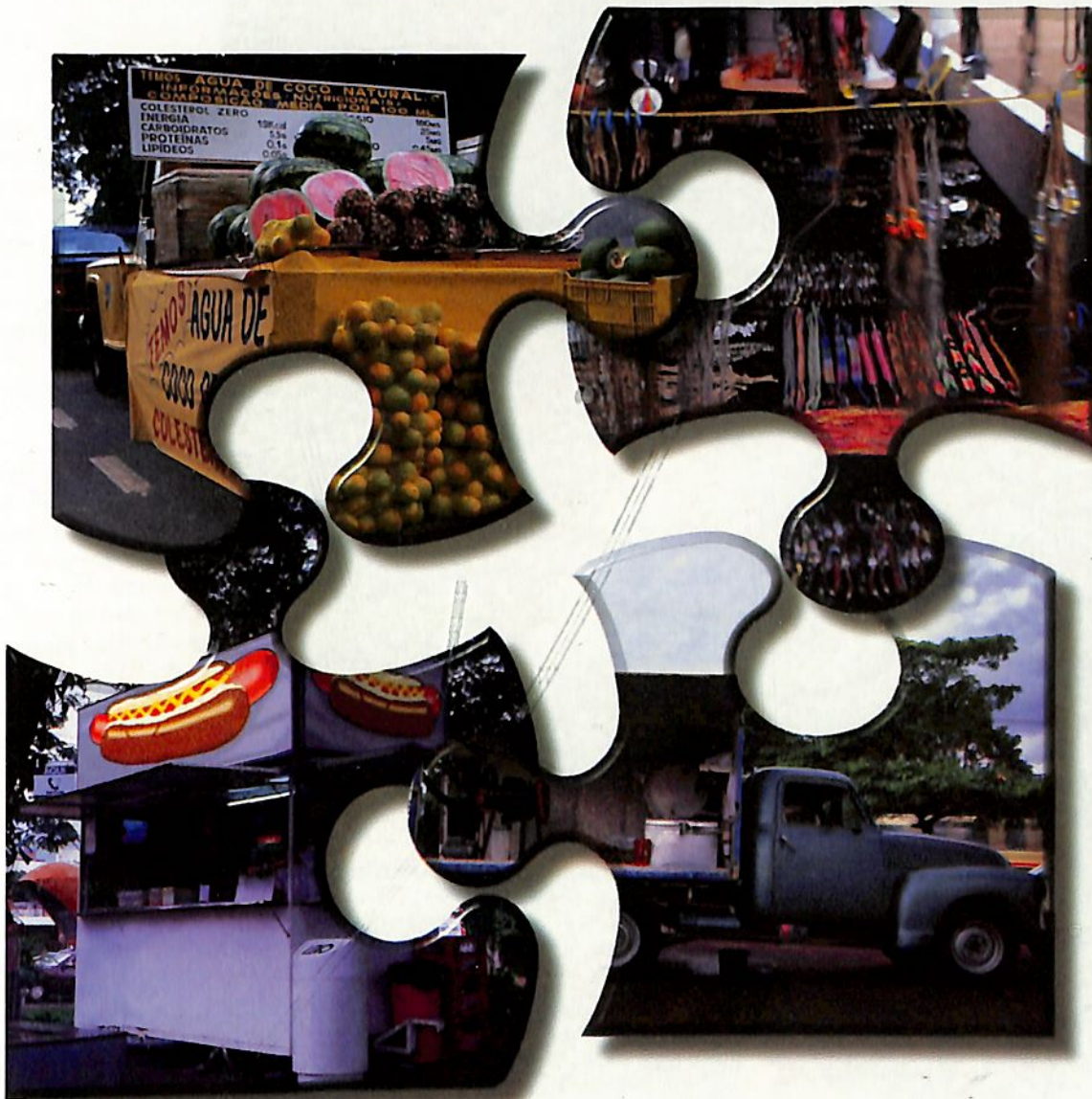


# ACIM

050  
R454  
N-382-ano-34-1997  
Novembro/97  
n.º 382  
Ano 34  
R\$ 3,00

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ



## A polêmica do comércio informal

para quem deseja  
uma boa impressão



- REVISTAS
- CATÁLOGOS
- EMBALAGENS EM CARTÃO DUPLEX, TRIPLEX OU MICRO-ONDULADO

R. NÉO ALVES MARTINS, 1124 • FONE / FAX: (044) 226-5601  
[boaventura@cybertelecom.com.br](mailto:boaventura@cybertelecom.com.br)



Palavra  
do  
Presidente

# Hélio

# Costa

# Curta



Studio 2

## PREFEITURA

A Prefeitura Municipal de Maringá está em dificuldades. Líderes empresariais estão se manifestando publicamente favoráveis ao pagamento dos tributos atrasados na tentativa de incentivar a diminuição da inadimplência. A comunidade empresarial mostra mais uma vez que está disposta a contribuir com o Poder Público.

## VISÃO

Muitos empresários devem para a Prefeitura. Hoje, o caixa anda baixo e sentimos que muitas necessidades básicas, calçadas e até em marketing têm deixado de ser feitos. Não é falta de visão dos empresários, como muitos pensam, mas questão de prioridade. Afinal, é preciso capital de giro para manter as empresas; é preciso pagar o salário dos funcionários; quitar o aluguel. Depois vem os tributos federais... Enquanto isto, aumenta a inadimplência, as vendas caem, os juros sobem...

## PROJETO

Diante de tantas dificuldades e tanta necessidade de investimentos, proponho que uma parte dos débitos dos empresários retorne em forma de benefício. Que benefício? Aí fica para os técnicos e vereadores decidirem. É preciso observar o que a Lei Orgânica do Município diz. Enquadrar um projeto dentro da lei. Quem sabe, investir uma porcentagem dos débitos em reforma de calçadas, fachadas, no marketing do comércio... Fica a sugestão.

## INSS e FGTS

Segundo o delegado Regional do Trabalho, Tércio Alves de Albuquerque, No Paraná as empresas têm respeitado mais o registro em carteira de traba-

lho, mas não estão conseguindo manter em dia o pagamento dos encargos sociais dos funcionários. Houve crescimento de 22% de devedores do FGTS e 44% do INSS. O mais grave é que, segundo o delegado, a maioria das empresas visitadas pelos fiscais tem uma história de postura correta em relação ao pagamento dos encargos.

## SEM CONDIÇÕES

“São empresas consolidadas que já cortaram as vantagens adicionais que ofereciam aos empregados e hoje alegam total falta de condições de pagar os atrasados”, explica o delegado do Trabalho. Bastante racional, Tércio Alves de Albuquerque tem tomado atitudes que devem servir de espelho. Consciente das dificuldades dos empresários, ele discute alternativas, como adiar ajustes salariais, reduzir jornadas de trabalho e salários e redução dos custos das empresas.

## RENEGOCIAÇÃO

Os empresários têm débitos também com o Governo Federal. Principalmente as micro e pequenas empresas: 80% delas estão em débito. A Confederação Nacional das Entidades de Micro e Pequenas Empresas - Conampi - está tentando sensibilizar o Ministério da Fazenda a recalcular as dívidas. Segundo o presidente da Conamp, Ercílio Santinoni, as 4,5 milhões de micro e pequenas empresas brasileiras representam 22% do PIB e são responsáveis por 15,7 milhões de empregos diretos. No Paraná há cerca de 380 mil micro e pequenas empresas, que geram 1,3 milhão de empregos.

## OLHAR ATENTO

Diante das dificuldades da eco-

nomia brasileira, os governos e os políticos deverão ficar atentos para com as micro e pequenas empresas. Sem elas, o país não anda.

## INFORMALIDADE

Na matéria de capa desta edição, a REVISTA ACIM traz uma reportagem sobre a informalidade em Maringá. Não há dados precisos, mas sabe-se que vem crescendo o comércio informal, aquele chamado de “fundo de quintal”. Sabemos de casos de empresários que fecham as portas de empresas tradicionais e passam a atuar na informalidade. Deixam de contribuir com impostos, mas mantêm empregos. É por isto que as leis precisam mudar. Como diz um informal: “é interessante se manter na informalidade”.

## GUERRA

Em alguns grandes centros observamos uma “guerra” entre o comércio formal e o informal. O primeiro paga uma série de impostos, taxas, encargos sociais, aluguel, marketing, etc. Sofre com a fiscalização sanitária, obedece leis ambientais, etc. O segundo produz e vende. Em Maringá, empresários denunciam que um vendedor de cachorro quente pode lucrar até R\$ 15 mil por mês. Carrinhos com licença para vender um produto, se transformam em verdadeiras lanchonetes. Tomam conta das calçadas. E a fiscalização?

## GRAVE

Uma denúncia ainda mais grave é de que pessoas mantêm vários carrinhos em nome de aposentados. Estes ganharam uma porcentagem para servir como “laranja”. Pena que as pessoas que denunciavam não querem se envolver. Mas, onde há fumaça, há fogo.



## ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

Rua Né Alves Martins, 2321  
Fone: (044) 221-5050  
Fax: (044) 221-5007 - C.P.: 1033  
Maringá - Paraná  
www.wnet.com.br/acim  
acim@wnet.com.br

### 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 Morais 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,  
Lucho Antonio Tombini,  
Gregório Martines Sanches  
Maria Aparecida Figueiredo Lima e Marchese

### MEMBROS NATOS:

Alcides Siqueira Gomes,  
Alvaro Miranda Fernandes,  
Carlos Mamoru Ajita, Emílio 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  
1ª Vice-Pres: Solange Aparecida de Paula  
2ª Vice-Pres.: Maria Alice Pinatti  
Tesoureira: Leonita Tarosso  
Relações Públicas: Silvia Cristina Franchini Rezende

### CONSELHO PERMANENTE DO JOVEM EMPRESÁRIO MARINGAENSE

Presidente: Paulo Roberto Viscardi  
Vice-pres: Edson Nishimura Nakagawa  
1º Secretário: José Orlando Trevisan  
2º Secretário: Denivaldo Zanoni

**ACIM**

Clas. 050  
R454  
Reg. 0329  
Data 25-04-05  
Proced. \_\_\_\_\_  
NF \_\_\_\_\_  
R\$ \_\_\_\_\_  
Data \_\_\_\_\_

# NESTA EDIÇÃO:

06 - HUMOR  
Lukas



07 - ENTREVISTA  
Max Gehringer,  
presidente da  
Pepsi-Cola



09 - CAPA  
O crescimento  
do mercado  
informal



15 - Sindicato dos  
Médicos  
Nova diretoria assume



18 - COPEJEM  
Seminário foi  
um sucesso



25 - MEU NEGÓCIO  
Cofebral:  
familiar e organizada



20 - ZPA  
Lerner assina  
decreto  
em Maringá



26 - PENSO ASSIM  
Ademir Camargo  
fala sobre planejamento



# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS  
DO NORTE DO PARANÁ  
ANO XXXIV - Nº 382 - NOVEMBRO/97

Publicação Mensal da  
Associação Comercial e Industrial  
de Maringá - ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL  
Luiz Carlos Masson

EDITOR RESPONSÁVEL  
Dirceu Herrero Gomes - MT-2506-PR

COLABORADORA:  
Lucinéia Parra

DEPARTAMENTO COMERCIAL  
Claudomiro Venâncio  
Fones: (044) 972-3232 e 221-5072

CONSELHO EDITORIAL  
Antonio Fermentão, Claudomiro Venâncio,  
Dirceu Herrero Gomes, Fernando Rezende,  
Luiz Carlos Masson, Luis Fernando Ferraz,  
Maria Alice Pinatti e Paulo MORAIS Badan

Filiada à ABERJE  
Associação Brasileira de  
Comunicação Empresarial



EDIÇÃO, PRODUÇÃO E  
EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA

Editora Organsil Ltda.  
Telefax: (044) 223-3535  
organsil@maringa-online.com.br  
IMPRESSÃO: Gráfica Boaventura

CAPA:  
Foto: Ademir Kimura  
Criação: Odara Design - (044) 226-3662

Circulação na primeira quinzena de cada mês.  
A Revista ACIM não se responsabiliza  
por conceitos emitidos em matérias assinadas.

