

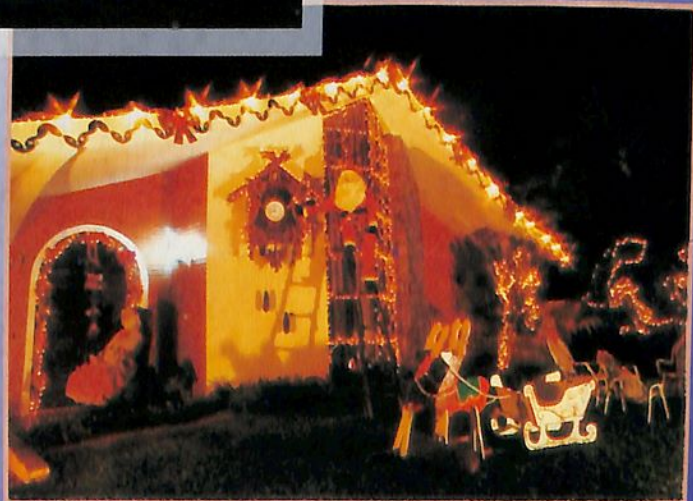
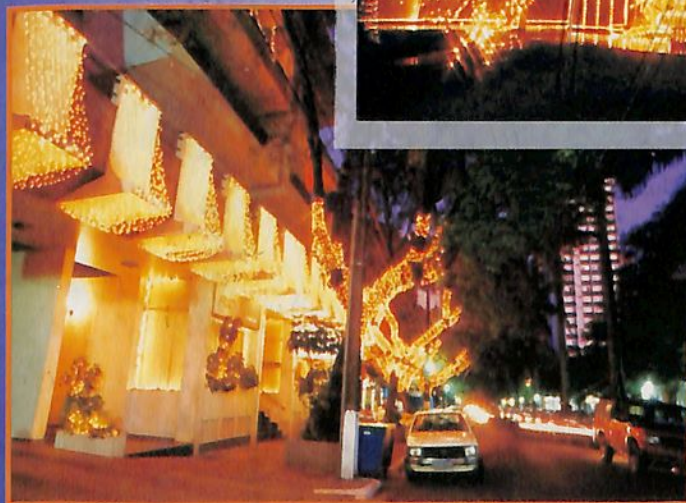
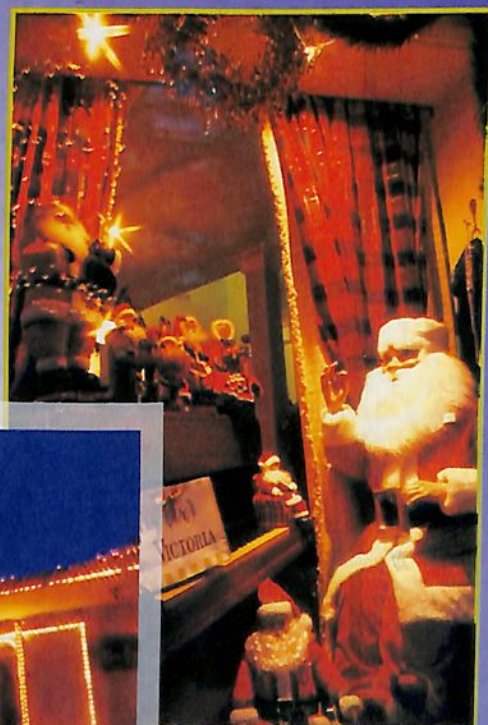
97.º ano
da virada

ACIM

050
R454
N-372-ano-33-1996

DEZEMBRO/96
Nº 372
ANO 33
R\$ 3,00

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ



Natal Show de Luzes e Cores

ACIM

Clas. 050
R454
Reg. 0299 et-1
Data 22-04-05
Proced. _____
NF _____
R\$ _____ Data _____

ALJÓFAR

"O BRASILEIRO QUE DESAFIA OS EUROPEUS"



Intervin - Internacional de Vinhos Ltda.
044 - 226 2318 - Maringá - PR

PALAVRA DO PRESIDENTE

por Hélio Costa Curta

Nossa parte

Dentro de três anos bateremos nas portas de um novo século. Quem espera que o simples virar de uma folha mude algo, que fique sentado. De pé, vai cansar. É preciso trabalho para alcançar as mudanças necessárias. E são muitas, até que consigamos colocar a casa – o país – em ordem. A ACIM vem lutando, fazendo sua parte. Desde projetos para diminuir tributos, passando pela realização de palestras e seminários voltados para a qualificação profissional, até campanhas para aquecer o comércio. Sem nunca nos esquecermos dos serviços básicos, como SCPC, informações técnicas, fotocópias e outros.

ACIM 2000

Estamos articulando a campanha que tem o nome provisório de ACIM 2000. Para organizar esta campanha consideramos fundamental a criação do cargo de "Gerente de Produtos" na entidade. Hoje temos uma estrutura enxuta e qual-quer promoção tem que contar com o trabalho de nossos diretores, que não são remunerados. Ocorre que o Real trouxe inúmeras dificuldades para as empresas e os diretores têm que se dedicar muito mais aos seus negócios profissionais. Desta forma, consideramos que este novo gerente poderá levar adiante projetos como criação de uma Central de Cobranças, Central de Eventos, Cartão de Afinidade da ACIM e outras novidades que serão oferecidas aos nossos associados.

Posse

Teremos em janeiro a posse do prefeito e dos vereadores. Eles entrarão para a história como as autoridades de transição para o ano 2000. Claro, esperamos muito mais deles. Desejamos que Deus os ilumine para que possam fazer uma gestão plena de justiça social. Onde nos-



soz municipais e nossas empresas não sejam penalizados com altos tributos. E que nossas reivindicações, desde as mais simples até as mais complexas, sejam analisadas com bastante racionalidade.

União

A cidade vem se caracterizando nos últimos meses por um pensamento único: que é o desenvolvimento social e econômico. Divergências pessoais só nos trouxeram prejuízos. Hoje, temos visto importantes lideranças sentando-se à mesma mesa, defendendo interesses comuns a todos. Saudamos com alegria estes novos tempos. Que eles perdurem para sempre. Acima de tudo, os interesses coletivos!

Ação Norte/Noroeste

O apoio do Governo do Estado é fundamental para nossas pretensões de voltar a crescer econômica e socialmente. Sabemos que para tanto, precisamos nos unir, fazer projetos, indicar caminhos. E é o que faremos. Em conjunto com Londrina, Campo Mourão, Paranavaí e outros tantos municípios, queremos resgatar velhos índices de crescimento de nossa região. Estratégias estão sendo pesquisadas. No momento oportuno, chamaremos a sociedade para discutí-las.

Números não mentem

A região metropolitana de Curitiba tem 31% das indústrias do Paraná. São 8.878 estabelecimentos. A região participa com 67,8% do ICMS pago pelo setor. Somente em Curitiba são 5.676 estabelecimentos, que representam 20% das 28.253 indústrias do Estado, ou 41,7% da arrecadação do setor.

A título de curiosidade: segundo o Governo do Estado, os cinco maiores contribuintes do Paraná são responsáveis por 33,31% do ICMS.



Criado o Núcleo do Comércio - pág 24

ENTREVISTA	06
CAPA	08
ALMOÇO EMPRESARIAL	16
NATAL ENCANTADO	18
QUARTO BATALHÃO	22
INSTITUTO ADVENTISTA	23
COPEJEM	26
ARTIGO	28
MEU NEGÓCIO	29
PENSO ASSIM	30

ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS
DO NORTE DO PARANÁ
ANO XXXIII - Nº 372 - DEZEMBRO/96

Publicação Mensal da
Associação Comercial e Industrial
de Maringá - ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL
Luiz Carlos Masson

EDITOR RESPONSÁVEL
Dirceu Herrero Gomes - MT-2506-PR

COLABORADORA:
Terezinha Meneghel

DEPARTAMENTO COMERCIAL
Claudio Venâncio
Fones: (044) 972-3232 e 224-7793

CONSELHO EDITORIAL
Antonio Fermenton, Claudio Venâncio,
Dirceu Herrero Gomes, Fernando Rezende,
Luiz Carlos Masson, Luis Fernando Ferraz,
Maria Alice Pinatti e Paulo Morais Badan

PRODUÇÃO GRÁFICA E
EDITORACÃO ELETRÔNICA
Editora Organsil - Telefax: (044) 224-7793
Internet (e-mail): organsil@cybertelecom.com.br
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 Néu Alves Martins, 2321
Fone: (044) 226-1331 - Fax: (044) 223-5007
Caixa Postal 1033 - Maringá - Paraná

Filiada à ABERJE
Associação Brasileira de
Comunicação Empresarial



A MELHOR FATIA DO MERCADO



EXCELÊNCIA EM PRODUTOS



UMA PARCERIA CONSTANTE

Rua Alberto de Oliveira, 901
Telefax: (044) 224-3726
MARINGÁ - PR

LUKAS...

ESMOLAS NO FUTURO



Gerente total

por Marta Regina Kaiser

Na era do cérebro, onde as empresas reconhecem que a importância do ser humano se sobrepõe a mais moderna das tecnologias, a necessidade do executivo ter caráter global é mais evidente. O gerente de hoje deve ter uma personalidade holística, e pela renovação de crenças e valores gerar novos paradigmas. Este profissional é o retrato da obra Gerente Total. O livro traz um conjunto de características primordiais ao executivo da atualidade, para que possa ser mais eficiente e ter mais qualidade de vida ou vice-versa.

A excelência da gestão interna é vital para a consolidação da empresa, independente das agruras do ambiente de negócios. A velocidade das mudanças externas, em maior ou menor grau atingem a organização, a curto, médio ou longo prazo. O papel do gerente neste cenário é fazer acontecer, pensar e agir com rapidez. Ações imediatas mais consistentes são premissas básicas para criar o futuro.

O executivo de hoje é um novo líder: entusiasta, comprometido, humano, motivador, com vontade de aprender, prazer de ensinar, visão estratégica, empreendedor e ético. Antes de ser um exímio profissional, ele é humano e sua capacidade não diminui sua necessidade de afeição e apoio; a solidão no poder é uma reclamação constante. Trabalhar com paixão e ter prazer em acordar para um novo dia são características pessoais que agregam valor ao profissional, que num ambiente conturbado necessita ser proativo, priorizar atividades e delegar cada vez mais, antecipando soluções. Os autores frisam inúmeras vezes a importância de errar por ação, não por omissão.

A empresa humanizada, composta por seres humanos realizados como pessoas e profissionais, é a condição da qualidade. Nela as pessoas produzem mais e melhor. A internacionalização das empresas exige mudanças que não podem ser realizadas sem o comprometimento dos funcionários. *A empresa que recebe os naturais riscos do crescimento já está correndo o risco de nada realizar nem transformar.*

A visão reducionista profissional – que limita o espaço do gerente ao redor de si mesmo, impedindo a visibilidade do progresso mundial – deve ser substituída pela versatilidade. Substituir as preocupações excessivas com o trabalho pela tranquilidade e imparcialidade conduzem a um melhor raciocínio e conseqüentemente melhor resultado. A cultura abrangente e o pensamento global permitem uma melhor convivência com a ambigüidade (flexibilidade/risco) fator extremamente



Livro: Gerente Total - Como Administrar com Eficácia no Século XXI
Autores: Marco Aurélio Ferreira Vianna e L.A. Costacurta Junqueira
Editora: Gente

comum nos dias de hoje. O erro deve ser encarado como parte natural do processo de aprendizagem, sua redução contínua deve ser um objetivo sagrado.

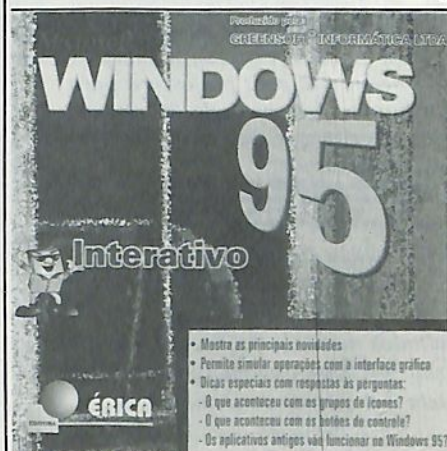
O estilo *coach* – treinador, orientador – de gerenciamento permite ao gerente despertar habilidades e talentos através de uma postura de educador, transferindo experiência e conhecimento. A transformação do executivo, livrando-se do ranço dos vícios adquiridos, exige um *mea culpa* sincero e o firme propósito de praticar a inovação: arte e técnica de mudar o que existe, criar o que não existe e melhorar o que o concorrente tem.

A administração do tempo, a negociação eficaz, o relacionamento interno e a importância da comunicação também são abordados.

Transformar o relacionamento entre seres humanos num círculo virtuoso em torno de um objetivo comum, com certeza é uma tarefa árdua. A obra Gerente Total é uma fonte de inspiração para realizar mais facilmente este trabalho.

Marta Regina Kaiser é Administradora e Gerente da Poppi Z. Borges Propaganda

**OS LANÇAMENTOS DA
 INFORMÁTICA,
 OS CLÁSSICOS DA
 ADMINISTRAÇÃO
 E OS SUCESSOS DO
 MARKETING.**



**Os lançamentos da
 informática sobre
 programas ou CD-ROM
 você encontra na Bom
 Livro, sempre com os
 melhores preços e um
 atendimento nota 10.**

Bom Livro
 LIVRARIA - PAPELARIA - BRINQUEDOS

AV. HERVAL, 362
 FONE (044) 222-5911
 R. S. DUMONT / AV. G. VARGAS
 FONE (044) 226-5250

Um momento histórico

Este ano, 280 alunos das oitavas séries do Colégio Regina Mundi realizaram um trabalho de campo sobre as eleições municipais. O trabalho fez parte da disciplina de História, ministrada pela professora Amábile Boschilia. Aproximar os alunos dos fatos históricos foi uma forma encontrada pela professora para auxiliar na formação de lideranças, de novas cabeças, de gente com perspectiva de futuro.

