claudomiro Venâncio, Dirceu Herrero Gomes,
Luiz Carlos Masson, Maria Alice Pinatti,
Paulo de Moraes Badan e Wagner Ramos
PRODUÇÃO GRÁFICA E
EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA
Editora Organsil - Telefax: (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 Nêo Alves Martins, 2321
Fone: (044) 226-1331 - Fax: (044) 223-5007
Caixa Postal 1033
Maringá - Paraná

Filiada à ABERJE
Associação Brasileira de
Comunicação Empresarial



**EXCELÊNCIA
EM PRODUTOS**



POLENGHI
Os Melhores Queijos

CICA



**VAN DEN BERGH
& CLAYTON**



**frigorífico
marba**



ACIM

LUKAS...

MUSEUS DO FUTURO



O SR. PODE ME DIZER
QUAL O MELHOR INVE-
STIMENTO PARA 10 MIL?

TEMOS CDB,
POUPANÇA,
FUNDO...



TÁ! E O SR. PODE
ME DIZER COMO
EU CONSIGO 10 MIL?

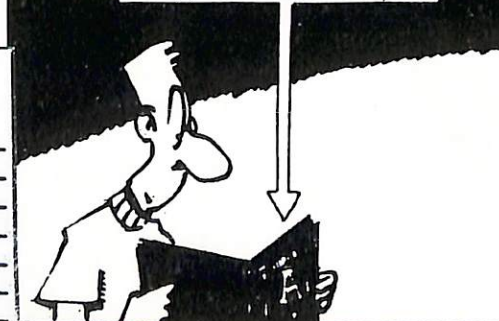


Programa Bom Emprego



NÃO PRECISA SER
BOM, NÃO! PODE
SER UM 'MEIA-BOCA'!

ECONÔMICO: Adr. que
controla as despesas,
parcimonioso nos gas-
tos; que consome pouco...



**O AURÉLIO BUARQUE
DEVE ESTAR DE
BRUÇOS, UMA HORA DESSA!**



Clas. 050
R 454
Reg. 0310
Data 25-04-05
Proced. _____
R\$ _____ NF _____
Data _____

A vez do mais rápido

por Elizabete Emídio

Terceirização – Uma abordagem estratégica. Autor: Lívio A. Giosa. Editora Pioneira.

O momento apresenta duas situações antagônicas, contraditórias. Qual será nossa opção?

– De um lado, enfrentamos crise, recessão, turbulência econômica, depressão generalizada, ineficácia de modelos, inoperância governamental – caos.

– De outro, avanço tecnológico, informações instantâneas, novos paradigmas, modelos de gestão modernos, qualidade total na produção, mercados abertos, administração participativa, criatividade, qualidade de vida, consciência de cidadania – comprometimento.

Atuo na área de prestação de Serviços de Asseio e Conservação. No Brasil hoje, são mais de 5.000 empresas que empregam cerca de 1.300.000 trabalhadores, na maioria, mão-de-obra feminina e masculina semiqualficada. Essa área está crescendo no mercado e é, inclusive, reconhecida como uma das maiores terceirizadoras do país. É sobre este tema que o livro – Terceirização – Uma abordagem estratégica – de Lívio Giosa, muito tem contribuído.

Giosa expõe objetivamente as necessidades emergentes da área administrativa que impõe novos processos de gestão, encaminhando os novos paradigmas. As exigências do momento levam as empresas a buscar a qualidade total, melhores resultados e processos mais rápidos que concentram esforços e energias de empregados e empregadores para sua atividade principal.

“Ou as empresas brasileiras adotam posturas modernizantes ou irão ficar na



contramão da história...”. Sempre numa linguagem clara e objetiva, o autor vai elucidando as seguintes questões:

– Como a terceirização insere-se nos novos conceitos administrativos?

– O que é terceirização?

– Por que terceirizar?

– Quais atividades podem ser terceirizadas?

– Como desenvolver programas e

projetos na área?

– Como desenvolver contratos e parcerias?

– Quais os fatores restritivos da terceirização?

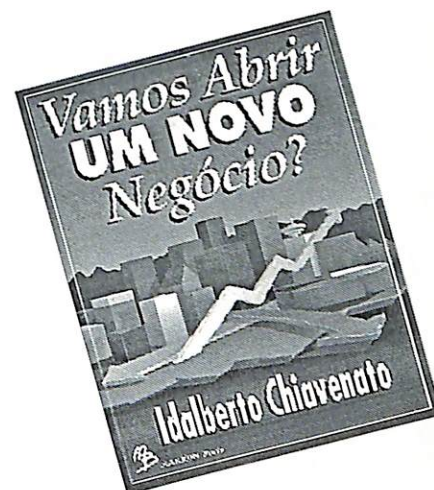
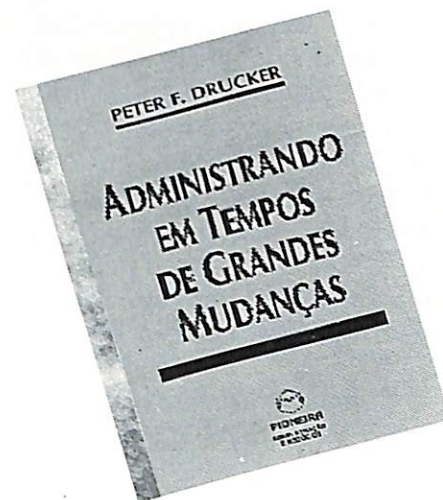
Finalizando, deixa uma série de tabelas e informações para quem se prepara para adentrar no mercado, quer terceirizando setores de sua empresa, quer assumindo o controle de um novo setor terceirizado.

Enfim, esse livro destina-se a quem está atento às mudanças, que acredita que chegou a vez do mais rápido, que procura uma gestão participativa baseada na qualidade e na melhoria contínua. E sobretudo para aqueles que, ao formarem novas parcerias, estão conscientes que as soluções serão conjuntas, antevendo o ciclo vital completo do seu produto e otimizando o atendimento ao seu cliente.

A leitura é gostosa e rápida. A abordagem é esclarecedora e sintética. A abordagem estratégica pode remeter-nos à reflexão e à novas formas de organizarmos rumo ao sucesso. A opção depende de nós.

Elizabete Francisca Emídio é
diretora do Conselho da Mulher
Empresária da ACIM

LITERATURA PROFISSIONAL



Na Bom Livro você encontra toda a literatura técnica e profissional que precisa. Clássicos da administração; sucessos do marketing; os lançamentos da informática. Venha conferir. Ou peça pelo telefone. Entregamos em sua empresa.

Bom Livro

Avenida Herval, 362 - Fone: (044) 222-5911
R. Santos Dumont, esq. c/ Av. Getúlio Vargas
Fone: (044) 226-5250

Uma questão de estilo

O jornalista, colunista de moda e diretor de redação da Revista Exame, Fernando de Barros, esteve em Maringá, quando proferiu palestra durante a Feipar Moda 95. Português, Barros veio para o Brasil em 1940 para dirigir um filme. Um acidente de carro mudou sua vida para sempre. "Fui obrigado a ficar um pouco mais no país e isso se transformou em uma aventura maravilhosa", diz.

Depois de trabalhar alguns anos na Companhia de Cinema Vera Cruz, onde realizou entre outros o filme "Tico-Tico no Fubá", com Carmen Miranda, Fernando de Barros foi convidado para integrar a equipe do jornal "Última Hora". Em 1962 ele se transferiu para a Editoba Abril, onde está até hoje.

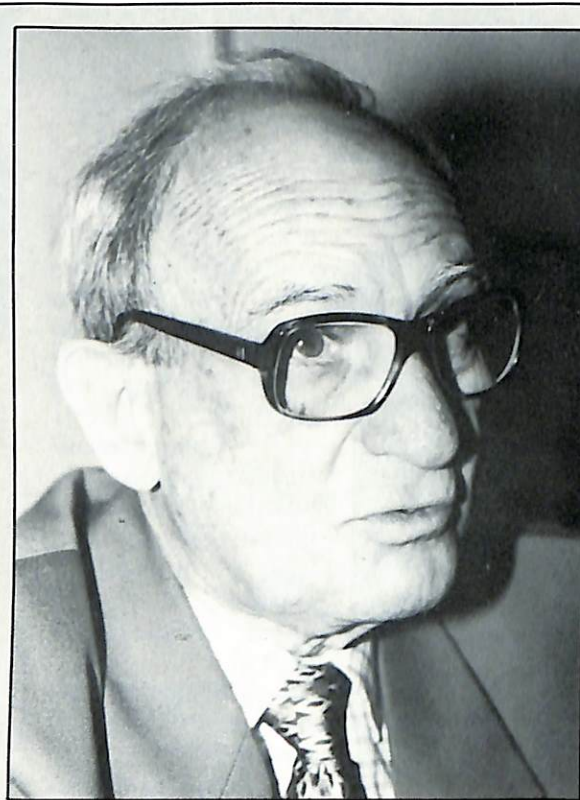
"Hoje não sinto saudades do cinema porque descobri uma coisa muito mais fascinante, que é o mundo da moda", afirma Fernando de Barros. A seguir, o jornalista fala sobre moda, a crise do setor do vestuário e sobre economia de um modo geral.

ACIM: Por que o mundo da moda o fascina tanto?

BARROS: É um mundo fascinante sobretudo quando analisado não pela moda em si, mas quando ela entra no processo industrial. Para dar uma idéia, a indústria da confecção é a segunda maior geradora de empregos no Brasil, perdendo apenas para a construção civil. Então, é muito importante socialmente. Além do mais, ocupa muita mão-de-obra feminina.

ACIM: Na sua opinião, o que levou a indústria do vestuário no Brasil a passar pela crise atual?

BARROS: A economia brasileira ficou muito tempo fechada, o que tirou a perspectiva das pessoas. Houve também a reserva de mercado da informática, que nos deixou de fora do processo de modernização de nosso parque industrial. Por outro lado, a economia brasileira está passando por mudanças. Durante muitos anos não houve investimentos devido à inflação. Agora, as empresas estão tendo que se



"A economia brasileira ficou muito tempo fechada, o que tirou a perspectiva das pessoas. Houve também a reserva de mercado da informática, que nos deixou de fora do processo de modernização de nosso parque industrial"

adaptar a uma economia estável.

ACIM: Quais serão os resultados dessas mudanças?

BARROS: A economia brasileira permitia o surgimento de pequeninas empresas, que não tinham capacidade de investimentos. Por isso a roupa é muito cara. Com o novo cenário brasileiro e mundial, está havendo uma espécie de "limpeza" no mercado. O que está acontecendo é cruel, mas em longo prazo será bom. Teremos grandes empresas, e entre as pequenas, sobreviverão aquelas que fizerem coisas boas, diferentes e voltadas para um segmento de pessoas exclusivo, porque são caras.

ACIM: Empresários do setor de confecções estão pedindo ao Governo a volta de alíquotas de importação para determinados produtos. O senhor aprova esta

idéia?

BARROS: O Brasil não estava preparado para a abertura de mercado, mas num mundo globalizado não é possível a criação de barreiras. Podem haver retaliações. O Brasil não deve ter medo da concorrência. Se taxar hoje, estará apenas adiando um problema.

ACIM: Os empresários do setor do vestuário já estão conscientes das mudanças que estão acontecendo no mundo?

BARROS: A maior parte dos empresários são paternalistas. Além disso, as empresas são pequenas e não têm capacidade de investimentos. Não existe ainda a mentalidade que propicie a união entre duas ou mais empresas como vem acontecendo no mundo. A Rhodia se juntou com a Herst, a Alpargatas com a Santista, a Dupont com a Vicunha, além de muitas outras.

ACIM: O senhor acredita que a economia brasileira chegará à tão sonhada estabilidade?

BARROS: Se o Governo conseguir mudar a Constituição, daqui há dois anos nossa situação será tranquila. O Brasil é um país que desperta muito interesse de investimentos. Mas tem que haver mudança de men-

talidade. A Abril, por exemplo, montou uma editora na Argentina. Em um ano perdemos US\$15 milhões. Sabe por que? Por que devíamos ter coligado com uma empresa local. Hoje fizemos isso. Então, antes de mais nada é preciso estudar o mercado, saber o que produzir, para quem, de que maneira. Não se pode fazer mais nada de maneira aleatória.

ACIM: Maringá é hoje a principal cidade de um grande pólo do vestuário. O senhor acha possível se criar moda na região?

BARROS: Não, não pode criar. Isso, pelo amor de Deus, não é possível. Nem o Brasil pode criar moda.

ACIM: Não existe uma moda brasileira então?

BARROS: Não. Moda é apenas um refe-

rencial, é criatividade, imaginação, evolução. Temos que seguir uma moda ocidental, que se decompõe em estilo e tendência. Estilo é a maneira como as pessoas vão se integrando a ela. No Brasil, por exemplo, temos um estilo mais descontraído.

ACIM: No mundo da moda existe a preocupação com os custos dos produtos?

BARROS: Essa é uma das principais preocupações. Para que um produto seja competitivo ele tem que ter produtividade, ou seja, ser bom, ter criatividade, preço e qualidade condizente com o mercado. Estive em Belo Horizonte recentemente visitando um loja e um sapato me chamou a atenção. O comerciante me explicou que aquele produto havia sido confeccionado no Brasil, mas tinha matéria-prima de Bangladesh, Espanha, Itália, Chile e Argentina. Tudo isso num único produto. A roupa do estilista Pierre Cardin é toda feita na Polônia. A moda vai onde exista mão-de-obra que possa fazer um produto de qualidade e com bom preço.

ACIM: Qual a importância do marketing no mundo da moda?

BARROS: O marketing é tudo. Moda é marketing. Conversei com um estilista que estava se queixando do alto cachê das manequins, algo em torno de US\$ 15 mil. Perguntei porque ele não deixava de realizar os desfiles. Ele me disse que se não houver desfile, ninguém vê o lançamento de uma coleção. Os jornais, revistas e televisões do mundo inteiro simplesmente não fariam a cobertura do lançamento sem o desfile. Isso é marketing. E as pequenas fábricas não têm dinheiro para investir nesse setor.

ACIM: Chegou-se a cogitar a contratação da modelo Luiza Brunet para desfilhar em Maringá. Isso traria resultados positivos?

BARROS: Chamaria a atenção da mídia, mas seria dinheiro desperdiçado, um investimento sem base.

ACIM: É impossível se lembrar de moda sem se lembrar de Paris. Qual a importância da capital da França para a moda?

BARROS: Paris está para a moda assim como Chicago está para a soja. Se você quer saber a cotação deste produto no mercado mundial, tem que ligar para Chicago. E Paris é a arena onde são jogadas novas coleções, novas tendências. Houve época em que a Abril manteve 12 editores de moda lá.



“Para ser competitivo, um produto tem que ter produtividade, criatividade e preço. Vi um sapato em Belo Horizonte e o vendedor me explicou que o produto foi confeccionado no Brasil com matéria-prima de Bangladesh, Espanha, Itália, Chile e Argentina”

ACIM: A abril tirou do mercado a Revista Claudia, que era tradicional. Por quê?

BARROS: O biênio 92/93 foi muito cruel. A Abril fechou a revista, houve demissões, as antigas e ultrapassadas máquinas de escrever foram varridas das redações, dando lugar à informática. Foram medidas duras mas necessárias. Graças a elas, muitas pessoas demitidas voltaram. E isso tudo deu mais competitividade à Abril.

ACIM: O mundo da moda tem o mesmo glamour de outras décadas?

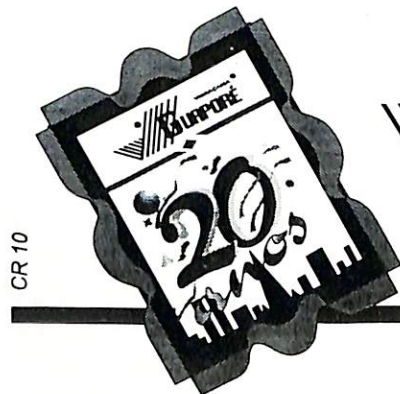
BARROS: A moda já foi mais dinâmica. Hoje existe uma moda universal, mais padronizada e por isso não pode ser tão criativa como antes. Tudo se tornou mais racional.

ACIM: O senhor escreve uma coluna de moda masculina. O brasileiro gosta de se vestir bem?

BARROS: Eu costumo brincar dizendo que o brasileiro descobriu que era dono do dinheiro e só sua mulher é que gastava. Ele descobriu isso e resolveu gastar consigo também.

VISITE NOSSO NOVO SHOW-ROOM

Qualidade, durabilidade, beleza



CR 10

VIDRAÇARIA [®]
GUAPORÉ

Av. 19 de Dezembro, 569 – fone(044) 224-2235



CAPA

A decisão correta

Se existiam dúvidas, a prática mostrou que os organizadores acertaram em segmentar a Feipar, uma feira que nasceu multisetorial. A primeira Feipar Moda foi um sucesso

Mais uma vez a cidade de Maringá e a Associação Comercial e Industrial, juntamente com o Sebrae-PR e o Sindvest, deram provas de dinamismo e espírito empreendedor. As entidades realizaram pela primeira vez a Feipar Moda. A feira alcançou seus objetivos, colocando frente a frente industriais, lojistas e outros profissionais do setor.