### ESCREVA-NOS:

Emita sua opinião sobre a revista.  
Rua Né Alves Martins, 2321  
Fone: (044) 221-5070 e 221-5072  
Fax: (044) 221-5007  
Caixa Postal 1033 - Maringá - Paraná  
revistacim@wnet.com.br



Leitura  
Empresarial

# A águia e a galinha

por Carlos Alberto Facco

O livro narra a história contada por James Aggrey, em meados de 1925, durante uma reunião de lideranças populares de Gana, país da África Ocidental, na época colônia da Inglaterra. Discutiam os caminhos da libertação de seu país, mas com opiniões divididas, fruto de profetizações dos colonizadores de que os habitantes da África eram seres inferiores, incultos e bárbaros. Então, Aggrey pediu a palavra e contou a história de um camponês que criou um filhote de águia como se fosse galinha.

*Um dia o camponês recebeu a visita de um naturalista que não concebia a possibilidade de que a águia se transformasse em galinha. Para ele "a águia será sempre águia, pois tem coração de águia.*

*Para o camponês, "a ave virou galinha e jamais será águia". Decidiram fazer uma prova. O naturalista tomou a águia, ergueu-a bem alto e desafiando-a, disse: "Já que você é de fato uma águia, pertence ao céu e não à terra, então abra as asas e voe!"*

*A águia viu as galinhas ciscando e pulou junto delas. Insistente, o naturalista subiu com a águia no teto da casa e sussurrou-lhe: "você é águia, abra as asas e voe!" A águia viu as galinhas ciscando e pulou novamente para junto delas.*

*Persistente, o camponês disse que faria uma última experiência. No dia seguinte, os dois levantaram bem cedo e foram para o alto da montanha. O naturalista ergueu a águia para o alto e ordenou-lhe que voasse. A águia olhou ao redor. Tremia como se experimentasse nova vida. Mas não voou. Então, o naturalista segurou-a firmemente, bem na direção do sol, para que seus olhos pudessem encher-se da claridade solar e da vastidão do horizonte.*

*Nesse momento, ela abriu suas potentes asas, grasnou um típico kau-kau das águias e ergueu-se, soberana, sobre si mesma. E começou a voar, a voar para o alto, e cada vez mais alto.*

*E Aggrey concluiu: "Meus compatriotas! Nós fomos criados à imagem e semelhança de Deus. Mas, nos fizeram pensar como galinhas. E pensamos que somos galinhas. Mas somos águias. Não nos contentemos com os grãos que nos jogam no chão para ciscar!"*

*Livro:*  
A águia e a galinha - uma metáfora da condição humana

*Autor:*

Leonardo Boff

*Editora:*

Voices, RJ, 6ª edição, 1997

Essa história, segundo o autor, representa uma poderosa metáfora da existência humana. Para onde quer que olhemos, encontraremos a dimensão-galinha e a dimensão águia, revestidas de outros nomes: realidade-sonho, necessidade-desejo, corpo e alma.

O grande desafio é fazer conviver dentro de cada um de nós a águia e a galinha. Ai de quem contenta-se em ser somente galinha, com um mundo tão pequeno, com um horizonte que não vai além da cerca mais próxima. Mas, ai de quem pretender ser apenas águia, voar nas alturas, ter no horizonte o sol e o infinito do universo. Morrerá de fome. Pois a águia deve descer ao chão para se alimentar. Sejamos galinhas e águia, sugere Boff. Andemos no vale, mas com os olhos nas montanhas.

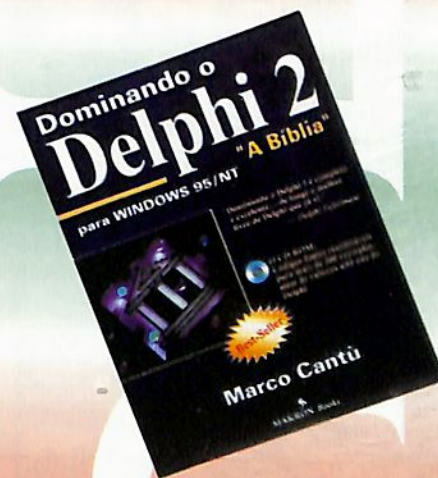
Por fim, o autor aborda os arquétipos da águia e da galinha: a galinha representa o cotidiano, os afazeres do dia-a-dia, os hábitos, as tradições. A águia representa a criatividade, a capacidade de romper barreiras, os sonhos, a luz. Ambas se complementam. Traduzem o dinamismo humano, enraizado por uma parte e aberto para outra.

Poderes mundiais têm interesse em manter o ser humano na situação de galinha. Querem apagar a vocação de águia. Por isto, essa homogeneidade nos gostos, nos valores, nas idéias.

Leonardo Boff defende que, no processo de mundialização homogeneizadora, é importante que demos asas à águia que se esconde em cada um de nós. Precisamos dar uma resposta que realize o equilíbrio entre a águia e a galinha. E, talvez, o paraíso não esteja tão longe nem totalmente perdido.

Carlos Alberto Facco é  
consultor do Sebrae  
e professor universitário

## A CONVERSA É PARA PROFISSIONAIS.



Na Bom Livro você encontra toda a literatura técnica e profissional que precisa. Os melhores títulos de administração, marketing e informática. Livros e revistas nacionais e importados. Você ainda pode pagar em até 3 vezes. Confira. Ou peça pelo telefone. Entregamos em sua empresa.

**Bom Livro**  
LIVRARIA - PAPELARIA - BRINQUEDOS

Loja 1: Av. Herval, 362

Loja 2: R. Santos Dumont, 2556

Loja 3: Av. Duque de Caxias, 595

Loja 4: Shopping Aspen Park

Brinde seus  
clientes com estas  
especialidades

Campo Lindo



Skandia



Sélection de France



Distribuidor Exclusivo:



UMA PARCERIA CONSTANTE

Rua Alberto de Oliveira, 901  
Fone: (044) 224 - 3726  
Fax: (044) 224 - 3127  
arilu@wnet.com.br  
Maringá - Paraná

LUKAS...





Sem

# complicações

com Max Gehringer

Na última semana de outubro a Pepsi-Cola do Brasil, indústria que fatura 450 milhões de dólares anuais no Brasil e possui 2.800 funcionários, era vendida para a Brahma por US\$ 155 milhões. Naquela mesma semana, o presidente da Pepsi, Max Gehringer fazia palestra em Maringá. Bem à vontade, ele dizia que poderia dormir tranquilo. É que Gehringer finalizava uma missão difícil: há um ano ele fora convidado para estancar uma dívida diária de US\$ 1 milhão e conseguir um comprador para a Pepsi-Cola.

Formado em Administração de Empresas, Gehringer divide seu tempo entre palestras por todo o país e a presidência da Pepsi-Cola. Bem humorado, costuma dizer que se tornou palestrante porque a maioria das palestras que assistiu "mais confundiu do que explicou alguma coisa".

"Resolvi então preparar uma palestra que mostrasse a vida profissional pelo seu lado mais simples e prático", comenta o executivo. Gehringer diz que fez "todos aqueles cursos pós-universitários que enchem os olhos de quem lê um currículo". Mas, ressalta que seu melhor aprendizado profissional foi com "bicos" que fez na adolescência: foi entregador de leite, cartazista de cinema, jornalista e locutor de rádio.

A seguir, Max Gehringer fala sobre os problemas que antecederam a venda da Pepsi-Cola no Brasil, globalização, Real e sucesso, entre outros assuntos.

**ACIM:** Como é possível conciliar a presidência da Pepsi-Cola com a realização de palestras por todo país?

**GEHRINGER:** As palestras, embora não constem na minha Descrição de Cargo, são parte da minha função. A Pepsi reconhece - como a Elma Chips já reconhecia antes - que o palestrante transfere para a platéia, antes de mais nada, a imagem da empresa. As pessoas foram me ouvir em Maringá muito mais pelo cargo que exerço do que pelo meu

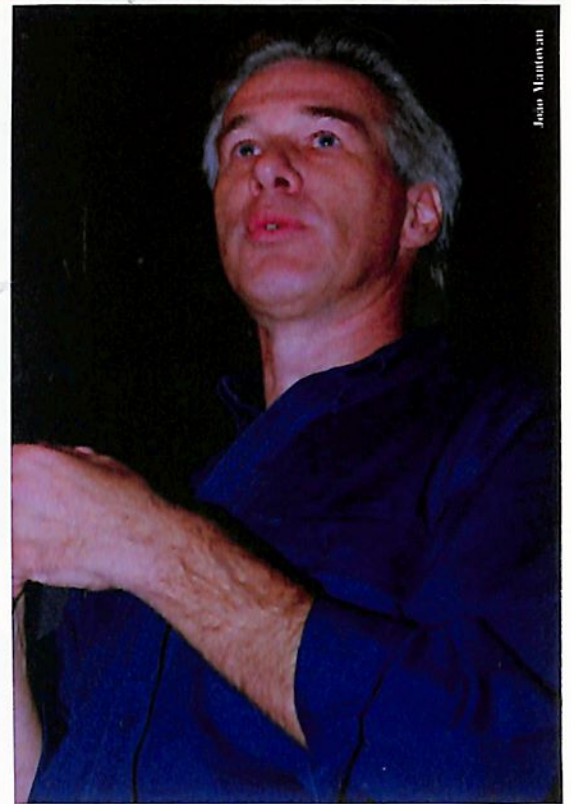
nome, RG e CIC. Pouca gente se interessaria em me ouvir. Se a platéia gosta da palestra, a empresa se beneficia.

**ACIM:** Qual a mensagem de suas palestras?

**GEHRINGER:** Eu faço uma palestra que mostra a vida profissional pelo lado mais simples e prático. Digo que nada é complicado como parece, e que para administrar a própria imagem e a própria carreira basta ver como as empresas administram a imagem de um produto: escolhendo dois ou três pontos mais fortes e investindo neles para que todo o mercado saiba. Assim como não existe nenhum produto que ao mesmo tempo cura dor de cabeça, desinfeta banheiros e faz crescer cabelos, também não existe um profissional que consegue ser bom em tudo. O segredo de cada um é identificar o que tem de melhor e fazer muita propaganda em cima disto.

**ACIM:** Como a Pepsi-Cola entrou em uma crise tão profunda e como aconteceu a virada?

**GEHRINGER:** Desde que chegou ao Brasil, no Rio Grande do Sul, em 1952, a Pepsi-Cola fez várias tentativas para ganhar uma fatia razoável do mercado brasileiro de refrigerantes, estimado em 7 bilhões de dólares anuais. Em 1993, a Baesa - Buenos Aires Embotelladora - assumiu o risco de invadir a praia da Coca-Cola no Brasil, após ter conseguido realizar a mesma proeza com grande sucesso na Argentina. Em três anos, a Baesa havia saltado de 4% de participação no mercado argentino para 32%. Quando começou a operar, em dezembro de 1994, a Baesa logo percebeu que a Coca-Cola não iria dar no Brasil a moleza que deu na Argentina. Lá, o concorrente tinha menosprezado a ameaça e dormido no ponto. Mas aqui a Coca-Cola havia se preparado, e muito bem, para a briga. Isto sem contar com os dois outros gigantes do ramo de refrigerantes, a Brahma e a Antarctica, que



João Mantovan

também não estavam dispostos a ceder terreno para a Pepsi. O resultado foi uma guerra de preços que permitiu a todos os fabricantes manter a participação de mercado original. No fim, todos saíram perdendo, mas a Baesa perdeu muito mais porque era a única com dívidas pesadas para pagar. Em outubro de 1996, quando fui convidado para dirigir a Pepsi, o prejuízo da Baesa era de 1 milhão de dólares por dia. Meu time tinha dois objetivos: parar de perder tanto dinheiro e preparar a Baesa para ser vendida o mais rápido possível. Cortamos custos, equilibramos o balanço e tivemos a sorte no processo de encontrar a Brahma.

**ACIM:** Após apagar o incêndio da Pepsi, qual o conselho o senhor dá para aqueles que não estão conseguindo vencer a concorrência externa?