"Sempre trabalhei assim. Acredito muito na força da criança, na competência que ela tem para aprender. E a melhor forma de passar a aprendizagem é deixar fazer". Os resultados da pesquisa dos 280 alunos estão se transformando em uma revista: "A mágica da Democracia".

É o primeiro trabalho de campo dirigido pela professora que será publicado. Ela tem outros projetos, como estudar a relação Capital x Trabalho. Junto com os alunos, também descobriu ex-pracinhas da 2ª Guerra Mundial em Maringá. E o trabalho das eleições continua.

A seguir, veja um pouco das idéias da professora, como foi o comportamento e também as descobertas dos alunos durante o trabalho pré-eleitoral.

ACIM: Como surgiu esse trabalho específico com eleições?

AMÁBILE: Eu trabalho fazendo formação de conceitos com meus alunos. Nós pegamos um período da história e analisamos a economia, a filosofia, a política, a religião, enfim, como essas coisas se entrelaçam, como a história é criada. Essa eleição foi um momento magnífico de nossa história: é a última onde o cidadão é eleito e executa seu mandato neste século. Esses alunos, na faixa de 13 e 14 anos, serão os próximos eleitores de deputados, presidentes e prefeitos. E acredito que se eles não souberem avaliar, eu não estarei fazendo absolutamente nada. Não quero ser a coisa extraordinária da história. Mas acredito que seja uma responsabilidade minha não deixar passar um momento grandioso de democracia como esse.

ACIM: Como foi a receptividade dos alunos quando a senhora expôs a idéia do trabalho?

AMÁBILE: No começo a aceitação não foi



"É preciso aprender a avaliar uma ação política. Não basta se colocar contra ou a favor de uma situação, mas de dizer o porque você tomou este posicionamento.

Eu sempre digo que existe grande diferença entre bater boca e discutir. Você bate boca porque não entende nada, e discute porque tem um ponto de vista que pode ser transmitido ou alterado"

boa. O pessoal comentava: "eu vou ter que catar santinho", "conversar com vereador". Demorou para que o trabalho ganhasse impulso. Ele não valia nota e os alunos não tinham interesse nenhum pela política. Diziam que gostavam de história, mas torciam o nariz quando pensavam no trabalho. Com o tempo, começou a haver um pequeno interesse de alguns e isso foi aumentando. No final, a participação foi de 100%.

ACIM: Em algum momento houve a torcida por este ou aquele candidato?

AMÁBILE: Não. Em nenhum momento houve cor partidária. Fizemos até um sorteio para saber com qual candidato cada turma iria trabalhar.

ACIM: E de que forma os estudantes colheram subsídios para o trabalho?

AMÁBILE: Eles fizeram uma grande pesquisa em jornais e revistas. Gravaram programas políticos e músicas de campanha.

Recolheram santinhos. Fizeram entrevistas com todos os candidatos a prefeito e com a maioria dos candidatos a vereador. Foram à Câmara e descobriram o papel do vereador. Tiveram acesso a documentos. Ai eles começaram a questionar que um cidadão, para desempenhar o papel político verdadeiro, só pode fazê-lo se tiver uma boa formação.

ACIM: Houve algum tipo de mudança no comportamento dos estudantes no decorrer deste trabalho?

AMÁBILE: A mudança comportamental deles foi fantástica. Eles descobriram entre as propostas dos candidatos o que é viável e o que não é possível de ser feito, o que é prático e o que é eleitoreiro. Isto eles descobriram com uma sabedoria muito grande. Todos, sem nenhuma exceção, mudaram completamente a visão que tinham do que é ser um candidato a vereador. É como se antes eles não fizessem parte daquele mundo pré-eleitoral. Conforme se envolveram neste processo, começaram a aceitar ou não certos comportamentos, e a discutir com seriedade. Por exemplo: a questão do passe livre dos estudantes foi amplamente debatida. Hoje eles fazem uma crítica bastante ponderada sobre este assunto. O interessante não é dar a opinião, mas formar a opinião.

ACIM: Como os estudantes analisaram o papel da mulher nestas eleições?

AMÁBILE: Na realidade esta questão passou como um entendimento. Não chegou a ser amplamente discutida. Só queríamos caracterizar a posição atual da mulher. A passagem da mulher na história vem se fazendo mais recentemente.

ACIM: Durante a pesquisa os estudantes analisaram a contra-propaganda. Como surgiu o interesse por esse assunto?

AMÁBILE: Essa discussão apareceu no momento em que um aluno leu em uma coluna do jornal "O Diário" que, como em eleições anteriores, a contra-propaganda estava prestes a acontecer através de jornais apócrifos. A primeira descoberta foi o significado da palavra "apócrifo". Depois de alguns dias surgiram os tais jornais. Ai, os estudantes conseguiram exemplares que foram analisados.

ACIM: Como os candidatos receberam os

estudantes?

AMÁBILE: A maioria era difícil de ser localizada, ou porque não era encontrada, ou porque não tinha tempo de conceder a entrevista. Mas, no momento em que o encontro acontecia, era muito agradável.

ACIM: E qual a opinião dos estudantes com relação ao discurso dos candidatos. Eles percebiam conotações demagógicas?

AMÁBILE: Com tranquilidade. Eles perceberam que a maioria fala o que as pessoas querem ouvir, com a única intenção de pegar votos. Houve um sentimento entre os alunos de que eles não foram atendidos enquanto cidadãos.

ACIM: Qual é a seqüência deste trabalho?

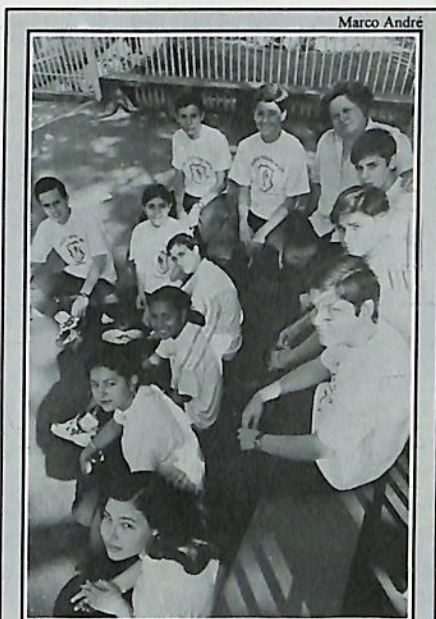
AMÁBILE: Hoje estamos confeccionando uma revista com uma seleção do material coletado. E, depois disso, no final de cada ano, vamos ler o programa de cada candidato e analisar o que ele está fazendo. Não no sentido de cobranças ou críticas. Mas de entender como é o comportamento político, o que é executar uma proposta política, como o povo é visto dentro deste programa, qual a marca mais forte. Quer dizer, vamos aprender a avaliar uma ação política. Não basta se colocar contra ou a favor de uma situação, mas de dizer o porque você tomou este posicionamento. Eu sempre digo que existe grande diferença entre bater boca e discutir. Você bate boca porque não entende nada. Você discute porque tem um ponto de vista, que pode ser transmitido ou alterado.

ACIM: O que a senhora espera com a publicação da revista "A mágica da Democracia"?

AMÁBILE: É a concretização do registro de um fato histórico. A história parece uma coisa distante, uma coisa feita pelos outros, algo que a gente decora, aprende. E hoje os alunos que participaram deste trabalho têm um visão diferente da disciplina, diferente do papel deles enquanto cidadãos, enfim, tiveram mudanças comportamentais para melhor. A opinião deles está mais amadurecida. Fiquei encantada com os resultados. Então, imagino que eles sentirão, com a revista, que realizaram um documento histórico.

ACIM: A senhora tem planos de realizar outros trabalhos de campo como esse?

AMÁBILE: Já iniciamos um trabalho sobre a 2ª Guerra Mundial. E agora vamos pesquisar suas influências em Maringá. Já fizemos algumas entrevistas com ex-pracinhas que moram aqui. Vamos procurar alemães, japoneses e outros povos que viveram aquele momento. Faremos um contraponto. Um outro projeto é pesquisar a relação Capital x Trabalho. Para isso, pretendemos pesquisar a Coca-Cola, que é uma multinacional; a Cocamar, que é uma empresa maringense, urbana; e temos intenção de visitar a usina Santa Terezinha, que



"A mudança comportamental dos estudantes foi fantástica. Eles descobriram entre as propostas dos candidatos o que é viável e o que não é, o que é prático e o que é eleitoreiro. Isto eles descobriram com uma sabedoria muito grande. Todos, sem nenhuma exceção, mudaram completamente a visão que tinham do que é ser um candidato"

é nacional e rural. Saber como é a vida dos trabalhadores, como a indústria se ajusta com esta sociedade: o que ela dá, o que ela tira, quem ganha, quem perde.

ACIM: E como é a receptividade da escola com relação a esses trabalhos?

AMÁBILE: A escola adota a linha construtivista, e a formação do homem é Cristã, voltada para a cidadania.

ACIM: Como a senhora analisa a escola convencional no Brasil hoje?

AMÁBILE: Não sei se tenho competência para fazer essa análise. O que sinto é que estamos entrando numa fase de mudanças. Não dá para criticar. Precisamos mais é entender e discutir porque as coisas não acontecem como deveriam.

ACIM: A senhora concorda que deve haver uma mudança de cultura para que a situação melhore?

AMÁBILE: Isso é fundamental. Colocaram na cabeça do brasileiro que ele é terceiro mundo, que ele não aprende, que não vale nada, que não sabe, não faz, é subnutrido, é incompetente. A gente está saindo de uma bipolarização mundial: se você não era americanizado, era sovietizado. Este é o momento do resgate. Sinto que a sociedade está mudando.



BOX BLINDEX

*Para cada banheiro
uma solução criativa.*

*Não descora, resiste
à umidade, ao calor,
não absorve poeira,
gordura e resiste a
qualquer agente
químico,
permanecendo
sempre novo.*

**Qualidade,
durabilidade,
beleza.**

 VIDRAÇARIA®
GUAPORÉ

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

**20 anos de
qualidade transparente**



CAPA

A hora e a vez de Maringá

Estamos às portas de um novo ano. Um ano que promete ser marcado pela reviravolta na economia de Maringá, que estagnou na última década. Os empresários acreditam que o recém-criado Codem pode ser o caminho para essa redenção econômica

Diz o ditado que na crise há os que choram e os que vendem lenços. Ou seja, é preciso ser otimista mesmo na adversidade. E é justamente com este espírito que Maringá promete entrar em 97, ano de seu cinquentenário. Sem choro, porque é preciso vender lenços como nunca. O ano inicia com a perspectiva de redesenhar o perfil econômico da cidade, projeto encampado pelo Movimento Repensando Maringá e que começa a ser viabilizado com a criação do Conselho de Desenvolvimento Econômico (Codem).

O otimismo parece ter ressurgido, ainda que tímido. Afinal, as cabeças pensantes da cidade chegaram à conclu-

são que é possível pôr fim no marasmo econômico que há vários anos tem feito Maringá de refém. Para muitos, o próximo ano pode ser um divisor de águas na história do município, afinal são raras as vezes que poder público e sociedade se unem em favor de um projeto comum.

“Precisamos recuperar o tempo perdido”, dizem os empresários, representantes de entidades e profissionais liberais envolvidos no desafio. O tempo perdido, no caso, são os últimos oito ou 10 anos, período em que a cidade passou a conviver com algumas estatísticas ingratas, fruto, segundo os especialistas, da falta de uma política voltada para o desenvolvimento econômico.

FUGA DE CAPITAL: Levantamentos feitos pelo IDR mostram números comprovando que ao longo dos anos houve uma paulatina fuga de capital para outras localidades. Foi assim com o setor atacadista, que projetava Maringá no cenário nacional; foi assim com o setor de abate de bovinos, um dos principais do Brasil; e foi assim com a indústria de esmagamento de grãos.

Em apenas uma década, o município deixou de ser o segundo maior centro atacadista brasileiro e hoje já não figura nem entre os dez primeiros. Na agroindústria, o quadro se repetiu. Nos últimos seis anos, vários frigoríficos encerraram suas atividades em solo maringaense, mu-

dando para outros centros produtores. A cidade, que em 1990 abatia cerca de 300 mil cabeças de gado ao ano, em 95 passou a abater apenas 84 mil cabeças — uma queda de produção equivalente a 257%.

Situação parecida ocorreu com as indústrias de processamento de grãos que, frente à redução da matéria-prima na região (soja e milho principalmente), se transferiram para outras partes do país

onde a oferta é abundante. A agricultura também teve números negativos na última década. Esta evasão de capitais refletiu diretamente na economia municipal, provocando uma queda de quase 30% na arrecadação de ICMS. Entre 1980 e 1994, a arrecadação do imposto caiu de R\$ 61 milhões para R\$ 42,5 milhões.

Como explicar este processo de empobrecimento de uma cidade tão próspera como Maringá, onde o desenvolvimento parecia ser espontâneo? Para a maior parte dos analistas, a resposta é apenas uma: não houve preocupação com o crescimento econômico neste período. De acordo com o diretor do IDR (Instituto de Desenvolvimento Regional), Joilson Dias, vários fatores contribuíram para este quadro desanimador, mas o principal motivo foi a falta de uma política municipal que monitorasse a economia. “Durante todos estes anos, as sucessivas administrações não tinham sequer números e estatísticas que medissem o desempenho do setor produtivo em Maringá”, diz.

Esta também é a opinião do empresário Carlos Válder Martins Pedro, um dos coordenadores do Repensando Maringá. Ele salienta que as duas últimas administrações municipais se preocuparam mais em fazer obras estruturais do que atrair investimentos para a cidade. “O crescimento econômico foi esquecido e entregue à iniciativa privada”, critica.

Segundo o empresário, depois de perder seu setor atacadista, centro de abate e as indústrias de esmagamento de grãos, Maringá precisa definir uma linha de atuação para retomar o desenvolvimento. Mas, antes disso, é fundamental descobrir qual a vocação econômica do município e em seguida investir na formação de recursos humanos para o setor, seja ele qual for. “Para atrair investimentos tem que estar



Martins Pedro: “outra oportunidade como esta não surgirá tão cedo”

muito bem estruturado, ter tudo planejado”.