A Feipar Moda foi realizada entre os dias 22 e 25 de agosto no Pavilhão Internacional de Exposições e atraiu cerca de 5 mil visitantes. Foi uma feira setorial com entrada permitida apenas para visitantes credenciados. Contou com 155 expositores, divididos em 187 estandes.

Além da exposição de produtos e serviços, a feira tornou-se também um fórum de discussões, com palestras, des-

file didático, workshop e até a realização de uma reunião da Câmara Setorial da Indústria Têxtil. Assim, o setor, que atravessa um período difícil, discutiu soluções para voltar a crescer.

BALANÇO: Os resultados da Feipar Moda 95 foram positivos, na avaliação dos organizadores. "Tivemos alguns problemas com a energia elétrica. Fora isso correu tudo bem. A organização foi boa e demos condições para que os empresários realizassem negócios e contatos com tranquilidade. Foi uma feira profissional", declarou o presidente da ACIM, Pedro Granado.

O presidente do Sindvest, Antonio Recco, elogiou a atuação da diretoria da ACIM na organização da Feipar. "A entidade se empenhou e realizou a feira. O

sucesso do evento se deve à existência de lideranças que fazem acontecer", frisou Recco. Para o consultor do Sebrae, Joversi Rezende, a feira superou as expectativas.

"O número de expositores foi além do esperado e a participação de visitantes também nos surpreendeu positivamente. É claro que tivemos falhas, mas, no geral, o saldo foi bom. Acredito que a região de Maringá ganhou um novo padrão de evento", afirmou Rezende. Para ele, a Feipar Moda poderá "percorrer o mesmo caminho de sucesso da Fenit e de outras feiras que se tornaram tradicionais".

O secretário da Indústria, Comércio, Agricultura e Turismo de Maringá, João Carvalho Pinto, que também é presidente da Sociedade Rural, visitou a Feipar Moda todos os dias e gostou do que viu.



Abertura: autoridades e empresários ouvem o Hino Nacional

“Lembro-me que nas primeiras reuniões para discutir a organização da feira, muitas pessoas acreditavam que ela seria inviável. Mas a união de esforços dos empresários fez com que o evento fosse realizado e com sucesso”.

Outro político que ficou impressionado com a organização da Feipar Moda 95 foi o secretário de Esportes e Turismo do Estado, Silvio Barros. Como visitou a feira em seu último dia, o secretário brincou, dizendo que estava ali para prestigiar a Feipar Moda 96. “O Estado não

ajudou a Feipar 95 como ela merecia, mas me comprometo a apoiar a próxima edição do evento”, frisou.

A diretora de Eventos e Promoções da ACIM, Maria Alice Pinatti, foi uma das pessoas que mais trabalhou na organização da feira. “Mais do que uma simples vitória, o resultado da Feipar Moda foi um prêmio a todos os organizadores e aos que participaram, seja como expositores ou visitantes”, ressaltou a diretora.

EXPOSITORES: De um modo geral, os expositores da Feipar Moda 95 ficaram

Marcas sem proteção

Uma boa parcela dos empresários brasileiros não sabem que as marcas – nome de produtos, empresas e serviços – devem ser registradas no INPI – Instituto Nacional de Propriedade Industrial. Uma prova disso foi o resultado de uma busca realizada pela Marpa Marcas e Patentes durante a Feipar Moda 95. Foram consultadas 231 marcas, das quais apenas 139 estavam registradas e protegidas pela legislação.

“Fizemos a busca gratuitamente e constatamos que o empresário precisa tomar mais cuidado. Os 92 produtos que não estão registrados não têm proteção nenhuma, ou seja, alguém pode registrar aquela marca e causar muita dor de cabeça ao atual proprietário”, avisa o diretor-presidente da Marpa, Valdomiro Soares.



A Marpa realizou buscas de marcas gratuitamente

Com matriz em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, a Marpa possui filial em Maringá há um ano. “Conseguimos uma boa alavancagem na cidade graças a um convênio com a ACIM”, frisa Valdomiro Soares. Ele acrescenta que a empresa obteve um desempenho “excelente” na Feipar. “Não esperava tanta receptividade” diz.

RESTAURANTE DEVILLE



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

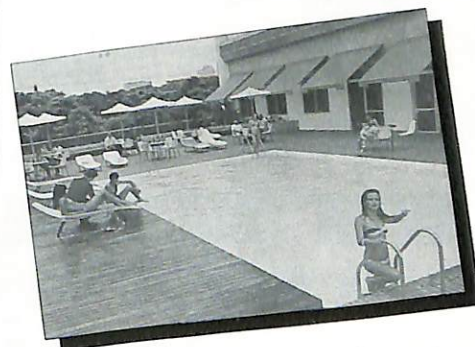
Jantar Romântico à luz de velas, às 6ªs feiras.

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



Emília Belinatti recebe brinde de um expositor

mercado”, explica Rogério Lana, gerente da região Sul da indústria têxtil Renaux, de Brusque, Santa Catarina.

Segundo Rogério, os resultados da Feipar foram bons em termos de contatos e marketing. “Nossa empresa está aumentando seus investimentos na região e pudemos realizar ótimos contatos para negó-

satisfeitos. Como era de se esperar, o fechamento de negócios não foi grande. Primeiro, porque este não é o maior objetivo de uma feira. Depois, porque o país atravessa um momento de desaquecimento na economia. A fase atual de transição também não permite a formação de estoques.

“O governo escondeu o dinheiro e o mercado trabalha com fluxo de caixa de terceiros. Ninguém compra em grandes quantidades como antes. Quem faz o estoque agora são as fábricas. E elas têm que se virar para colocar seu produto no

cios futuros”, ressaltou. O representante comercial da empresa em Maringá, Amarildo Grippa, elogiou a organização do evento e frisou que o caráter setorial “só trouxe benefícios”.

O gerente de vendas José Borges, da empresa de máquinas de costura industrial Minamak, de São Paulo, diz que, para ele, os resultados foram ótimos. “A essência de uma feira são os contatos com clientes e o marketing que realizamos”, resalta. “A feira teve um número bom de visitantes. Realizamos contatos e, além

Informatize Confecções

Paralelo à Feipar Moda 95 foi realizado o Informatize Confecções, uma feira que apresentou equipamentos e software, além de palestras, para expositores e visitantes. O Informatize foi bom para as empresas que apresentaram equipamentos específicos para o setor do vestuário. Para empresas como a Produtec – equipamentos e sistemas para automação industrial e leitoras ópticas para código de barras – a feira não foi tão boa.

O diretor da empresa, Artur Alberto Calefe, acredita que no futuro o Informatize deve ser realizado separado da Feipar Moda. A Lanfer, que apresentou equipamentos de automação industrial, realizou bons contatos durante a feira.

“Nossa participação foi interessante na medida em que apresentamos nosso produto para um público interessado”, comenta Luís Fernando Ferraz, diretor da empresa. Ele acrescenta, porém, que esperava um número maior de visitantes no evento.

SAÚDE E BELEZA SEM SAIR DE CASA

REMO SUPINO

3X R\$ 60,00

BIO HOUSE

3X R\$ 130,00

BIKE HOME

3X R\$ 50,00



ESTEIRA MECÂNICA

3X R\$ 145,00

RENA HAIS

Maringá: Av. Teixeira Mendes, 1690 – Fone: (044) 225-2728
Londrina: Av. Odilon B. Carvalho, 842 – Fone: (043) 327-6624
Cascavel: Rua Mato Grosso, esq. Afonso Pena – (045) 224-2521

Quedas de Energia

Durante os primeiros dias da Feipar Moda, várias quedas de energia elétrica no Pavilhão de Exposições irritaram alguns expositores e deram muito trabalho para os organizadores da feira. Sem energia, os equipamentos mais sofisticados, como computadores, máquinas de costurar e bordar eletrônicas não puderam funcionar durante algumas horas.

“O problema afetou principalmente algumas empresas do Informatize Confecções porque os equipamentos ficaram desligados durante algum tempo, quando não houve demonstração aos visitantes”, frisa o consultor do Sebrae-PR, Joversi Rezende.

As falhas, segundo o coordenador da feira, Fernando Vieira Raimundo, aconteceram devido à precariedade das instalações elétricas do Pavilhão. “Esperamos que esse problema seja solucionado definitivamente para que o local possa comportar grandes eventos como a Feipar”, resalta.

disso, vendemos várias máquinas industriais”, conclui.

O empresário Gilnei Branco representou duas empresas: a indústria de componentes de fixação Eberle e a Fábrica de artefatos Fivebrás. A primeira é gaúcha e a segunda paulista. Representante das duas empresas em Maringá, Gilnei disse que para a Fivebrás o movimento na feira foi ruim, mas para a Eberle foi bom.

“É que fiz contatos com clientes já tradicionais da Fivebrás. Com a Eberle, posso assegurar que meus resultados, em se tratando de interior do Paraná, foram melhores do que aqueles alcançados na Fenit, em São Paulo”, garante Gilnei Branco. Para ele, os resultados poderiam ter sido ainda melhores se houvesse maior divulgação da feira.

Em 1996, a Eberle completa 100 anos de fundação. A tradição e a qualidade, garantidas pelo certificado ISO 9.002, deram à empresa a fatia de 80% do mercado brasileiro de componentes de fixação. Na Feipar Moda 95, a Eberle lançou um produto que ainda não tinha em seu catálogo: o zíper. Durante a feira, o estande da empresa foi visitado por empresários do Paraná, São Paulo e Santa Catarina.

DIVULGAÇÃO: O supervisor da Altenburg Indústria Têxtil, de Blumenau, Santa Catarina, Antonio Carlos Soares, disse que a empresa participou da Feipar para divulgar a marca na região. “Possuímos uma linha bastante ampla de produtos, que estão em redes como Mercadorama e Carrefour. Mas queremos que os comerciantes do interior também passem a



Visitantes credenciados: mais tranquilidade para contatos

conhecer nossa empresa”, explica.

Para Antonio Carlos Soares, a Feipar Moda teve um público bem “objetivo”. “O fluxo de pessoas poderia ter sido maior, mas ficamos contentes porque os visitantes eram empresários. Assim, conseguimos mostrar que a Altenburg está acessível a todos”, frisou. A empresa produz toda a linha cama.

O diretor da Costurmaq, representante das máquinas de costura Tajima, em Cianorte, João Dirceu de Oliveira, diz que esperava mais da feira. “Se levamos em consideração a situação do país, nossos resultados foram razoáveis. Tínhamos expectativas melhores”. O diretor acrescenta que foi prejudicado pela falta de energia no pavilhão de exposições, o que deixou suas máquinas paradas durante várias horas.

Um dos poucos expositores que não gostou da setorização da Feipar – até o ano passado a feira era multisetorial – foi o gerente nacional de vendas dos bonés promocionais Gigios, João Correia Aguiar. Ele tem uma boa razão: seus produtos não são direcionados exclusivamente para empresas do setor de vestuário.

Mesmo assim, o gerente diz que realizou bons contatos durante a feira. “Mais de 80% dos contatos feitos por nós nos

Argentinos

Empresários argentinos de San Martin, região metropolitana de Buenos Aires, também estiveram expondo na Feipar Moda 95. Eles reservaram dois estandes, onde expuseram produtos de 13 empresas, desde botões de pressão metálicos, fixos, acessórios de um modo geral, cobertores, fios e tecidos, além de outros artigos.

Além da realização de contatos

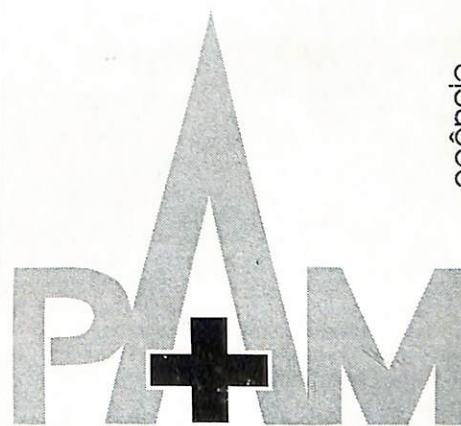


para compra e venda de produtos, os argentinos pesquisaram a possibilidade de formação de parcerias com empresas brasileiras.

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

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



Visitantes observam o funcionamento da máquina de bordar computadorizada

quatro dias da Feipar Moda foram com empresários de fora de Maringá. Alguns de regiões mais distantes do Paraná e até do interior paulista", ressalta.

O supervisor de vendas Agnaldo Chicalé, da Legas Metal, empresa que fabrica acessórios para lojistas, acredita que a Feipar Moda tem tudo para decolar. "Não realizamos muitos contatos, mas a feira foi muito bem organizada. É o primeiro evento do gênero em Maringá e os organizadores adquiriram experiência para fazer uma feira ainda melhor no ano que vem".

A empresária Luci Orlandini Nazário, diretora da Ingá Têxtil Estamparia, de Maringá, e representante comercial da Filobel, indústria têxtil, participou da Feipar Moda com dois estandes. E saiu satisfeita. "Os resultados, tanto de vendas como de contatos, superaram nossas expectativas", comenta.

A empresária afirma que aumentou muito sua carteira de clientes e diversificou ainda mais sua região de atuação. "Realizamos contatos e negócios com lojistas do Sudoeste do Paraná e do interior de São Paulo, regiões onde não havíamos entrado ainda", revela.

Luci Orlandini Nazário elogiou a setorização da Feipar.

"A seleção dos visitantes foi fundamental para o sucesso do evento. Com o fluxo racional de pessoas, os expositores não se desgastaram e puderam atender melhor aos seus clientes".

HORÁRIO: Para a empresária Luci Orlandini Nazário, o horário da Feipar Moda, entre 10 e 20 horas, não foi muito bom para os lojistas. "Ficamos de manhã na feira porque o evento estava aberto, mas não havia necessidade pois as visitas aconteceram mais no período da tarde", comenta. O horário ideal, segundo ela, seria das 14 às 22 horas.

Os empresários Artur Alberto Calefe, da Produtec Informática, Agnaldo Chicalé, da Legas Metal e João Correia Aguiar, do Bonés Gigios, concordam com Luci. Chicalé acrescenta que a feira deveria ser realizada de quinta a domingo. "As grandes feiras são neste período da semana", justifica.

De olho na Fenit 96

Uma reunião do grupo de trabalho na área de marketing da Câmara Setorial da Indústria Têxtil fez parte da programação paralela da Feipar Moda 95. Participaram da reunião líderes empresariais do Norte e Noroeste do Paraná, diretores da Cocamar, Senai e o secretário executivo da Câmara Setorial, Mário Leye.

Durante a reunião, o Sindvest apresentou uma proposta de se fazer uma reserva de 600 metros quadrados para o Paraná realizar um trabalho diferenciado na Fenit 96. A área abrigaria 40 empresários, que pagariam o



custo do metro quadrado, transporte e despesas adicionais. O Governo do Estado pagaria despesas com a montagem da estrutura e da decoração.

A divisão dos vários setores da economia em Câmaras Setoriais foi feita no início do governo Jaime Lerner. A Câmara da Indústria Têxtil foi subdividida em quatro grupos de trabalho: Produção e Financiamento, Industrialização, Design e Marketing.

Feira se torna um fórum de debates

Uma programação paralela repleta de palestras, com desfile didático, workshop e lançamento de livro abrem muitas discussões sobre moda, marketing, economia e outros temas

Jornalistas, estilistas, homens de marketing, empresários e escritores discutiram, durante a Feipar, vários temas relacionados à indústria têxtil e de confecções, desde economia, passando pelo marketing, qualidade, produtividade, formação de modelos, até a questão da moda. Também foram realizados desfiles, quando as empresas locais mostraram seus produtos.

O principal tema discutido foi moda. Para a consultora Maria Cândida, as confecções do Paraná têm condições de concorrer com as indústrias dos grandes centros. Ela defende a criação de centros de venda e compra. Com esta união, a consultora considera que as confecções podem reduzir custos e ampliar seu mercado de atuação.

Maria Cândida afirmou que todo o setor de confecções do Paraná passa por uma grave crise. "Essa crise é gerada em parte pela situação do país, mas seria menor se as prefeituras tivessem acreditado no crescimento do setor têxtil". Para ela, o setor cresceu de forma desorganizada.



Luzardo: empresas precisam de orientação profissional

O estilista maringense Ademir Fernandes defende a criação de um Núcleo da Moda em Maringá. "Hoje se faz muita roupa e pouca moda na região", justifica. De acordo com o estilista, a roupa tem um preço e a moda outro. "E o que vende é a moda", sentencia.

O consultor internacional de moda Severo Luzardo Filho,

da Central de Aviamentos de Porto Alegre, elogiou a organização da Feipar Moda e disse que as confecções do interior do Paraná progrediram muito em criação. Ele ponderou, no entanto, que para identificar as tendências da moda, as empresas precisam de orientação profissional.

Severo Luzardo realizou um "desfile didático" durante a Feipar Moda, quando apresentou as tendências para a próxima estação. O desfile "sem caráter comercial" mostrou confecções de vários estilistas de todo país. "A partir deste desfile, o lojista saberá se sua coleção está adequada", comentou o consultor.

MODELOS: O diretor da Agência Elite, de São Paulo, Zeca de



Claudia Matarazzo autografou o livro "Etiqueta sem frescuras"

O MERCOSUL JÁ É UMA REALIDADE!

Proteja a marca de sua empresa e de seu produto: ela é seu maior patrimônio.