**GEHRINGER:** Um conselho bem antigo: quando não puder vencer o inimigo, junte-se a ele. Brigar contra uma concorrência externa feroz, rica e bem armada é como entrar de fusca em uma corrida de Fórmula 1. Em muitos casos, faz mais sentido mudar de ramo. É por isto que um dos negócios que mais cresce no Brasil é a franquia. Ser um franqueado do McDonald's dá menos dor-de-cabeça e mais dinheiro do que ser o proprietário de uma pequena empresa.

**ACIM:** Vamos nos voltar um pouco para a economia brasileira. O país defende reformas, mas elas não acontecem. Qual a posição das grandes empresas neste

# VENHA SABOREAR

## A CULINÁRIA QUE DÁ ÁGUA NA BOCA.

Restaurante, pizzaria, grill. Todo renovado e muito bonito. Venha conhecer o novo Restaurante Nápoli. Toda a tradição que você já conhece e muito mais.

Um ambiente muito agradável, decoração toda nova, atendimento impecável.

Mas tem coisas que não mudaram: o sabor e a excelente qualidade das refeições.

Venha saborear tudo que o novo Restaurante Nápoli tem.



A CULINÁRIA QUE DÁ ÁGUA NA BOCA

Rua Santos Dumont, 2555  
Maringá - PR - Fone 222-9162

contexto? Na opinião do senhor, o chamado "custo Brasil" freia a vinda de investimentos internacionais?

GEHRINGER: As empresas reclamam da alta taxa de impostos há anos. O governo tem boas intenções, mas também tem receios de substituir uma fonte segura de recursos por um sistema mais justo, mas de retorno não absolutamente certo. Quanto aos investimentos internacionais, é uma questão de comparação. Da mesma maneira que o Brasil apresenta barreiras que outros países não têm, também é certo que o Brasil oferece vantagens que outros países não oferecem. Os investimentos têm vindo e, com o tropeção dos tigres asiáticos, deverão vir em maior volume.

ACIM: Qual a análise que o senhor faz do Plano Real?

GEHRINGER: O Plano Real representa a mais duradoura e bem sucedida tentativa do Brasil de reduzir a inflação. O problema é que a maioria dos brasileiros havia se acostumado a conviver com a inflação e muitos estão encontrando dificuldades para viver sem ela. No caso das pessoas, houve aquele "ganho" pós-Real que de repente jogou 30 milhões de novos consumidores no mercado, gente que via a maior parte de seu salário corroída pela inflação antes mesmo de recebê-la. Junto com a possibilidade de poder comprar mais coisas, vieram as facilidades que a inflação baixa permite: o financiamento de longo prazo, o cheque pré-datado, a emissão indiscriminada de cartões de crédito. Houve aí um problema de planejamento pessoal, e não um malefício do Plano Real. Muita gente assumiu dívidas de eletrodomésticos, carros e viagens, achando que dava para ir pagando, mas o processo comprometeu quase todo rendimento. Com o tempo, se a inflação continuar baixa por muitos anos, o brasileiro aprenderá a fazer o que os europeus e os americanos já fazem há muito tempo: poupar mais.

ACIM: E os resultados para as empresas...? GEHRINGER: Pelo lado dos negócios, a situação não foi muito diferente. Muitas empresas apresentavam resultados operacionais negativos em seus balanços, que eram compensados por receitas financeiras. No fim, dava lucro. Com o fim da inflação, acabaram as receitas financeiras e ficaram os resultados negativos. Algumas empresas saíram cortando custos para se equilibrar. Outras fizeram empréstimos com juros quase impossíveis de pagar. Em ambos os casos, o resultado é o desemprego porque a empresa reduz o tamanho ou porque quebra. A abertura das importações, que é anterior ao Real, também ajudou a derrubar algumas empresas nacionais, que estavam acostumadas a vender sem uma concorrência mais agressiva de preço. Na verdade, estamos no meio de um processo darwiniano que está longe de acabar, pelo qual as empresas que melhor se adaptarem à nova realidade irão sobreviver.

ACIM: Para o senhor, qual o conceito de empresário de sucesso? Este é medido pelo patrimônio acumulado?

GEHRINGER: Acredito que todo empresário entre em um negócio com o objetivo de ganhar dinheiro. É por isto que os que conseguem ganhar mais dinheiro são percebidos como sendo de maior sucesso. Mas sempre achei que o grau de sucesso é uma medida pessoal e subjetiva. As pessoas planejam onde pretendem chegar e o que querem ter. Quando estes planos não se realizam, vem a frustração. É por isto que se vende tanto livro de auto-ajuda no Brasil. Eu conheço uma pessoa que é proprietária de um supermercado com 12 checkouts e está feliz da vida. Não está nem um pouco preocupada se os outros acham que o que ela conseguiu pode ser classificado de "sucesso", ou se ela poderia ter ido mais longe do que foi. O seu modelo de sucesso é dela mesma.



**TRANSCOCAMAR**  
TRANSPORTES E COMÉRCIO LTDA.

CGC (MF) 81.108.029/0001-93 - INSCR. EST. 701.03961-01

MATRIZ:

Rod. PR 317 - Km 02 - (Saída p/ Campo Mourão) - Fone: (044) 225-2748  
Fax: (044) 225-2547 - CEP 87065-000 - Cx. Postal 451 - MARINGÁ - PARANÁ

### PARANÁ:

ALM. TAMANDARÉ ..... Fone: (041) 757-2003  
CAMBÉ ..... Fone/fax: (043) 254-1699  
CAMPO MOURÃO ..... Fone/fax: (044) 822-3456  
CURITIBA ..... Fone/fax: (041) 348-3443  
PARANAGUÁ ..... Fone/fax: (041) 423-7272

### MINAS GERAIS:

ARAGUARI ..... Fone (054) 241-2102

### SÃO PAULO:

ASSIS ..... Fone/fax: (018) 324-1953  
ARAÇATUBA ..... Fone/fax: (018) 622-2880  
BARRA BONITA ..... Fone/fax: (014) 641-3201  
CAMPINAS ..... Fone: (019) 240-5176  
Fax: (019) 240-4075  
OURINHOS ..... Fone/fax: (014) 322-7068  
RIBEIRÃO PRETO ..... Fone/fax: (016) 615-0022  
SÃO PAULO ..... Fone/fax: (011) 877-0395



Capa

# A guerra dos informais

Alguns grandes centros do país vivem o drama da guerra declarada dos informais, que querem aumentar seu espaço. Em Maringá, a situação não é crítica, mas o comércio marginal ganha cada vez mais terreno

A globalização das economias, o avanço da tecnologia e o Plano Real mudaram a cara do Brasil neste fim de década. Fala-se muito no fim da inflação. Prega-se o aumento da produção e das exportações. Mas, o desemprego é uma realidade que ainda não foi encarada de frente. E um outro fenômeno começa a tomar proporções preocupantes no país: a informalidade, que cresce na mesma medida em que caem as ofertas de emprego.

Segundo o professor da Universidade Estadual de Maringá, Neio Lúcio Peres Gualda, o desemprego assumiu forma estrutural no novo modelo de desenvolvimento do Brasil e não há qualquer possibilidade de equilíbrio no mercado de trabalho. "Este quadro faz com que o processo de informalização das atividades econômicas cresça de forma vertiginosa. Aqueles que não encontram espaço no setor formal, necessariamente são forçados a buscar os meios para sua subsistência nas atividades não organizadas".

Algumas cidades vivem o drama da informalização com consequências

às vezes trágicas. Em São Paulo, por exemplo, há verdadeiras "guerras urbanas" envolvendo os chamados "perueiros" e, em outra frente, os camelos. No meio desta guerra, o comércio formal luta para sobreviver com armas desiguais. Em Maringá, a preocupação é conter o avanço do comércio informal antes que a situação se torne insustentável.

"Não somos contra o trabalho. Mas é preciso levar em conta que empresas estabelecidas geram empregos, pagam inúmeros tributos, encargos sociais, aluguel e outros investimentos. E são prejudicadas pela concorrência do comércio informal que, na maioria dos casos, só tem despesa com matéria-prima", frisa o diretor de comércio da ACIM, José Rubens Abrão.

Como ele, são muitos os empresários maringaenses que estão revoltados com o aumento do comércio informal, principalmente o ambulante, que circula pelas ruas mais movimentadas e toma conta de calçadas se colocando frente a frente com o consumidor. "É uma guerra desigual. O comércio formal

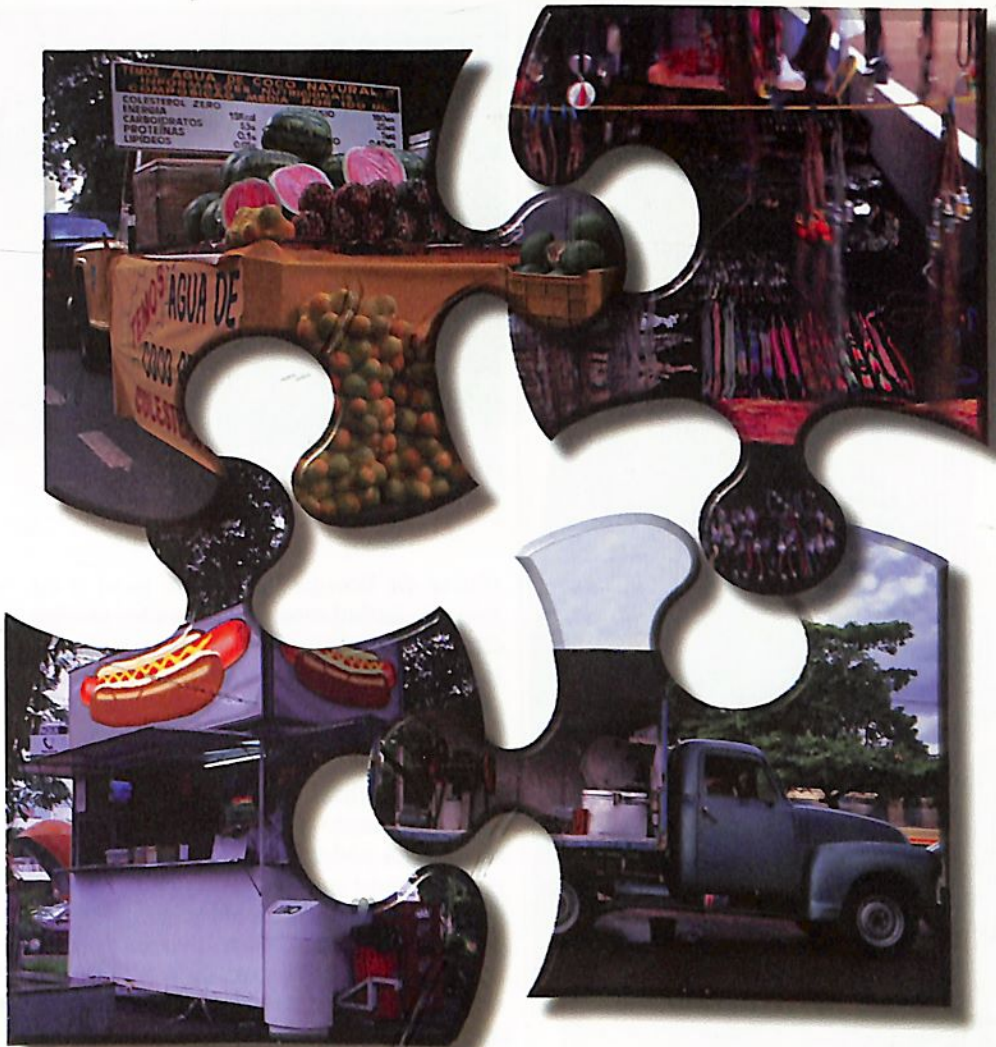
faz publicidade, atrai o consumidor e às vezes o perde para o ambulante que oferece produtos de baixa qualidade mas com preços menores", explica Abrão.