NOVA VOCAÇÃO: É neste contexto que entra o Codem, órgão recém-criado com a finalidade de decidir e colocar em prática os projetos na área de desenvolvimento. “Acredito que esta é uma oportunidade única de recolocar Maringá no caminho do crescimento”, ressalta Martins Pedro. “Se este movimento morrer no vazio, outro esforço igual não surgirá tão cedo”.

Na avaliação do diretor do IDR, a vocação econômica de Maringá já está delineada. A tendência, afirma, é a cidade se tornar um centro de serviços especializados e um pólo educacional. Ele cita a aptidão natural da cidade no campo da prestação de serviços, nas áreas médica, hospitalar, de consultoria e outras. A Universidade tem papel fundamental neste processo, com a formação de recursos humanos e cursos de especialização. “Também não podemos esquecer da importância de cursos técnicos para treinar trabalhadores. Se queremos atrair investimentos, temos que oferecer mão-de-obra qualificada”, afirma.

Estatísticas apresentadas pelo Sine (Serviço Nacional de Empregos) mostram que, em Maringá, muitas vagas não são preenchidas no mercado de trabalho porque faltam profissionais treinados. A sugestão do diretor do IDR é que os sindicatos formem centros de treinamento de mão-de-obra em conjunto com a Secretaria do Trabalho e Sine.

MACRO-POLÍTICA: Em fase de estruturação, o projeto para o desenvolvimento de Maringá contempla políticas de crescimento para os próximos 25 anos. Mas como garantir que com o passar dos anos não seja abandonado a exemplo de tantos outros? Segundo o advogado, ex-

RESTAURANTE DEVILLE



Atrações Deville

Diariamente

- Café da manhã servido no restaurante das 07h às 10h00. Almoço e Jantar à la carte, o melhor da Cozinha Internacional
- **Dixie Bar** – No térreo do hotel, aberto ao público das 18h00 à 01h00, com o melhor serviço, de drinks e coquetéis da região.
- **Sauna** seca e úmida, piscina, sala de jogos salões de convenções

Consulte-nos.



HOTÉIS



Deville

MARINGÁ

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

**O
PAM
não
fecha
mais.**

**nem de
dia**

**nem de
noite.**

**PAM
HOUSE**

ambulatório próprio

**agora
24 horas**

Fone: 224 1530

reitor da UEM e consultor da ACIM, Paulo Roberto Pereira de Sousa, a sociedade tem papel importante neste desafio. "E a sociedade organizada está consciente deste papel. A tarefa básica é pressionar os governos no sentido de se criar uma macro-política de desenvolvimento que contemple toda a região".

Segundo Pereira de Souza, o programa vingará se houver o comprometimento das classes produtivas e do poder público. O primeiro passo seria definir quais as vocações econômicas do município e em seguida planejar um crescimento sustentado e planejado para cada setor. É preciso pensar em todas as etapas de produção, desde a formação de mão-de-obra, disponibilidade de matéria-prima e localização do mercado consumidor.

A saída para o crescimento, diz o consultor, está na capacidade do município verticalizar a produção. Isso significa aproveitar ao máximo as possibilidades de agregar valor aos produtos locais. Ele cita como exemplo a soja e a cana-de-açúcar. Em vez de produzir apenas óleo



Para Souza, a sociedade tem papel fundamental na retomada do crescimento

de soja, álcool e açúcar, que agregam pouco valor, a alternativa seria produzir também outros derivados que alcancem maior cotação no mercado.

No caso específico da indústria de confecções, por exemplo, apontada por Pereira de Souza como uma das vocações econômicas do município, o processo de produção iria desde o cultivo da fibra de algodão até a confecção final. Tudo feito na região mesmo. Seria preciso cobrar do governo um maior incentivo ao plantio da cultura, com programas especiais de crédito. "É claro que para incentivar o cultivo é necessário mudar até a política de importação do produto, que hoje entra

BRDE

Na busca de soluções para os problemas, principalmente de capital de giro, vividos pelos empresários da região, a diretoria da ACIM se reuniu com o vice-presidente do BRDE, Fernando Fontana, no dia 9 deste mês. A instituição é ligada ao BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, que tem recursos superiores a R\$ 16 bilhões para 1997.

Questionado pelo presidente Hélio Costa Curta sobre linhas para capital de giro, Fernando Fontana afirmou que este tipo de financiamento é o mais requisitado pelos empresários de todo Paraná.

Fontana afirmou que algumas regiões já conseguiram financiamentos diferenciados. Ele citou o setor coureiro-calçadista do Rio Grande do Sul. Lá, os empresários conseguiram linhas onde os investimentos já feitos anteriormente serviram como contrá-



Fontana participou de reunião da ACIM

partida. Segundo ele, estas linhas têm que ser negociadas política e tecnicamente, ou seja, é preciso união dos empresários, entidades e políticos.

SOLUÇÕES: *Foram discutidos vários caminhos para promover uma aproximação maior entre os empresários do Noroeste e BRDE. Uma delas é a vinda de um técnico da instituição uma semana por mês para Maringá. Fernando Fontana informou que recentemente o banco fez um convênio com o Sebrae, que agora tem condições de analisar previamente propostas de financiamento.*



Costa Curta: mobilização para reivindicar junto ao Governo do Estado

no país a preços muito baixos”, diz. “Dai a necessidade de uma política macro, que envolva os governos Estadual e Federal.”

REIVINDICAÇÕES: Eufórico com as novas perspectivas, o presidente da ACIM, Hélio Costa Curta, afirma que a entidade começa a se movimentar no sentido de reunir lideranças regionais em torno do projeto. Afinal, o plano de desenvolvimento tem como alvo todo o Norte do Paraná. A idéia é reunir os prefeitos das principais cidades da região para discutir as reivindicações a serem feitas ao Governo do Estado. “Queremos com isso unir forças para reivindicar tributos, linhas de crédito especiais, recursos para as universidades de Maringá e Londrina”, enumera.

Costa Curta salienta que a colaboração dos futuros prefeitos de Maringá é vital para o programa de desenvolvimento alcançar sucesso. “Queremos que todos os administradores tenham o projeto como meta principal”. Na opinião do presidente da ACIM, investir nesta iniciativa é uma forma de proporcionar qualidade de vida para a população. “Crescimento econômico implica em trabalho, em salário e, conseqüentemente, em qualidade de vida”.

CONFECÇÕES: Apontado como uma das vocações econômicas de Maringá, o setor de confecções começa a dar sinais de reaquecimento. Depois de uma avalanche de falências que atingiu a ati-



Para Joilson Dias, o empresariado acordou para a realidade

vidade nos últimos dois anos, levando inúmeras indústrias a fechar as portas, as empresas que conseguiram sobreviver à crise se esforçam para retomar a trilha do crescimento.

Nesta nova realidade, o presidente do Sindicato das Indústrias do Vestuário de Maringá, Antônio Recco, se mostra otimista. Segundo ele, depois do impacto inicial, as empresas começam a recuperar as vendas. O sindicato vem colaborando neste processo com ações voltadas para a especialização dos fabricantes.

De acordo com o sindicalista, a quebradeira que atingiu o setor entre 94 e 95 resultou da falta de um crescimento planejado da atividade. Ele cita que em três anos, o número de indústrias de confecções praticamente dobrou em Maringá. “A maioria dos novos confeccionistas se lançou no mercado sem nenhum planejamento prévio, sem pesquisar itens como preço e aceitação do produto”, diz. “Quem não era do ramo, não conseguiu se adaptar às mudanças provocadas pelo Plano Real”.

Para Recco, a fase de estrangulamento ainda não passou e está exigindo profissionalização das empresas. “Quem não acordar para a nova realidade, não ficará no mercado”, avalia. Por isso, diz, a importância do empresário estar investindo em tecnologia e na qualidade do produto, sem esquecer dos preços competitivos.

NAPOLI
Restaurante e Pizzaria

*Conheça
Você
Também!*



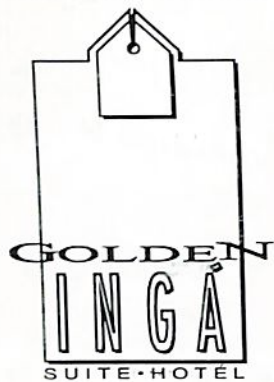
**COMPLETO SERVIÇO
"A LA CART",
PIZZAS, RODÍZIO
DE PICANHA,
SELF SERVICE
(por quilo no almoço),
PRATOS ORIENTAIS
E MUITO MAIS !**



NAPOLI
Restaurante e Pizzaria

Fone: 222-9162

Rua Santos Dumont, 2.555



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

Ao comentar a estagnação econômica que atinge Maringá, Antônio Recco tem uma opinião no mínimo inusitada. Para ele, não existe crise econômica no país, existe sim crise administrativa das empresas. "O que falta é uma nova mentalidade empresarial, onde a profissionalização é o ponto de partida. Manter-se ativo no mercado hoje exige, mais do que nunca, total dedicação ao negócio, é preciso viver a empresa 24 horas por dia".

O presidente do Sindvest se diz entusiasmado com os rumos do setor e, principalmente, com o futuro de Maringá. Afirma que o empresariado maringaense



Recco: "não existe crise no país"

e o poder público municipal parecem ter acordado para a realidade. "Já não é possível governar sem projeto macroeconômico e para isso está aí o Codem, que terá orçamento próprio para executar a nova política de desenvolvimento".



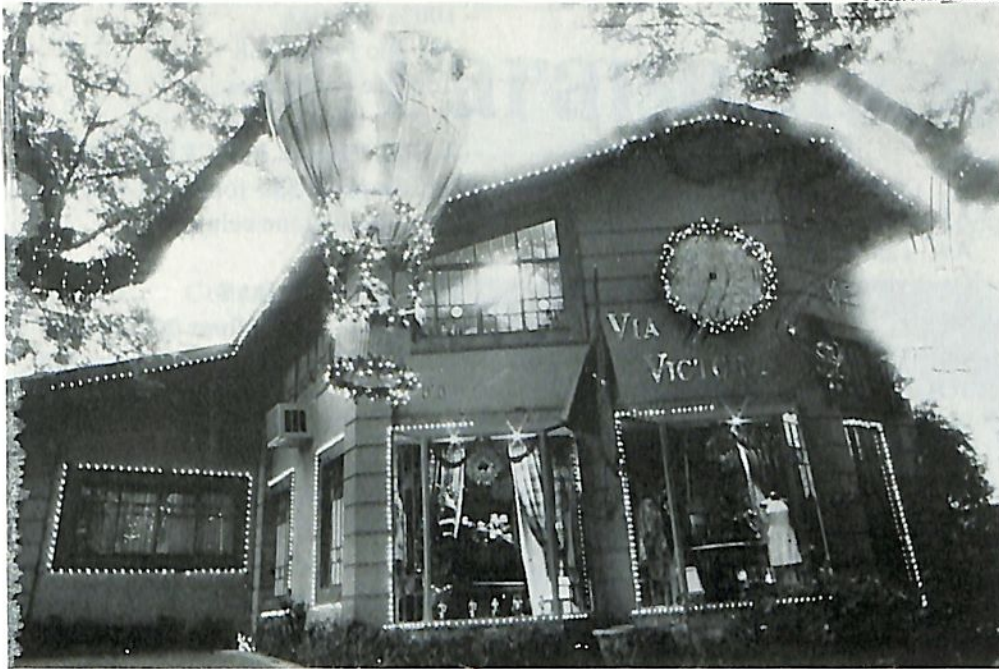
Apoio da Faciap

O presidente da ACIM, Hélio Costa Curta, realizou várias reuniões com o presidente da ACIL (Associação Comercial e Industrial de Londrina), Abílio Medeiros, para discutir formas de buscar o desenvolvimento conjunto das regiões Norte e Noroeste do Estado. Os dois presidentes entendem que as regiões têm problemas parecidos e as soluções podem surgir com mais facilidade se perseguidas de forma ordenada.

E, na busca destas soluções, a ACIM trouxe para Maringá o presidente da Federação das Associações Comerciais e Industriais e Agrícolas do Paraná, Farage Kouri. O presidente

participou de uma reunião da Diretoria Executiva da ACIM (foto). Na oportunidade, os empresários expuseram todos os problemas enfrentados, principalmente com relação ao descaso do Governo para com as cidades do Norte e Noroeste.

Farage Kouri prometeu todo empenho junto ao Governo do Estado no sentido de auxiliar no desenvolvimento das cidades das regiões de Londrina e Maringá. "Dentro deste espírito, não de agressão, mas de coesão, posso afirmar que se levarmos projetos destas regiões ao Governo, ele aprovará", ressaltou o dirigente.



ços, condomínios, até residências. O objetivo é envolver todos os segmentos da comunidade neste concurso.

A diretora da Câmara de Turismo e Eventos da ACIM, Sonia Uliana, acrescenta que o concurso vem de encontro às metas da própria campanha do "Natal Encantado", ou seja, incentivar o espírito natalino entre as pessoas e deixar a cidade ainda mais bonita, possibilitando maior aquecimento do comércio.

Os participantes no concurso são divididos em seis categorias: Grandes Comércios e Indústrias (indústrias, shoppings, supermercados, atacadistas, revendas de automóveis); Pequenos e Médios Comércios (lojas de varejo); Estabelecimentos Ligados ao Lazer (hotéis, restaurantes, bares, lanchonetes, choperias, casas noturnas, clubes sociais

e cinemas); Estabelecimentos de Prestação de Serviços (hospitais, clínicas, escolas, escritórios e postos de gasolina); Edifícios Comerciais e Residenciais, e Residências Térreas.

FOTOGRAFIA: A Câmara Setorial de Turismo e Eventos da ACIM lançou também o Concurso Fotográfico "Natal Encantado". Só puderam ser inscritas fotos feitas de residências e empresas participantes do Concurso de Decoração Natalina promovido pela entidade.