O Mercosul está aí e você já investiu muito para que sua marca venha a sofrer com piratarias.

Proteja seu maior patrimônio: a marca de sua empresa e de seus produtos.

Entre em contato agora com os especialistas da MARPA Marcas e Patentes.

Seriedade, confiança e garantia, é o que sua empresa precisa para negociar com tranquilidade no Mercosul.

MARPA

CONSULTORIA & ASSESSORIA EMPRESARIAL LTDA.
MARCAS E PATENTES

REGISTRANDO SEU FUTURO!

Filial **MARINGÁ**

Fone: (044) 226-2658

Fax: (044) 226-4862

Av. Herval, 275 - Sala 04

Filial **CASCADEL**

Fone/Fax: (045) 224-4149

Av. Brasil, 6459 - 4º andar - Sala 42

Edif. Centro Executivo Paraná

MATRIZ: PORTO ALEGRE (SEDE PRÓPRIA)

Rua 24 de Outubro Nº 1681 C.J 1009 e 1008

Bairro Auxiliadora-Fone:(051)332-7933(Chave)

C. Postal 1434-CEP 90510.003 Fax:(051)332 7696

Abreu, fez palestra na Feipar abordando o tema "A moda pelo ponto de vista das agências". Zeca de Abreu destacou o trabalho das modelos na divulgação dos novos lançamentos dos estilistas. Ele falou sobre a formação dessas modelos e a mitificação que existe em torno de personalidades do mundo da moda.

"Essa mitificação do trabalho das modelos existe pela própria desinformação das pessoas. Para se tornar famosa, uma

modelo tem que ter disciplina e muita personalidade", explicou o diretor. Segundo Zeca de Abreu, a Elite é uma das maiores agências do mundo e possui mais de 50 "olheiros" selecionando futuras modelos por todo país.

"Escolhemos jovens entre 14 e 20 anos para que possamos formá-las. Só depois dos 20 anos é que elas poderão se tornar Top Models. Mas nem todas chegam lá", diz Zeca de Abreu. Para ele, a modelo é o projeto da imagem ideal. "Os estilistas fazem roupas para que as pessoas expressem sua personalidade. A modelo tem que saber interpretar a idéia, o conceito de moda".

O autor do livro "Marketing pessoal, estourando a ponte", Márcio Bambergue, de Curitiba, também esteve na Feipar Moda. Ele proferiu palestra sobre o tema de seu livro. Bambergue diz que é um "caça gerentes e diretores" para grandes empresas. Ele já trabalhou para multinacionais como Coca-Cola e Souza Cruz.

Um dos objetivos de Bambergue é "acordar" as pessoas que estão sonolentas ou dormindo, ou seja, as pessoas que estão descontentes ou que não estão sabendo como atingir seus objetivos de vida. "Meu objetivo não é ser rico, mas transmitir minhas ex-



Desfiles mostraram as tendências da moda verão 95/96

periências para que as pessoas saibam que podem realizar seus sonhos", afirmou.

SEM FRESCURA: Outra escritora presente na Feipar foi Claudia Matarazzo, autora do livro "Etiqueta sem Frescuras". Ela participou da Feira para autografar sua obra. Matarazzo é jornalista e há 10 anos comanda um programa de televisão em São Paulo. Seu livro está na 11ª edição e hoje ela faz palestras por todo país.

O jornalista e colunista de moda da revista Exame, Fernando de Barros, fez palestra na Feipar sobre "Moda e tendências do mercado". Barros prevê a quebra de muitas empresas brasileiras do setor têxtil nos próximos anos. Ele diz que muitas indústrias nacionais estão sucateadas, fruto da economia fechada, das reservas de mercado e do paternalismo".

SATISFAÇÃO: O consultor de marketing de Curitiba, Paulo Muller Prado, fez palestra sobre "Automação comercial e a satisfação do consumidor". O consultor alertou que não se deve criar nos clientes expectativas que não possam ser cumpridas, "senão ele compra da primeira vez e não volta mais".

O consultor revelou uma pesquisa que indica os fatores que o consumidor considera importante no comércio. Em primei-

ro lugar aparece a figura do vendedor, seguido pelo ambiente da loja, o merchandising – adequação do produto ao ponto de venda – os serviços, o produto em si, a clientela, a relação preço-valor e a comunicação e promoções.

Com relação à automação comercial, Paulo Muller disse que o código de barras causou revolução no varejo, com impacto maior no serviço de caixa e, indiretamente, sobre todo o processo de gerenciamento da

loja. "A automação torna os serviços mais ágeis e confiáveis", garante.

GOLPISTAS: O diretor regional do Serviço de Segurança ao Crédito e Informações – SCI – José Antonio Suzigan, fez palestra com o tema "Prevenção contra golpistas". Segundo ele, o golpista é o maior concorrente dos empresários. "Ele compra e não paga, coloca os produtos no mercado por valores abaixo do preço de custo e não paga impostos", justifica.

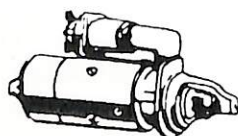
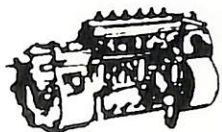
José Antonio Suzigan disse que os golpistas têm prazo de ação médio de 45 a 60 dias. "Ele compra o máximo que puder de um grande número de empresários antes de sair de cena. Só depois disso é que surgem os protestos", frisa o diretor do SCI. Ele diz que o SCI possui um serviço antigolpe que dá o "sinal amarelo" para empresas excessivamente consultadas.

Também fizeram palestra na Feipar, o coordenador do programa de inovação tecnológica do Cefet/Uned, de Curitiba, Winderson Eugênio dos Santos, e Antônio Simão Neto, diretor da Aquimídia Tecnologias Interativas. Winderson abordou o tema "Automação industrial", e Antônio falou sobre "Computação gráfica aplicada ao setor de confecções".



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

Governo estuda criação de pólo

As indústrias têxtil e de confecções vêm crescendo muito em Maringá e região, mas de forma desordenada. Entidades se unem e elaboram anteprojeto reivindicando a criação de um pólo do setor

Durante a abertura da Feipar Moda 95 o presidente da ACIM, Pedro Granado, entregou à vice-governadora Emília Belinatti, um anteprojeto em que é reivindicada, em Maringá, a criação de um Pólo Têxtil e de Confecção do Paraná. O documento é assinado pela ACIM, Prefeitura, IDR – Instituto para o Desenvolvimento Regional – e Sindinvest – Sindicato da Indústria do Vestuário.



A vice-governadora analisa o anteprojeto do pólo

“A concretização deste pólo é fundamental para a economia de Maringá e região. Queremos uma política industrial que incentive a criação de novas indústrias, complementando a cadeia produtiva, para que possamos agregar valor aos produtos do setor”, frisou Pedro Granado. Emília Belinatti lembrou que o documento elaborado por Maringá vai de encontro à política adotada pelo governador do Estado Jaime Lerner.

“O Governo quer que os produtos sejam manufaturados nas próprias regiões onde são produzidos. E esta proposta de Maringá é a primeira que recebemos neste sentido”, afirmou a vice-governadora. Emília Belinatti acrescentou que Maringá tem o perfil ideal para ser o pólo da indústria têxtil e da confecção do Paraná. “Por isso vamos analisar e discutir essa proposta”.

CONTEÚDO: O anteprojeto foi elaborado pelo diretor-executivo do IDR, professor doutor Joilson Dias. Segundo o documento, Maringá é a candidata natural para ser a sede do pólo por ser a cidade da região onde existe o maior número de fornecedores de matéria-prima e aviamentos para

a indústria de confecções, além de sediar um grande centro de vendas no atacado em geral, e em especial de confecções.

De acordo com o Sindinvest de Maringá, a produção da indústria de confecções é estimada em aproximadamente 2 milhões de peças por mês. Considerando um preço médio de R\$ 6,00 por peça produzida, gera-se uma receita bruta mensal de aproximadamente R\$ 12 milhões.

O anteprojeto apresenta ainda dados sobre a localização geográfica de Maringá, número de empregos gerados pela indústria têxtil e de confecção, indicadores básicos de desenvolvimento e qualidade de vida, entre outros.

No final são feitas as reivindicações. Entre elas estão: divulgação em nível nacional de Maringá como pólo da indústria têxtil e de confecção; criar um marketing patrocinado pela Secretaria de Turismo, com convênios entre hotéis, companhias aéreas, etc; divulgar as oportunidades de investimentos existentes pela Secretaria do Desenvolvimento Econômico; montagem de um complexo educacional de formação qualificada de mão-de-obra voltada para o setor e criar incentivos para instalação de novas empresas.

IMPACTO

É tudo o que você precisa quando vai anunciar seus produtos ou serviços. E aí, não tem veículo melhor que o outdoor.

Todo mundo vê, e ele fica 24 horas por dia no ar, divulgando sua empresa. E para garantir a eficiência, contrate a **Outmar**. Além de ter gráfica própria, assegurando a agilidade e a qualidade da produção, a **Outmar** conta com pontos estrategicamente colocados em Maringá e região, estendendo-se também por toda a Rota Oeste: Foz do Iguaçu, Cascavel, Toledo, Medianeira etc, multiplicando o impacto de sua propaganda. Anuncie com a **Outmar**.

OUTMAR
OUTDOOR

AV. DOS PALMARES, 650
FONE (044) 228-5335
MARINGÁ - PR

Como vai a
saúde dos
funcionários da
sua empresa?
Já é hora de
você se
preocupar com
isso!

NOSSA 224-7122

CONVÊNIO
**SAÚDE
MARINGÁ**
Plano Empresarial

- ✓ Custo acessível
- ✓ Sem carência
para consultas
e exames
- ✓ Seguro de
acidentes
pessoais

CONVÊNIO
SAÚDE MARINGÁ
Garantido pelo Hospital
e Maternidade Maringá
(044) 222-3773
(044) 224-7122

Autonomia financeira

A Feira do Empreendedor, criada em Santa Catarina, ganha contornos nacionais e será realizada em cinco estados. Maringá terá o privilégio de sediar a primeira delas

Depois da Feipar Moda 95, Maringá se prepara para receber outro evento que promete entrar para a história do Paraná. A Feira do Empreendedor, que será realizada de quatro a oito de outubro no Pavilhão Internacional de Exposições, reserva oportunidades para quem deseja abrir seu próprio negócio.

Promovida pelo Sebrae/PR, com apoio do Sebrae/SC, Sebrae/RS, Fiep, Prefeitura e Sociedade Rural de Maringá, a Feira vai seguir os moldes de dois eventos similares realizados em Blumenau, Santa Catarina. No ano passado, foram 200 empresas expositoras. Este ano o número de participantes chegou a 300.

O sucesso da experiência de Santa Catarina fez com que o Sebrae adotasse a idéia e criasse um projeto nacional de Feiras do Empreendedor. A de Maringá será a primeira de uma série de cinco a serem promovidas em diferentes regiões do país até o final do ano. Os outros eventos do gênero serão sediados no Rio de Janeiro, Olinda, em Pernambuco, Belém, no Pará e Goiânia, Goiás.

Em Maringá é esperada a participação de 150 empresas expositoras. Os organizadores prevêem a presença de mais de 100 mil visitantes. O horário de atendimento será das 14 às 21 horas, nos dias de semana. Sábado e domingo, o evento ficará aberto das 10 às 20 horas. O acesso ao Pavilhão custará R\$ 2,00, por pessoa. Mas quem retirar o convite nos Balcões Sebrae espalhados pelo país poderá visitar a Feira gratuitamente.



O Pavilhão de Exposições de Maringá abrigará o evento

Os expositores serão empresas franquadoras e indústrias de máquinas e equipamentos para pequenos empreendimentos, e invenções práticas para a criação de novos negócios. Além dos expositores, estarão presentes o Balcão Sebrae, agentes financeiros, empresas de participação, e instituições que tenham projetos de apoio à pessoa interessada em se tornar empreendedor.

AGROINDÚS-

TRIA: Na versão de Maringá os organizadores terão uma preocupação adicional com a agroindústria. Serão apresentadas idéias e propostas de criação de pequenos empreendimentos na zona rural capazes de se transformar em opção de nova fonte de renda para o agricultor ou que agreguem valor aos produtos desta propriedade.

Segundo Delcídes Moser, consultor técnico do Sebrae/PR e um dos coordenadores do evento, a apresentação de alternativas de renda para o homem do campo é hoje um grande desafio para o Paraná. "Uma das propostas é mostrar a viabilidade do surgimento de pequenas empresas na zona rural, voltadas para a transformação de alimentos em produtos industrializados. Atividades que possam se transformar em importante fonte geradora de recursos e da contenção do êxodo rural", diz.

Para o presidente do Conselho Deliberativo do Sebrae/PR, Rubens Brustolin, a Feira vai ocorrer em um momento favorável ao surgimento de novas empresas. "O Plano Real acabou com a ilusão monetária e o melhor investimento é abrir um negócio", justifica.

Comércio não aprova mudanças

A pedido dos próprios comerciantes, a ACIM realizou pesquisa para detectar se novo horário de abertura das lojas aos sábados – entre 9 e 15 horas – seria viável. Maioria optou pelo horário tradicional

Procurado por muitos empresários que sugeriam a abertura das lojas entre 9 e 15 horas aos sábados, o diretor para Assuntos do Comércio da ACIM, Donisete Busíquia, levou a questão para a diretoria da entidade. Após muita discussão, a associação decidiu realizar uma pesquisa para saber se a maioria dos lojistas era favorável à mudança.

“Não poderíamos tomar uma decisão que afetasse todo o comércio, baseados no pedido de alguns comerciantes. Por isso op-



Comércio: maioria rejeita proposta de mudança

tamos pela pesquisa”, explica Donisete Busíquia. No dia 31 de julho a ACIM enviou correspondência aos lojistas pedindo que todos refletissem sobre a proposta do novo horário.

A correspondência garantia ainda que, caso a proposta fosse aprovada, a ACIM realizaria uma campanha nos veículos de comunicação alertando a população da região sobre o novo horário de funcionamento do comércio de Maringá. “Um dos objetivos deste novo horário era a atração dos consumidores de cidades vizinhas”, afirma Busíquia.

RESULTADO: Após enviar a correspondência, o Departamento de Consultoria da ACIM fez contato telefônico obtendo resposta de 287 lojistas. Destes, 153 responderam que não aprovavam o novo horário, contra 134 favoráveis. A maioria, no entanto, sugeriu uma segunda opção: abertura entre 9 e 13 horas.

“Esta segunda opção já é praticada por muitos comerciantes. Como a maioria é contrária à abertura entre 9 e 15 horas, decidimos deixar como está”, diz o presidente da ACIM, Pedro Granado. A abertura aos sábados à tarde – até as 18 horas – será feita apenas na véspera de datas comerciais, como Dia dos Pais, Dia das Mães e outras.

REFEIÇÕES COLETIVAS

“ACREDITAR EM NOSSA COMUNIDADE E ACREDITAR EM NOS MESMOS”

Nutrinella

REFEIÇÕES

Nutrinella REFEIÇÕES

A nossa empresa surgiu para atender aos companheiros empresários de Maringá e região.

Atendemos com simplicidade, competência e amizade.

Tipos de serviços que oferecemos:

- cozinhamos e servimos na própria empresa tomadora;
- cozinhamos em nossa empresa, transportamos e servimos na empresa tomadora;
- fornecemos refeições embaladas; e
- lanches.

Oferecemos ainda:

Almoços, jantares, lanches e coquetéis para:
Congressos, encontros, reuniões, casamentos e aniversários.



J. C. ALCÂNTARA & CIA. LTDA.

FONE: (044) 228-7385

AV. OSIRIS S. GUIMARÃES, 1140 - JARDIM AMÉRICA - MARINGÁ - PR.

Definida data do evento

Este ano o evento será realizado em apenas duas etapas. A agilidade será possível graças aos resultados alcançados pela primeira edição, promovida em 1992

A Diretoria para Assuntos Comunitários da ACIM definiu a data da reunião inicial do II Fórum de Segurança Pública de Maringá. O encontro será promovido no dia cinco de outubro no auditório da entidade. Estão sendo convidados a participar desta fase 48 presidentes de entidades de classe, associações de bairros e clubes de serviço da cidade.

Este ano o Fórum será realizado em apenas duas etapas. Na primeira edição do evento, promovida em 1992, foram três reuniões. Na última foi redigido um documento com propostas de soluções para os problemas identificados no setor. "Será este dossiê que orientará os nossos trabalhos", comenta o diretor para Assuntos Comunitários da ACIM, Fernando Rezende.

O diretor diz que o II Fórum terá mais agilidade porque estão sendo



A ausência dos políticos decepcionou os organizadores do I Fórum

verificadas quais reivindicações foram atendidas e quais problemas continuam preocupando a população da cidade. "Com estes dados em mãos teremos um perfil da situação. Na reunião do dia cinco incluiremos novas dificuldades que por ventura tenham surgido e as soluções sugeridas para cada uma delas", afirma.

Rezende espera concluir os traba-

lhos do II Fórum até o final de novembro. "Teremos trinta dias para redigir um novo documento reivindicatório e para encontrar uma data que possibilite a presença dos deputados estaduais, federais e das autoridades governamentais, inclusive o governador Jaime Lerner, no encontro final do evento", declara o diretor da ACIM.