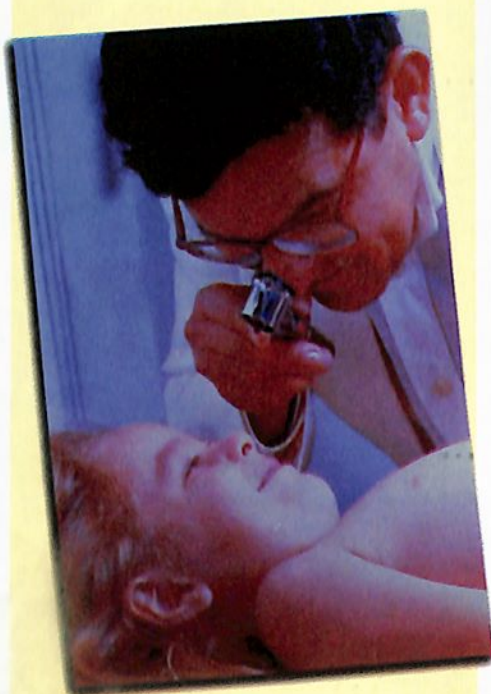
## NÚMEROS

Em Maringá não há dados que permitam o dimensionamento do mercado informal. Oficialmente, a Prefeitura concedeu 918 licenças para o comércio ambulante em geral: 437 carrinhos de sorvete, 242 carrinhos de cachorro quente, 107 sucos de laranja, 77 para doces e pipocas, 36 para caldo de cana e 19 para frutas. Existem ainda 366 concessões para barracas em feiras livres. Sem contar a feira do produtor, com outras 177 licenças.

O número de pedidos de licenças para o comércio ambulante vem aumentando a cada mês desde o início do ano. Preocupada, em outubro a Prefeitura decidiu "dar um tempo" na emissão de novas concessões. Elas estão suspensas por um ano.

Além disto, o decreto do Prefeito Jairo Gianoto diz que em casos de falecimento do licenciado ou de desis-

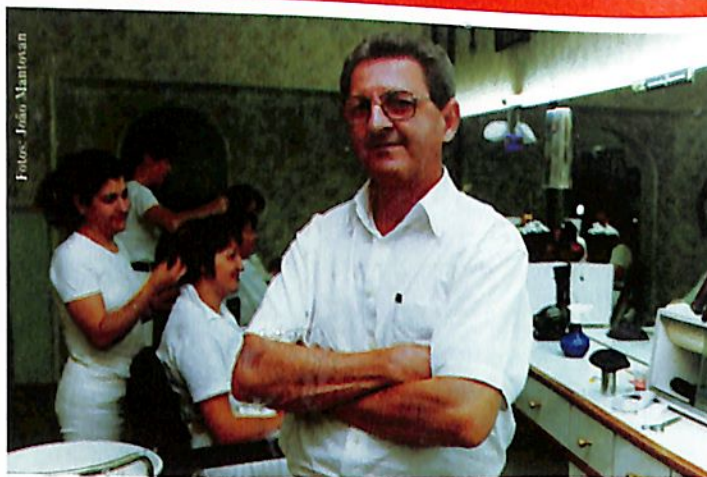




A Saúde de  
quem Você  
Ama,  
em Boas Mãos.



O Seu Plano de Saúde.



Ademar: preocupação  
com a saúde dos clientes

tência da licença concedida para o comércio ambulante, estas serão revogadas e os pontos extintos. Não é permitida nem mesmo a transferência da licença para outra pessoa. Um outro artigo do decreto proíbe a colocação de mesas, banquetas e similares ao lado do carrinho utilizado pelos ambulantes.

Segundo a lei municipal, várias atividades podem ser exercidas em Maringá, desde que praticadas individualmente na própria residência, não disponham de placa, painel, vitrine ou outros elementos indicativos e não necessitem de área especial para estacionamento. Estas atividades recolhem apenas o ISS.

Entre as atividades que se encontram no contexto acima, estão barbearia; salões de beleza, higiene e estética pessoal; manicura; pedicura; massagista; corte e costura, bordado e tricô; culinária; artesanato; artes em geral; profissionais liberais autônomos; e pequenos consertos ou atividades que não impliquem em uso de equipamentos ruidosos e produtos poluentes.

As atividades acima eram restritas a algumas zonas da cidade. Em fevereiro deste ano, o vereador "Cabo" José Maria, elaborou projeto que alterou a lei. Ele justifica que a mudança favoreceu "pequenos prestadores que não possuem condições de instalar-se em ruas comerciais, devido aos altos preços dos aluguéis, e os munícipes, que têm acesso a serviços profissionais com preços ao alcance de todos".

#### FEIRAS LIVRES

O Chefe de Seção do Comércio Ambulante e Feiras Livres da Prefeitura Municipal, José Aparecido de Souza, estima que de 20 a 30% das concessões para as feiras livres estejam paradas. Ele acrescenta que, por isto, a prefeitura não está mais emitindo concessões.

Quem tiver interesse em montar uma banca deve tentar adquirir os direitos dos proprietários das concessões paradas.

A Feira do Produtor também está fechada para novos feirantes. Mas a procura é grande. "O desemprego aumenta, e nas famílias sempre tem alguém com alguma habilidade para produzir salgados e doces", explica o engenheiro agrônomo da Emater, Jorge Ogassawara. O órgão é o responsável pela organização da feira do produtor em Maringá. Um dos requisitos para participar da feira é que o vendedor produza o próprio produto comercializado ou pelo menos a matéria-prima.

Ogassawara lembra que existem muitas queixas, afinal alguns feirantes comercializam produtos sem fabricarem a matéria-prima. Jorge ressalta que são casos especiais aprovados pela Prefeitura e Câmara Municipal. "Eles vendem produtos feitos com matéria-prima que não é produzida na região, como batata, por exemplo", esclarece. Para incluir novos feirantes dentro deste contexto é preciso alterar uma lei municipal.

#### APREENSÕES

A equipe de seis fiscais da Prefeitura Municipal realiza de 4 a 5 apreensões por semana de artigos vendidos pelo comércio informal no perímetro urbano de Maringá. A maioria das vezes, são comercializados ilegalmente frutas, redes e lanches. Na primeira apreensão é feito o embargo da mercadoria. Se houver reincidência, são apreendidos materiais, carrinhos, caminhões e veículos menores.

Segundo José Aparecido de Souza, em geral os vendedores são de outras cidades e estados. Ele diz que este problema acontece muito em Maringá porque a legislação local proíbe a proliferação de vendedores ambulantes.



Carrinho de cachorro quente: prejuízos para lanchonetes e restaurantes

“Sem muita concorrência, estas pessoas preferem vir até Maringá, onde conseguem vender bastante, mesmo correndo o risco de serem pegos pela fiscalização”, diz o fiscal.

#### SALÕES DE BELEZA

Tem proliferado nos últimos anos o número de salões de beleza de fundo de quintal. A procura pelos cursos da área fez também com que surgissem escolas específicas para formar profissionais no setor: cabeleireiro, manicura e pedicura. Até há pouco tempo, apenas o Senac possuía cursos de cabeleireiro.

O Senac possui uma “empresa pedagógica” com doze turmas para formação de cabeleireiro, manicura e pedicura (quatro turmas para cada profissão). Cada turma tem no máximo 10 alunos, que estudam teoria e prática por pelo menos cinco horas por dia. O Senac tem um setor de encaminhamento para colocação destes profissionais no mercado de trabalho.

Os cabeleireiros possuem uma associação presidida pelo proprietário do salão Herval, Ademar Anselmo. Ademar calcula que nos mais de 300 salões legalizados na cidade existam cerca de mil cabeleireiros. Criada recentemente, a associação conta com mais de 300 profissionais associados.

Ademar diz que as escolas de cabeleireiros são necessárias. Tanto que a associação está lutando pela regulamentação do ensino profissional. “As escolas precisam possibilitar uma formação completa, desde a parte técnica, até a ética profissional”, explica o presidente. Ele frisa que hoje muitas pessoas entram na atividade sem dominar as técnicas.

Para Ademar Anselmo, até há alguns anos só procuravam a profissão de

cabeleireiro, pedicura ou manicura, aquelas pessoas que tinham dom para a função. “Hoje, diante do desemprego, muitos vêm na profissão uma forma de auxiliar no sustento da família. E muitas vezes estas pessoas não têm vocação”.

O presidente da associação dos cabeleireiros critica ainda a proliferação de salões de beleza de fundo de quintal, que cobram preços baixos em relação ao mercado formal. Ele alerta que estes salões são uma ameaça às empresas estabelecidas, que pagam vários tributos. “É um problema social e temos a consciência da impossibilidade de fechar estes salões”, diz.

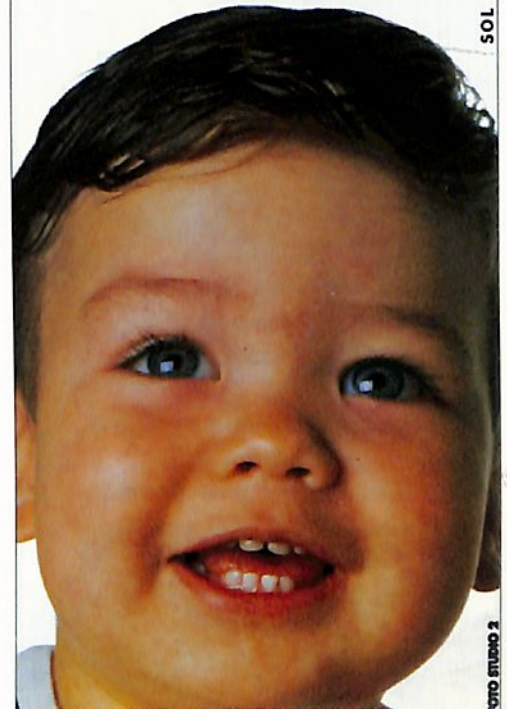
Para amenizar a situação, a associação tem realizado palestras. O objetivo é que os profissionais que atuam no comércio informal se enquadrem dentro da legislação. Outra preocupação é com a saúde dos clientes. Ademar defende a utilização de estufas que esterilizam os instrumentos utilizados pelas manicuras, aquecendo-os em temperaturas que ultrapassam os 200 graus.

Os agentes da Vigilância Sanitária aconselham a desinfecção dos instrumentos utilizados pelos profissionais com álcool 70%. “São poucos os salões que têm estufas e entre estes, a maioria não utiliza o aparelho corretamente. Por isto, consideramos mais seguro que a desinfecção seja com álcool”, explica a enfermeira da Vigilância Sanitária, Luciane Toso.

#### CACHORRO QUENTE

Hoje, um grande concorrente de restaurantes, lanchonetes e padarias são os carrinhos de cachorro quente. Oficialmente são 242 em Maringá. Nossa reportagem entrevistou vários empresários estabelecidos no centro da cidade e todos criticaram muito o comér-

# Abra o sorriso.



**O dentista que  
você precisa  
está aqui.**

**UNIODONTO**  
SISTEMA NACIONAL DE COOPERATIVAS ODONTOLÓGICAS

**Av. Parigot de Souza, 491**  
**Fone (044) 262-1150**  
**Maringá - PR**

APOIO:



Nós investimos e  
trabalhamos  
para garantir  
sempre o melhor.

*Unidades de Serviços*

Pronto Socorro

UTI

Centro Cirúrgico

Centro Obstétrico

Maternidade

*Serviços de Diagnóstico e Apoio*

Laboratório de Análises Clínicas

Laboratório de Anatomia Patológica

Raios-X

Ultra-som

Tomografia Computadorizada

Hemodinâmica

Ressonância Magnética

Fisioterapia

Psicologia

*Especialidades Clínicas e Cirúrgicas*

Cardiologia

Ginecologia e Videolaparoscopia

Obstetrícia

Pediatria

Ortopedia e Videoartroscopia

Pneumologia

Cirurgia Torácica Videoassistida

Cirurgia Plástica e Reparadora

Neurologia

Oncologia

Psiquiatria

Endocrinologia

Nefrologia

Angiologia

Proctologia

Otorrinolaringologia

Clínica Médica



Comércio de frutas: vendedores  
vêm de outras regiões

cio de cachorro quente, citando até mesmo a existência de uma "máfia" no setor. Temendo represálias, todos os empresários pediram para não serem identificados.

Nossa reportagem não conseguiu confirmar os dados, mas alguns empresários do setor de alimentação garantem que, em alguns casos, um único carrinho chega a comercializar 300 refrigerantes e 300 cachorros quentes por dia. "Isto dá um lucro que pode chegar a R\$ 15 mil por mês", comenta o dono

de uma padaria no centro da cidade.

