

ACIM

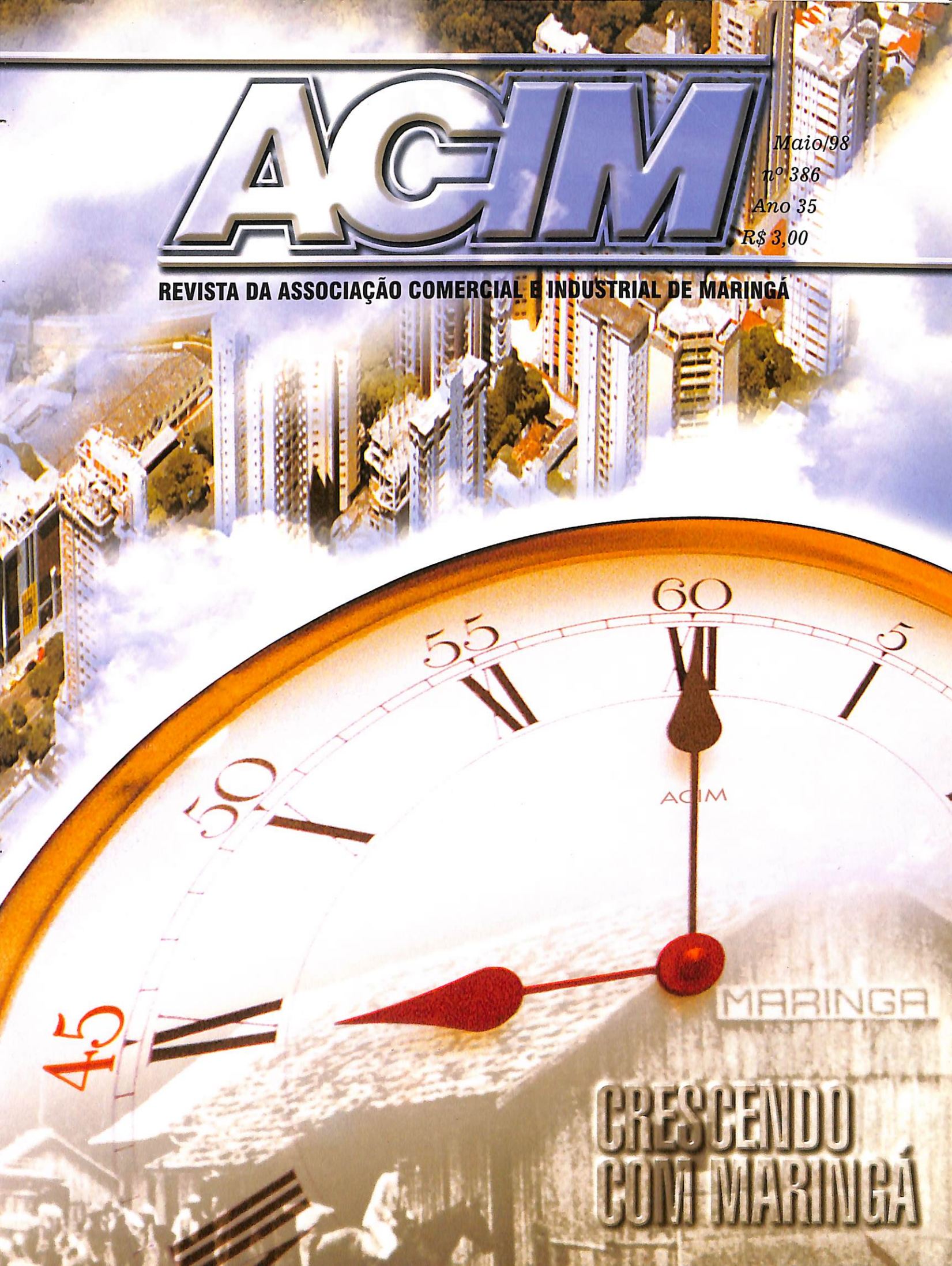
Maio/98

nº 386

Ano 35

R\$ 3,00

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ



60

55

5

50

ACIM

45

MARINGÁ

CRESCENDO
COM MARINGÁ



IMAGINE A
CIDADE DOS
SEUS SONHOS



Palavra
do
Presidente

Jefferson Nogaroli



Edson Guitti

ACIM 2000

A ACIM sempre foi uma entidade modelo no gênero. Mas, as mudanças tecnológicas e de mercado são rápidas demais. Estamos buscando a excelência empresarial para sermos uma referência para os empresários. Se representamos 1.700 empresas, temos que ser melhor que todas elas. Estamos caminhando neste sentido. E quanto mais a ACIM crescer, mais lutaremos para que nossos associados e a comunidade em geral cresçam.

PESQUISA

Este mês realizamos uma pesquisa para sabermos o grau de satisfação dos nossos associados e conhecermos as necessidades deles e dos empresários em geral. Com isto, detectamos as reais necessidades das empresas.

“BOAS NOTÍCIAS”

Lançamos no “O Diário do Norte do Paraná” nossa coluna semanal “Boas Notícias”. A repercussão mostrou que a parceria entre a ACIM e o jornal foi acertada. Queremos agradecer a todos aqueles que têm nos ajudado a preencher o espaço com notícias positivas de nossa cidade. A coluna é da comunidade. Quem tiver boas notícias, por favor, nos envie para que possamos divulgá-las.

CODEM

O Codem é a melhor “Boa Notícia” nos últimos anos. Uma iniciativa que tem trazido muitos frutos. No início deste mês, mais três empresas se somaram às outras três que já haviam feito parceria com o município. E novos projetos continuam sendo elaborados.

RESULTADOS

Através do Codem, atraímos recursos para a UEM, viabilizamos a ZPA e o Pólo Têxtil, lutamos pelo Cefet, entre outras ações. No início deste mês, mais uma iniciativa atingiu resultados positivos: a campanha pelo término do novo aeroporto.