A ausência dos políticos e o descaso do Governo Estadual decepcionaram os organizadores do I Fórum de Segurança Pública de Maringá. Desta vez, Rezende está confiante na participação das lideranças políticas. "Mudaram-se os nomes e as atitudes têm sido diferentes também. Temos certeza de que os três deputados estaduais e os três federais estarão presentes na reunião final. A participação deles será fundamental para o sucesso do evento", destaca.

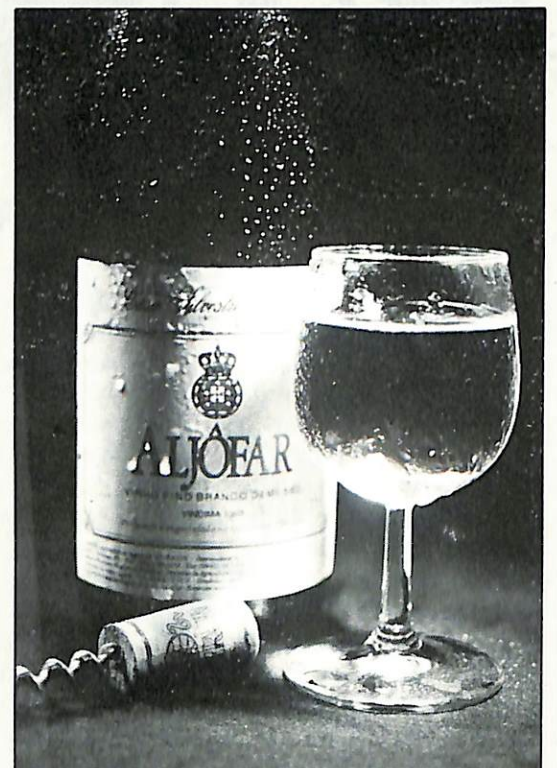
A Intervin investe no mercado gaúcho

Com o objetivo de duplicar sua produção de vinhos em 1995, o que, até o final de agosto, estava dentro do cronograma, a Intervin - Internacional de Vinhos Ltda., de Maringá - começa a investir com força em um novo mercado: o de Porto Alegre. Além da família de vinhos com a marca Aljôfar estar sendo comercializada pela Rede Carrefour naquela capital, a empresa promoveu, recentemente, degustação para um grupo de jornalistas durante a Expointer. Os vinhos, aliás, estão merecendo destaque na imprensa gaúcha, por sua exuberante qualidade. A propósito, os principais jornais curitibanos, entre os quais a Gazeta do Povo, vêm dedicando espaços generosos aos vinhos de Maringá - que são servi-

dos aos passageiros das linhas regulares de duas importantes companhias aéreas, a Rio Sul e a Nordeste, em todo o País.

NOVIDADE

Como toda vinícola voltada à conquista dos mais diferentes setores do mercado, a Intervin apresenta novidade para este verão, que promete ser dos mais quentes. A empresa está divulgando o Aljôfar rosé suave para ser saboreado bem gelado. O objetivo é atingir o público jovem, que já demonstrou empatia com o produto durante as promoções da Intervin na Car Wash e na Kalahari. Com o slogan "A nova onda



do verão", o rosé poderá, a curto prazo, assumir a liderança entre todos os produtos comercializados pela vinícola.

GRÁFICA REGENTE, QUALIDADE QUE FAZ A DIFERENÇA!



A gráfica Regente investiu em potencial técnico e humano para fazer uma gráfica moderna e em sintonia com o futuro, com equipamentos de última geração, editoração eletrônica e pessoal altamente especializado.



Francisco de Paula - Diretor



Claudemir Sabaíne - Gerente de Produção



Luís Tel - Diretor

- Padrão de Qualidade Internacional
- Pontualidade
- Eficiência
- Atendimento Personalizado

Gráfica Regente, excelência gráfica para sua tranquilidade.



- Folders
- Revistas
- Rótulos
- Embalagens
- Tablóides
- Livros
- Impressos Comerciais



Treinamento Constante



Departamento de Criação

GRÁFICA
REGENTE

Sindicato da Indústria G



Antonio Moscardi, secretário do Sindicato, conclama os associados à união e maior participação nas atividades



Adriana, Lídia, Ana Maria e Ana Cláudia, do Senai: parceria com o setor gráfico



Em seu discurso, Luis Tel anuncia mudanças de rumos no Sindicato: agora, prestação de serviços



Observados por Sergio Dallalio (centro), o presidente da Câmara, Antonio Carlos Pupulim, cumprimenta Luis Tel



O abraço entre Luis Tel (esquerda) e Sergio Dallalio: transmissão de cargo



Luiz Julio Bertin, presidente do Sindicato do Comércio: as gráficas como fator de desenvolvimento social



Sergio Dallalio faz um balanço de sua gestão: grandes trabalhos e a mudança de associação para sindicato

O setor industrial gráfico de Maringá em da diretoria eleita para o biênio 95/96 Indústria Gráfica de Maringá e Região serviços efetivos às empresas, ainda mais o desenvolvim

A gestão anterior, presidida por Sergio D grandes e proveitosos trabalhos, teve o m a entidade de associação em sindicato, muito na defesa dos interess

Agora, a nova diretoria, presidida por L serviços. "Sem distinção de porte, as g direcionado com vistas à solução de pro importante a participação de todos em no eventos que vamos promover

Sergio Dallalio agradeceu o apoio rece gestão, apontando as principais re na diretoria no cargo d

Falaram ainda o secretário Antonio Mos Gohara, o publicitário Tito Zanco e o Comércio Luiz Julio Bertin. Estiveram Câmara Municipal, Antonio Carlos Pupulim da imprensa, das agências de prop

O jantar de posse reuniu a mai gráfcos de Maringá

A NOVA DIRE

- PRESIDENTE
- VICE-PRESIDENTE
- 1º TESOUREIRO
- 2º TESOUREIRO
- 1º SECRETÁRIO
- 2º SECRETÁRIO
- DIR. ADMINISTRATIVO
- DIR. PATRIMÔNIO
- DIR. SOCIAL

CONSELHO

Luiz Edilon de Castilhos • Eloi B



DISTR. DE PAPEIS GRÁFICOS

Carlos Adelson Cassia & Cia Ltda.

Fone: (044) 226-2289 - Fax: (044) 226-2635
DDG: 0800-442020

Avenida Laguna, 2240 - loja 03 - CEP 87050-260 - Maringá - PR



Iorigraf - pr

COM. DE TINTAS ESPECIAIS E MATERIAIS GRÁFICOS EM GERAL

FONE: (043) 334-0004 - FAX: (043) 330-0506

RUA PRATA, 305 - JD. SÃO FRANCISCO
CEP 86067-070 - LONDRINA - PARANÁ



MÁQUINAS E MATERIAI

MATRIZ: R. Bresser, 1526 - Fax: (011) 291-
FILIAL: R. Brilhante, 791 - Tel: (067) 721-
FILIAL: Av. Brasil, 1380 - Tel: (044) 223-

Gráfica empossa diretoria

ra em nova fase com a posse
Doravante, o Sindicato da
(Singramar) passa a prestar
buscando promover
mento do ramo.

Dallálio, a par da realização de
mérito principal de transformar
o que lhe permitiu avançar
es dos associados.

Luis Tel, vai atuar na área de
gráficas receberão tratamento
problemas comuns. Para isso, é
nessas reuniões e sobretudo nos
r", disse Luis Tel.

ido e fez um balanço de sua
realizações. Ele continua
e tesoureiro.

cardi, o vice-presidente Shinji
presidente do Sindicato do
n presentes o presidente da
ilim; representantes do Senai,
aganda e outros setores.

ria dos empresários
e região.



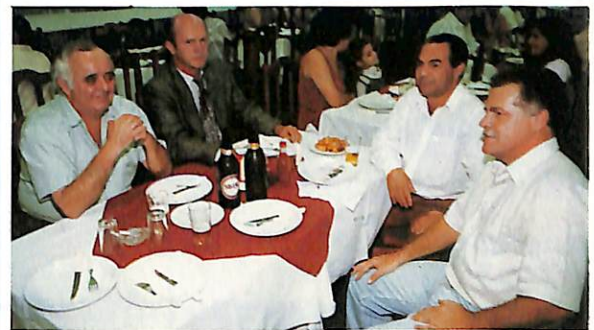
A partir da esquerda, em pé: Elói Bacon, Odival Betoni, Sergio Dallálio, Luiz Nora Ribeiro, Osvaldo Moço, Luiz Sambato. Sentados: Francisco de Paula, Antonio Moscardi, Luis Tel, André Tel (convidado) e Shinji Gohara



A mesa dos trabalhos: Ana Maria, Carlos Adelson Cassia, Cícero Carlos da Silva, Luis Tel, Sergio Dallálio, Antonio Carlos Pupulim, Luiz Julio Bertin e Walter Thomé Júnior



O vice-presidente Shinji Gohara defende entre seus colegas a importância de fortalecer o setor



Tatinha, um companheiro

Empresários e trabalhadores gráficos de Maringá e região reverenciam a memória de Carlos Roberto Alves, o Tatinha, sócio da gráfica Ivaí, de Cianorte. Na foto, ele é o último à direita. Duas horas depois de batida esta fotografia, ele morreu em acidente na estrada ao retornar para Cianorte. À família, nossas condolências. Ao Tatinha, um eterno e bom descanso.

DTORIA

- Luis Aparecido Tel
- Shinji Gohara
- Osvaldo Pereira Moço
- Sergio Luiz Dallálio
- José Antonio Moscardi
- Odival Betoni
- Francisco de Paula
- Heverton Marroni
- Luiz Nora Ribeiro

FISCAL

acon • Velso Sambato

Comércio e Representações de Materiais Gráficos Ltda.

S GRÁFICOS EM GERAL

9183 - CEP 03017-001 - São Paulo - SP
345 - CEP 79.005-250 - C. Grande - MS
2366 - CEP 87050-000 - Maringá - PR

pregraphi
Representante das máquinas Adast

Papéis especiais p/ impressoras à Laser, Inkjet e copiadoras coloridas - materiais gráficos em geral

Fone: (044) 228-7383 - Fax: (044) 228-6115

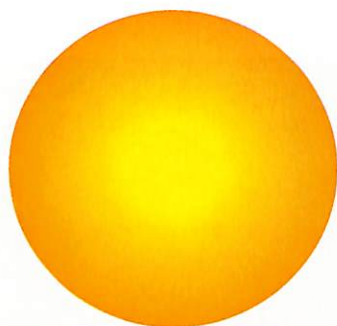
Distribuidora dos duplicadores **ORISO**

FOTOLITOS PICCIANI

Av. Morangueira, 440 - 1º andar - sala 03

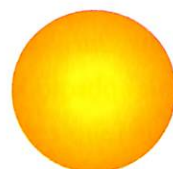


Maringá - Paraná
(044) 226-3462



Estamos em festa.

Thomé está completando 20 anos de carreira publicitária, acumulando experiências e alguns dos principais prêmios brasileiros, criando propaganda durante 15 anos para grandes anunciantes nacionais, e, há 5 anos, para as empresas de Maringá e região. Isso, somado às evoluções na equipe profissional, na estrutura e na forma de trabalhar da agência, provocou uma mudança importante. Gol Propaganda deixa de existir. A partir de agora, o novo nome da agência é Sol Propaganda. Que chega iluminando caminhos, brilhando com seus clientes e aquecendo as vendas. Bom dia. Bons negócios.




SOL

PROPAGANDA

AV. PARANÁ, 242 - 11º ANDAR - SALA 1105 - FONE (044) 223-1321 - FONEFAX (044) 223-5572 - MARINGÁ

COMER BEM É UMA ARTE.

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



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

- Rodízio de Picanha • Serviço à La Cart
- Ar condicionado • Atendimento a Grupos e Excursões
- Música ao vivo

Salão exclusivo para
atendimento a grupos,
excursões e festas



Casarão

A Pizzaria da Família

DIARIAMENTE ALMOÇO E JANTAR

Av. XV de Novembro, 492 - Fone: (044) 222-3669 - Telefax: (044) 222-6903 - A 50m da Catedral - Maringá - PR - Contatos com Renato ou Valmor

O poder de um sonho

Grupo de representantes de entidades de Maringá se reúne há mais de um ano para discutir a construção de um local para abrigar eventos técnico-científicos, elabora anteprojeto e agora busca o apoio das autoridades municipais para viabilizar recursos para execução da obra

Em um futuro próximo Maringá poderá se transformar em pólo de irradiação cultural do Paraná. Pelo menos este é o objetivo de um grupo de pessoas que trabalha para viabilizar a construção de um Centro de Convenções na cidade.

Estas pessoas se reúnem há mais de um ano. São representantes de entidades como a ACIM, Associação Comunitária da Zona Sete, Sindicato Rural Patronal, Câmara Setorial de Restaurantes, Hotéis e Buffets, UEM – Universidade Estadual de Maringá –, Pró-UEM, e IDR – Instituto para o Desenvolvimento Regional.

Das discussões realizadas, chegou-se a um anteprojeto com as características das dependências físicas do Centro de Convenções. O prédio teria 13 mil metros quadrados de área construída. Seriam quatro anfiteatros, com capacidade entre 300 e 2 mil lugares, dez salas de reuniões para 40 pessoas cada uma, um salão de exposições, além de amplo espaço para estacionamento.

ZONA SETE: A idéia do Centro de Convenções surgiu nas reuniões da Associação Comunitária da Zona Sete. A Zona Sete é a região de maior densidade estudantil de Maringá. Na sua área de abrangência está localizada, inclusive, a UEM. “Nada mais natural que fossemos nós os articuladores de uma campanha pró-construção do centro”, diz Basílio Bacarin, presidente da Associação Comunitária e um dos principais defensores da iniciativa.

Bacarin é professor aposentado. A sua trajetória profissional foi marcada pela promoção de eventos técnico-científicos. Foi esta experiência que o levou a “sonhar” com a construção de uma estrutura específica para abrigar encontros do gênero. “A cidade é carente. As pessoas

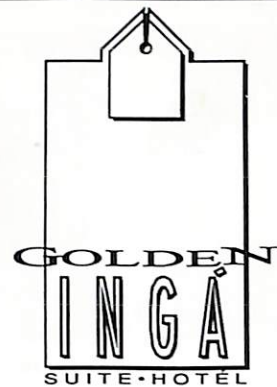
que se aventuram a organizar seminários, congressos, e outras promoções científicas sofrem para definir o programa de atividades”, afirma.

Segundo estudos feitos pelo presidente da Associação Comunitária, seria possível realizar 24 eventos por ano em Maringá. “Cada um teria a participação de duas mil pessoas em média. Pessoas que além do interesse cultural e científico, teriam tempo para fazer turismo e gerar divisas para o município”, enfatiza Bacarin.

RECURSOS: O anteprojeto elaborado pelo grupo aponta ainda os locais e instituições onde existe a possibilidade de haver dinheiro disponível para financiar este tipo de obra. Os recursos seriam viabilizados pelos governos Estadual e Federal, através dos órgãos ligados ao turismo como a Paranatur e a Embratur.

É aí que entra a segunda fase do programa elaborado pelo grupo pró-construção do Centro de Convenções. Esta etapa compreende em sensibilizar as autoridades municipais. É que sem o apoio da Prefeitura fica praticamente inviável a aprovação de investimentos de instituições estaduais e federais no Centro de Convenções.

A primeira medida do grupo será entregar o anteprojeto da obra ao prefeito Said Ferreira e ao secretário de Indústria, Comércio, Turismo e Agricultura de Maringá, João Carvalho Pinto. Bacarin acredita que os argumentos contidos no documento serão suficientes para convencer as autoridades municipais a aderir à iniciativa. “São pessoas com visão de futuro. Homens com espírito público aguçado e preocupados em construir uma cidade melhor”, frisa.



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

CORRETOR DE IMÓVEIS

Festa comemora Dia Nacional

Encontro, que contou até com a presença do presidente estadual do Sindicato, reúne 500 pessoas entre profissionais, imobiliárias, convidados e familiares. Durante a reunião foram entregues a casa do caseiro e a churrasqueira da sede da Delegacia Regional

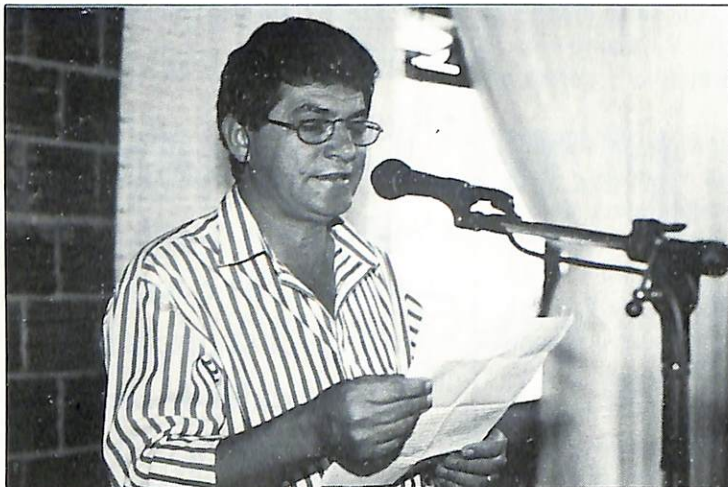
Inaugurações, entrega de troféus, e homenagens marcaram as comemorações do Dia Nacional do Corretor de Imóveis em Maringá. A festa, que já se tornou um encontro tradicional dos profissionais do setor, foi realizada na sede da Delegacia Regional do Sindimóveis – Sindicato dos Corretores de Imóveis do Paraná – no dia três deste mês. “A data oficial é 27 de agosto, mas deixamos para comemorar no dia três de setembro por-

que a diretoria de Curitiba queria participar”, diz o delegado regional Ataídes Tambani.