Um fornecedor de salsichas de uma grande empresa de Santa Catarina garante que o maior cliente dele é um vendedor de cachorro quente. Para os empresários do setor, esta situação é um desestímulo ao comércio formal. Maringá possui 83 padarias e gera 2 mil empregos diretos e cerca de seis mil indiretos.

A revolta se justifica: o vendedor de cachorro quente paga apenas o ISS, uma vez por ano. Além disto, com cer-

## Desemprego x Informalidade

Segundo o professor Neio Peres Gualda, em regiões como a de Maringá, com reduzidos níveis de industrialização e pequeno número de grandes empresas, o setor informal assume uma importância muito grande, pois é o maior responsável pela absorção de trabalhadores que não conseguem empregos no setor formal. "Assistimos o aparecimento de um grande número de atividades que não cumprem com as regulamentações fiscais, trabalhistas, previdenciárias, ou de qualquer outro tipo, como vendedores ambulantes, empresas de fundo de quintal, micro-indústrias, etc".

O professor diz que vários fatores contribuem em Maringá para o crescimento do setor informal. Ele aponta que nos últimos anos ocorreu o desaparecimento de inúmeras empresas, como atacadistas, agroindústrias beneficiadoras de grãos e frigoríficos. Além disto, o crescimento da construção civil não é o mesmo verificado na década passada.

A modernização tecnológica também alimenta o setor informal.

Neio Peres Gualda frisa que o setor bancário eliminou 2/3 dos empregos existentes há dez anos atrás. A falta de investimentos em contraposição com o aumento da população é outro agravante. O professor analisa que a informalidade ameniza a crise do desemprego mas compromete a sobrevivência das pequenas e médias empresas.

Mensurar a informalidade não é tarefa fácil. Neio Peres Gualda faz um estudo comparativo entre o crescimento da produção, crescimento do consumo industrial de energia elétrica que é utilizada para produção efetivamente registrada e aquela do setor informal.

Esta comparação mostra que em Maringá, entre 1981 e 1996, o consumo de energia elétrica deste setor cresceu 149,65%, enquanto a produção registrada do setor cresceu apenas 29,75% no mesmo período. "Portanto, não restam dúvidas quanto à expressiva dimensão do setor informal na economia maringaense", conclui o professor.



Tecnologia em saúde perto de você.

Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 1929  
Maringá - PR - Tel: **224-2322**



São montadas verdadeiras lanchonetes nas calçadas

ca de R\$ 1,2 mil é possível montar um ponto de vendas, sem preocupação com aluguel ou investimentos em layout ou em estrutura de atendimento. Outra queixa dos empresários é com relação às exigências da Saúde Pública.

Os comerciantes estabelecidos recebem visitas periódicas de fiscais da saúde. "Será que estes carrinhos de cachorro quente atendem às exigências básicas?", questiona um empresário, acrescentando que os molhos e os pães ficam expostos ao sol, vento e à poeira.

Para os empresários, a lei que disciplina a concessão de carrinhos não é cumprida. Eles afirmam que existem pessoas que têm vários carrinhos no nome de aposentados e deficientes físicos, pagando uma porcentagem dos rendimentos. "A prefeitura deveria fazer um levantamento sobre as pessoas que receberam as concessões e se elas estão realmente trabalhando ou apenas emprestando seus nomes para terceiros".

O presidente da Associação dos Panificadores de Maringá-Apam, Moacir Augusto Costa, reconhece que o número de pessoas atuando informalmente

no setor alimentício aumentou muito após o Real, mas frisa que oficialmente a entidade não tem poderes para atuar contra este comércio. "A saúde pública tem que fiscalizar e a população tem que ter a consciência de que está adquirindo um produto de procedência incerta", reflete.

#### TRIBUTOS

Além do desemprego, um outro fator que leva os empresários para a informalização é a incidência da tributação. Os impostos oneram as empresas de tal modo que muitos empresários preferem "fechar as portas" oficialmente e trabalhar na clandestinidade. Um bom exemplo desta situação é um empresário do setor de alimentação que possuía um restaurante em Maringá.

Depois de anos lutando contra a queda nas vendas, provocada pelo aumento da concorrência, queda do poder aquisitivo da classe média, e aumento de despesas, ele tomou uma decisão que considera a mais certa. "Para aumentar a renda do restaurante implantei um Disk Pizza. Com o tempo, percebi que ali estava o meu ganha-pão. En-

## Um evento de sucesso não ocorre por acaso

HOTEL

**Deville**

MARINGÁ



O Hotel Deville é o lugar ideal para a realização do seu evento. São 4 salões com capacidade para 400 pessoas, equipados com sistemas de audiovisual e comunicação.

Até com pessoal especializado para atendê-lo, cuidamos de todos os detalhes. Assim você não se preocupa com nada e o sucesso acontece naturalmente.

Av. Herval, 26 - Centro - Fone: (044) 226 1001 - Fax: (044) 226 1977 - Central de Reservas: 0800 411866

E-mail: deville.mga@cybertelecom.com.br



UM

+UMA



+

**R\$ 4.000**  
em Vales-compra



**Feliz ANO Novo**  
**De CARRO Novo**

Para comemorar 8 anos com você, o Shopping Avenida Center apresenta a Promoção Feliz Ano Novo de Carro Novo.

20 Vales-compra de 200 reais cada, um Ford Ka e uma Pick-Up Ford Courier 0km é o que você poderá ganhar com esta Super Promoção. Para participar é só comprar no Avenida Center, preencher o cupom e torcer para entrar no Ano Novo de Carro Novo.



tão, fechei as portas e continuo entregando pizzas”, revela.

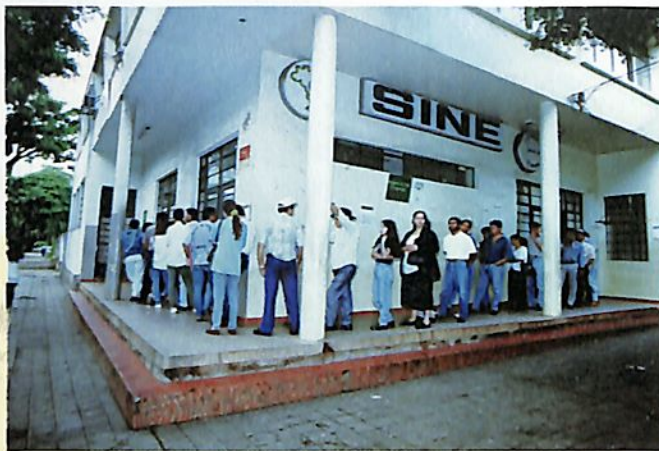
Para o presidente da Associação da Indústria Informal de Maringá, Christian Herbert Kulza, o Brasil “fecha os olhos” para o setor informal, que é uma realidade no país. Segundo Christian, a entidade que preside foi criada em dezembro de 94 e possui 45 associados. “Queremos contribuir para o desenvolvimento do país. Infelizmente, hoje é interessante ser informal”, afirma Kulza. Para ele, o governo deveria criar leis que incentivassem os pequenos produtores e os tirasse da marginalidade.

O Sebrae/Ibase realizou uma pesquisa com 101 empresas informais no Rio de Janeiro. Os resultados mostraram que os impostos altos (34%), os encargos sociais (11%) e a burocracia (12%) são entraves para que elas se formalizem. Os proprietários destas empresas disseram que entraram para a informalidade por três motivos básicos: oportunidade de negócio (43%), desemprego (29%), e descontentamento com o emprego (28%). Pelo menos 82% das empresas pesquisadas adquirem insumos de empresas legalizadas.

## Desemprego

Maringá é pólo de uma grande região e recebe trabalhadores de outras cidades e até estados. Segundo Relatório Estatístico do Sistema Nacional de Emprego, de 1º de janeiro a 31 de julho deste ano, 939 pessoas de outras cidades procuraram emprego na agência de Maringá. No total, o Sine atendeu 6.318 desempregados no período.

As cidades que mais colaboraram para aumentar as estatísticas de procura de emprego em Maringá, nos primeiros sete meses do ano, foram Sarandi, 79 pessoas; Curitiba, 39; Paçandu, 28; Campo Mourão, 26; Umuarama, 16, e Londrina, 15. Do es-



Desemprego: ligação direta com a informalidade

tado de São Paulo vieram 140 pessoas procurar emprego em Maringá. Do Mato Grosso do Sul, vieram 19 e de Minas Gerais, nove.

Do total de mais de seis mil desempregados, 297 já passaram por uma universidade, sendo que 119 concluíram o curso superior. A maioria dos desempregados, 4.089, tem até 30 anos. Cerca de 500 entraram na chamada “terceira idade”, ou seja, têm mais de 45 anos.

Surfe nas ondas da Internet  
com a Wnet.



**Wnet**  
**INTERNET**



o seu provedor em Maringá.  
<http://www.wnet.com.br>

**(044) 226-5200**

# Sindicato dos Médicos quer melhores

## condições de trabalho

**Nova diretoria do Sindicato dos Médicos de Maringá quer que todas as garantias trabalhistas aos médicos sejam cumpridas**

Representar o médico em todas as questões de trabalho e lutar para que os profissionais da área tenham melhores condições de exercer suas atividades. Estes são dois dos principais objetivos da nova diretoria do Sindicato dos Médicos de Maringá - Sinmar - que foi eleita em agosto com cerca de 400 votos, e tomou posse no dia 22 de setembro.

O sindicato foi criado há seis anos. Entre as prioridades da nova diretoria estão a luta pela utilização da lista de valores dos procedimentos médicos de 1996, melhores condições de trabalho nos órgãos públicos e garantias trabalhistas aos médicos que fazem plantão nos hospitais.

A utilização da lista de valores dos procedimentos médicos de 96, conforme Pupulim, é a única forma de evitar que cada convênio estipule um valor para determinado tipo de procedimento. Ele explica que muitos convênios utilizam a tabela de honorários médicos de 1992, que não está convertida para o Real e que não corresponde ao custo dos atendimentos médicos realizados.

A exigência, adverte Pupulim, vai ser fiscalizada pelo sindicato. "Se for necessário vamos nos descredenciar dos convênios que insistirem na utilização da tabela de honorários de 92", salienta. A segunda luta do sindicato será cobrar dos dois maiores empregadores

médicos de Maringá (a Prefeitura Municipal e o Hospital Universitário), as garantias de trabalho do profissional.

"Os médicos que trabalham nos postos municipais e no HU devem ter garantias de insalubridade e de periculosidade condizentes com suas atividades", explica. Ele afirma que atualmente há casos em que os médicos têm índice de insalubridade menor do que o de uma auxiliar de serviços gerais. "Isto não pode ocorrer porque não existe profissional que tenha mais contato com as doenças do que o próprio médico", garante Pupulim.

Para a nova diretoria do Sinmar as garantias trabalhistas da classe amparam os profissionais em casos de incidentes. Pupulim destaca por exemplo, as pressões que podem recair sobre os médicos em qualquer caso de atendimento. "Se algum problema ocorre com um paciente dentro de um hospital ou posto de atendimento, é comum as pessoas ingressarem com ação civil ou criminal contra o profissional e não contra o órgão", diz.

Para evitar estes problemas, a diretoria do sindicato pretende lutar para que todas as condições de trabalho sejam oferecidas aos profissionais. Outro problema que afeta a classe médica é a falta de compromisso dos hospitais particulares com as garantias trabalhistas dos profissionais que realizam



Membros da nova diretoria

plantões.

"Vamos entrar em contato com o Sindicato dos Hospitais para discutir esta questão. Queremos garantias trabalhistas já que a relação de trabalho entre o médico e o hospital existe e é confirmada pelo pagamento dos honorários do profissional e o atendimento ao paciente". A diretoria do Sinmar também pretende realizar uma campanha para atrair novos filiados.