Entre os objetivos do concurso de fotografias estão: aproximar a ACIM da comunidade; incentivar a realização de trabalhos fotográficos; estimular a decoração natalina e a participação de um número maior de empresas no Concurso de Decoração Natal Encantado, e revelar novos talentos para a fotografia.



Empresário

- **Compra de Crédito**
(duplicatas e outros)
- **Financiamento**
a lojistas
- **Menor taxa**
de mercado

RICCI
FACTORIZING LTDA.

LIGUE
☎ (044) 226-4404

CONSULTORIA A MICRO E PEQUENO EMPRESÁRIO

Em Janeiro/97, entra em vigor a nova legislação tributária da Micro e Pequena Empresa. É o **SIMPLES** - Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições. Para saber se sua empresa poderá optar pelo **SIMPLES**, consulte quem entende.



EXITUS

Escritório de Contabilidade
Av. Tiradentes, 202
Telefax (044) 222-4942

NO EXITUS O SIMPLES É SIMPLES

NOVOS SÓCIOS

- **ELO FACTORING**

R. Piratininga, 343
Fone: 223-1717

- **LOJAS DUDONY**

Av. Brasil, 3293-A
Fone: 222-8393

Com. de eletrodomésticos

- **THIAGOMAR**

Av. dos Palmares, 478
Fone: 228-8788

Com. de mat. de construção

- **VOGUE**

Av. Brasil, 3746 - fone: 223-4768
Com. de gabaritos e confecções

- **ERITON MOTOS**

Av. Brasil, 1297 - fone: 222-7448
Com. de peças e assist.
técnica p/ motos

- **AICLOS TÊXTIL**

Av. Tamandaré, 379 - fone: 222-5711
Com. de tecidos

- **CONDOMÍNIO EMPRESARIAL
Joubert de Carvalho**

R. Joubert de Carvalho, 373
Fone: 222-8631

- **HIDE OUT**

Shopping Av Center - fone: 222-6793
Com. de artigos p/ presentes

- **MSA**

Rodovia PR 13 Km 04 - fone: 262-3388
Ind. e com. de móveis

- **MARIVEST**

Av. Brasil, 3485 - fone: 226-6381
Com. de confecções

- **LOJAS BRASIL**

Av. Brasil, 2877 - fone: 222-7580
Com. de confecções

- **HLI - MARINGÁ**

R. Pioneiro Palmira, 2038
Fone: 226-1918
Ind. e com. de carimbos

- **AUTO MECÂNICA EDGAR**

R. La Paz, 361 - fone: 223-0602

- **ADVOCACIA E CONSULTORIA
EMPRESARIAL**

Av. Getúlio Vargas, 72 - fone: 226-4113

- **CONDOMÍNIO RESIDENCIAL
EÇA DE QUEIRÓZ**

R. da Glória, 356 - fone: 224-7003

- **TAIKO AGRÍCOLA**

R. Rubens Sebastião Marin, 1264
Fone: 228-6464
Com. de implementos
máquinas agrícolas

- **WORLD IMPORTADOS**

Av. Humaitá, 17
Fone: 224-4305

- **PINCK AND BLUE - FREEDOM**

Av. Humaitá, 224 - fone: 224-9194
Ensino de idiomas

- **100% MODA**

Av. São Paulo, 368
Com. de confecções

- **A BOUTIQUE DO CELULAR**

Av. Curitiba, 53 - fone: 224-9817
Com. de telefone celular

- **MALENA MODAS**

Av. Brasil, 3059 - fone: 222-3215
Com. de confecções

- **UNIMODAS**

Av. Brasil, 3492 - fone: 223-6429
Com. de confecções

- **GREEN HOUSE PINTURAS**

R. João de Barro, 571 - fone: 224-7805
Pinturas Indl, Coml e residencial

- **ATIVI - FILTRO**

R. Néo Alves Martins, 1734
Fone: 223-4443
Com. de Purificador de água

- **ESCRITÓRIO LUSO BRASILEIRO**

Av. Guaiapó, 220 - fone: 223-6711
Escritório de contabilidade

- **KI-BELL**

Av. Pedro Taques, 2891
Fone: 228-4545
Com. de gêneros alimentícios

- **BROTHER'S**

Av. Pedro Taques, 1400
Fone: 226-2762
Com. de bebidas, lanches e sorvetes

- **MABALI CONFECÇÕES**

Av. Morangueira, 456
Fone: 223-5456

- **PEAK**

Av. São Paulo, 120 - fone: 221-2303
Com. de confecções

- **FÁTIMA ANTIGO**

R. Demétrio Ribeiro, 430
Fone: 222-8003
Consultoria Empresarial

- **J.D. MÓVEIS**

Av. Brasil, 2821
Fone: 222-2719

- **ATUAL MODAS**

Av. Herval, 448
Fone: 223-4412
Com. de confecções

**Uma empresa de
crédito garantindo o
retorno de seu crédito.**



COBRAPAR

Experiência comprovada em:

COBRANÇAS

SERVIÇOS

**ASSESSORIA
JURÍDICA**

Waldir Freres

ADVOGADO

MARINGÁ - Fone: (044) 226-5114

LONDRINA - Fone: (043) 323-1838

Paraíso na torre

Empreendimento inovador, Marquezzini Trade Center Torre vai unir alta tecnologia para escritórios e a tradição do capricho de uma família

A Construtora Fagmaa tem muitos motivos para comemorar. Há 45 anos o pai do engenheiro civil Luiz Roberto Marquezzini comprou um terreno bem no centro de Maringá. O filho fundou a empresa em 1990 em parceria com o economista e administrador paulista Roberto Dantas Pinto Pessoa. Agora, a Fagmaa começa a executar a fase final de um edifício planejado para ser o mais moderno, confortável e funcional centro empresarial da região.

A Torre do Marquezzini Trade Center tem prazo previsto de entrega em 36 meses, com pagamento em até 60 meses. "É um empreendimento



Fotos: Marco André

Marquezzini e Franco: "Sem dúvida um ótimo investimento"

construído com recursos próprios e a preço fechado", comemora Luiz Roberto. O projeto foi idealizado em duas etapas. Na primeira chegou-se à quarta laje e já funciona no local um Shopping Center com

têm filhos estudando. Sem dúvida, um ótimo investimento, com zelo familiar desde sua origem", comenta Aerce Norberto Franco, da Francomil Imóveis, responsável pelas vendas.

17 lojas. A Torre terá 15 andares, com pavimentos flexíveis, ou seja, o proprietário vai poder fazer as divisões que quiser.

Entre outras novidades, o centro empresarial vai contar ainda com auditório, restaurante panorâmico, elevadores de última geração e um pool de secretárias, office-boys e máquinas de fax e fotocópias à disposição. "A maioria das vendas está sendo feita para profissionais liberais da região ou empresários que

Motivação e Vendas

Visando as vendas de Natal, a ACIM realiza evento em que procura motivar os comerciários e transmitir as técnicas que um bom vendedor deve ter

A ACIM realizou no final de novembro, com apoio do Sebrae, o Ciclo de Palestras "Entusiasmo e Qualidade Produzem Resultados". O evento reuniu 100 comerciários durante dois dias no Hotel Cidade Verde. Os palestrantes foram o diretor da Consultoria de Assuntos Sócio-Econômicos da ACIM João Gottardo, e o consultor de empresas Valésio Willemann.

Os palestrantes falaram sobre motivação e capacitação profissional. João Gottardo fez uma palestra com o tema "Motivação nas vendas". O consultor Valésio Willemann falou sobre "Técnicas de Atendimento e Vendas". A palestra do diretor da ACIM



O Ciclo reuniu 100 pessoas no Hotel Cidade Verde

foi no dia 28. Ele iniciou o evento falando sobre as modificações que a sociedade vêm passando nas últimas décadas.

"Nos anos 70 e 80 as modificações

demoravam em média nove anos para acontecer. Nos anos 90, essa média caiu para 2,5 meses. No século XXI, as mudanças acontecerão em horas ou minutos", frisou Gottardo, lembrando que "estamos às portas do próximo milênio".

PERFIL: O palestrante Valésio Willemann mostrou ao público as técnicas e atitudes que o vendedor deve adotar. Falou sobre as barreiras no atendimento e deu dicas de como agir na presença do cliente. O consultor também ressaltou o novo perfil do profissional de vendas, enumerou os requisitos essenciais do bom vendedor, falou sobre os estágios no processo de compra, e abordou as técnicas de venda.

Evento reúne líderes

Prefeito de Campo Mourão participa de Almoço Empresarial da ACIM e prega a necessidade de um movimento que lute pelo desenvolvimento regional.

Para ele, Maringá deve liderar a região

O prefeito de Campo Mourão e ex-deputado federal, Rubens Bueno, foi o convidado especial do Almoço Empresarial que a Associação Comercial e Industrial de Maringá promoveu no dia 3 deste mês no Haddock Buffet. O evento reuniu lideranças políticas e empresariais de toda região.

O tema da palestra de Rubens Bueno foi "Pró-Campo - Desenvolvimento Regional". O Pró-Campo é um projeto implantado em fevereiro do ano passado naquela cidade, que visa a atração de investimentos na indústria, comércio e turismo, para ampliação de atividades já existentes ou implantação de novos empreendimentos. O projeto conta, para sua



Bueno pregou a união dos municípios do Noroeste

sustentação, com o Conselho Municipal de Desenvolvimento Econômico e com um Fundo, que fica com 1% da arrecadação do Município.

MOVIMENTO: O prefeito Rubens Bueno defende a adoção de um programa integrado que busque o desenvolvimento sustentado de toda região Macro-Noroeste. "Cabe ao prefeito eleito Jairo Gianoto, que vai administrar nossa capital regional, liderar este movimento. Quanto mais distante de Maringá, mais a pobreza aumenta".

Durante pronunciamento, o prefeito eleito de Maringá Jairo Gianoto concordou com Rubens Bueno. Ele prometeu empenho na defesa dos interesses regionais. "Só conseguiremos fortalecer Maringá com o fortalecimento de todo Noroeste", disse Gianoto.

Dama conquista a ISO 9002

A implantação das normas ISO 9002 tiveram início em 95. O envolvimento de funcionários e diretores possibilitou a conquista do certificado num curto espaço de tempo

A Concessionária Dama, de Maringá, tornou-se este mês a terceira revendedora Volkswagen do país a receber o Certificado ISO 9002. Foram quase dois anos de trabalho para se atingir este objetivo. A certificação é válida para todos os setores: revenda de automóveis, peças, acessórios e serviços.

"Quando iniciamos o processo de qualidade não tínhamos a intenção de pegar o certificado pois considerávamos esta meta quase inatingível", revela o diretor da Dama, Valdecir de Britto. Ele frisa que o objetivo era organizar melhor a empresa e oferecer serviços de qualidade aos clientes.

Assim, as metas atingidas superaram



Diretoria da Dama: persistência na certificação da ISO 9002

as expectativas. Valdecir lembra que após a implantação do programa de qualidade, a Dama se enquadrou dentro dos índices

de satisfação aceitos mundialmente pela Volkswagen. Nada menos que, no mínimo, 86% dos clientes saem satisfeitos da empresa. Esse índice é aferido tanto pela Dama, quanto pela própria montadora.

Um dos responsáveis pela implantação do processo de qualidade foi o gerente Odair Britto Filho, representante da Administração no Comitê da Garantia da Qualidade. Ele conta que o processo é difícil e que é preciso muita persistência para que seja levado adiante. Odair faz questão de ressaltar o apoio do Sebrae, que formou um grupo de empresas da região noroeste, entre elas a Dama, para buscar a Certificação ISO 9002. A Consultoria foi prestada pela Adetec, de São Paulo.



SANTA CASA SAÚDE



Em busca da Qualidade Total

Como qualquer outra empresa, frente ao momento econômico atual, a Santa Casa de Maringá precisa mudar para sobreviver e a palavra de ordem é profissionalização e modernização

“Qual a Santa Casa que queremos e que Maringá precisa?” Com esta pergunta é que o diretor superintendente da F&F Empreendimentos Associados e consultor hospitalar, Alfredo Ferreira, contratado pelos diretores do Hospital e Maternidade Maria Auxiliadora para planejar e viabilizar o Plano Santa Casa Saúde, tem procurado despertar a todos, desde funcionários, diretores e corpo clínico, até a comunidade em geral para a necessidade de se buscar saídas para a crise enfrentada por todos os setores, principalmente o da saúde. A Santa Casa de Maringá, assim como qualquer outra empresa frente ao momento econômico atual, precisa mudar para sobreviver. Mesmo sendo uma instituição filantrópica, é uma empresa social e como qualquer outra, precisa saber onde e como se encontra e onde pretende chegar. E a palavra de ordem, segundo Alfredo é a profissionalização e modernização.

Por isso é que, com o objetivo de melhorar constantemente a qualidade de atendimento médico-hospitalar prestado aos usuários do Plano Santa Casa Saúde e à comunidade em geral, os diretores da Santa Casa têm realizado todo um trabalho de conscientização e motivação para mudar.

Uma das primeiras medidas que estão sendo implementadas é a elaboração de um plano de ação consistente, a partir da formação de um conselho para estudar o que pode ser feito. “É preciso que todos entendam e participem do esforço para se desenvolver e modernizar. É somente através da ação conjunta que se terá resultado”, coloca Alfredo. Um aspecto importante ressaltado por ele é



Noth Camarão / Methodos

Funcionários, diretores e corpo clínico debatem as melhorias na Santa Casa

a solidariedade, que deve começar de dentro para fora. Se houver um bom relacionamento interno entre os funcionários do hospital, o atendimento ao público será muito melhor.

“Não podemos dar o que não temos dentro de nós”, complementa.