Segundo Tambani, a cada ano o trabalho do corretor é mais valorizado pela sociedade. “Os proprietários têm se conscientizado da importância dos serviços do corretor nas intermediações dos negócios imobiliários. É um trabalho sério, competente, que representa segurança aos investidores”, declara. O delegado ressalta

que a valorização tem contribuído ainda para melhorar a conduta ética e profissional da classe.

A profissão de corretor de imóveis foi reconhecida pela primeira vez em 1962, através da Lei 4.116. Durante o Governo João Goulart, pressões populares obrigaram o presidente a considerá-la inconstitucional. A atividade somente voltou a ser regulamentada 16 anos depois, quando o presidente Ernesto Geisel



Tambani: “O trabalho do corretor de imóveis é sério e representa segurança aos investidores”



Diretoria do Sindimóveis e convidados presentes na inauguração da nova churrasqueira

ACIM: A FORÇA EMPRESARIAL QUE UNE E CONSTRÓI

IMOBILIÁRIA NACIONAL

“Real mesmo é o imóvel”

**Fone: 223-1200
Fax: 223-1961**

Av. XV de Novembro, 222 - Centro
Creci/PR J-2969 - Maringá - PR

SANDRI
A imobiliária de sua confiança

Aluguel garantido!!!
Compra, venda, locação e administração

Creci 1604-J

Av. Paraná, 465 - Sede Própria
Telefax: (044) 224-5632

GRANACON
Construções Cívicas

ELDORADO
IMÓVEIS

Moradia e Moradores Seleccionados

Creci 1357-J

**FONE: 222-8866
FAX: 223-2018**



João Teodoro da Silva, presidente do Creci-PR, fala aos presentes



Stédile: "Maringá é conhecida como a cidade que apresenta soluções"



Marcelo Losso e Aerce Franco inauguram a churrasqueira

sancionou a Lei 6.530 – que rege a profissão até hoje.

VANGUARDA: O presidente do Sindimóveis, Leonir Stédile, de Curitiba, que esteve presente na festa do dia três, afirma que o Paraná tem oito mil corretores inscritos regularmente e que em Maringá estão presentes representantes da categoria do mais alto grau de profissionalismo. "Aqui vive um grupo de vanguarda do setor. Maringá é conhecida no cenário estadual como a cidade que apresenta soluções e não lamentações", destaca.

Stédile assumiu o sindicato recentemente. Ele comenta que embora as gestões anteriores tenham feito várias conquistas, há muito trabalho a ser realizado. A principal meta da sua administração é lutar pelo comprometimento dos

profissionais para com os assuntos de interesse aos corretores de imóveis. "Por isso fizemos questão de participar das festas organizadas em Maringá, Cascavel e Guarapuava", reforça.

Entre as estratégias a serem adotadas para atingir os objetivos, o presidente do Sindimóveis cita a interiorização da entidade e os cursos de atualização profissional. Stédile garante que todas as atividades programadas para a capital serão realizadas nas sedes das delegacias regionais do Sindicato. "O nosso ideal é consolidar a união da classe e fazer com que todo profissional esteja preparado para enfrentar este mercado em constante ebulição", frisa.

O presidente esteve em Maringá acompanhado de João Teodoro da Silva, do Creci, Milton Teodoro da Silva, Osni Carvalho, Marcelo Ribeiro Losso, Luiz Cel-

so Castegnaro, Leomar Colla, Silvestre Oleinick, Estefano da Silva, Daniel Fuzetto, João de Oliveira Bernal e Gerson Carlos da Silva.

INAUGURAÇÕES: A festa de Maringá, que teve a participação de 500 pessoas, reuniu corretores de imóveis, imobiliárias, convidados e familiares. Durante o encontro foram inauguradas as churrasqueiras e a casa do caseiro. As obras foram iniciadas na gestão do ex-delegado Cláudio Sandri e concluídas pelo antecessor de Ataides Tambani, Aerce Norberto Franco.

A sede campestre da Delegacia Regional do Sindimóveis tem 6 mil m² de área, e foi inaugurada em setembro de 1988, na gestão do delegado Cláudio Sandri. O próximo projeto a ser executado, segundo Tambani, é a construção do



Denir Seco, Leonir Stédile, Ataides Tambani, Cláudio Sandri e Pedro Granado



Ataides Tambani homenageia Marcelo Losso



Leonir Stédile, Luis Castegnaro, Leomar Colla e Ataides-Sandra Tambani

IMOBILIÁRIA E EMPREENDIMENTOS CIDADE VERDE

**VENDA • LOCAÇÃO
• ADMINISTRAÇÃO
• INCORPORAÇÃO**
CRECI 1023-J

Rua Néu Alves Martins, 1333
Fone: (044) 222-7778
Fax: (044) 222-0985

CRECI 6397

IMÓVEIS ZANONI

Creuza Zanoni
Diretora

FONE: (044) 228-6096
TELEFAX: (044) 228-8595

Av. Osires S. Guimarães, 984
Jd. América - Maringá - PR

BELLAKAZA
NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS

Administração e Venda de Imóveis
Assessoria Jurídica

Centro Empresarial Intercenter
Rua Santos Dumont, 2166 - Lojas 1 e 2
Telefone: 226-5163 - CRECI 3051-J
MARINGÁ - PR

IMOBILIÁRIA PONTAL PARANÁ

5 Anos

CRESCENDO COM MARINGÁ



Vilma Franco, Creuza Zanoni, Elizabeth Fagion e Devair Pagani



Diretoria da mulher promoveu festa para as crianças



Nelson Ribeiro, Devail e Vanderlei Cunha, da Pontal Paraná, homenageados com troféu

escritório administrativo. O objetivo é concluir a obra até o final da atual gestão. “Temos três anos de muito trabalho. Com o esforço e a dedicação de todos os membros da nossa diretoria e dos profissionais de Maringá conseguiremos concretizar esta meta”, avalia.

É a segunda vez que Tambani assume o cargo de delegado regional do Sindicato. Na primeira gestão, ele trabalhou na viabilização da continuidade das obras inauguradas no dia três e na luta pela conscientização sobre a importância do aperfeiçoamento profissional dos corretores de imóveis. “A luta pela profissionalização será outra meta nossa nos próximos três anos. Vamos organizar cursos, palestras, seminários de atualização. Por isto vamos trabalhar bem próximos da sede do sindicato, em Curitiba”, afir-

ma.

MULHERES: Outra atração das comemorações do Dia Nacional dos Corretores de Imóveis foi voltada aos filhos dos profissionais. Sob o comando do palhaço Noel, a criançada se divertiu enquanto seus pais conversavam e trocavam informações. A atração infantil foi organizada pela Diretoria da Mulher da Delegacia Regional. A Diretoria é uma novidade adotada em Maringá. De acordo com Tambani, a criação do departamento feminino é consequência do reconhecimento do trabalho que as mulheres vêm desenvolvendo em um setor onde a presença masculina é predominante.

Vilma Franco, uma das diretoras, declara que o surgimento da Diretoria da Mulher demonstra que o sexo feminino conquistou um importante espaço profissional. E que como em outras áreas, o trabalho con-

junto homem-mulher poderá trazer benefícios incalculáveis para a categoria de corretores de imóveis. “A soma de esforços é que vai dimensionar as conquistas futuras. Tenho certeza de que juntos poderemos defender melhor nossos interesses e ideais”, frisa.

Creuza Zanoni, outra diretora, concorda com Vilma Franco. Ela acredita que a criação da Diretoria é um fator que veio para somar aos anseios da classe. “A mulher também quer participar de entidades representativas. Nosso senso organizacional poderá abrir caminhos e apresentar novos horizontes para o futuro da profissão”, resume.

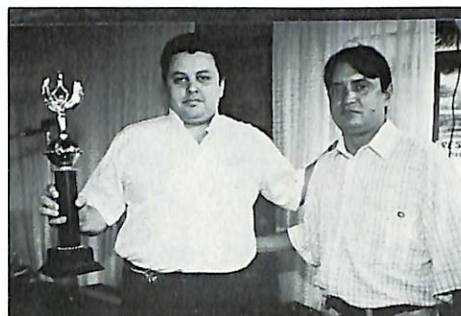
HOMENAGENS: Durante a festa do Dia Nacional dos Corretores de Imóveis, o sindicato aproveitou para prestar homenagens a empresas e profissionais. A



Rosa Maria, Aparecida e Edinéia recepcionaram os convidados



Leonir Stédile entrega troféu a Pedro Antonio Pereira, da Design



Valtermino da Silva Jr., da Efrata Imóveis, recebe troféu revelação

DELTA
dlt EMREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.
Rua Piratininga, 75 – Sala 5
Fone: (044) 222-8930
Maringá - PR

JK IMÓVEIS
LOCAÇÃO
ADMINISTRAÇÃO
COMPRA E VENDA
DE IMÓVEIS
ASSESSORIA JURÍDICA
NAS QUESTÕES IMOBILIÁRIAS
Av. XV de Novembro, 171
sala 04 – Galeria D. Eulália
Telefax: 226-2620 – Creci 1108-J
Maringá - PR

21 ANOS comissão de imóveis **Maringá**
Nossa experiência é a sua segurança
Av. XV de Novembro, 332
Telefone: (044) 222-3366
Maringá - Paraná

Paulo Mariano
INCORPORAÇÕES IMOBILIÁRIAS LTDA.
Rua Néo Alves Martins, 1070
Fone/Fax: (044) 226-4446
Maringá - Paraná



Cláudio Paulo da Silva homenageado como corretor mais antigo



Ex-delegado Aerce Norberto Franco recebe placa de prata



Mesa liderada pelo delegado regional do Creci, Sabas Fernandes

Design – construtora e imobiliária – recebeu troféu pelos 20 anos de atuação no setor. A Efrata Imóveis foi considerada a imobiliária revelação de 1995. A Pontal Paraná também foi homenageada pela comemoração dos cinco anos de atividade em Maringá.

Entre os profissionais, receberam



Eni Terezinha Lamin, homenageada como corretora mais antiga

Sindimóveis - PR

Delegacia Regional de Maringá

Delegado: Ataídes Tambani; **Tesoureiro:** Denir Secco; **1º Secretário:** Waldemar Fernandes Joda Junior; **2º Secretário:** Elias Gomes Soares; **Diretores de Patrimônio:** Aerce Norberto Franco e Manoel Norberto Franco; **Diretores de Esportes:** Nelson Ribeiro e José Batista Neves; **Diretores de Convênios:** Claudio Masayuki Miyazaki, Gonçalo Cabral da Costa e Makihiro Matsubara.

Diretor de Promoção e Recreação: Wenceslau V. Filho; **Diretor de Eventos:** Claudio Sandri; **Assessor de Comunicação e Protocolo:** Jorge Fregadolli; **Assistência Jurídica:** Milton Tazima e Walter Simões de Melo; **Diretoria da Mulher:** Elizabeth Fagion V. de Souza, Creuza Zanon, Devair Pagani e Vilma Maria Norberto Franco.



Mesa liderada pelos campeões de truco Antenor Sanches Filho e Paulo Mariano



Mesa liderada pela delegada regional do Secovi, Lourdes Refundini



Maria de Freitas, secretária do Sindimóveis recebe homenagem



Jorge Fregadolli homenageado como o primeiro delegado regional

khouri imóveis

• *Compra*
• *Venda*
• *Locação*

Creci 1189-J

Rua Basílio Saltchuck, 269
Fone: (044) 222-9624
Maringá – PR

Silvio Iwata
CRECI 1584-J

GARANTIA DE ALUGUEL
VENDAS, ADMINISTRAÇÃO E
SERVIÇOS IMOBILIÁRIOS
ESPECIALIZADO EM AVALIAÇÃO
VENDAS E LOCAÇÕES DE TELEFONES
FAX: (044) 226-4331
TEL: (044) 222-8981
RUA NÉO ALVES MARTINS, 2851

i PATRIMÓVEIS

Compra, Venda
e Locação

Av. XV de Novembro, 1229
Fone: (044) 224-3662
Creci 1202-J
MARINGÁ - PR

POZZA
GRUPO

HÁ 18 ANOS AJUDANDO
A CONSTRUIR
MARINGÁ

Av. XV de Novembro, 858
Fone: (044) 222-7413



eclipse

**SINALIZAÇÃO
INSTANTÂNEA
E PERSONALIZADA.**

**FAIXAS
LETREIROS
BACK-LIGHTS
VITRINES
FROTAS**

**SINALIZAÇÃO
INTERNA E
EXTERNA.**

**MARINGÁ - PR
(044) 224-5353**

metaPropaganda

Capital de Giro

Fiscal Eletrônico



Idealizado por dois funcionários da Receita Estadual de Maringá foi lançado em agosto no município o projeto "Fiscal Eletrônico". O projeto é simples e impessoal: com o uso de um programa específico, a Receita verifica os valores das notas de entrada e saída de mercadorias, comparando com as despesas da empresa. Se não houver coerência entre os dois valores, a Receita arbitra o imposto devido. Neste caso o empresário pode recorrer. O lançamento do programa foi realizado na sede da ACIM.

Jogos das Indústrias



Mais de 700 atletas de 30 indústrias disputaram 15 modalidades esportivas, tanto no masculino quanto no feminino, durante a 12ª edição dos Jogos das Indústrias do Sesi. Na classificação geral, a Telepar foi a campeã, seguida da Ceval, Tanfer e Cooperfios.

Jovens Empresários

Diretores do Copejem – Conselho do Jovem Empresário da ACIM – participaram em Campinas do Primeiro Encontro de Jovens Empresários de São Paulo. Houve rodadas de negócios e palestras com grandes empresários, entre eles o presidente da GM, André Beer, e o presidente da Fiesp, Carlos Eduardo Moreira Ferreira.

Interbrasil



Quem participou da festa garante que foi uma noite inesquecível. Na comemoração de um mês de atividades em Maringá, a Interbrasil Star – Transbrasil – ofereceu um jantar para líderes empresariais e políticos de Maringá, em agosto. O toque cultural foi dado pela Família Lima, um grupo musical, muito eclético, de gaúchos, que deu um verdadeiro show utilizando principalmente violinos e vozes muito afinadas.

Prosdócimo

O presidente do Conselho de Administração do Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade, Sérgio Prosdócimo, será o convidado especial do Almoço Empresarial que a ACIM promove no próximo dia 29, no Buffet Haddock.

Saúde Reprodutiva

Especialistas da França, Estados Unidos e diversos estados brasileiros participaram entre os dias 7 e 9 deste mês do I Simpósio Internacional de Saúde reprodutiva e Climatério de Maringá. O evento foi transmitido via televisão para toda América Latina através de antenas parabólicas e tv a cabo. O simpósio foi organizado pelos médicos Adilson Carlos Gomes e Carlos Gilberto Almodin.

Maringado

A Sociedade Rural promoveu o lançamento da 11ª Maringado que será realizada entre os dias 23 e 29 de outubro. Durante a Maringado vai haver uma feira de implementos agrícolas novos e usados, além dos tradicionais leilões.

Homenagens



No encerramento da Feipar Moda 95, a diretoria da ACIM prestou homenagens a duas pessoas que trabalharam muito pelo sucesso do evento: a diretora de Eventos e Promoções e consultora do Sebrae-PR, Maria Alice Pinatti, e...



Fernando Vieira Raimundo, coordenador da Feira. Os homenageados receberam placas em reconhecimento ao trabalho desenvolvido.

Sem Fronteiras

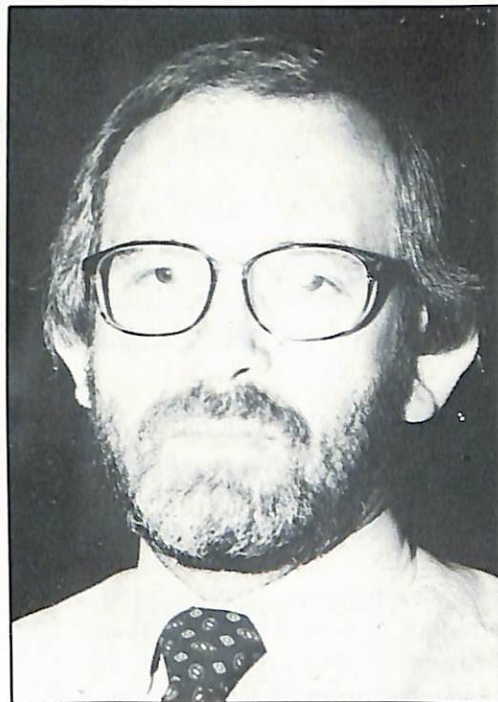


A Associação Comercial e Industrial de Londrina aproveitou a realização da Feipar Moda 95 para lançar no Pavilhão de Exposições a 4ª Feira Industrial do Norte do Paraná – Londrina Sem Fronteiras. A feira será realizada entre 4 e 8 de outubro no Parque de Exposições Governador Ney Braga.