### Nova diretoria do Sindicato dos Médicos de Maringá

#### Presidente

Antonio Carlos Pupulim

#### Vice-presidente

Júlio Meneguetti Neto

#### 1º secretário

Marcia Moreira de Lima Agosti

#### 2º secretário

Dilvo Bigliazi Junior

#### 1º tesoureiro

Marcelo Ferreira Pinto Rezende

#### 2º tesoureiro

Lorena Joana Werlang Barbieri

#### Conselho Fiscal

Nelson Shoit Shin-Ike

Moacir Manetti

Masaite Satake

#### Suplentes do Conselho Fiscal

Ricardo Plépis Filho

José Carlos Amador

Daoud Nasser



"A nova diretoria do Sinmar tem o apoio irrestrito da Sociedade Médica para exercer suas funções. Esperamos que o sindicato possa, a partir de agora, assumir a luta da classe e usar dos dispositivos legais para garantir os interesses médicos. Nós desejamos uma ótima gestão".

**Eliezer Ceribelli, presidente da Sociedade Médica de Maringá**

"A nova diretoria do Sinmar é formada por profissionais altamente qualificados para defender os interesses médicos. O CRM espera que a diretoria assuma os direitos e as prerrogativas que o sindicato têm perante a lei para garantir melhores condições de trabalho aos médicos, bem como os seus direitos".

**Kemel Jorge Chammas, diretor do Conselho Regional de Medicina**





Invista no  
Talento  
que Você Tem  
em Casa



Rua Santa Maria, 393  
Fone 223-5130



Capital  
de  
Giro

### Promoção de Natal

ACIM e Sivamar - Sindicato do Comércio Varejista - iniciaram este mês uma promoção para esquentar as vendas neste final de ano. Os consumidores que comprarem nas lojas que entraram na campanha recebem, nas compras acima de R\$ 30,00, ingressos para um show da dupla Sandy & Júnior, que será realizado dia 6 de dezembro. Neste mesmo dia, Papai Noel recebe as chaves da cidade das mãos do prefeito Jairo Gianoto.

### Prêmios

Além de ganhar o ingresso para o show, os consumidores que participarem da campanha ainda concorrerão a prêmios que totalizam R\$ 20 mil. Neste dia, o comércio passa a funcionar até as 22 horas. No último domingo antes do Natal, 21, as lojas abrem entre 9 e 17 horas.

### Lojas

Para participar da campanha, as lojas devem adquirir, no mínimo, um kit promocional, no valor de R\$ 150,00, que contém 25 ingressos do show de Sandy e Júnior, e 30 cupons que dão direito a participar do sorteio da segunda fase.

### Telemarketing



Pesquisas de opinião, campanhas para autorização de débito de mensalidades, convites para eventos, atendimento ao cliente e vendas diretas. Estes são alguns dos serviços prestados pela Centralcon Marketing Direto, que vem desenvolvendo Campanhas de Mídia Direta para diversas empresas. O diretor da Centralcon, João Carlos Seravali, diz que as campanhas têm se mostrado bastante eficientes. "Usamos um banco de dados com informações segmentadas e atualizadas", explica.

### Informática



A Câmara Setorial de Informática da ACIM está promovendo uma série de reuniões de empresários locais com grandes empresas do setor em nível mundial. Já estiveram em Maringá executivos da Oracle do Brasil, do Rio Grande do Sul, e Polen, de São Paulo. Segundo o coordenador da Câmara, Mauro Cordon, o objetivo é buscar novas tecnologias para agregar aos produtos locais. As próximas reuniões para apresentação de novas tecnologias deverão ser feitas por empresas como Borland, IBM, Microsoft e outras que já estão sendo convidadas.

### Tronco de Câmbio

A área internacional do Banco do Brasil foi elevada, pelo Banco Central, à condição de Tronco de Câmbio. A mudança, confere na prática, maior autonomia ao BB nas decisões de operações de câmbio de importação, exportação e de operações unilaterais com o exterior. Várias entidades, entre elas a ACIM, enviaram ofícios ao BC solicitando a mudança.

### Fábrica de móveis



Uma caravana de 30 empresários formada pelo Copejem, visitou em outubro, a Indústria de Móveis Santos Andirá, no Norte Pioneiro. Com 410 funcionários, a indústria é uma das maiores do setor no país. É administrada pelos primos José Roberto dos Santos, Diretor Comercial, e Milton dos Santos, Diretor Industrial. O forte da empresa são os dormitórios. Os móveis são vendidos em todo o país e no Mercosul.

## Nápoli



Em time que está ganhando não se mexe. Certo? Errado. Pelo menos no setor empresarial. A concorrência está cada vez mais acirrada e mesmo quem está ganhando tem que ficar de olho nas tendências de mercado. É o que faz sistematicamente o empresário Macoto Sato. Recentemente ele inaugurou as novas instalações do restaurante e pizzaria Nápoli. As mudanças no layout agradaram muito aos clientes e a Nápoli continua com sua rotina: casa cheia diariamente e clientes satisfeitos.

## Casa Verde Seguros



A ética e o profissionalismo da equipe da Casa Verde Seguros têm sido responsáveis pela conquista de novas fatias de mercado. E, mais que isto, o trabalho é reconhecido pelos clientes, satisfeitos com o atendimento, e pela Itaú Seguros do Brasil. A Casa Verde já conquistou vários prêmios em campanhas de vendas da Itaú, concorrendo com empresas de todo país. A Casa Verde é administrada pelos empresários Nelson Floriano dos Santos, Anésio Pedriali e José Claudinei Kido.

## Avenida Center

O Shopping Avenida Center lançou este mês a campanha "Feliz Ano Novo de Carro Novo", que vai sortear dois carros, um Ford KA e uma Pick Up Courier, além de 20 vales-compra no valor de R\$ 200,00 cada. Concorrerão aos prêmios os consumidores que gastarem a partir de R\$ 10,00 no shopping e responderem à pergunta "quantos anos têm o Avenida Center". O shopping lançou a campanha no mês em que completa oito anos. Nos dias 13/12 e 17/12 serão sorteados os vales-compra (10 em cada data). Os carros serão sorteados no dia 31/12 (o Ford KA) e no dia 3/01/98 (a Pick Up Courier).

## Rodotrilho



A Noma - Equipamentos para Transporte Intermodal - apresentou seu novo lançamento este mês: o semi-reboque intermodal, ou rodotrilho, o primeiro fabricado no país. O invento surgiu de uma idéia do empresário João Noma e do engenheiro Eduardo David, da Rede Ferroviária Federal. Duas carretas já estão sendo utilizadas pela empresa Vale do Rio Doce. Segundo Noma, o Rodotrilho vai economizar o tempo do transbordo entre o vagão e o caminhão e vai descongestionar o trânsito nas rodovias. "Ele diminui ainda o número de acidentes e reduz o consumo de combustível e de pneus", afirma. O material utilizado nas carretas é 100% nacional. A Noma já recebeu pedidos de empresas interessadas no Rodotrilho, inclusive da Argentina.

## Um século

O Colégio Marista completou cem anos no Brasil. Em Maringá, a instituição está presente há quatro décadas, se constituindo em uma das melhores escolas de todo o estado. A estrutura educacional é completa, fazendo com que os alunos unam teoria e prática. Os estudantes também participam de grupos de jovens sob a coordenação de uma equipe que incentiva a religiosidade e leva a nova geração a se integrar e a participar da sociedade.

## Homenagem

A Diretoria Executiva da ACIM prestou uma homenagem ao Juiz da 2ª Junta de Conciliação e Julgamento de Maringá, Cássio Colombo, que foi um dos organizadores do Fórum Capital e Trabalho, promovido pela entidade. Os demais organizadores foram o diretor da ACIM, José Luiz Sander, e os advogados Paulo Roberto Pereira de Souza e Dirceu Galdino. Uma das conquistas do fórum foi a formação de uma entidade Intersindical reunindo os sindicatos patronais.

## Free Shop



Foram inauguradas as novas instalações da nova loja Free Shop, no Aspen Park Shopping Center. A loja possui uma grande variedade de perfumes e cosméticos importados, de marcas como Calvin Klein, Lancôme e Clarins, entre outras. O empreendimento é administrado pelo casal Luciene-Francisco Carlos da Silva.

# Santa Bárbara Táxi Aéreo Ltda.

Aeroporto  
Av. Dr. Gastão Vidigal, 421  
Fone: (044) 222-6989  
Maringá - Paraná

Plantão: (044) 222-1879  
(044) 974-0729  
(044) 972-3278  
Residência: (044) 223-3563

# Globalização e realidade

Seminário promovido pelo Copejem e Sebrae alcança grande sucesso: 450 pessoas assistiram às palestras, e 84 empresas participaram das Rodadas de Negócios, que comercializaram R\$ 5 milhões



O público

Quitandas, videolocadoras, sapateiras e até funerárias. Através do sistema de franquias, empresas de outros países começam a aportar no Brasil. Resultado da globalização, que decreta também o fim dos empregos. Estes e outros assuntos foram abordados durante o Seminário Paranaense de Empreendedores e Jovens Empresários promovido pelo Copejem-ACIM e Sebrae-PR, em outubro no Teatro Calil Haddad.

O evento atraiu 450 pessoas e contou com cinco palestras e a realização de Rodadas de Negócios. Na abertura do seminário estiveram presentes autoridades municipais e estaduais, entre elas o então prefeito em exercício Ulisses Maia; o presidente da Fiep, José

Carlos Gomes de Carvalho; o superintendente do Sebrae, Hélio Cadore; e o presidente da Faep, Ágide Meneguetti. O vice-presidente, Fernando Rezende, representou a ACIM.

O seminário teve o apoio da Júnior Consultoria, Prefeitura Municipal de Maringá, Secretaria de Desenvolvimento Regional, Fiep, Faep, Fiacip e patrocínio da empresa Biptexto.

## INFLAÇÃO

A primeira palestra do seminário foi feita pelo consultor Luiz Marins Filho. Ele garantiu que o “ciclo inflacionário do mundo acabou” e que não há previsão de instabilidade política na América Latina. Marins disse que existem outras “instabilidades”, provocadas

pela globalização e pelo ciclo de vida mais curto dos produtos.

Segundo Marins, a globalização atinge a todos os setores, micro ou grandes empresas. Ele citou casos de multinacionais mais inusitadas aportando no Brasil, como quitandas, videolocadoras, sapateiros e até funerárias. “Elas nos ameaçam e são uma grande oportunidade ao mesmo tempo. E se elas vêm é porque o país é viável”, concluiu.

A segunda palestra foi com o consultor do Sebrae, Júlio Cezar Agostini. Ele disse que a globalização é uma revolução, juntamente com o avanço tecnológico, e as mudanças na gestão das empresas e nas relações humanas. Agostini lembrou que muitas profissões

## Rodadas de Negócios

As Rodadas de Negócios, realizadas paralelamente ao seminário superaram as expectativas dos organizadores. Participaram 86 empresas, entre âncoras e fornecedores. A perspectiva é de que sejam gerados negócios na ordem de R\$ 5 milhões após as 150 reuniões entre 11 âncoras e 75 fornecedores.

Segundo o consultor do Sebrae, Marco Aurélio Gonçalves, 35% das demandas de negócios foram para a área de serviço. Segundo o consultor, as rodadas abriram várias oportunidades de negócios para abastecimento de gran-



des empresas sediadas na cidade. “Empresas já existentes vislumbraram um novo mercado, e futuros empreendedores têm a oportunidade de criar empre-

sas a partir de uma demanda já existente”, diz.

Fica no ar uma questão: como empresas de uma mesma cidade e região, que não é tão grande, não conhecem potenciais parceiros comerciais? Para Marco Aurélio existe um problema cultural. As grandes empresas têm se acomodado e aguardam o contato dos pequenos. E os pequenos se acham que são pequenos demais para fornecer para as grandes empresas. “Daí a importância das Rodadas de Negócios: elas provocam os dois lados”.

têm os dias contados no país, mas fri-sou que novas atividades surgirão.

“O emprego vai acabar, mas o tra-balho não. Por isto, temos que formar uma geração de novos empreendedo-res, o que implica em mudança de men-talidade: as pessoas terão que se auto-empresariar”, diz. Em seguida, o alpi-nista Thomaz Brandolin, falou sobre suas aventuras nos locais mais distan-tes, altos e gelados do planeta.