Atendimento aos carentes

“No Brasil presenciamos a maior crise de toda a história no atendimento à saúde de nossa gente. O que me conforta é pensar o quanto mais grave seria se não contássemos com as Santas Casas brasileiras”, diz Alfredo. Segundo ele, estas são responsáveis por mais de 60% do número

de eleitos hospitalares disponíveis e atendem a mais de 65% dos procedimentos ambulatoriais e internações hospitalares. “O problema é que as Santas Casas já chegaram à exaustão no atendimento aos mais carentes. A maioria tenta apenas manter as portas abertas, mas sem condições mínimas de curar a doença de seus usuários. A desmotivação e angústia é geral”, lamenta. Buscando evitar essa situação é que a Santa Casa de Maringá tem buscado alternativas de receitas financeiras, entre elas, o Plano Santa Casa Saúde. A boa aceitação que vem obtendo junto à comunidade, segundo os diretores do Plano, é que tem possibilidade a manutenção do atendimento às pessoas carentes com a mesma qualidade que sempre caracterizou o Hospital e Maternidade Maria Auxiliadora.

A cidade está mais iluminada

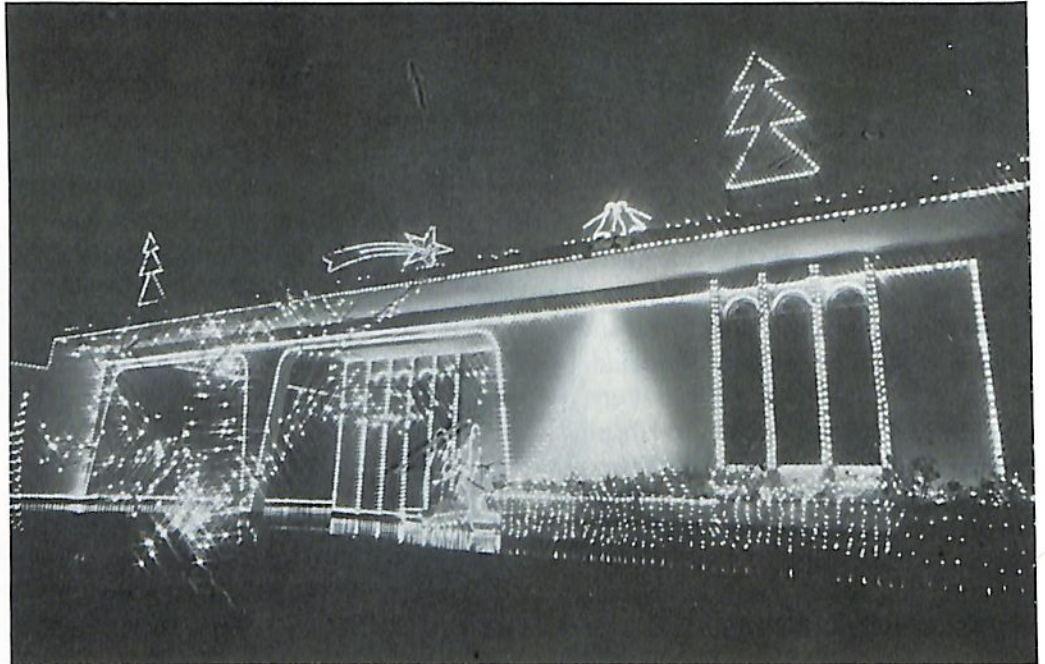
Centenas de lojistas participam da campanha Natal Encantado da ACIM. A campanha incentivou os lojistas e a população em geral a entrar no espírito natalino

A Campanha Natal Encantado, promovida pela ACIM em parceria com a Decoração & Cia, Centralcon e Sol Propaganda, conseguiu envolver a cidade no espírito natalino. Através da promoção foram enfeitadas e iluminadas as avenidas Tiradentes, São Paulo, Herval, Paraná, Brasil, Getulio Vargas e a rua Santos Dumont. Mas, mais que isso, a campanha conseguiu envolver as pessoas no espírito natalino.

Até o ano passado, os lojistas tinham que se preocupar com a iluminação das ruas e avenidas. Eram colocados cordões de lâmpadas comuns. Agora, com a iniciativa da ACIM, os comerciantes tiveram mais tempo de se preocupar com a decoração das fachadas e vitrines.

E a campanha motivou também a decoração de condomínios comerciais e residenciais. É grande o número de residências decoradas e iluminadas. "A população entrou no espírito natalino, deixando a cidade mais atraente. Com isso, acreditamos que a ACIM cumpre seu papel. Nossa campanha ainda foi modesta. É uma iniciativa nova e nem todos acreditaram nela", pondera Rubens Abrão, Diretor de Comércio da entidade.

O diretor de Eventos e Promoções, Ademir Lautenschlager, trabalhou mui-



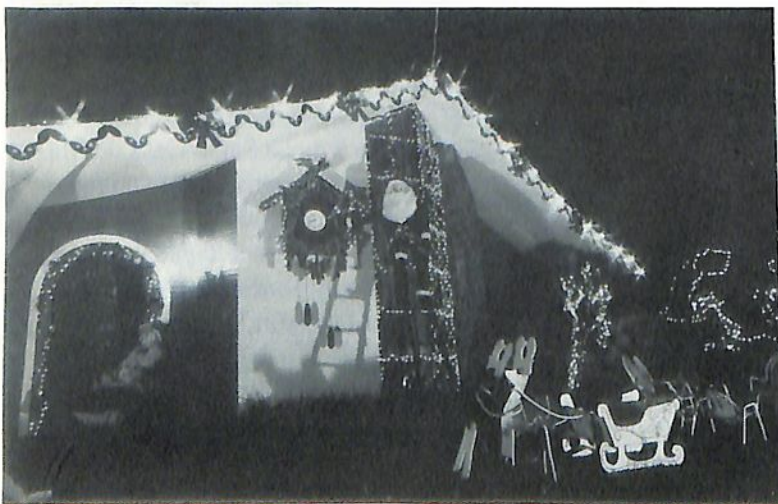
Fotos: Marco André

to pelo sucesso do Natal Encantado. Ele lembra que a campanha não saiu de acordo com o projeto inicial. Mas diz que sai satisfeito. "No ano que vem com certeza conseguiremos atingir todos os objetivos. Este ano iniciamos uma tradição. Foi um trabalho pioneiro em que a ACIM lutou contra muitas adversidades".

CONCURSOS: Para estimular ainda mais a decoração natalina, a ACIM, através da Câmara de Turismo e Eventos,

está realizando dois concursos. O primeiro premiará as melhores decorações natalinas em empreendimentos comerciais e residenciais da cidade. O segundo vai premiar as melhores fotos feitas justamente das empresas e residências participantes no concurso de decorações.

O "Concurso de Decoração Natal Encantado de Maringá" é dividido em vários setores, sendo premiados desde lojas, restaurantes, shoppings, postos de gasolina, empresas prestadoras de servi-





É NISTO QUE DÁ

DEDICAÇÃO

QUANDO SE FAZ COM

SERIEDADE

A ARTE DE SERVIR MELHOR:

COMPETÊNCIA

A CONQUISTA DA HONRA AO MÉRITO!



EM RESPEITO À QUALIDADE, POR VOCÊ, PARA VOCÊ.

Com o reconhecimento internacional da RWTÜV, a DAMA S/A recebe o CERTIFICADO DE QUALIDADE ISO 9002, conferido pelo principal Organismo Certificador da Alemanha. Aplicando conceitos de avaliação dos mais rigorosos do mundo, a RWTÜV insere a DAMA S/A, a sua concessionária Volkswagen, entre as 3 primeiras empresas do Brasil, com CERTIFICADO ISO 9002, no setor de vendas, fornecimento de peças e prestação de serviço especializado de fábrica. Dividir esta conquista com você é a nossa obrigação. Continuar fazendo cada vez melhor, por você, é o nosso objetivo de sempre.



DEDICAÇÃO - SERIEDADE - COMPETÊNCIA
Av. Paraná, 1222 - Fone 224-7133 - Maringá - PR
dama@wnet.com.br

Capital de Giro

Fusão

Fotos: Marco André



No final de outubro a Poppi Z. Borges e a Duppla Propaganda comunicaram oficialmente a clientes, iminentes clientes, parceiros e amigos – a fusão das duas agências. Pelas mãos da diretora do departamento de assessoria ao cliente, Tininha, lançaram a campanha de prospecção da agência, que tem o tema “We want you!” (Nós queremos você!), exclamação utilizada pelo “Tio Sam”.

Licitações

A Receita Federal de Maringá tem agora autonomia para fazer compras em âmbito regional. Assim, as empresas interessadas em participar das licitações do órgão devem providenciar seu cadastro. Além da concorrência às licitações da Receita, outra vantagem das empresas cadastradas é que a listagem local alimenta todo o sistema nacional. Assim, quando outro órgão federal, mesmo em outras cidades e estados, preparar uma licitação, terá acesso às empresas maringaenses. Para fazer o cadastro, as empresas de Maringá devem procurar o 30º Batalhão do Exército de Apucarana. Maiores informações pelo telefone (043) 423-6262, no Departamento de Relações Públicas do Batalhão.

Papai Noel

A cada ano a comunidade curte mais o Natal. E um dos símbolos desta época do ano, o Papai Noel, está cada vez mais em carne e osso na vida das pessoas, principalmente das crianças. Em termos de originalidade, o Shopping Avenida Center saiu na frente, com seu “bom velhinho” descendo de pára-quadras no centro da cidade.

Mesas decoradas



O Haddock Buffet dos empresários Pity-Paulo Marchese, organizou, cedeu o espaço e doou o coquetel para a 4ª Exposição Beneficente de Mesas Decoradas de Natal. O evento teve a colaboração de decoradores, arquitetos, lojistas e outros, que doam seu trabalho em benefício da Afim – Associação de Apoio ao Fissurado Lábio Palatal de Maringá. Durante a exposição, o público visitante votou na “preferida do público”, que recebeu um presente doado pela Bergerson. O tema da exposição foi em homenagem aos cem anos de cinema e a vencedora foi a decoradora Márcia Haddad, com o filme “Passagem para a Índia”.

Gerência e Regência



O que há em comum entre reger uma orquestra e administrar uma empresa? A resposta para esta pergunta foi respondida pelo consultor Raul Alberto Marinuzzi, durante a palestra “Gerência e Regência”, promovida pela Pentágono Consultoria, com patrocínio da ACIM. Marinuzzi tem experiência no assunto: trabalhou durante 28 anos na Cia Energética de Minas Gerais, período em que foi maestro da Sinfônica Mineira.

Repensando Maringá



No início deste mês, professores de diferentes áreas entregaram aos coordenadores do Movimento Repensando Maringá, as diretrizes para elaboração de um plano de desenvolvimento econômico do Município, estruturado para os setores rural, industrial, comercial e de serviços. O estudo foi feito a partir de um workshop de diretrizes estratégicas realizado com líderes dos mais diferentes segmentos da comunidade.

Qualidade



O Programa de Qualidade que está sendo implantado na ACIM pela Pentágono Consultoria passou pela fase do Seiso, um dos “5S”, que prevê um ambiente limpo. Foi feita uma auditoria em todos os departamentos da ACIM e após uma avaliação dos resultados do Seiso, foram premiados a Consultoria, em primeiro lugar, e em segundo o SCPC.

Reunião Aberta

O Conselho da Mulher Empresária e Executiva da ACIM realizou em novembro palestra com o tema “Decoração de Natal” (foto). As palestrantes foram Carla Zanon e Sandra Trabuco, da Decoração & Cia. Elas falaram sobre os símbolos presentes nas comemorações natalinas e mostraram os passos para se confeccionar guirlandas e árvores de Natal. E no dia 10 de dezembro, a professora da UEM, Rosa Izelli fez palestra em Reunião Aberta, com o tema “Qualidade Total”.

Construindo Parcerias

Uma das mais tradicionais construtoras de Maringá, a SISA consolida clientes como parceiros a cada entrega de obra

Com o nome formado pelas iniciais Sincler Sambatti, a SISA – Construções Civas Ltda – foi fundada em 1970 pelo saudoso ex-prefeito e por seu pai, Vitório. Depois, entrou na sociedade o engenheiro civil Luiz Tutomu Iczuka, “um grande profissional” – fazem questão de ressaltar os engenheiros Claudio Haruo Mukai e Claudiomar Barboza Sandri, que junto com o construtor Manoel Antonio da Silva, hoje respondem pela empresa.

“Nestes 26 anos a construtora consolidou uma confiança mútua com os clientes”, comemora Claudiomar Sandri. A SISA já ergueu dezenas de edifícios – a maioria em Maringá – sendo ainda responsável por obras em vá-



Sisa e Atacadão: parceria de longa data

rios estados, todas para clientes de longa data. A Santa Casa, por exemplo, é atendida há 18 anos.

Em 96, também o Atacadão completou duas décadas de pronto atendimento. O mais recente resultado desta parce-

ria é a nova sede da empresa em Maringá, obra conduzida pelo engenheiro civil Antonio Mário Manicardi Filho. Em apenas 5 meses, a SISA ergueu 12 mil metros quadrados. Segundo o engenheiro Claudio Mukai, foi utilizado um sistema de construção rápida, com pré-moldados de concreto e estrutura espacial de cobertura.

A loja agora apresenta confortáveis inovações para os clientes, como a ótima iluminação, praticidade, estacionamento coberto e sistema de isolamento térmico das telhas. “O cronograma de obras da SISA é dos melhores, por isso trabalha conosco há tanto tempo”, diz Paulo Rubens de Lima, diretor do Atacadão.

FIM DA POLÊMICA

Decreto regulamenta feiras

Tradicionalmente a ACIM, através do Conselho da Mulher Empresária, tem realizado uma Feira Ponta de Estoque por ano em Maringá. É um evento organizado no final do verão, quando as empresas estão com parte de seus estoques encalhados e precisando fazer capital de giro. Mas, o sucesso das pontas de estoque pulverizou este tipo de feira, a ponto de revoltar os comerciantes legalmente estabelecidos.

Os comerciantes de Maringá alegam que as próprias indústrias acabavam participando destas feiras. Lógico, elas conseguem praticar um preço mais em conta do que o comércio varejista. O prejuízo para a cidade era certo.