POLÍTICOS E EMPRESÁRIOS

Nesta luta, tivemos o apoio do secretário de Estado, Pedro Granado, e do deputado Joel Coimbra. A participação do prefeito Jairo Gianoto também foi fundamental. Com a união das forças políticas e empresariais mostramos nossa vontade, o Governo nos ouviu e liberou verbas para o reinício das obras do aeroporto.

CEFET

Parabenizamos nossas autoridades pela vinda dos cursos do Cefet, que auxiliarão na qualificação de mão-de-obra para nossas empresas. Parabéns ao secretário Pedro Granado e a toda sua equipe pelas mudanças do Sine.

200 MIL ELEITORES

Foram louváveis os esforços da comunidade na campanha para aumentar o número de eleitores de Maringá. Chegamos a 190 mil. A ACIM vai continuar a campanha após as eleições.

VOTO ÚTIL

Aumentamos em 16 mil o número de eleitores de Maringá. É um saldo considerável, suficiente para elegermos um deputado. Aliás, acho importante elegermos candidatos de Maringá. Temos pois, que votar em representantes da comunidade. Parlamentares locais estão mais próximos dos nossos problemas e podem defendê-los com conhecimento de causa. E também é mais fácil cobrar.

ELEIÇÕES

Elegemos há quatro anos três deputados federais e igual número de estaduais. Novas eleições estão se aproximando. É hora dos políticos sentarem e falarem a mesma língua. A língua de Maringá. Seria interessante que os partidos se conscientizassem de que quanto mais candidatos forem lançados, menos chances temos de eleger deputados. Não podemos pulverizar nossos votos. Se houver interesse dos partidos, a ACIM pode se tornar uma intermediadora para que possamos discutir o assunto.