Thomas Brandolin é um dos pou-cos alpinistas que vivem exclusivamente de seus projetos. O Norte Magnético (Ártico), a Antártida, o Monte Everest, os Andes e o Monte Mckingley são al-guns dos pontos visitados por ele. Brandolin é também escritor, redator e fotógrafo, tendo escrito o livro “Everest, Viagem à Montanha Abenço-ada”.

O alpinista contou como conse-guiu sobreviver em regiões com tem-peratureira em torno de 35 graus abaixo de zero, como aprendeu a fazer iglus, a vencer o medo do desconhecido e viver longe da civilização, com a companhia única de um cão. Ele diz que apesar de ter viajado sozinho, contou com um tra-balho prévio de uma equipe, que atuou no planejamento estratégico e no apoio. Segundo Brandolin, para sua sobrevi-vência foi necessário um trabalho de auto-motivação, controle emocional e relação de convivência consigo.

## SOBREVIVÊNCIA

O diretor de O Boticário, Elói Zanetti fez um paralelo entre os desa-fios vencidos por alpinistas como Brandolin, e a missão dos empresários. “Estes aventureiros realizam um tra-balho cheio de detalhes que pode signi-ficar a manutenção de suas próprias vi-das. Assim são as empresas, onde deta-lhes também podem decretar a conti-

nuidade ou o fim do negócio”, enfatizou, acrescentando que “a sorte favorece os audaciosos”.

O diretor contou a história de sucesso e ousadia de O Boticário, em-presa que possui cerca de 1400 lojas no Brasil, Portugal e Espanha, através do sistema de franquia. Ele abordou a ne-cessidade da modernização das em-presas, desde o layout, informatização, e comunicação com clientes, sejam inter-nos ou externos. Falou da importância da pesquisa e da definição do público do empreendimento.

“É preciso definir o público an-tes de escolher a melhor comunicação, e ser coerente até mesmo na escolha do veículo a ser utilizado”, disse. Zanetti frisou que O Boticário atende a dois milhões de pessoas por mês, mas res-saltou que “cada cliente é importante para a empresa”.

O encontro foi encerrado com palestra do presidente da Pepsi-Cola, Max Gehringer. O executivo atuou nove anos como diretor da Elma Chips, em-presa do grupo que controla a Pepsi-Cola. “Faço parte de um time que, há um ano, foi chamado para comandar uma operação de salvamento da Pepsi”, explicou. A operação foi concluída na semana do seminário, com a venda da empresa para a Brahma.

Gehringer procurou mostrar uma maneira simples de enxergar coisas complicadas. “Mas, se os empresários não prestarem atenção também em coisas óbvias, cometerão erros graves e terão que gastar muito para repará-los”, ressalta.

Ele desmistifica alguns termos “inventados” há pouco tempo, como Reengenharia e Downsizing. “São con-ceitos aplicados pelos romanos antes de Cristo. A única novidade é que eles têm nomes novos e complicados”.

## PALESTRANTES DO SEMINÁRIO



Marins



Júlio Cesar



Gehringer



Brandolin



Zanetti



A abertura



## Agenda da Diretoria

Dia 6/10: O secretário da Indústria, Comércio e Turismo do Município, Miguel Fuentes Salas, e o presidente do Conselho Deliberativo, Pedro Granado, participam da Reunião da Diretoria Executiva da ACIM.



Dia 8/10: A presidente do Conselho da Mulher Empresária e Executiva, Elizabete Emídio, participa do lançamento da campanha Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente, na Casa da Amizade.

Dia 9/10: O diretor para Assuntos Comu-

nitários, Antonio Fermentão participa da solenidade de reinauguração da empresa Data Control, em Maringá.

Dia 17/10: As conselheiras Elizabete Emídio e Silvia Rezende, a diretora de Relações Públicas Maria Alice Pinatti e a coordenadora da Câmara de Eventos e Promoções, Sônia Uliana, participam no Rio de Janeiro do Congresso da Abav.

Dia 21/10: Elizabete Emídio participa da solenidade de lançamento da Revista da Sociedade Médica de Maringá.

Dia 22/10: Elizabete Emídio e Sonia Uliana, coordenadora da Câmara de Turismo e Eventos, participam de solenidade de entrega dos Selos de Qualidade e Certificado de conclusão de curso de Orientação Profissional para Taxistas na área de Turismo.

Dia 23/10: Diretores da ACIM e Copejem participam da abertura do I Seminário Paranaense de Empreendedores e Jovens Empresários, no Teatro Calil Haddad.

Dia 27/10: O presidente da ACIM, Hélio

Costa Curta participa das comemorações do 33º aniversário de criação da Unidade da Polícia Militar e Dia do Policial Rodoviário.

O juiz Cássio Colombo participa da Reunião da Diretoria Executiva da ACIM, e é homenageado por sua participação na organização do Fórum Capital e Trabalho, realizado em setembro.



Dia 31/10: Diretores da ACIM participam de solenidade com a presença do governador Jaime Lerner, em Maringá.

# ZPA: Lerner assina decreto

**Após muitas idas e vindas de empresários e políticos a Curitiba, o governador assinou o decreto criando a ZPA. Solenidade foi em Maringá**

A conquista da Zona Especial de Processamento Aduaneiro - ZPA - foi saudada como uma das maiores de Maringá nos últimos anos. "É nossa montadora", comemorou o prefeito Jairo Gianoto, se referindo às indústrias de automóveis que estão se instalando na região metropolitana de Curitiba. "Fizemos nossa parte. Agora, cabe ao Poder Público Municipal e às empresas do setor a atração de novos investimentos para Maringá", frisou o diretor de Comércio Exterior da ACIM, Jefferson Nogaroli.

O empresário também é vice-presidente do Conselho de Desenvolvimento

de Maringá - Codem - de onde saiu o projeto da ZPA. Para ele, todo o Paraná ganha com o decreto. As empresas que se beneficiarem da ZPA terão 48 meses para recolher 80% do ICMS dos produtos importados. Os 20% restantes serão pagos durante a comercialização destes produtos.

Segundo a Prefeitura, a Secretaria de Indústria e Comércio tem recebido aproximadamente 40 pedidos de informações sobre a ZPA, partindo de empresários de várias partes do Brasil e do exterior. O presidente do Codem e secretário de Indústria e Comércio, Miguel Salas, disse que a cidade deverá

receber novos investimentos através da ZPA.

O secretário acrescenta que Maringá tem uma estrutura ociosa, ideal para os novos empreendimentos. "Temos muitos armazéns fechados que serão utilizados para a instalação das empresas importadoras, gerando empregos, renda e impostos", frisou Salas. Durante a solenidade, os empresários ligados ao Codem enaltecem o trabalho realizado pelo deputado federal Joel Coimbra. Ele fez a ponte entre Maringá e o Governo Estadual e foi um dos responsáveis pela transformação do projeto em realidade.



Lerner assina projeto criado pela própria comunidade

# Um jornal gostoso de ler, fácil de anunciar.



R\$ **1,99**

Classificados de 4 linhas.  
Débito na conta telefônica.

R\$ **9,99**

Assinatura R\$ 9,99 por mês,  
débito na conta telefônica.

Ligue

**222-5343**

**O Jornal  
DO POVO**

Mais jornal para você.

# Programa AMIGOS PARA SEMPRE

**Das 9 às 11h30**

**Apresentação:  
MARQUINHOS  
ALVES**

**Participe pelo  
228-4455**



**MARQUINHOS  
ALVES**

*Amizade para sempre*

Telefones:  
Curitiba (041) 254-7522  
Maringá (044) 226-4299

## Novos Sócios



- MULTIMESA  
R. Antonio Otavio Scramin, 923 B 2  
fone: 224-7145  
Ind. e com. de móveis
- FAZ TOUR  
R. Santos-Dumont, 3350  
fone: 262-1645  
Viagens e Turismo
- TRECXON  
R. Lopes Trovão, 178 - fone: 262-1162  
Consultoria de Marketing
- RODETTO'S  
Av. Guaíra, 766 - fone: 262-4410  
Ind. e com. de calçados
- OLIVIO GARDIM  
PROMOÇÕES ARTÍSTICAS  
R. Alfredo Costa, 136 - fone: 228-3735
- PONTO A PONTO  
R. Pion. José Faian, 675 - fone: 226-1342  
Com. de confec. e armarinhos
- LIVRARIA VIDA NOVA  
Av. Pedro Taques, 476 - fone: 223-0700
- MOLDURAS & CIA  
Av. São Paulo, 73 - fone: 226-1334  
Molduras p/ quadros
- FARMÁCIA VITÓRIA  
R. Vitória, 749 - fone: 263-1084
- GLASS  
Av. Herval, 619 - fone: 226-1968  
Com. de confecções
- BEM TRANZADA  
Av. Paraná, 891 L/18 - fone: 262-5379  
Com. de confecções
- DESPACHANTE SANTA EDVIRGES  
R. Octávio Perioto, 213 - Fone: 222-9213
- PARALEGO IMPORT  
Av. Colombo, 7780 - fone: 262-5200  
Com. atacadista de importados
- SPORT LINE  
Av. Pedro Taques, 4352 - Fone: 228-4177  
Ind. e com. de aparelhos terapêuticos
- AUTO MECÂNICA CASA DA BESTA  
Av. Guaiapó, 3447 - fone: 228-6161
- DEPÓSITO MARGUTTI  
Av. Pedro Taques, 3217  
Fone: 228-3406
- CASA MOVELEIRO  
Av. Brasil, 1196 - fone: 226-3449  
Com. de máquinas, acessórios e equip. p/ móveis
- DESIGN  
Av. Bento Munhoz da Rocha, 773  
fone: 223-0299  
Comunicação Visual
- SUPERMERCADO ALFA  
R. Paranaguá, 174 - fone: 224-6970
- FARMÁCIA SÃO FRANCISCO  
Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 2000  
fone: 224-8634
- DEL REY COLCHÕES E TAPEÇARIA  
R. Pioneiro João B. de Campos, 196  
fone: 262-3324
- VISUAL PRESENTE  
Av. Mauá, 3094 - fone: 226-4234
- DEPÓSITO J H L  
Av. São Judas Tadeu, 1222  
fone: 228-3608
- SÓ COMPRESSORES E BOMBAS  
Av. Brasil, 7311 - fone: 224-0958
- LOTEAMENTO PARQUE  
LAGOA DOURADA  
Av. Humaitá, 466 - fone: 225-3000
- FARMÁCIA VOSSA  
Av. Cerro Azul, 1335 - fone: 226-3356
- GLAMOUR  
R. Santos Dumont, 2971 - fone: 226-2112  
Com. de confecções
- CONTINENTAL RENT A CAR  
R. Santos Dumont, 1442  
Fone: 222-5838  
Locação de Veículos
- ESCRITÓRIO SULBRASIL  
Av. Brasil, 2462 - fone: 223-5351  
Esc. de contabilidade
- BRUNA BORDADOS  
Av. Brasil, 3573 - fone: 226-2503
- WIZARD INSTITUTO DE  
IDIOMAS MARINGÁ  
R. Néo Alves Martins, 2100  
Fone: 222-7749

## Sinônimo de qualidade



**A líder em carimbos automáticos**

**CARIMBOS:**  
convencionais e automáticos,  
datadores e numeradores,  
almofada e tinta

**ESCRITÓRIO:**  
pastas, grampeadores,  
furadores até 250 fls.,  
consultoria em informática.

**Um presente diferente!**  
Caneta c/ carimbo  
personalizado.

**Compras e vendas de computadores usados**

Rua Néo Alves Martins, 2.670 - Galeria Madri - Sala 14  
DISK CARIMBOS FONE/FAX: (044) 226 1918

# Desenvolvimento de Sistemas



**A Publisoft, que já teve software premiado em nível nacional, desenvolve sistemas para a área de controle administrativo e tem cerca de 350 clientes em toda região**

A Publisoft Informática é uma empresa fundada em 1991 pelos empresários Osvaldo Frare e Antonio Roberto Nogueira. Frare é formado em Ciências Contábeis, fez vários cursos na área de análise e projetos de sistemas e foi professor da UEM. Nogueira é formado em Processamento de Dados e Administração de Empresas e é professor da UEM.