União

O presidente da ACIL, Francisco Negri Filho, enviou ofício de agradecimentos à ACIM, frisando que a cessão do espaço da Feipar para o lançamento da Londrina Sem Fronteiras “marca o início de uma união que certamente trará para o Norte do Paraná muito progresso e força”.

Novo gerente



Com a saída de Gilberto Simioni, que teve atuação destacada tanto na empresa como na vida comunitária, o Hotel Deville de Maringá trouxe Manoel Terron Garcia para assumir a gerência geral. Garcia foi gerente do Deville de Cascavel por seis anos e promete novidades para breve.

MARINGÁ - CURITIBA
VÔO INAUGURAL
DIA 02/OUTUBRO/95

HELISUL

A primeira linha aérea do Paraná.



Maringá ganha a HELISUL – a primeira linha aérea do Paraná. De 2ª à 6ª feira, a HELISUL levará você à Curitiba, sempre às 07h50. No retorno, veja só que facilidade: sempre às 18h35. Tudo por um preço especial.

Outra grande vantagem para o passageiro da HELISUL: as chegadas e partidas em Curitiba são feitas no Aeroporto do Bacacheri, quase no centro da Capital, o que significa mais comodidade, economia e ganho de tempo.

Com mais um voto de confiança no potencial de nossa cidade, a diretoria da HELISUL nomeou a VALTRAC TURISMO como sua agente exclusiva em Maringá.

VALTRAC
turismo

Central de Reservas: Telefax (044) 223-0603

Rua Piratininga, 75 – sala 12 – Edifício Nishiyama

Atração positiva

Em tempos de queda de consumo, a distribuição de prêmios se tornou uma estratégia recomendável para o comércio varejista. As campanhas atraem o consumidor distante e exigente e é um ingrediente indispensável para valorizar a imagem institucional dos empreendimentos

A reacomodação da economia brasileira, aliada ao processo de transformação constante por que passa o mundo produtivo moderno, tem levado as empresas a buscar alternativas capazes de atrair o consumidor distante e cada vez mais exigente. São processos de readaptação, que devem ser desencadeados com muita criatividade e ousadia.

Empresários que apostaram nestes dois fatores como ingredientes para se atingir sucesso, dizem estar satisfeitos com os resultados. "Qualidade, produtividade e preços baixos já não bastam para conquistar a preferên-



Alguns sorteios chegam a reunir milhares de pessoas nas praças centrais de Maringá

cia do consumidor. Além destes itens, o cliente espera um algo mais das empresas

e produtos", afirma Devanir Marion, da MR Malharia, que há três anos optou pela realização de sorteios de prêmios em datas tradicionais do comércio.

O empresário garante que a fórmula apresenta saldo positivo. Tanto que está na quarta edição. O pacote de prêmios começou com um carro zero quilômetro. Depois, em cada promoção foi incluída uma novidade. De uma casa pronta para morar, passou para uma jóia. Na promoção que está em andamento os consumidores concorrerão a dois automóveis e outros 21 presentes.

SOCIEDADE: Devanir Marion lembra que a primeira promoção foi organizada em um período de transição. Na época, 1993, ele havia recém-desmanchado a sociedade que dera origem à MR Malharia. "Éramos conhecidos como fabricantes de artigos esportivos. Quando assumi o controle acionário decide diversificar nosso mostruário. Daí surgiu a idéia dos sorteios de brindes. Foi a maneira encontrada para mostrarmos o novo perfil da marca para a população", declara.

Pelo projeto inicial, a proposta era realizar cinco sorteios. O empresário acreditava que este seria o número suficiente para consolidar a linha de produtos MR no mercado regional. "Ficamos satisfeitos ao constatar que na terceira promoção havíamos atingido este objetivo. As pessoas podiam até não participar, mas pesquisas feitas apontam que a maioria sabia qual empresa estava realizando o concurso", comenta.

Apesar de o objetivo ter sido alcançado antes do tempo predeterminado, Marion não pretende alterar o projeto inicial. Muito pelo contrário. Suas declarações deixam transparecer que a proposta é de continuidade das promoções. "O investimento é alto, mas é um trabalho gratifican-



QUARTOS:

C/ TELEFONE, VENTILADORES, TV À CORES E CHUVEIROS C/ DUCHAS

APARTAMENTOS:

C/ TELEFONE, TV À CORES, FRIGOBAR, AR CONDICIONADO E CHUVEIRO C/ DUCHAS

• SERVIÇO DE COPA

• LAVANDERIA

• ESTACIONAMENTO GRATUÍTO

NÃO COBRAMOS TAXA DE SERVIÇOS

**RUA BASÍLIO SALTCHUK, 599 TELEFAX: (044) 222-2019
CEP 87013-190 - MARINGÁ - PARANÁ**

te. A gente se envolve de tal maneira que nossa expectativa é tão grande como a das pessoas que estão concorrendo aos prêmios”, diz.

CREDIBILIDADE: Marion conta que as campanhas serviram também para criar uma imagem institucional positiva da empresa. Na opinião dele, quando organizadas dentro de critérios sérios, elas agregam um valor funda-

mental para o empreendimento: a credibilidade. “Esta era outra preocupação que tínhamos ao desencadear o projeto”, revela.

O empresário afirma que a credibilidade foi sendo conquistada de acordo com o desenvolvimento das campanhas. Um dos fatores que colaboraram foi a sistemática de distribuição dos cupons. Concorrem aos prêmios, os clientes que comprarem uma peça de qualquer valor em uma das lojas da MR. “Esta foi uma das principais novidades adotadas em nossas promoções. A maioria das iniciativas do gênero estipulam uma compra mínima para que o consumidor tenha direito de participar”, destaca.

A realização dos sorteios e da entrega de prêmios em locais públicos é outro diferencial das campanhas da MR. Marion organiza verdadeiras festas populares que reúnem milhares de pessoas nas praças centrais de Maringá. Tem show de música, presença de artistas e nem o lado social é esquecido. O empresário aproveita a concentração do público para arrecadar alimentos que serão distribuídos à população carente. “Em uma das promoções as doações foram superiores a dez mil quilos”, frisa.

PREJUÍZO: Sair do “vermelho”. Este foi o motivo que levou o empresário do setor de revenda de combustível, Valdir Rossi, a lançar uma campanha de sorteio de prêmios. Ele justifica que, desde a implantação do Plano Real e a entrada em vigor da URV, a lucratividade do setor caiu sensivelmente. “Em 16 meses, a margem de lucro estabilizou e os custos subiram mais de 60%”, ressalta.

Proprietário dos Postos XV e Nova Maringá, Rossi tentou ser criativo e inovar na promoção. Para atrair o consumidor, está oferecendo dois carros importados, além de outros prêmios. “Na época em que lancei a primeira campanha, a do Posto XV, os carros populares nacionais estavam com um ágio muito alto. Daí consegui negociar



Carros importados: estímulo ao consumo

com a revenda um importado, pagando quase o mesmo preço do nacional”, conta.

Como na maioria das iniciativas do gênero, o consumidor tem que abastecer até um limite para concorrer. Os clientes têm direito a um cupom a cada 25 litros de combustível. “Os litros são cumulativos. As pessoas podem abastecer menos que o mínimo exigido e concorrer assim mesmo. Basta reunir os tickets de abastecimento e trocar pelos cupons. Tem gente que espera reunir a quantidade de dez cupons e troca de uma única vez”, afirma.

Este fator, segundo Rossi, tem colaborado para o sucesso das campanhas. Levantamentos preliminares apontam que houve um acréscimo de 30% no movimento em cada um dos postos, um dado que deixa o empresário otimista e confiante quanto à validade da realização de promoções que mexam com a imaginação do consumidor. “Quem não sonha em ter um carro importado? Imagine então ganhar um, sem ter que comprometer o orçamento familiar. Se a pessoa tem carro e tem que abastecer, porque não optar por um posto onde existe a possibilidade da realização deste sonho?”, frisa.

Outra empresa que tem tradição em promoções para seus clientes é a Casas Ajita. Na época do aniversário de fundação da empresa, a Ajita sorteia um carro zero quilômetro. “Temos alcançado resultados positivos e conseguido atrair novos consumidores. É uma alternativa que vale a pena ser repetida”, declara Carlos Ajita.

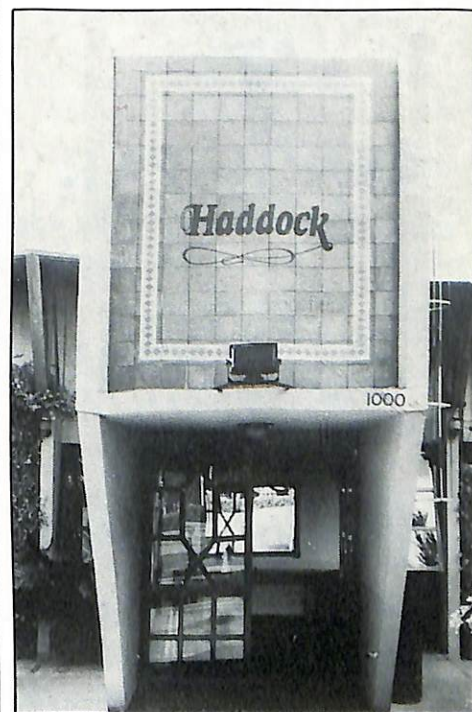
A comemoração do aniversário de fundação também levou o Shopping Avenida Center a organizar uma promoção que está sorteando três automóveis zero quilômetro. A campanha é subdividida em três etapas. Em cada uma está sendo sorteado um carro. Foi a sistemática encontrada pelos empresários com lojas no shopping para aproveitar melhor a divulgação e fazer com que a imagem institucional do centro de vendas permaneça o mais tempo na mídia.

VOCÊ SABE

O QUE...

- O VERNISSAGE DO JUAREZ MACHADO,
- O ANIVERSÁRIO DO PEDRINHO,
- OS 15 ANOS DA ISABELLA,
- O CASAMENTO DO WILL COM A AMANDA
- E A INAUGURAÇÃO DO BANCO BOAVISTA, TÊM EM COMUM?

Haddock
Buffet



Av. Cocamar, 1000 – telefax (044) 262-1245
Recepções Personalizadas em
Maringá e Região em salão próprio,
clubes e residências

Novas realidades

Empresários maringaenses aproveitam feriado municipal para conhecer unidades industriais da Marisol Malhas e Weg Motores, em Jaraguá do Sul, Santa Catarina

O Copejem – Conselho Permanente do Jovem Empresário – da ACIM promoveu no mês passado a terceira viagem de visita à unidades industriais de grandes corporações. O destino foi a cidade de Jaraguá do Sul, Santa Catarina. A comitiva, formada por 30 empresários, aproveitou o feriado de 15 de agosto, em Maringá, para conhecer a Marisol Malhas e a Weg Motores.

Nas viagens anteriores, as caravanas foram formadas por 22 pessoas. A primeira fez escala em Arapoti, Paraná. Os empresários visitaram a Inpacel – Indústria de Papel e Celulose – controlada pelo Grupo Bamerindus. A segunda foi à montadora de veículos pesados Volvo do Brasil, em



A comitiva foi formada por 30 empresários

Curitiba. Além destas, o Copejem organizou uma outra às instalações da Cocomar, em Maringá.

Segundo o presidente do Conselho do Jovem Empresário, Rubens Abrão, as visitas oferecem oportunidades para que os empresários entrem em contato com novas tecnologias e propostas modernas de gerenciamento empresarial. “É uma experiência aprovada pelos participantes das caravanas. Os resultados são significativos porque são ações que estimulam a mudança de comportamento das pessoas”, ressaltou.

SEMELHANÇA: As duas empresas visitadas pela comitiva maringaense têm histórias semelhantes. Nasceram na mesma época e passaram por processos de crescimento acelerado. A Marisol foi criada em 1964. Nasceu como indústria de chapéus de praia, aproveitando a proximidade de Jaraguá ao Balneário Camboriú. Em 1968 o setor de confecções foi incorporado à empresa. Onze anos depois, passou a produzir malhas.

Hoje, a Marisol é considerada uma das quatro maiores indústrias do vestuário em malha do país. Suas cinco unidades industriais produzem 2,2 milhões de peças ao mês. O equivalente a 450 toneladas de malhas. Da industrialização do algodão, a empresa apenas não domina o setor de fiação. Tem malharia, tinturaria, estamparia e confecção.

Toda a malha produzida pela Marisol é destinada para consumo próprio. Das confecções saem produtos de quatro marcas. Cada uma destinada a atender uma fatia do mercado. As peças são comercializadas em 15 mil pontos de vendas, distribuídos de Norte a Sul do Brasil e em 20 países da Europa e América Latina. Entre eles, Alemanha, Itália, Suécia, Inglaterra, Dinamarca, Paraguai e Bolívia.

WEG: Criada em 1961, a Weg Motores tem atualmente seis unidades industriais. São quatro parques fabris. Dois em Jaraguá, um em Blumenau e outro em Guarimirim. Todos em Santa Catarina. A empresa produz motores elétricos, componentes eletrônicos para automação industrial, transformadores de distribuição de energia, tintas industriais, resinas e vernizes isolantes.

De toda a produção, 30% são destinados à exportação. A marca Weg está presente em mais de 50 países dos cinco continentes. Entre eles, Estados Unidos, Canadá, Austrália, África do Sul e Chile. A participação em um mercado exigente é possível graças à preocupação que a empresa tem em atender aos padrões internacionais de qualidade.

Este cuidado fez com que a Weg fosse uma das primeiras empresas do Brasil a conseguir a certificação internacional da série das normas ISO 9.000. Segundo seus diretores, esta conquista é fruto do investimento em diversificação de produtos, tecnologia e em recursos humanos. O reconhecimento internacional colaborou para transformar a indústria na maior fabricante de motores elétricos da América Latina.

CRESCIMENTO: Outra semelhança entre as duas empresas visitadas pela comitiva maringaense está no ritmo de expansão de suas atividades. Nos canteiros de obras, operários trabalham sem parar para concluir a construção dos prédios que vão abrigar, na Marisol, uma nova malharia onde serão utilizadas as mais modernas técnicas de produção, e na Weg as unidades de montagem final dos motores.

Nas duas empresas também é proibido falar em crise. O máximo permitido é trabalhar em cima de um desaquecimento de vendas. Um período de transição. “Uma etapa passageira de ajustes da economia brasileira”, afirma o gerente nacional de vendas da Marisol, Robson Amorin, que tem viajado pelo país inteiro em busca de novas oportunidades de mercado para as marcas da malharia.

Uma empresa de crédito garantindo o retorno de seu crédito.



COBRAPAR

Experiência comprovada em:

COBRANÇAS

SERVIÇOS

ASSESSORIA

JURÍDICA

Waldir Frares

ADVOGADO

Filiada ao grupo UNIDOS-RJ.

MARINGÁ - Fone: (044) 226-5114

LONDRINA - Fone: (043) 323-1838

Novo espaço da mulher

Conselho da ACIM inova mais uma vez e cria um horário alternativo para encontros de empresárias e executivas. O primeiro tema em debate foi a participação da mulher na sociedade moderna



Sandra Ceranto falou sobre a mulher atual



O Conselho pretender realizar outros eventos do gênero

A mulher dos anos noventa é mais independente, profissional e a cada dia conquista novos espaços no cenário nacional. Estas foram as conclusões do I Happy Hour, promovido pelo Conselho da Mulher Empresária e Executiva da ACIM, com apoio do Sebrae/PR. O evento, realizado no dia 29 do mês passado no Haddock Buffet, reuniu 80 participantes.

Durante o encontro as empresárias ouviram palestra com a psicóloga Sandra Ceranto. Ela traçou um perfil histórico da participação da mulher na sociedade e do relacionamento entre os sexos masculino e feminino. Disse que o início das grandes conquistas foi na década de sessenta, quando as mulheres começaram a lutar com mais determinação por seus direitos e ideais.

Ceranto comentou que a data do Happy Hour coincidia com os preparativos finais para a abertura da 4ª Conferência Mundial da Mulher, organizada em Pequim, na China. Aproveitou para mostrar alguns dados estatísticos sobre a participação feminina na sociedade atual. "A maioria delas ainda mostra uma realidade pouco favorável. Mas em cada um pode-se visualizar vitórias importantíssimas", avaliou.

DESEQUILÍBRIO: Entre os dados apresentados pela psicóloga, os que mais chamaram a atenção foram os índices de analfabetismo, de desigualdade salarial e da baixa representatividade política no parlamento brasileiro. Para se ter uma idéia, levanta-

mentos apontam que 69% da população feminina é analfabeta. Das vagas disponíveis no Congresso Nacional, apenas 1/3 é preenchida pelas mulheres. Na Suécia, por exemplo, a participação é de 50%.

Quanto aos salários, a desigualdade é considerada "gritante". Enquanto os homens ganham em média 4,9 salários, a renda mensal feminina não ultrapassa os 2,8. "Apesar deste desequilíbrio, verificamos que é cada vez maior o número de mulheres com cargos de direção e comando nas empresas brasileiras.", declarou Sandra Ceranto.

Sônia Uliana, presidente do Conselho da Mulher Empresária da ACIM, aproveitou o evento para fazer um balanço das atividades. Declarou que o Happy Hour era

mais uma inovação adotada por sua gestão. "Nossa equipe de diretoras tem procurado oferecer novas alternativas de eventos. Foi assim com o Jantar Empresarial e agora com o Happy Hour. O objetivo é ampliar o conhecimento, o intercâmbio e o relacionamento interpessoal", frisou.