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



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

Rua Néu Alves Martins, 2521
Fone: (044) 221-5050
Fax: (044) 221-5007 - C.P.: 1055 - Maringá - Paraná
www.acim.com.br - acim@wnet.com.br

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Jefferson Nogaroli

1º Vice-Presidente: Luiz Ajita

2º Vice-Presidente: Antonio Fermenton

Diretor para Assuntos do Comércio:

Ariovaldo Costa Paulo

Diretor para Assuntos Sócio-Econômicos:

Carlos Anselmo

Diretor para Assuntos da Indústria:

Carlos Walter Martins Pedro

Diretor de Finanças e Patrimônio:

Claudio Mukai

Diretor para o Desenvolvimento de Bairros:

Edivaldo Alves da Silva

Diretor de Serviços e Inovação Tecnológica:

Edmar Arruda

Diretora de Eventos e Promoções:

Elizabete Emídio

Diretor para Assuntos Comunitários:

Luiz Roberto Marquezini

Diretor Revista ACIM:

Luiz Carlos Masson

Diretor para Assuntos de Comércio Exterior:

Paulo Meneguetti

Diretor de Relações Públicas:

Paulo Roberto Alves Marques

CONSELHO DELIBERATIVO

Paulo Morais Badan, Reginaldo Nunes Ferreira, Sabas Martins Fernandes, Carlos Roberto Previdelli, Noemi de Oliveira Seravalli, Gilson Odair Barbiero, Jorge Toyofuku, José Gomes Ferreira, José Rubens Abrão, Cleide Tono Freitas Noronha, Valdir Pignata, Claudomiro Siroti, Ali Saadeddine Wardani, Antonio Donizete Busíquia, Sebastião Carlos Abrão

MEMBROS NATOS:

Alcides Siqueira Gomes, Carlos Mamoru Ajita, Emílio Germani, Ermelindo Bolfer, Fernando Henriques, Hélio Costa Curta, Joaquim Dutra, Manoel Mário de Araújo Pismel, Massao Tsukada, Pedro Granado Martines, Raymundo do Prado Vermelho, Sidnei Meneguetti, Ubirajara de Araújo Pismel

COPEJEM - CONSELHO DO JOVEM EMPRESÁRIO

Presidente: Luis Fernando Ferraz

Vice-Presidente: Edson Nakagawa Nishimori

Dir. p/ Eventos de Indústria: Cláudio L. Zavantine

Dir. p/ Eventos do Comércio: Marcos C. Gameiro Óbice

Dir. de Eventos da Prest. Serviços: Daniela Z. Zanutto

Dir. p/ Eventos Comunitários: Paulo Roberto Viscardi

Dir. p/ Eventos Sócio-Econômicos: José O. Trevisan

Dir. de Finanças: Rogério Yabiku

Dir. de Relações Públicas: Luiz Eduardo G. Borin

Dir. de Inovações Tecnológicas: Sandro Bertoni

CONSELHO DA MULHER EMPRESÁRIA E EXECUTIVA

Presidente: Solange de Paula

1ª Vice-Presidente: Maria Lúcia Fernandes

2ª Vice-Presidente: Maria Alice Pinatti

1ª Secretária: Sandra Mara de Carlo Ceranto

2ª Secretária: Silvia Cristina Franchini Rozendo

1ª Tesoureira: Leonita Ap. Prestes Tarosso

2ª Tesoureira: Nilva Cardoso El Ghaz

Diretora Adjunta/Jurídico: Heloisa Vecchi

Dir. Adjunta/Mestre de Cerim.: Cleide Pinto

Diretora Adjunta/Rel.Públicas: Wilma Maria R. Beloto

Diretora Adjunta/Rel.Públicas: Maria Inês P. Szymczak

CÂMARAS SETORIAIS

Informática: Mauro Antonio Cordon Delibório
Turismo e Eventos: Sônia Uliana

ASSESSORIA

Gerente Administrativo: Antônio Barizon
Diretor de Negócios: Francisco Gabriel Heg
Chefe do SPCP: Zenaide Machado

NESTA EDIÇÃO:

07 - ENTREVISTA

Roberto Shinyashiki
fala sobre felicidade
e lucro



09 - CAPA

Os 45 anos
da ACIM



18 - SINE:

Em busca de uma
nova imagem



22 - CODEM

De volta para o desenvolvimento

25 - MEU NEGÓCIO

Depósito Negri:
mudando com o
mercado



26 - PENSO ASSIM

Joel Coimbra fala sobre o
desenvolvimento de Maringá



**A REVISTA DE NEGÓCIOS
DO NORTE DO PARANÁ**
ANO XXXV - Nº 386 - MAIO/98

**Publicação Mensal da
Associação Comercial e Industrial
de Maringá - ACIM**

DIRETOR RESPONSÁVEL
Luiz Carlos Masson

EDITOR RESPONSÁVEL
Dirceu Herrero Gomes - MT-2506-PR

REDATORA
Teresa Meneghel

COLABORADORES
Claudio Galleti e Lucinéia Parra

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

CONSELHO EDITORIAL
Claudomiro Venâncio, Dirceu Herrero
Gomes, Elizabete Emídio, Luiz Carlos
Masson, Luis Fernando Ferraz, Paulo Morais
Badan e Solange de Paula.

Filiada à ABERJE
Associação Brasileira de
Comunicação Empresarial



**EDIÇÃO, PRODUÇÃO E
EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA**
Editora Organsil Ltda.
Telefax: (044) 223-5555
organsil@maringa-online.com.br

CAPA:
Anima Comunicação
(044) 262-4700

IMPRESSÃO: Gráfica Regente

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

ESCREVA-NOS:
Emita sua opinião sobre a revista.

Rua Néu Alves Martins, 2521
Fone: (044) 221-5070 e 221-5072
Fax: (044) 221-5007
Caixa Postal 1055 - Maringá - Paraná
acim@wnet.com.br



Leitura
Empresarial

Serviços - Os primeiros passos para o sucesso

por Maria Alice Pinatti

Os serviços são o grande "boom" da economia atual e continuarão a ser no próximo século. Baseada nesta afirmação, o autor de "Serviços..." descreve características do setor; cita exemplos e fala sobre a importância do "agir com profissionalismo, ética e competência".

Gonçalves prega que o primeiro passo é entender as quatro características da Prestação de Serviços. A primeira é a intangibilidade, ou seja, o serviço não pode ser visto, sentido, ouvido antes de ser adquirido.

A segunda característica, de acordo com o autor, é a inseparabilidade: o resultado do serviço depende de quem realiza e de quem contrata. Por isto, a interação fornecedor/cliente é ponto de extrema importância, sendo inseparáveis.

Em seguida, vem a variabilidade. Isto é, como os serviços são altamente diversificados, vai depender de quem os proporciona. Prestadores de Serviço qualificados, causam ótima impressão e mantêm clientes. Desqualificados afastam o consumidor.

Por fim, o autor destaca a perecibilidade. Os serviços por serem perecíveis, fazem do tempo uma moeda forte sem inflação. Tempo perdido representa oportunidades jogadas fora.

Os serviços dependem, e muito, de quem faz. Há necessidade de oferecer "algo mais". Para ilustrar esta colocação, é citada a entrevista de um dos maiores tenores da música lírica da atualidade, Luciano Pavarotti, à Revista New York.

Livro:
Serviços - Os primeiros passos para o sucesso

Autor: David Gonçalves

Editora: HD Livros

Pavarotti garante que só excelência técnica não basta. É preciso um diferencial a mais. No caso dele, a voz deve ter "alma, prazer, dedicação e paixão". As pessoas não compram só o produto. Elas querem atenção, reconhecimento, afetividade, simpatia e sinceridade.

Outra exigência da Prestação de Serviços é atualização constante. Neste assunto, Gonçalves recorre a Henry Ford, o da fabricação em série. Dizia Ford: "Todo mundo que pára de aprender é velho, não importa que tenha vinte ou oitenta anos. As pessoas que continuam aprendendo se mantêm jovens. A melhor coisa na vida é manter-se jovem."