A Publisoft trabalha com desenvolvimento e comercialização de sistemas administrativos para empresas co-

merciais, industriais e prestadoras de serviços. A empresa comercializa sistemas como o Ledger, considerado pela imprensa especializada como um dos melhores do mercado nacional na área contábil; o Sig - Sistema de Informação Gerencial, além de Escrita Fiscal, Folha de Pagamento e Controle Patrimonial.

O Sig é composto pelos módulos Estoque, Faturamento, Contas a Pagar/Receber e Controle Bancário. A Publi-

soft está desenvolvendo o Sam - Sistema de Assistência Médica, indicado para empresas de planos de saúde; e o CE - Consultor Econômico - projeto aprovado pelo Softex, destinado para a área de controle e análise econômica das empresas.

Os diretores explicam que a Publisoft atende empresas de todos os setores, sejam pequenas, médias ou grandes. O maior número de clientes é composto por escritórios de contabilidade. Mas empresas como a Paraná Assistência Médica - Pam - e a Cocamar possuem softwares desenvolvidos pela Publisoft.

Eles garantem que um dos diferenciais da Publisoft é o pós-venda. "Não é só desenvolver e vender. Nós damos uma assistência completa", ressaltam. Hoje a Publisoft tem contratados sete profissionais com formação superior atuando na área de desenvolvimento. São profissionais que se atualizam através da participação em cursos e leitura de livros específicos.

A Publisoft possui revendas em Campo Mourão, Paranaíba, Umuarama e Ji-Paraná, em Rondônia. O telefone para contatos em Maringá é o (044) 226-2092.

Como está a  
**\$AÚDE**  
de sua empresa?



O maior patrimônio de uma empresa são as pessoas que trabalham nela. Elas constroem, fabricam, produzem, vendem, enfim, geram lucros. Qualidade e produtividade estão diretamente ligados ao bem-estar dos funcionários.

**A saúde deles é também a saúde da sua empresa.**

A Santa Casa de Maringá sabe das suas necessidades, por isso, desenvolveu um plano especialmente para a sua empresa.

## Santa Casa Operacional

Solicite a visita de um dos nossos representantes e conheça todas as opções de coberturas.



Santa Casa  
Saúde

Rua Furtado Mendonça, 245 - Telefax: 222-3630  
E-mail: [scasa@netsix.com.br](mailto:scasa@netsix.com.br)

# Para ter proteção ao crédito, conte com o crédito da ACIM.



Por sua tradição e experiência, e ainda por sua própria finalidade como instituição, a ACIM merece todo crédito quando o assunto é proteção ao crédito. Inclusive porque ao manter o SCPC - Serviço Central de Proteção ao Crédito e Informações, o único lucro visado pela ACIM é o lucro de quem confia em seus serviços:

**SCPC: Pessoa Física**

**SPI: Proteção Imobiliária**

**Videocheque Serasa:**

**cheques devolvidos,  
roubados ou extraviados.**

Procure a ACIM ou solicite pelo fone 221-5050 a visita de um representante credenciado para ter acesso, por voz ou via micro/modem, às informações que reduzem ao mínimo o risco.

## **ACIM**

Rua Néo Alves Martins, 2321 - CEP 87013-060 - Maringá - PR



# Familiar e organizada

**Ao contrário da maioria das empresas, após o Plano Real a Cofebral só cresceu. Para os diretores, o plano trouxe o país de volta à realidade e permite que o brasileiro possa fazer planos para o futuro**

Atuando no segmento da construção civil, a Cofebral é uma das mais sólidas empresas revendedoras de máquinas e ferragens da região. Administrada pelo empresário Estevam Bortolucci, a empresa vem experimentando um crescimento muito grande, principalmente nos últimos 12 anos. A Cofebral tem clientes em toda região e possui uma filial, em Dourados, no Mato Grosso do Sul.

A administração da empresa é familiar. Estevam Bortolucci tem o apoio da esposa Lourdes, e dos filhos Marcia e Marcelo. Otimista, o empresário acredita num futuro melhor, principalmente após o Plano Real que trouxe o país de volta à realidade. "O empresário brasileiro só sabia trabalhar com a inflação e esta mascarava todos os nossos erros. Hoje, sobrevive e cresce quem sabe trabalhar", comenta Bortolucci.

## HISTÓRIA

Em 1968 Estevam Bortolucci começou a trabalhar como vendedor de máquinas e ferragens para uma indústria e uma loja de varejo. Viajava toda a região. Dois anos depois, ele e um irmão, Humberto Bortolucci, compraram a loja em sociedade. Assim, em 1970 nascia a

Cofebral que, em seis meses, já se mudava para o endereço atual, na avenida Brasil 4.531.

Estevam e Humberto iniciaram o negócio trabalhando com mais dois funcionários. Estevam continuava inclusive viajando por toda a região. A sociedade duraria até 1985. Os sócios tinham também algumas terras e a divisão de prioridades entre o comércio e o setor agrícola não fazia bem para a loja. Após o fim da sociedade, Estevam Bortolucci ficou sozinho na administração da Cofebral. Foi quando aos negócios começaram a deslanchar.

Hoje, a Cofebral conta com 20 funcionários em Maringá e mais seis na filial de Dourados. A empresa é totalmente estruturada. "Cada departamento, marketing, financeiro, de compras e outros, tem uma chefia e a ela são delegadas responsabilidades e comando", explica Márcia Bortolucci. Formada em Processamento de Dados e cursando o último ano de Administração, ela atua na área de Marketing e tem a confiança total do pai.

O outro filho, Marcelo, também já atua na empresa. Cursando o segundo ano de Administração na UEM, Marcelo se dedica meio período à loja, na supervisão geral e compras. "Esta delegação de poderes e responsabilidades me deixa bastante tranquilo quanto ao andamento dos negócios. Hoje posso viajar sem preocupações pois sei que a loja continuará sendo bem administrada", frisa Estevam Bortolucci.

## AMIGOS

Se a divisão de responsabilidades auxilia na administração da Cofebral, o sistema, adotado há oito anos, é responsável pelo envolvimento dos funcionários com o dia a dia da



Cofebral: revendedora de máquinas e ferragens



Funcionários: divisão de responsabilidades auxilia na administração

empresa. Márcia se lembra com orgulho das palavras de um cliente tradicional da Cofebral. "Ele disse que gosta de comprar conosco porque a empresa não só compra e vende, mas também se preocupa em fazer amigos. É por isto que valorizamos nossos funcionários. Eles são responsáveis pelo sucesso do empreendimento".

Para os empresários, a confiança dos clientes é um fator que contribuiu para o crescimento da Cofebral. "Desde 1970 nós colocamos nossos produtos em praticamente todos os prédios construídos na cidade", comenta Estevam Bortolucci. Segundo ele, nos últimos anos tem mudado o perfil dos clientes da loja. É que o número de prédios em construção diminuiu. Em compensação, aumentou muito o número de casas em construção ou reforma.

Mais uma vez, o empresário elogia o Plano Real, responsável pela queda no preços dos materiais juntamente com a globalização da economia. "Praticávamos preços fora da realidade. A concorrência externa fez com que estes valores caíssem. Além disto, as indústrias nos dão prazos de até noventa dias, o que antes era apenas um sonho. E repassamos estes preços e prazos aos nossos clientes", diz.

Para o empresário, com o Real ficou muito mais fácil de se trabalhar. Ele diz que é preciso que cada um encontre seu caminho. Depois, é só seguir em frente. "Antes a gente não sabia como ia ser o amanhã". Ressalta que a estabilidade da economia faz com que a competência passe a ser um fator de distinção entre os empresários. "Agora só depende de nós: temos que ter organização, saber comprar e vender".

"Meu Negócio" é uma homenagem que a ACIM presta aos associados mais tradicionais.

# O começo, o meio, o fim

por Ademir Camargo

A nossa vida e tudo que fazemos têm íntima relação com o trinômio do título deste artigo, mas muitas vezes temos nos esquecido de pensar ou mesmo praticar este caminho nos nossos negócios ou projetos.

No entanto, creio que cada vez mais, este assunto deva ocupar espaço importante em nosso comportamento.

Estamos atravessando momentos históricos na vida da humanidade, onde estas etapas são percorridas com enorme velocidade e eficiência. Não se trata portanto de se pular a etapa, mas executá-la cada vez melhor e mais rápido.

A virada do milênio, que teremos o prazer de ultrapassar, causará profundas transformações comportamentais, industriais, comerciais e outras tão ou mais importantes. As novas tecnologias disponíveis e aquelas que nos disponibilizarão farão isto por si só, e a nós estará reservado mudar ou mudar.

Neste cenário de profundas transformações não é permitido fazer as coisas do mesmo jeito de antes e nem tão pouco pensar como antes. Temos que pensar e agir rápido e diferente.

O mundo do ganha/perde, das facilidades monetárias, da sorte nos negócios e de vantagem não existe mais. Em seu lugar busca-se competência, excelência, vocação e parceria.

Da mesma forma, não existe mais espaço para tentativas ou experiências mal planejadas, mas sim projetos bem racionais e estruturados

Errar hoje custa muito caro!

Para ser diferente hoje, é preci-



so pensar diferente já, pois se eu não penso, meu concorrente pensa e, portanto, ele estará um passo na minha frente na obtenção do sucesso.

O trinômio o começo, o meio, o fim, é apenas uma forma racional de mudarmos nossa maneira de pensar e de agir, e baseia-se em dois exemplos de sucesso: um universal e outro setorizado.

No primeiro exemplo sugiro que pensemos na Lei da Fazenda:

Quanto tempo se leva para efetuar uma colheita? Em contrapartida, quanto levou a natureza para produzir os frutos, e o dono da fazenda para tor-

nar a terra boa para plantar?

Com certeza, é na colheita que se gasta menos tempo.

Porém, se a terra não for preparada e o tempo, a chuva, e os cuidados exigidos não forem dispensados, poderá alguém colher algum bom fruto?

No segundo exemplo salientamos a indústria de veículos japoneses do pós-guerra. Muito pouco se falava ou se conhecia dela até a década de 70, mas ela estava se preparando para ser a mais eficiente em produção e vendas nos últimos 30 anos.

Estas indústrias tiveram como princípio de eficácia o seguinte comportamento:

60% do tempo dedicado ao pensamento e planejamento;

30% dedicado à formulação de estratégias e teste de mercado;

10% para o lançamento do produto e conquista de mercado.

Quando, portanto, resolveu penetrar no difícil mercado americano de veículos, causou enormes estragos nas gigantes Ford, GM, Crysler entre outras. E daí para o resto do mundo foi um pulo.

O início e o meio bem dimensionados e executados, demandam menos esforço para atingirmos o fim e automaticamente o sucesso.

Portanto: planejamento estratégico e execução, feitos de forma bem dosada e profissionalizada, têm como consequência direta o sucesso. E é isto que todos nós buscamos e queremos.

**Ademir Dias de Camargo é administrador e consultor de empresas, com especialização em Marketing Estratégico**

# O TELEFONE DA ACIM FICOU ASSIM:

# 221-5050



Continuando o processo de melhoria de seus serviços aos Associados, a ACIM entra na era digital com novo sistema telefônico, o DDR - Discagem Direta a Ramal através de Fluxo Digital Bidirecional de 30 canais.

Com esta providência, alguns números de seus telefones sofreram mudança. Assim, para estabelecer contato imediato com a ACIM, atualize sua agenda de acordo com o seguinte quadro:

### Números telefônicos alterados:

GERAL .....	221-5050
FAX .....	221-5007
SCPC .....	221-5011

### Números sem alteração:

CONSULTORIA ACIM .....	226-5543
CASA MERCOSUL .....	226-4995
AG. JARDIM ALVORADA .....	228-3774

# ACIM

Rua Néo Alves Martins, 2321 - CEP 87013-060 - Maringá - PR

**Agora assinar O DIÁRIO  
ficou muito mais fácil.**

**Ligue: 226-6055**

**e sua assinatura será  
debitada em 4 parcelas de**

**R\$ 16,00**

**em sua Conta Telefônica**

**O DIÁRIO**

**DO NORTE DO PARANÁ**