Na abertura do evento, o presidente da ACIM, Pedro Granado Martines, afirmou que a mulher tem dado contribuições incalculáveis para o progresso da sociedade como um todo e particularmente no meio empresarial. Citou como exemplo o trabalho do Conselho da Mulher e destacou a importância da presença feminina na organização da Feipar Moda 95, promovida no mês passado em Maringá (leia reportagem de capa).



TRANSCOCAMAR
TRANSPORTES LTDA.

CGC(MF) 81.108.029/0001-93 - INSCR. EST. 701.03961-J
MATRIZ: Rod. PR 317 - Km 02 - (Saída p/ Campo Mourão) - Fone: (044) 225-2748
Fax: (044) 225-2647 - CEP 87065-000 - Cx. Postal 451 - Maringá - Paraná

"Transportando com segurança e qualidade"



PARANÁ

CURITIBA ROD. BR 116 - KM 103 - Nº 15760 - FONE/FAX: (041) 246-3152 - CEP 81690-000 ANEXO AO POSTO 3 FAZENDAS
PARANAGUÁ RUA ANTONIO PEREIRA, 1039 - FONE: (041) 422-4872 - EM FRENTE A TRANSZELA
ALMIRANTE TAMANDARÉ ROD. DOS MINÉRIOS - KM 15 - FONE: (041) 757-1248 - ANEXO AO POSTO L. M.
CAMPO MOURÃO ROD. BR 158 - KM 81,2 - FONE: (044) 823-1102 - ANEXO AO POSTO TANAKA
CAMBÉ RODOVIA PR 445 - KM 387,8 - FONE: (043) 254-1699 - ANEXO AO POSTO PORTELAO
PARANAVAL RODOVIA BR 376 - KM 488 - FONES: (044) 423-8226 - 423-8216

SÃO PAULO

SÃO PAULO RUA DA Balsa, 893 - FREGUESIA DO Ó - TELEFAX: (011) 877-0395 - CEP 02910-000
ASSIS RODOVIA RAPOSO TAVARES - KM 446 - ANEXO AO AUTO POSTO MARAJÓ
FONE: (0183) 24-1953

FILIAIS:

**"Se eu
pudesse viver
novamente
a minha vida..."**

*...na próxima cometeria
mais erros.*

*Não tentaria ser tão
perfeito, relaxaria mais.*

*Correria mais riscos,
faria mais viagens,
contemplaria mais
entardeceres, subiria
mais montanhas,
nadaria em mais rios.
Se pudesse voltar atrás,
trataria de ter somente
bons momentos. Poucos
sabem, disso é feita a
vida, só de momentos;
não percas o agora".*

Jorge Luis Borges
1899-1987. Escritor argentino,
considerado um dos maiores
do século.



Conheça o condomínio fechado de
chácaras de lazer, à beira do rio
Paraná:

Chácaras com 2 mil m², a 185
quilômetros de Maringá.

- Acesso ao rio sem barranco.
Bosques. **Projeto completo de
infra-estrutura e lazer.** Entrada,
mais 15 meses de R\$ 660,00.

Ligue:

226-5353


TUPARANDY
CENTRO IMOBILIÁRIO
Avenida Tiradentes, 25
Fone : 226-5353

SOMOS

NOVOS SÓCIOS

- **CONDOMÍNIO RESIDENCIAL CECÍLIA MEIRELES**
R. Mário Clapier Urbinati, 49
Fone: 224-8797
- **MARINGATORNO**
Rodovia PR 13 Lote 342/1
Fone: 224-9639
Serviço de torno e solda
- **BLUE JEANS**
Av. Alziro Zarur, 1438
Fone: 224-0508
Ind. e com. de confecções
- **ACESSO INFORMÁTICA**
Av. Pedro Taques, 1572
Fone: 223-3937
Escola de informática
- **JAFER MECÂNICA DE VEÍCULOS**
Av. Kakogawa, 389 – fone: 228-4195
- **CENTRO DE EDUCAÇÃO ESPECIAL SÃO LEOPOLDO**
Av. Humaitá, 698 – fone: 224-4912
Escola especial para tratamento clínico
- **COLOMBO ASSESSORIA**
R. Ribeirão Claro, 241
Fone: 222-1975
Assessoria econômica
- **COMERCIAL DE FRUTAS ARAPONGAS**
Rodovia PR 317, KM 06, Box 63 –
Ceasa – fone: 225-1962
- **JOY**
Av. Herval, 314 – fone: 222-2711
Com. de confecções infantis
- **COPIART**
R. Santos Dumont, 2344
Fone: 226-3646
Livreria e papelaria
- **ANDREA CONFECÇÕES**
Av. Osiris S. Guimarães, 871
Fone: 228-5634
- **L C INFORMÁTICA**
Av. XV de Novembro, 1124
Fone: 262-1218
Com. de suprimento e equip.
p/ informática
- **CULTURA INGLESA DE MARINGÁ**
Av. Rio Branco, 741 – fone: 225-1518
- **ATRIUM IMÓVEIS**
Av. Tiradentes, 1436 – fone: 262-3338
- **AUTOEUROPEÇAS**
Av. São Paulo, 890 – fone: 222-1361
- **IMOBILIÁRIA VILAKAS**
Av. Tuiuti, 397 – fone: 223-4479
- **TERMINAL BIJOUTERIAS**
Estação Rodoviária sala 13
Fone: 222-5214
- **RUNAPEL MÓVEIS P/ ESCRITÓRIO**
Av. Guaiapó, 2844 – fone: 228-7677
- **K 3 LOJA DE FÁBRICA**
Av. Brasil, 4155 – fone: 222-3705
Comércio de confecções
- **COPEÇAS**
R. Santos Dumont, 1554
Fone: 226-1456
- **RESTAURANTE SILVAN CULT**
Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 1720
Fone 262-2322
- **FARMÁCIA LÚCIO**
Av. São Domingos, 1229
Fone: 222-6540
- **PREMAG**
Rodovia BR 376 KM 113 lote 301/1
Fone: 232-1731 – Marialva
Ind. e com. de pré-moldados
- **PENTÁGONO**
Av. Herval, 695 – fone: 226-3649
Consultoria empresarial
- **HSW REPRESENTAÇÕES COMERCIAIS**
R. José Clemente, 240 Apto. 403
Fone: 262-2792
- **MARILISE CONFECÇÕES**
Av. Lucílio de Held, 1585
Fone: 228-1451
- **HOTEL ASTÓRIA**
Av. Tamandaré, 241 – fone: 226-5955
- **CONDOMÍNIO DO CONJUNTO HABITACIONAL MARINGÁ**
R. Mário Clapier Urbinati, 724
Fone: 224-5857
- **SUPERMERCADO PÃO DE OURO**
R. Mário Clapier Urbinati, 601
Fone: 224-6584
- **MAX CARNES**
R. Joubert de Carvalho, 445
Fone: 226-5096
- **MILEAN REPRESENTAÇÕES COMERCIAIS**
R. Piratininga, 178 – fone: 222-1121
Purificadores Europa
- **COE ASSISTÊNCIA DENTÁRIA**
R. Silva Jardim, 30 – fone: 224-8989
- **CONRADO CORRETORA DE SEGUROS**
R. Arthur Thomas, 259
Fone: 222-8076
- **BANESTADO – FLORESTA**
Av. Presidente Getúlio Vargas, 432
Fone: 236-1331

Agenda da Diretoria

Agosto

Dia 02: Pedro Granado, Maria Alice Pinatti e Elizabete Emídio visitaram a sede da Folha de Londrina, para divulgação da Feipar Moda 95.

Dia 03: Valdir Pignata participou de reunião na Câmara sobre carga e descarga. Hélio Costa Curta participou de reunião sobre a Feira de Córdoba, no Banestado Regional.

Dia 04: Carlos Previdelli ministrou palestra sobre o Serviço de Proteção Imobiliário, no Hotel Deville.

Dia 05: Pedro Granado e Jorge Toyofuku participaram da abertura do Festival Nipo Brasileiro, na Acema.

Dia 07: Fernando Rezende participou de reunião na UEM sobre o Centro de Convenções de Maringá.

Dia 08: Wagner Ramos representou a diretoria na reunião do Conselho Municipal do Trabalho, na Prefeitura.

Dia 09: Pedro Granado participou do lançamento da Londrina Sem Fronteiras, em Londrina.

Dia 10: Wagner Ramos representou a diretoria em reunião no 4º Batalhão da Polícia Militar, sobre o Projeto Formando Ci-



dadão.

Dia 11: Jorge Toyofuku participou da abertura do Informatize Construção Civil, no Deville.

Dia 12: Pedro Granado participou do encerramento da 1ª Etapa da Promoção Carro Novo, no Avenida Center.

Dia 15: Claudio Mukai participou da abertura das novas instalações da Santa Casa.

Dia 16: A presidente da Rede Feminina de Combate ao Câncer e vereadora, Serafina Carrilho, visitou a diretoria da ACIM (foto).

Dia 21: A diretoria da ACIM recebe a visita do gerente comercial da ACP, Sérgio Zake. Rubens Abrão participou de reunião do Conselho Municipal do Meio Ambiente, na Prefeitura.

Dia 23: Pedro Granado participou de coquetel da InterBrasil Star – Transbrasil – no Maringá Clube (foto).

Dia 25: Jorge Toyofuku participou de solenidade de posse da nova diretoria do Singamar.

Dia 31: Dirceu Martins participou do lançamento do Projeto Fiscal Eletrônico, na ACIM.



FRATELLO GALETERIA

RODÍZIO TIPO SANTA FELICIDADE

- Galeto ao Primo Canto
- Sopa de Capeletti
- Lasanha
- Spaguetti
- Nhoc
- Maionese
- Rizoto
- Polenta com Queijo
- Radicce com Bacon

Av. Projetada, 362 esq. Av. Herval - Novo-Centro - (044) 222-5574 - Maringá - PR



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

Rua Néu Alves Martins, 2321

Fone: (044) 226-1331

Fax: (044) 223-5007 - C.P.: 1033

Maringá - Paraná

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Pedro Granado Martins

Primeiro Vice-Presidente:

Hélio Edys Delmatti Costa Curta

Segundo Vice-Presidente: Jorge Toyofuku

Diretor p/ Assuntos do Comércio:

Antônio Donisete Busiquia

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

Assessor da Diretoria: Wagner Ramos

Gerente Administrativo: César Augusto Galli

Secretária Executiva: Elcia Valentini do Nascimento

Chefe do SCPC: Zenaide Machado

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Massao Tsukada

Secretário: Paulo Morais Badan

Membros: Fernando José de Faria Ferraz, Gregório

Martinez Sanches, João Noma, José Gomes Ferreira,

Lucho A. Tombini, Miguel Fuentes Salas, Milton

Massar Morita, Odilon Populin, Paulo Fernando de

Figueiredo S. Marchese, Reginaldo Nunes Ferreira,

Renato Friedrich, Sabas Martins Fernandes,

Sebastião Carlos Abrão e Valdecir de Brito,

MEMBROS NATOS:

Alcides Siqueira Gomes, Alvaro Miranda Fernandes,

Carlos Mamoru Ajita, Emilio Germani, Ermelindo Bolfer,

Joaquim Dutra, Manoel Mário de Araújo Pismel,

Massao Tsukada, 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 MARINGAENSE

Presidente: José Rubens Abrão

Vice-Presidente: Olga Elizabeth Moleirinho

Primeiro Secretário: Paulo Roberto Viscardi

Segundo Secretário: Osvaldo Alves Rosa Júnior

Primeiro Tesoureiro: Luís Fernando Ferraz

Segundo Tesoureiro: Édson Nishimura Nakagawa

Primeiro Diretor Adjunto: Galileu Limonta Maia

Segundo Diretor Adjunto: Mário Sérgio Verri

CÂMARA SETORIAL DE HOTÉIS,

RESTAURANTES E BUFFETS

Presidente: Antonio de Souza

Vice-Presidente: Renato Friedrich

Secretário: Emrane Caires Lara

**ACIM: A FORÇA EMPRESARIAL
QUE UNE E CONSTRÓI**

A necessidade de profissionalismo no campo

por Jorge Hiroshi Kadowaki

Quero dar neste espaço um depoimento que considero importante sobre a diversificação, o associativismo e a necessidade da busca de qualidade no meio agrícola e, em especial, na cultura à qual me dedico, que é a viticultura. Essa qualidade é fundamental não só para a busca de novos mercados, mas também para a sobrevivência dos agricultores nesta época de instabilidade na economia.

Depois de uma rápida experiência com o plantio de café, há 13 anos comecei a cultivar uvas aqui em Maringá. Não tenho curso superior ou técnico, mas no dia a dia aprendi os segredos desta cultura a ponto de obter altos níveis de produtividade de qualidade no produto.

Esses resultados fizeram com que outros produtores me procurassem. Foi assim que formamos um grupo com vários produtores de uva. Essa associação trouxe vantagens para todos. Com a união, conseguimos produzir em quantidade suficiente para fornecer para grandes exportadores.

Eu mesmo dou garantia aos exportadores sobre a qualidade dos produtos. Em contrapartida, faço questão de acompanhar todo o processo de produção, desde o preparo da terra, plantio, cuidados com a cultura, colheita e embalagem. Tudo isso gratuitamente.

Os exportadores são muito exigentes e eles mesmos classificam os produtos e dão os preços. É claro que produtos de qualidade e bem embalados nos dão mais retorno. Por isso, defendo o máximo de profissionalismo dos produtores rurais. Aliás, as prefeituras e os órgãos competentes do governo deveriam estimular esse profissionalismo.

Hoje vemos muitos produtores trabalhando como amadores. Isso é ruim para eles, que não conseguem bons pre-

ços, e para o mercado local, que fica comprometido. Existem produtores que colocam uvas no mercado interno com até 9 ou 10 britz – índice de acidez. Só para se ter uma idéia de quanto isso é baixo, os exportadores exigem de 16 a 22 britz.

A Emater deveria realizar dias de campo, onde os produtores aprenderiam técnicas básicas necessárias para começar a produzir. Esse órgão também poderia prestar assistência na correção e balanceamento do solo. Hoje a burocracia impede o acesso dos produtores a determinados benefícios da Emater. No caso da prefeitura, o mínimo que pedimos é a reforma de estradas rurais.

Outro problema comum é na embalagem do produto. Se as uvas estão mal embaladas, o preço cai, já que elas acabam estragando no transporte. Outros produtores mal-intencionados, colocam os frutos melhores por cima, deixando os ruins por baixo. Eles enganam os compradores uma única vez...

Volto a repetir: é preciso profissionalismo. Trabalhar com dedicação. A planta é como o ser humano, precisa se alimentar – fósforo, ferro, potássio, magnésio... Precisa que suas doenças sejam controladas... Mas isso tudo com doses certas, balanceadas.

O produtor tem que conhecer a planta. E a resposta, ela nos dará no momento da colheita. Sendo bem tratada, ela responderá com produtividade e qualidade. O ganho depende do capricho, desde o preparo da terra até a colheita.

O produtor também deve estar consciente dos perigos oferecidos pelos venenos que são aplicados na lavoura. Ele deve obedecer os períodos de carência da planta para não oferecer riscos aos consumidores. E tem que se preparar adequadamente para aplicar o veneno.

Passando por outras propriedades, já vi produtores tomando verdadeiros “ba-

nhos” de veneno. Muitos não usam luvas ou máscaras e passam o produto em dias de ventos fortes. Os resultados dessa falta de cuidado aparecerão ao longo dos anos.

A necessidade de qualidade chegou há muito tempo na agricultura e só não vê quem não quer. O consumidor não compra mais com os olhos. O comércio e a indústria estão conscientes disso e nos repassam essa exigência. Precisamos estar atentos.

Quero frisar aqui também a necessidade da diversificação de culturas. Foi-se a época da monocultura. Assim como o café e o trigo são culturas do passado, quem sabe até quando a soja resistirá? Além disso, com apenas um produto, o agricultor corre o risco de quebra de safra. Com a diversificação, se uma lavoura dá prejuízo, a outra pode compensar.

Hoje a uva está mais compensadora que a soja. Um alqueire de uva, por exemplo, equivale a 50 alqueires de soja. Além disso, não é preciso a utilização do mesmo maquinário. Socialmente também há mais vantagem, já que a viticultura emprega mais mão-de-obra.

Muito sojicultores estão separando alguns alqueires para se dedicar ao plantio da uva. Há espaço para todos, basta que haja dedicação. Meu produto chega aos países do Mercosul há quatro anos. Quando formamos nosso grupo, outros produtores também passaram a exportar. Existem novos mercados a serem explorados.

Sempre friso aos companheiros que se continuarmos a trabalhar com respeito à natureza, aos compradores e consumidores, teremos mercado certo.

Jorge Hiroshi Kadowaki é produtor de uva em Maringá

Trabalho e perseverança

Fundada em 1953, a Ótica Diamante é uma das mais antigas de Maringá. Através da qualidade no atendimento e na confecção de seus produtos, a empresa mantém uma clientela estável

No dia 15 de Janeiro de 1996 completará 40 anos que o empresário Francisco Morales cumpre a mesma rotina: sai de casa em direção ao número 4.094 da avenida Brasil. Lá está localizada a Ótica Diamante, onde Francisco entrou pela primeira vez em 1956 para trabalhar como relojoeiro.