Diante das reclamações dos comerciantes, a ACIM entrou em contato com outras entidades como o Sincomm e procurou a Prefeitura no sentido de regulamentar a realização de feiras. O prefeito Said Ferreira entendeu o problema e determinou que a assessoria jurídica da Pre-

feitura, juntamente com a assessoria da ACIM, elaborassem um regulamento, posteriormente transformado no decreto número 872/96.

O decreto não proíbe as feiras, mas faz uma série de exigências que equiparam as empresas que participam deste tipo de evento com aquelas legalmente constituídas.

Na opinião de alguns comerciantes, o decreto praticamente inviabiliza a realização de feiras ponta de estoque. Mas, a ACIM já tem planos de se adequar a esta nova realidade.

“Vamos discutir com os comerciantes a possibilidade de realizar feiras dentro das próprias lojas. As empresas já tradicionais poderão colocar a verdadeira ponta de estoque em promoção e divulgaremos o evento em nível regional”, explica o diretor de Comércio da ACIM, Rubens Abrão. A feira seria realizada aos domingos

Decreto

Entre os principais pontos do decreto que regulamenta a realização de feiras em Maringá estão: poderão participar de feiras empresas legalmente estabelecidas em Maringá; as empresas terão que pertencer exclusivamente ao comércio varejista; deverão apresentar alvará individual para funcionamento em Maringá; apresentar certidão de quitação de tributos municipais; terão que realizar alteração contratual, constando o local do evento como endereço; deverão comprovar o recolhimento da contribuição sindical e cumprir todas as exigências até 15 dias antes do início do evento.

A PM mais próxima da população

O Quarto Batalhão da Polícia Militar de Maringá tem se preocupado cada vez mais em oferecer serviços melhores à população. Diversos programas são desenvolvidos neste sentido

É cada vez maior o esforço do Quarto Batalhão da Polícia Militar de Maringá em se aproximar da comunidade. Para os policiais, "já foi o tempo em que a PM se apresentava à população como um mero instrumento de punição e repressão, da qual a distância era bem maior do que os muros que protegiam os antigos quartéis". Todos querem esquecer o modo de atuação durante o Regime Militar, quando a polícia representava a doutrina política vigente.



Marco André

A PM tem agora acompanhamento psicológico

Hoje a Polícia Militar procura se adequar às constantes e velozes mudanças que observa na sociedade. Existe uma forte tendência de interação entre os diversos organismos, visando atender as necessidades da sociedade como um todo. Há uma busca constante pela realização das aspirações coletivas, não importando quem deva realizar, mas sim que devam ser cumpridas.

A missão constitucional da polícia militar consiste na preservação da ordem pública, atuando de maneira preventiva e repressiva. Preventiva, de forma que o policial identificado ostensivamente pela farda, evite o acontecimento de delitos. E repressiva, de forma que após o acontecimento do delito, a PM restabeleça a ordem pública.

A função de garantir a segurança pública não seria tão somente prevenir ou reprimir o crime. Prevenir, em matéria de ação policial, é estar presente. A presença a que a PM se refere é uma "presença de conteúdo dinâmico da polícia na comunidade".

Neste sentido, a PM se empenha na

aproximação dos movimentos comunitários e das lideranças dos diversos segmentos da sociedade. As necessidades no campo da segurança pública são debatidas e discutidas com a comunidade.

Dentro desta política de aproximação, o comando do Quarto Batalhão, representado pelo Tenente-Coronel Alberto Augusto da Silva, vem desempenhando atividades suplementares que muitas vezes não chegou ao conhecimento da população, apesar de seus reflexos serem sentidos no dia-a-dia.

PROJETOS: Entre os projetos desenvolvidos pelo Quarto Batalhão em parceria com a comunidade está o Formando Cidadão. É um trabalho realizado dentro da própria instituição, que recebe crianças carentes. Estas crianças têm acompanhamento psicológico e desempenham atividades instrutivas e educativas. O trabalho é realizado com menores de 9 a 17 anos.

Outra atividade importante é o Acompanhamento Psicológico para Policiais Militares. Ele é realizado em conjunto com a Universidade Estadual de Maringá, através do Departamento de Psi-

ciologia. O objetivo é localizar pontos de conflito e medir o grau de satisfação da população em relação à PM, diagnosticar os problemas de ordem psicológica dos policiais que interferem na vida particular e profissional deles, bem como apoiá-los na busca de soluções.

Um outro projeto colocado em prática é a busca da Melhoria do Relacionamento Interpessoal entre os policiais militares. Consiste em promover um convívio harmonioso

entre eles, encarando a hierarquia como forma de organização profissional, fortalecendo a camaradagem e a dedicação no cumprimento das missões.

OCORRÊNCIAS: A maioria das ocorrências atendidas pela Polícia Militar é de competência de outros órgãos. Estas ocorrências denominadas "assistenciais" ou "supletivas", ocorrem por solicitação da população e são atendidas em virtude da deficiência dos órgãos competentes que deveriam prestar aqueles serviços.

Entre estas ocorrências, estão a condução de doentes mentais ao sanatório, encaminhamento de menores, condução de pessoas alcoolizadas para suas residências, apreensão de animais, busca de pessoas desaparecidas, entre outras.

O Quarto Batalhão de Polícia Militar ainda realiza atividades que são típicas de polícia ostensiva, como patrulhamento escolar, policiamento de rádio patrulha, policiamento de trânsito, policiamento de guarda da penitenciária, patrulhamento em áreas rurais e patrulhamento de apoio ostensivo pelo tático móvel, e outras.

Cem anos de Brasil

O Instituto Adventista completou em novembro cem anos no Brasil. No Paraná, os adventistas fundaram o IAP há 56 anos. E, há 20 a escola funciona em Ivatuba. Diretores da ACIM foram conhecer a instituição

Durante o mês de novembro os adventistas de todo o Brasil comemoraram 100 anos de presença da instituição no país. Em Maringá também foram realizadas várias comemorações. Com o objetivo de aproximar mais os empresários do Instituto Adventista, a diretoria da entidade convidou diretores e conselheiros da ACIM para realizar uma reunião no IAP de Ivatuba, e ao mesmo tempo conhecer a escola.

A reunião foi realizada no dia 18 de novembro. Na oportunidade, os diretores da associação visitaram todas as instalações da escola e ficaram impressionados com o que viram. O Instituto Adventista Paranaense – IAP – tem 56 anos. A escola de Ivatuba foi fundada há cerca de 20 anos, tendo sua sede transferida de Butiá, onde já tinha 36 anos (foi fundada em 1939). O objetivo é auxiliar na formação acadêmica e espiritual de jovens.

Em Ivatuba, o IAP tem quase 700 alunos, sendo que 460 estudam em regime de internato. São estudantes de 17 estados brasileiros, e alguns de outros países, como Estados Unidos, Alemanha, Angola, Paraguai e Uruguai, entre outros. Mais de cem estudantes não pagam mensalidades.

Os diretores da ACIM ficaram impressionados com a excelente estrutura oferecida pelo IAP. O presidente da entidade acredita que o Instituto possui o ambiente ideal para formar a personalidade dos jovens. “É um trabalho muito importante para a região e para o país. A escola está no caminho certo, dando aos estudantes uma educação com dignidade, compostura e gratidão”.

ESTRUTURA: O IAP está localizado em uma área de 120 alqueires. Possui em sua estrutura uma Igreja, laboratórios, dormitórios, lavanderia industrial, padaria, pomar, anfiteatro, estábulo, academia de musculação e ginástica e um ginásio poliesportivo. A escola oferece cursos de 1º e 2º graus nas habilitações de Educação



Marco André

Diretores da ACIM caminham pelo IAP: 120 alqueires

Geral, Magistério e Processamento de Dados.

A instituição tem projetos para três cursos superiores: Fisioterapia, Ciências da Computação e Ciências Contábeis. Segundo o diretor da escola, Pastor Paulo Martini, o colégio oferece um ambiente adequado ao desenvolvimento intelectual, físico e moral dos alunos.

Além da educação fundamental e da prática de esportes, o IAP se preocupa com

a parte cultural. São oferecidos os cursos de piano, teclado, violão, saxofone, trompete, pintura em tela e tecido, e corte e costura. A instituição possui três corais formados pelos próprios alunos – um deles tem 113 integrantes. Todos os finais de semana os alunos têm atividades musicais, inclusive com a apresentação de grupos de outros centros. Em Maringá funciona o Colégio Adventista (Rua Luís Gama, 818) com 800 alunos externos.



TRANSCOCAMAR

TRANSPORTES LTDA.

CGC(MF) 81.108.029/0001-93 - INSCR. EST. 701.03961-J

MATRIZ: Rod. PR 317 - Km 02 - (Salda p/ Campo Mourão) - Fone: (044) 225-2748

Fax: (044) 225-2547 - 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 PORTELÃO
PARANAÍVA	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

Criado o Núcleo do Comércio

Dentro dos planos da atual diretoria de criar Câmaras Setoriais, a entidade incentiva a criação do Núcleo de Desenvolvimento do Comércio Lojista de Maringá

No início da atual gestão, o presidente Hélio Costa Curta começou a incentivar a criação de câmaras setoriais para possibilitar a maior união de determinados segmentos da comunidade empresarial. As primeiras a serem criadas foram as câmaras de Informática e a de Turismo e Eventos. No mês de novembro foi a vez dos comerciantes se unirem para a criação do Núcleo de Desenvolvimento do Comércio Lojista de Maringá.

A mudança de Câmara para Núcleo foi uma decisão dos próprios lojistas. Agora, resta esperar pela aprovação do novo órgão pelo Conselho Deliberativo da entidade. Na certeza da aprovação, os comerciantes já definiram o Regimento Interno do Núcleo e decidiram se reunir ordinariamente na última quarta-feira de cada mês.

O Núcleo terá um coordenador que será sempre o Diretor de Comércio da ACIM. No caso, o atual coordenador é o empresário Rubens Abrão. Terá também seis vice-coordenadorias. "Concluimos que seis vice-coordenadores são suficien-



Marco André

Calendário de eventos para 97: uma das primeiras preocupações do Núcleo

tes hoje. Mas se houver necessidade este número pode ser aumentado", explica Abrão.

Com a criação da Câmara os co-

merciantes esperam resolver com mais rapidez os problemas que têm atingido a classe. A falta de um calendário de eventos, programado com antecedência, é um deles. "Nas primeiras reuniões queremos definir as datas prioritárias para que possamos abrir à noite e até em domingos no ano que vem. Faremos isso para que possamos nos programar e até como um ato de respeito por nossos funcionários e pelos consumidores", reflete o coordenador do Núcleo.

Além de empresários, o Núcleo possibilitará também a participação de gerentes e executivos de grandes lojas, principalmente daquelas que não têm sede em Maringá. Hoje, estes executivos não podem participar oficialmente da ACIM, mesmo que as lojas que representam sejam associadas.

O MELHOR DA COZINHA PORTUGUESA

Saboreie as delícias da cozinha Lusitana
Temos também completo serviço A La Cart



Rodízio de Bacalhau, toda quinta-feira, no almoço e jantar

Não cobramos taxa de serviço



Reservas - Fone: 225-2823 - Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 554

BRINDE O SEU FIM DE ANO NA TABERNA. FAÇA SUA RESERVA JÁ.

Diretoria visita Maringá

A instituição tem crescido muito em nível nacional. Em Maringá, os gerentes procuram ser, antes de mais nada, "consultores" dos clientes

Marco André



A diretoria executiva do Banco Boavista visitou Maringá em novembro, sendo recebida pelo gerente geral da agência local, Luiz Augusto Lampert Coelho. Também se reuniu com empresários. A comitiva foi formada pelo economista e vice-presidente da instituição, José Alfredo Lamy; pelo diretor comercial, Pedro Pedreira; pelo diretor regional-sul, João Carlos Pirotta; e pelo diretor regional, Nico Dalmolin.

O Banco Boavista possui 70 agências e 90 mil clientes em todo país e é considerado de porte médio. Seu foco são as pequenas e médias empresas. A instituição prioriza a qualidade no atendimento como principal diferencial. O patrimônio líquido atinge R\$ 350 milhões e os ativos R\$ 3,5 bilhões.

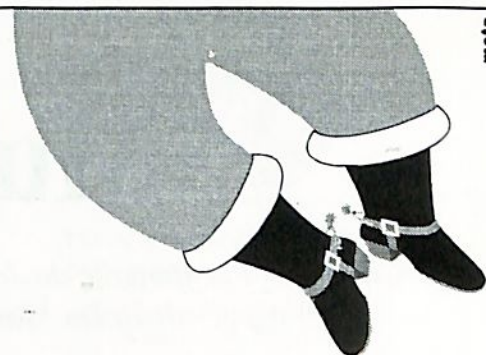
A expectativa é de alcançar uma rentabilidade de 20% sobre o valor patrimonial este ano. Segundo José Alfredo Lamy, o Boavista foi o banco mais rentável do mercado financeiro nacional em 1994 e 1995. Ele diz que a expansão da base de clientes e o conseqüente aumen-

to de negócios colocaram o Boavista em uma situação confortável para gerar receitas na atual conjuntura brasileira.

Em Maringá, o banco está incrementando sua atuação e possui uma equipe extremamente profissional e experiente. A agência local foi inaugurada em fevereiro do ano passado. Desde maio deste ano conta com Luiz Augusto Lampert Coelho como gerente geral. Ele explica que seu primeiro objetivo, já concluído, foi a montagem da equipe, atualmente com quatro gerentes de negócios, para atendimento a pessoas físicas e jurídicas.

Luiz Augusto avalia que na atual conjuntura econômica, cada gerente deve ser um consultor, adequando produtos às necessidades de cada cliente.

A foto destaca as presenças de Nico Dalmolin (diretor regional). João Carlos Pirotta (diretor regional-sul); Pedro Pedreira (diretor comercial); José Alfredo Lamy (vice-presidente); Fernando Rezende (vice-presidente da ACIM); Luiz Augusto (gerente geral).



meta

O
Shopping
Avenida
Center
deseja
a você
um
Feliz Natal
e uma
Blazer
nova.



M4 VEÍCULOS

Mudando atitudes

O Conselho Permanente do Jovem Empresário da ACIM reuniu 850 pessoas para assistir a palestra do especialista em Marketing José Alfredo Lievore. O palestrante contagiou o público

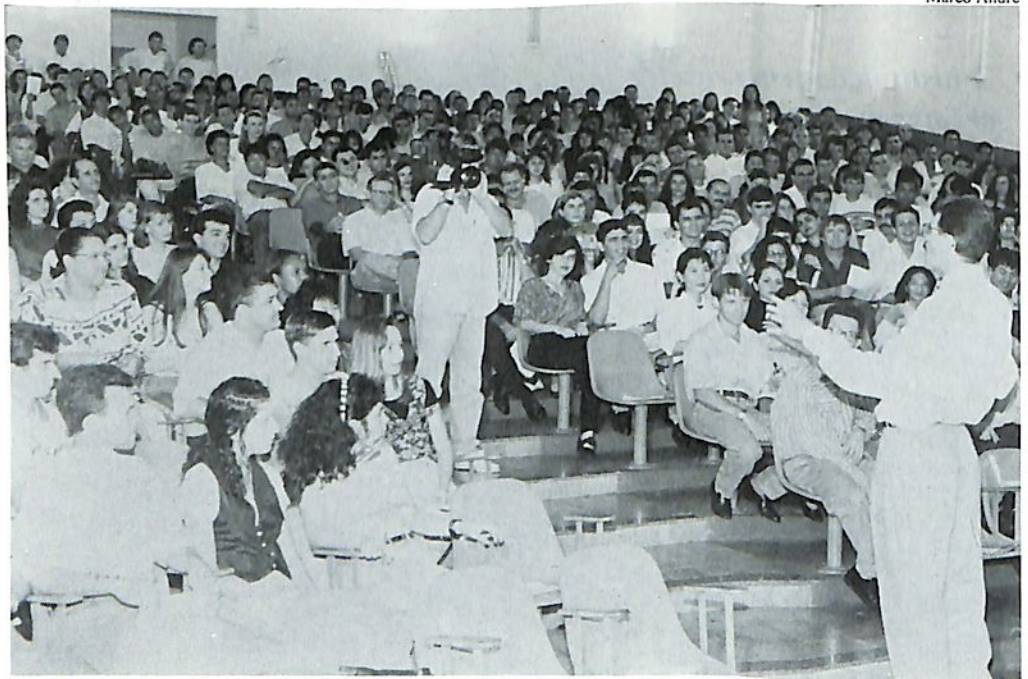
O Copejem promoveu em novembro, no Auditório Dona Guilhermina, o Seminário "Modificando as atitudes perante o trabalho". O palestrante foi o especialista em Marketing José Alfredo Lievore. A palestra atraiu um público de 850 pessoas, entre empresários, Comerciantes e seus familiares.

A palestra de Lievore foi bastante dinâmica, com o público participando ativamente. O palestrante deixou claro que o sucesso das empresas depende muito da harmonia dentro do ambiente de trabalho. Tanto entre empresários e trabalhadores, como entre os próprios funcionários e, claro, no atendimento ao cliente.

Segundo Lievore, o marketing da empresa começa quando cada um dos parceiros acorda de manhã, em casa. O seu bom ou mau humor, ditará suas atitudes durante o dia, no trabalho. Assim, Lievore faz uma ligação direta entre a felicidade do indivíduo em sua casa, com a sua produtividade no trabalho. E vice-versa.

"Noventa por cento do câncer do mundo está em gente mal-amada. Muitas empresas não vão bem por falta de amor, de amizade", explicou. O relacionamento interpessoal nas empresas vem ganhando cada vez mais espaço entre os especialistas. É o chamado "endomarketing".

NEGLIGÊNCIA: O palestrante afirmou



Marco André

A palestra reuniu 800 pessoas no Dona Guilhermina

que a diferença entre as empresas está no atendimento, daí a importância do relacionamento interpessoal para o sucesso delas. "O consumidor suporta até pagar um preço um pouco mais alto por um produto. O que ele não admite é a negligência", frisa o especialista em marketing. E conclui: "um sorriso não custa nada para quem dá, mas é uma fortuna para quem recebe".

O palestrante ressalta que as pessoas precisam conversar mais no ambiente de trabalho, trocar idéias. O mesmo deve ser feito com o cliente. Perguntar se foi bem atendido, se está satisfeito, agradecer a presença dele na empresa, são palavras simples, mas que cativam e podem influir na volta do cliente à empresa. "É preciso colocar o cliente nos braços e embalá-lo".

Outro ponto abordado por Lievore foi com relação à imagem negativa que muitas pessoas transmitem do país, cidade ou do local em que trabalha. "Não permitam que falem mal do Brasil, de Maringá ou de sua empresa. No fundo, estarão falando mal de você. Vamos ser civilizados, gostar de nosso país, do nosso trabalho e, sobretudo, do nosso lar, que é onde tudo começa", sintetiza.

A palestra de Lievore foi considerada um sucesso pelos diretores do Copejem. "Ele deu o recado com muita simplicidade. Com certeza, a partir de hoje este público passará a valorizar mais seu ambiente de trabalho e o lugar onde vive", comentou o presidente do conselho, Paulo Roberto Viscardi.

Marketing de Relacionamento

Administrando Banco de Dados

O Marketing de Relacionamento tem sido muito utilizado para pesquisa e divulgação de Produtos, Serviços, Eventos e ocasiões como: Inaugurações, Assembléias, Palestras, Cursos, Reuniões, Campanhas Institucionais e outros.

A Centralcon - Telemarketing, vem realizando com sucesso serviços de Telemarketing e Administração de Banco de Dados para diversas empresas de Maringá e região, visto a necessidade de comunicação direta, que constantemente

ocorre nas mais diversas ocasiões.

Os segmentos utilizados podem ser do cadastro da empresa contratante, ou fornecidos pelo Banco de Dados da Centralcon - Telemarketing.

Após a conclusão dos serviços, são fornecidos relatórios de ocorrência contendo o número de ligações realizadas, o dia, a hora e a pessoa com a qual foi mantido contato.

Centralcon - Telemarketing
Fone: (044) 224-1239

Agenda da Diretoria

Marco André



A reunião do dia 18 de novembro foi realizada na sede do IAP

Dia 2/11 - O diretor João Gottardo participa das comemorações dos 100 anos da Igreja Adventista no Brasil.

Dia 4/11 - Diretores da ACIM participam da inauguração da decoração da entidade.

Dia 06/11 - O presidente da ACIM se reúne com o presidente da ACIL, Abílio Medeiros, em Londrina, para discutir o desenvolvimento regional.

07/11 - O diretor Antonio Fermentão participa da inauguração das instalações da Bamerindus Seguros.

09/11 - A diretora Maria Alice Pinatti participa do Fórum das Empresas de Participação Comunitária- Empreendedor Expo 96 e Fórum Latino-Americano de Novos Negócios.

09/11 - O assessor da diretoria, Wagner Ramos, representa a entidade na solenidade de entrega do título de Cidadão Benemérito de Maringá ao Sr. Solon Ribeiro.

11/11 - A Diretoria Executiva recebe a visita do ex-presidente e diretor do Conselho Deliberativo, Alcides Siqueira Gomes.

13/11 - O diretor Luiz Carlos Masson participa das comemorações do aniversário da Santa Casa Saúde.

14/11 - O diretor Rubens Abrão participa de evento promovido pela Associação Comercial de Paçandu.

15/11 - O diretor João Gottardo participa da solenidade de entrega do título de Cidadã Benemérita a Luiz Martos Murcia Fontes.

18/11 - A Diretoria Executiva da entidade se reúne na sede do Instituto Adventista Paranaense, em Ivatuba.

18/11 - O diretor José Luiz Sander partici-

pa de Seminário sobre Câmaras de Arbitragem, em Curitiba.

25/11 - O presidente da ACIM, Hélio Costa Curta, participa em Curitiba de reuniões com o deputado estadual Joel Coimbra e com o secretário da Fazenda Miguel Salomão.

27/11 - Diretores da ACIM participam de reunião para criação do Núcleo de Comércio da entidade.

28/11 - O diretor João Gottardo faz palestra sobre "Motivação e Vendas", no Hotel Cidade Verde.

02/12 - Diretores da ACIM participam de Almoço Empresarial, promovido pela entidade.

02/12 - O presidente da Faciap, Farage Kouri; o presidente da ACIL, Abílio Medeiros, e o deputado Joel Coimbra, participam de reunião da Diretoria Executiva da ACIM.

03/12 - Diretores da ACIM participam de reunião para debater a estrutura do Núcleo de Desenvolvimento do Comércio Lojista.

03/12 - Técnicos da UEM, IDR e Sebrae entregam projetos do Repensando Maringá aos coordenadores do movimento, na UEM. Presença do diretor Jefferson Nogaroli.

09/12 - O vice-presidente do BRDE, Fernando Fontana, participa de reunião da Diretoria da ACIM.

11/12 - A professora da UEM, Rosa Izelli, faz palestra durante reunião Aberta do Conselho da Mulher Empresária e Executiva da ACIM. O tema foi "Qualidade Total".



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

Rua Néo Alves Martins, 2321

Fone: (044) 226-1331

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

Maringá - Paraná

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Hélio Edys Delmutti Costa Curta
Primeiro vice-presidente: Fernando José Rezende
Segundo vice-presidente: Jorge Toyofuku
Assuntos do Comércio: José Rubens Abrão
As. da Indústria: Gilson Odair Barbiero
As. de Prestação de Serviços: José Luiz Sander
As. de Comércio Exterior: Jefferson Nogaroli
As. Comunitários: Antonio Fermentão
As. de Informações Cadastrais: Luiz Ajita
As. Sócio-Econômicos: João Gottardo
Finanças e Patrimônio: Cláudio Haruo Mukai
Eventos e Promoções: Ademir E. Lautenschlager
Relações Públicas: Maria Alice Pinatti
Revista ACIM: Luiz Carlos Masson
Agência ACIM/Alvorada: Valdir Pignata

CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Pedro Granado Martines
Secretário: Paulo Moraes Badan
José Gomes Ferreira, Miguel Fuentes Salas
Reginaldo Nunes Ferreira,
Renato Friedrich, Sabas Martins Fernandes,
Sebastião Abrão, Francisco Favoto,
Carlos Roberto Previdelli, Claudomiro Siroti,
Dirceu Martins, Noemi de Oliveira Seravalli,
Lucheo Antonio Tombini, Paulo Fernando
de Figueiredo Santos e Marchese,
Gregório Martines Sanches

MEMBROS NATOS:

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

CONSELHO DA MULHER EMPRESÁRIA E EXECUTIVA

Presidente: Elizabete Francisca Emídio
1º Vice-Pres: Solange Aparecida de Paula
2º Vice-Pres.: Maria Alice Pinatti
Secretária: Dulce Mara dos Santos
Tesoureira: Cleide Tono Freitas Noronha
Relações Públicas: Silvia Cristina Franchini Rezende

CONSELHO PERMANENTE DO JOVEM EMPRESÁRIO MARINGAENSE

Presidente: Paulo Roberto Viscardi
Vice-pres: Edson Nishimura Nakagawa
1º Secretário: Osvaldo Rosa Junior
2º Secretário: Denivaldo Zampiere
1º Tesoureiro: Eduardo Gonçalves Borim
2º Tesoureiro: Luiz Fernando Ferraz
1º Diretor Adjunto: Rogério Yabiku
2º Diretor Adjunto: Marcos Mitsuo Noma

CÂMARAS SETORIAIS

Hotéis, Restaurantes, Buffets e
Atividades Afins: Ernane Cayres Lara
Informática: Mauro Antonio Cordon Delibório
Turismo e Eventos: Sonia Uliana
Assessor da Diretoria: Wagner Ramos
Gerente Administrativo: Cesar Augusto Galli
Chefe do SCPC: Zenaide Machado

Um passo rumo à modernidade

Por Raymundo do Prado Vermelho

Muito se lê na mídia, denegrindo nossos valores, reduzindo salutar grau de **auto-estima** da sociedade brasileira. Talvez, fruto de longos anos de frustrações, falar mal de si próprio, no Brasil, é quase uma compulsão nacional.

Seria essa uma atitude coerente? A resposta lapidar para esse sentimento deve ser Não!

Nós, brasileiros, não raro, nos quedamos fascinados pelas "maravilhas" do **primeiro mundo**, nos imaginando no mais abismático dos atrasos. Nada mais falso.

Buscando fazer uma análise isenta da cena brasileira, sem esforço vamos encontrar muitos e variados motivos de orgulho e satisfação.

E, dentre os vários aspectos por que temos razões para nos orgulhar, um deles, sem dúvida, é o advento do Código de Defesa do Consumidor.

Senão vejamos: as leis, deste país, às vezes pecam pelo seu "aspecto sonhador", fugindo tanto da realidade brasileira, que parecem não haver sido aprovadas para nossa sociedade. Em outros casos, se nos apresentam tão severas, que, por tanto dificultar ao Julgador a aplicação da norma, acabam por fazê-las "esquecidas", por excesso de severidade.

Quanto ao **Código de Defesa do Consumidor**, se analisado com a devida isenção, se pode concluir pela sua mais ampla aprovação no universo social

Por outro lado, o que mais estimula, atrai e engrandece no espírito da **nova lei**, é o seu aspecto altamente construtivista. Sim, porque, em

cada passo se preocupou o legislador em **edificar** o cidadão nacional.

Assim, o **CDC** (como se tornou mais conhecido nos meios forenses), institui neste país a Política Nacional de Relações de Consumo, oportunidade em que busca atender às necessidades do consumidor, tendo em conta o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, bem como, à proteção de sua qualidade de vida e à transparência e harmonia das relações de consumo.

De repente, o consumidor do mundo moderno, ao adquirir para seu consumo, imensa gama de **produtos ou serviços**, em casos de reclamação, na maioria das vezes, não sabe a quem se dirigir. Sim, porque, quem é o "Senhor" Brastemp, o "Senhor" I.B.M., ou a "Senhora" Petrobrás?!...