Depois de trabalhar como relojoeiro por 18 anos, Francisco Morales se juntou ao irmão e comprou a Ótica. Isso foi em 1973. Depois disso, a empresa cresceu muito e hoje tem duas filiais em Maringá.

HISTÓRIA: A Ótica Diamante foi fundada em 1953 por Jácomo Cassaro. A princípio era uma relojoaria. Somente em 1962, quando Cassaro vendeu a empresa para os sócios Walter Antonio de Oliveira e Milton Pinto Teixeira, é que ela se transformou em Ótica.

Em 1971, Jácomo Cassaro comprou de volta a empresa e ficou por apenas dois anos no seu comando. “Nós não tínhamos muito capital, mas não faltavam coragem e vontade de trabalhar”, lembra Francisco Morales, que comprou a empresa do padrão juntamente com o irmão.

Os dois novos sócios dinamizaram os trabalhos na Ótica Diamante e em apenas dois anos já montavam a primeira filial: a Ótica Pupila. Os irmãos dividiram o trabalho. Enquanto Francisco continuava atuando mais na Ótica Diamante, Celso passou a administrar a Ótica Pupila. Há dois anos, os irmãos abriam uma nova loja desta vez no Marquesine Trade Center. Em uma sala própria, eles fundaram a Ponto de Vista Óculos. Contando com os irmãos, 11 pessoas trabalham nos três estabelecimentos comerciais.

“Temos funcionários muito antigos, alguns com até 20 anos de casa. É uma política que adotamos e que vem dando certo: admitimos funcionários sem experiência na área e ensinamos a eles o ofício”, explica Francisco Morales.



Diamante: há 42 anos no número 4.094 da avenida Brasil

Aliás, foi assim que Francisco Morales aprendeu seu ofício. “Entre na empresa sem experiência nenhuma. Aprendi no dia a dia e, posteriormente, fiz alguns cursos de especialização em grandes centros, como Rio de Janeiro”, conta.

Em 1974, já empresário, Morales se formou em Administração de empresas. “Durante o curso pude me aprimorar, adquirir novos conhecimentos”, diz. O empresário acrescenta que se considera realizado e satisfeito com o trabalho que vem desenvolvendo.

ESTABILIDADE: Francisco Morales afirma que a melhor fase dos seus negócios foi entre 1975 e 1985. Mas ressalta que nunca viveu períodos extremos em que pudesse afirmar que a empresa passou por momentos muito ruins ou muito bons.

O empresário justifica essa estabilidade afirmando que nos seus 42 anos de existência, a Ótica Diamante cativou uma clientela estável. “Temos clientes que estão conosco desde a fundação. Todos sabem que trabalhamos com seriedade.

Alias, costumo dizer que não vendemos produtos e sim serviços”.

Com o aumento da concorrência nos últimos anos – dezenas de óticas foram abertas na cidade – a qualidade nos serviços é um fator que diferencia as empresas do setor. E para comprovar essa qualidade, Francisco cita como exemplo o fato de a Ótica Diamante ser uma das únicas empresas de Maringá a distribuir as lentes alemãs Zeiss.

“Os alemães são muito rígidos e fizeram uma ampla pesquisa de mercado antes de escolher suas concessionárias na cidade”, explica.

REAL: A história da Ótica Diamante foi construída com muito trabalho e paciência. “Analisamos muito bem cada passo que damos”, frisa Francisco. Para ele, esta paciência é uma virtude que falta a muitos brasileiros. “Muitos estão criticando o plano Real. Mas o caminho é esse. O brasileiro tem que deixar de ser imediatista e pensar a longo prazo. É uma questão de bom senso”, ressalta.

A hora é agora!

por Mauro Menegazzo

É preciso darmos as mãos e...

Todos nós maringenses nos orgulhamos de nossa bela cidade, com seus parques, muita vegetação e belas avenidas. Cidade pólo regional, Maringá alcançou um desenvolvimento que a transformou num novo "eldorado". Além de muitos benefícios, esse crescimento trouxe também problemas.

Planejada para 200 mil habitantes, a cidade conta com 270 mil. A média per capita de veículos é uma das maiores do país: 1 para cada 2,7 habitantes. Isso torna nosso trânsito complicado e intenso. Um pequeno caos.

Já está na hora de juntarmos nossos técnicos e procedermos uma revisão no Plano Diretor, possibilitando que no futuro haja condições para abertura de novas ligações interbairros e vias expressas ligando-as ao centro.

Nosso trânsito mata em média 67 pessoas por ano, que pagam com suas vidas pela própria negligência ou a irresponsabilidade de outros. Com o objetivo de solucionar alguns de nossos problemas, convidamos o coordenador do Programa Volvo de Segurança no Trânsito para que nos desse subsídios para criarmos aqui um programa semelhante. A reunião foi aberta aos interessados e percebemos a existência de muitas pessoas preocupadas com o trânsito. Cada uma fazia o que podia, num trabalho de obstinadas formiguinhas. Só que isoladamente.

Nos unimos num só objetivo e criamos o Programa Maringense de Segurança no Trânsito - PMST. Assim, diversos setores da sociedade vêm desenvolvendo campanhas e programas em prol de um trânsito mais humano para Maringá.

Embora o programa tenha sido criado a partir de uma iniciativa da Setran, hoje ele já é de domínio da comunidade e cresce à medida em que vai aumentando sua condição de inde-



pendência, na execução de uma política apartidária. Nossa intenção é de que ele sobreviva às mudanças administrativas e trocas de mandos políticos.

O PMST já desenvolveu em seus três meses de existência vários programas e campanhas visando informar, preparar e conscientizar melhor o motorista, o pedestre, o motociclista e o ciclista. O primeiro programa, "Pintando o 7", visa o engajamento das Associações de Bairros, que viabilizam recursos para aquisição de tintas para sinalização das ruas fronteiriças das escolas. São feitas palestras aos alunos, os quais recebem ainda suporte técnico para que realizem os trabalhos nas ruas. Teoria e prática se unem, e as lições ficam marcadas para sempre na memória das crianças.

Neste segundo semestre implantamos o projeto "Aluno Guia". Os estudantes mais aplicados foram selecionados e preparados para o controle do tráfego de veículos e alunos nas entradas e saídas das aulas, em frente ao Instituto de Educação.

Dez integrantes do PMST recebe-

ram treinamento especial do Senai, a fim de ministrarem cursos de Direção Defensiva aos motoristas nas empresas de Maringá. Estamos iniciando uma campanha junto ao comércio para arrecadação de recursos para aquisição de um radar móvel e um bafômetro que serão doados ao Pelotão de Trânsito.

Segundo estatísticas dos acidentes de 1994, a maior ocorrência acontece às sextas-feiras e sábados, entre 2 e 4 horas. Causa: abuso de bebidas alcoólicas. Visando atingir esses motoristas, adolescentes em fase de autoafirmação que muitas vezes trafegam sem habilitação, o PMST está desenvolvendo junto a um grupo teatral, o ensaio de uma peça que induz o jovem à reflexão quanto aos verdadeiros valores da vida.

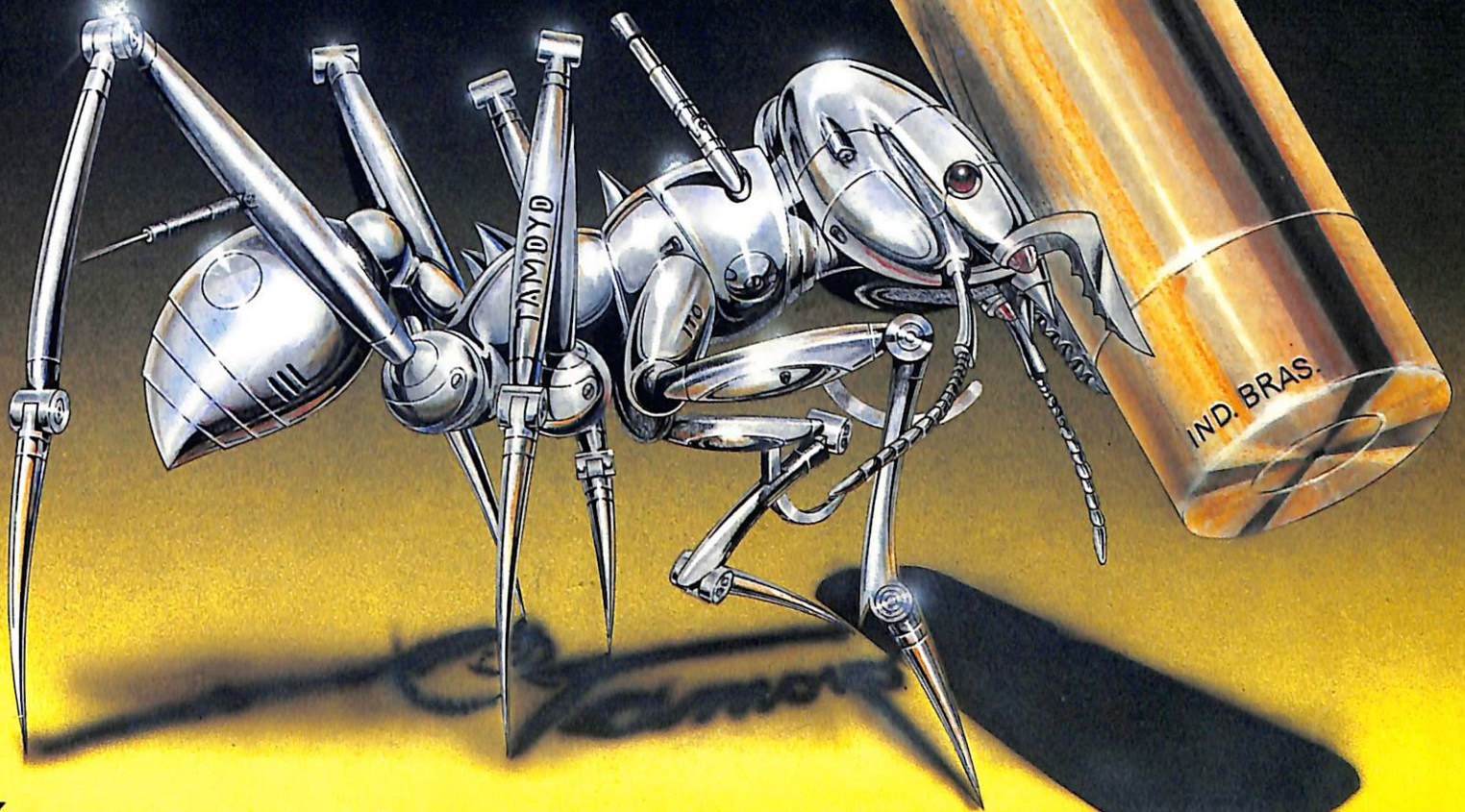
Queremos despertar nos maringenses a conscientização de que **A HORA É AGORA**, e que o problema do nosso trânsito é de todos nós. Precisamos de toda ajuda possível.

Durante uma colheita de trigo, numa enorme fazenda nos Estados Unidos, uma criancinha se perdeu no meio do trigal. Quando os pais deram pela falta da criança, começaram a procurá-la. Muitos amigos vieram para ajudar e cada um procurava num lugar. Após alguns dias de procura, desespero e aflição, alguém mais lúcido sugeriu que todos se dessem as mãos, fizessem um grande círculo fechando o trigal e comessem a vasculhá-lo. Finalmente encontraram a criança sob um feixe de trigo, só que ela já estava sem vida. Foi quando o pai da criança falou: "Que pena que nós não demos as mãos antes..."

Mauro Menegazzo Pereira é engenheiro civil, diretor técnico da Setran e Coordenador do Programa Maringense de Segurança no Trânsito

46
ANOS

CIA 044 2263349



SÍMBOLO DE TRABALHO EFICIENTE



TRANSPORTADORA TAMOYO

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

SÃO PAULO

- Fone: (011) 273-8411 - Fax: (011) 273-8932

CURITIBA

- Fone/Fax: (041) 246-6733

LONDRINA

- Fone: (043) 329-1133 - Fax: (043) 329-0639

MARINGÁ

- Fone: (044) 226-5653 - Fax: (044) 222-8178

APUCARANA

- Fone/Fax: (043) 422-3327

CAMPO MOURÃO

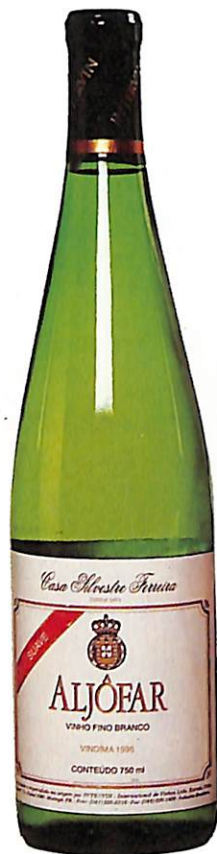
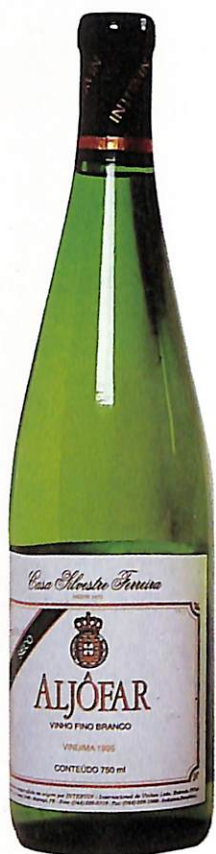
- Fone/Fax: (044) 823-1243

PARANAVÁI

- Fone/Fax: (044) 422-3462

ALJÔFAR

"O BRASILEIRO QUE DESAFIA OS EUROPEUS"



BRANCO SECO

Este fascinante vinho, de bom corpo, delicado, é ideal como acompanhamento de pratos suaves, peixes e frutos do mar. Deve ser consumido frio, a uma temperatura entre 8° e 12° C.

BRANCO DEMI-SEC

De cor ouro cintilante e corpo leve, tem um sabor macio e harmonioso. Ideal para ser apreciado com massas e risotos, frutos do mar, carnes brancas, queijos etc. Recomendável servir entre 6° e 12° C.

BRANCO SUAVE

Cheio de vida, este delicioso vinho, de corpo leve e elegante, é apropriado para aperitivos. Acompanha pratos à base de peixes e ovos, doces, queijos, tortas etc. Preferível servir frio, entre 5° e 12° C.

ROSÉ SUAVE

Muito aromático e de sabor frutado, é ótimo como aperitivo e ideal para acompanhamento de pratos leves, carnes brancas, peixes, sobremesas, doces etc. Servir frio, entre 7° e 13° C.

TINTO SECO

Nobre e delicado, este soberbo vinho é ideal como acompanhamento para carnes vermelhas, assados, churrascos, massas e queijos de sabor forte. Consumir a uma temperatura entre 14° e 19° C.

TINTO DEMI-SEC

É um vinho harmonioso, de corpo leve e macio. Acompanha massas e risotos com molhos leves, carnes brancas, queijos de sabor médio etc. Deve ser servido a uma temperatura entre 13° e 17° C.

GRANDE SUCESSO EM TODO O PARANÁ

Depois de conquistar a admiração e ser motivo de orgulho dos maringenses, os vinhos Aljôfar, produzidos pela Intervin, começam a fazer grande sucesso também em outras regiões do Paraná. A razão de tudo é uma só: a qualidade desses produtos, que os situam entre os melhores do País. Não é sem motivo, aliás, que a variedade branco demi-sec está sendo servida, há quase um ano, aos passageiros dos vôos regulares da Rio Sul, em todo o Brasil, o que também começou a ser feito, mais recentemente, por uma outra companhia aérea, a Nordeste, que atende os estados nordestinos.

Na capital paranaense, a Rede Mercadorama registra a grande procura pelos vinhos de Maringá, o mesmo

acontecendo no Carrefour, no Lembrasil, no Parati, e em todas as grandes redes de supermercados. O que, a propósito, está despertando a atenção da imprensa. Em Londrina, tanto o Carrefour quanto as Lojas Americanas e alguns supermercados, entre eles Muffatão e Viscardi, não apenas constataam o bom movimento de vendas como garantem, a esses produtos, um destaque especial nas gôndolas. Agora, chegando também a Cascavel, os vinhos Aljôfar prometem o mesmo êxito das outras cidades, tamanha a receptividade inicial.

A Intervin, aliás, ao adotar algumas estratégias inovadoras para promover os seus vinhos, como a colocação de chamativas bandeirolas nos gargalos das garrafas, realizar lançamentos na car Wash e estar presente com exclusividade na 1ª Festa do Vinho organizada pela

Kalahari e Adega Brasil, mostra que está sintonizada à realidade dos diferentes mercados e tem visão de futuro. Um futuro que lhe parece, sem dúvida, bastante promissor, calcado na experiência e nos conhecimentos adquiridos em mais de um século da casa Silvestre Ferreira na produção de uvas e fabricação de vinhos finos em Portugal. Aljôfar é um vinho brasileiro. Mas como ressalta o seu slogan: "O brasileiro que desafia os europeus".



Intervin - Internacional de Vinhos Ltda.
Avenida Herval, 26
Fone: (044) 226-2318 - Fax: (044) 226-1888
Cep 87013-110 - Maringá - Pr