Na cena econômica dos nossos dias, a esmagadora maioria das chamadas empresas transnacionais, não são controladas por pessoas, senão, **por grupos empresariais** (impessoais, portanto). Deste modo, resta de extrema dificuldade a reclamação de qualquer defeito relacionado à qualidade, segurança, durabilidade ou desempenho de produtos ou serviços, de **boa fé** adquiridos.

Assim, em boa hora, cuidou o legislador de abrigar no sistema legal pátrio, a responsabilidade por danos causados aos consumidores-destinatários pelo **fato do produto**. Isto significa que cabe ao fornecedor – desde que esteja no mercado – a responsabilidade quanto às qualidades do produto. É a chamada **responsabilidade objetiva**.

Outro aspecto que merece elogios, é o fato de o legislador haver equiparado o poder público ao fornecedor,

desde que na figura de **fornecedor de serviços públicos**, e, nesse caso, compreendendo o poder público propriamente dito, (quando se vê na obrigação de cumprir seus deveres na "adequada e eficaz prestação dos serviços públicos em geral"), assim como, através dos chamados concessionários, ocasiões em que esses têm o dever de, ao fornecer ditos produtos ou serviços, deixar assegurados todos os **direitos dos usuários-consumidores**.

Antes do **Código de Defesa do Consumidor**, o usuário-consumidor diante do Poder Público que fornecia um asfalto ruim, uma empresa telefônica pública que lhe cobrasse taxas arbitrárias, uma empresa pública fornecedora de energia elétrica que cobrasse do consumidor demanda de energia não consumida, não raro, nem recebido num balcão era o reclamante. Hoje, a coisa mudou. Mudou e para melhor.

Conscientes dos seus deveres e, principalmente sabedores da existência do **CDC**, as empresas concessionárias ou mesmo públicas, não só ouvem, como também atendem ao usuário-consumidor. E, isto foi um grande passo rumo à modernidade nacional. E, se tal ocorre, se fornecedores da esfera pública, assim como os das empresas particulares, mudaram o tratamento para com o consumidor, é, sem dúvida, graças ao advento desta **nova lei** da modernidade nacional – o Código de Defesa do Consumidor.

Raymundo do Prado Vermelho
é advogado, consultor e
ex-presidente da ACIM

Risco calculado

A loja Ana Confeções completou 20 anos no dia 5 de dezembro. Apesar das dificuldades impostas pela economia, os proprietários da empresa estão investindo na diversificação e no aumento do estoque. E os resultados mostram que a estratégia foi acertada

Muitos comerciantes gostariam de riscar do calendário os últimos dois anos. A fase pós-Real tem sido ingrata para o comércio, especialmente devido à queda nas vendas e à inadimplência. Esta situação não foi diferente na vida do empresário Pedro Kawakami, da Ana Confeções. Mesmo assim, no segundo semestre deste ano o lojista decidiu investir na diversificação e no aumento do estoque. E se deu bem.

“A gente tem que se arriscar, mas é fundamental saber comprar bem”, ensina Pedro Kawakami. Graças à experiência do empresário, os resultados da ousadia foram bons. “Nosso movimento aumentou bem depois desta decisão”, comemora. Ao lado da esposa, Ana Kawakami, ele administra a loja há 21 anos - foi inaugurada no dia 5 de dezembro de 1975.

INÍCIO: Pedro Kawakami nasceu em Birigui, interior paulista. Por um erro do cartório, foi registrado como Sachio Kawakami. Mas, informalmente, adotou o nome de Pedro, como é conhecido. Ele abriu seu primeiro negócio em Jales. Nada a ver com confeções. O empreendimento era uma máquina de arroz. Logo, ele diversificaria o negócio e passaria a comercializar também outros produtos como algodão e amendoim.

Uma crise na agricultura fez com que o empresário fechasse a empresa e, em 1967, ele se mudava para Maringá em busca de novas oportunidades. Já casado, tentou a vida transportando cereais para São Paulo. Mas a esposa considerava perigoso o trabalho. Foi então que, em 1969, surgiu a oportunidade de montar uma barraca de armarinhos na feira.

O negócio foi melhor do que o casal esperava. Com o tempo, eles chegaram a ter uma barraca que tomava qua-



Ana Confeções: aumentando estoque para vender mais

tro estandes da feira. Enquanto todos transportavam as mercadorias nas tradicionais peruas Kombi, Pedro Kawakami utilizava uma caminhonete.

Após seis anos como feirante, Pedro Kawakami decidiu montar uma loja de confeções. Comprou o ponto de uma pequena fábrica que funcionava na Avenida Brasil e inaugurou a Ana Confeções. Com os pés no chão, manteve a barraca na feira até que tivesse a certeza de que o novo negócio teria sucesso. “De manhã, enquanto eu ia para a feira, minha filha ficava na loja. À tarde era minha vez”, conta.

“No início a loja só cobria as despesas. Foi depois de cinco anos que começamos a ter resultados melhores”, diz Kawakami. Em 1982 ele deixou de ser feirante. Mas, inquieto, colocou os filhos para cuidar da loja junto com sua esposa e passou a trabalhar como vendedor. Foram mais 10 anos na nova ocupação.

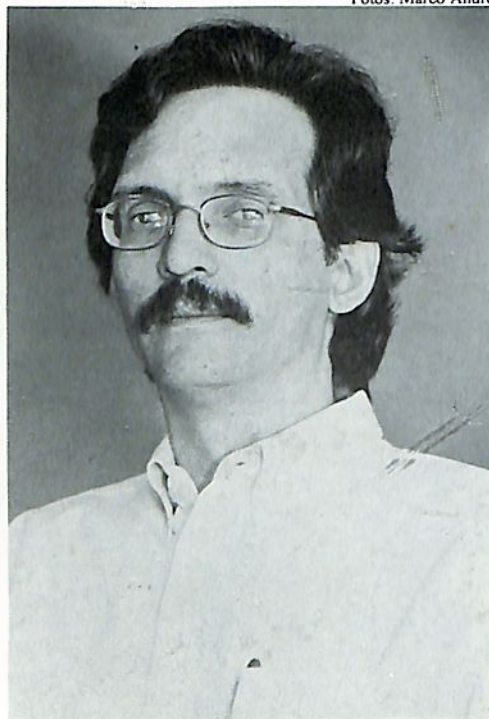
Somente em 92 é que parou de viajar como vendedor e passou a se dedicar exclusivamente à empresa. Hoje, apenas ele e dona Ana administram a loja, que tem sete funcionários. Os filhos Carlos Alberto Satoshi Kawakami, Maurício Hideki Kawakami e Auro Yudi Kawakami, tomaram rumos diferentes. Apenas a filha Ana Ueda Matiko Kawakami seguiu os passos dos pais e abriu uma loja: a Marka Modas.

OTIMISTA: Pedro Kawakami diz que a concorrência em Maringá aumentou muito. Isto associado aos altos e baixos da economia acabam prejudicando a vida dos empresários. Mas, mesmo assim ele é otimista. Acredita que a situação vai melhorar e diz que Maringá ainda vai ultrapassar a fase ruim que está passando. “A cidade é um pólo regional e está em uma situação geográfica privilegiada, sendo um importante tronco rodoviário. Desta forma, nunca vai parar de crescer”, sintetiza.

O direito à qualidade de vida

por Hermam Vargas Silva

Fotos: Marco Andre



Maringá viu acontecer em novembro um simpósio que tratou do Direito Ambiental. Especialistas de todo o país participaram do evento, que representou um salto de qualidade em termos de discussão de meio ambiente e desenvolvimento em Maringá.

Um dos momentos altos do simpósio ocorreu quando foi discutida a questão dos agrotóxicos, venenos a que estamos expostos diariamente quando nos alimentamos ou mesmo quando tomamos um copo de água. As estações de tratamento não conseguem retirar das águas dos rios, todas as impurezas existentes. O veneno vai sendo ingerido aos poucos, acumulando no organismo das pessoas, chegando até a gerar doenças como o câncer.

Outro problema discutido foi o desmatamento. Embora nosso centro urbano esteja entrando no Guinness Book (o que sem dúvida nos deixa orgulhosos), nossa área rural tem 2% ou menos de matas ciliares e matas de reserva legal. Isso é inadmissível para um município que ostenta o título de "Cidade Verde". Há uma necessidade premente de que nossas áreas de matas sejam expandidas para todo o município.

Em países da Europa e EUA, é obrigatório o controle, em termos de quantidade e qualidade, das águas captadas pelos poços artesanais. Este assunto é tema de legislação no Brasil, mas não conseguimos orientar nossa população sobre os riscos da contaminação dos poços.

Esta falta de informação provoca a disseminação indiscriminada destes poços, o que causa danos que devem ser denunciados ao Poder Judiciário, pois "há a responsabilidade civil e criminal daqueles que afetam a saúde das pessoas e o equilíbrio do meio ambiente".

A defesa do meio ambiente é uma questão de cidadania. Já houve um agricultor que processou o vizinho pelo rompimento das suas curvas de

nível. É que o vizinho, proprietário de uma área num plano mais alto, não fazia conservação do solo. Com a chegada da chuva, o agricultor era prejudicado pois as águas destruíam todo o preparo do solo, adubação e sementeira.

Quantas vezes nossa saúde e integridade física são ameaçadas no dia a dia? Isso acontece quando não se constróem fossas de forma correta: elas liberam um série de organismos no ambiente que provocam várias doenças, entre elas diarreia, dengue, e outras... quando o Poder Público libera um loteamento onde não há o laudo de um geólogo provando que existem condições para o parcelamento do solo. Residências podem ser construídas em locais propícios à erosão, entre outros riscos à vida.

Assim, será que Maringá suporta esse modelo de crescimento, por exemplo, essa quantidade de edifícios no centro? E quanto ao seu plano de desenvolvimento industrial, qual será o ônus que a comunidade terá que suportar com relação ao comprometimento dos seus recursos naturais (água, ar e solo)? Precisamos de crescimento econômico sim, e o mais

depressa possível, mas que ele seja feito de forma sustentável, de maneira a que os recursos que hoje manejamos estejam disponíveis para o uso dos nossos filhos e netos.

Hoje nos deparamos com normas internacionais que se preocupam muito com a qualidade do meio ambiente e que estão inseridas na série ISO 14000. O processo avança a cada dia. Mal o Brasil vai conhecendo esta série já se discute a ISO 18000, que vai combinar qualidade, meio ambiente e segurança no trabalho.

É preciso que os empresários brasileiros atentem para as orientações destas normas. Num futuro bem próximo, quem não se adequar a elas estará perdendo mercado para indústrias de fora, que já oferecem um diferencial de qualidade (que também é uma forma de marketing moderno) gerando melhores condições de concorrência. Elas estão ao nosso lado devido à globalização, velocidade nas comunicações, etc.

O prefeito, o empresário e o cidadão que não levarem em conta questões ambientais nos seus planos, estarão incorrendo em graves erros. O prefeito, pelo desgaste político, pois a conscientização da população é cada vez maior; o empresário, pois terá que arcar com multas e com a provável perda de espaço para a concorrência; e os cidadãos, pagam com a saúde e a qualidade de vida, bens incomensuráveis.

É importante que fique claro que defender o meio ambiente não significa freiar o desenvolvimento econômico. Muito pelo contrário. Esta foi uma das diretrizes do evento. O que se exige é que os programas de desenvolvimento econômico considerem o meio ambiente como um bem e um direito coletivo. E assim, precisa ser respeitado e usado com planejamento e parcimônia.

Hermam Vargas Silva é professor universitário, geólogo e foi um dos organizadores do Simpósio de Direito Ambiental

Anos

Desejamos a todos os Clientes, Fornecedores e Amigos, enfim, à toda equipe que se organiza e trabalha para o progresso eficiente, um Natal cheio de Paz, Alegria e um Ano Novo repleto de novas conquistas.



SÍMBOLO DE TRABALHO EFICIENTE

TRANSPORTADORA TAMOYO

MATRIZ : MARINGÁ - PR - Av. Prudente de Moraes, 261

Fone: 044 / 222 - 8934 - Fax 044 / 222 - 8178



SÃO PAULO :

Fone: 011/ 273 - 8411 Fax: 011/ 273 - 8932

CURITIBA :

Fone / Fax : 041 / 346 - 5250

LONDRINA :

Fone/ Fax : 043 / 329 - 1133

MARINGÁ :

Fone/ Fax : 044 / 226 - 5653

APUCARANA :

Fone/ Fax : 043 / 422 - 3327

CAMPO MOURÃO:

Fone/ Fax : 044 / 823 - 1243

PARANAÍ:

Fone/ Fax : 044 / 422 - 3462



Compre sua sala comercial aqui, bem no coração de Maringá

Com um bom planejamento, em **36** meses você muda para sua sala, que vai pagar em **60** meses.

O Marquezini Trade Center Torre foi projetado para atender às mais diferenciadas situações e necessidades de espaço.

Além do conforto e praticidade, você conta ainda com:

- CENTRAL DE FAX
- CENTRAL DE XEROX
- CENTRAL DE RECADOS
- POOL DE SECRETÁRIAS
- SERVIÇOS DE OFFICE-BOYS
- GARAGENS COM MANOBRISTA



Matrícula 21.862 - 2º Ofício de Maringá.

Na Av. Paraná c/ Néo Martins.

PLANTÃO DE VENDAS NO LOCAL

Salas comerciais de 37m² a andar inteiro c/ 581m²

Planos a partir de	Entrada		Saldo 60 X	TOTAL
	1.359	1.359 30 dias	R\$-373, ¹⁹	R\$-25.109, ⁶⁵

Plano válida para sala Tipo B- nº107 c/37m² - Correção pelo INCC.



Restaurante Sacada Panorâmica



Salão de Convenções.



Interior de Uma Sala

Ilustrações

EMPREENDIMENTO

fagmaa

CONSTRUÇÃO E INCORPORAÇÃO

VENDAS



FRANCOMIL

CRECI J-1061

imóveis

Av. Prudente de Moraes, 750 - Zona 7 - Maringá-Pr.



223-3344
225-3636