A atenção dispensada aos clientes após a efetivação do serviço também merece espaço no livro. O segredo, revela o autor, está em não só atender o básico e o esperado, mas sim em surpreender. Em oferecer um toque de magia.

Uma dica do autor: surpreender é ser simples. Basta um telefonema de verificação. Saber se a pessoa foi bem atendida, se tem sugestões.

O relacionamento pós-venda é o caminho para manter clientes, ainda mais em uma época onde o maior desafio é ser competente. Onde o mais ágil sai na frente e onde só tecnologia não basta. É preciso administrar e resolver a equação: Produtividade X Qualidade.

Maria Alice Pinatti é Consultora do Sebrae-PR e Vice-Presidente do Conselho da Mulher Empresária e Executiva da ACIM

Leia agora. O mundo dos negócios não espera.

Como obter e administrar informações sobre a concorrência criando um sistema de inteligência eficiente.

ADMINISTRANDO A CONCORRÊNCIA

Leonard M. Fuld

2ª edição



ALIMENTE SEUS LÍQUIDOS CONHECENDO SEUS CONCORRENTES

Brigid McGrath Massie e John K. Waters

VENDAS para quem odeia vender

TÉCNICAS DE VENDAS PARA PROFISSIONAIS DE TODAS AS ÁREAS

O mundo dos negócios se transforma rapidamente. Para ficar por dentro do que acontece, a **Bom Livro** traz toda a literatura técnica e profissional de que você precisa. Os melhores títulos de administração, marketing e informática. Livros e revistas nacionais e importados. Com vantagens: você pode pagar em até 3 vezes. Venha conferir. Ou peça pelo **fone (044) 222-5911**. Entregamos em sua empresa.

Bom Livro
livraria e papelaria

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..



GLOBALIZAÇÃO

EU SOU PEDREIRO, SERRALHEIRO,
MOTORISTA, SOLDADOR, GARÇOM,
MECÂNICO, VIEJA, VIDRACEIRO,
ANGARIADOR, AÇOUQUEIRO;
DESENHISTA, ELÉTRICIS...

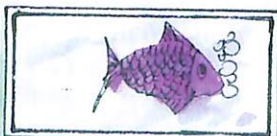


DÓ DE
QUEM??

O PRÓXIMO!



Cerca de mil crianças muito ma-
gras — algumas delas fracas de-
mais para se aguentar em pé — se
agrupavam ontem em uma clínica
improvisada na região de Bahr el
Ghazal, sul do Sudão.





A Felicidade dá lucro

com Roberto Shinyashiki

Médico psiquiatra com especialização em Administração, Roberto Shinyashiki é um expert em gente. A experiência adquirida em consultório, ouvindo pessoas, serviu de base para sua obra, nada menos que 10 livros de auto-ajuda publicados nos últimos 12 anos.

Autor de best-sellers como "A carícia Essencial", "Amar Pode dar Certo" e "A revolução dos Campeões", ele é um fenômeno editorial, alcançando a marca de 2,5 milhões de livros vendidos. Seu mais novo livro, "O sucesso é ser Feliz", prega a revolução pela felicidade, felicidade essa que pode render lucros até nas empresas, garante.

Suas idéias sobre emoções e relacionamentos levaram Shinyashiki para o mundo do trabalho e das organizações empresariais, onde é requisitado como consultor organizacional. Atualmente, presta consultoria para empresas de renome internacional como Nestlé, Citibank, Xerox, Rhodia, Microsoft e Rede Globo, entre outras.

Em abril, ele esteve em Maringá com a palestra "O sucesso é ser Feliz". Falando à Revista ACIM, afirmou que a felicidade é o fator diferencial capaz de garantir lucros às empresas e que, ao contrário do que se pensa, a maioria dos países do mundo ainda luta para se adequar à nova ordem mundial.

ACIM - O que o motivou a escrever O sucesso é ser Feliz?

SHINYASHIKI: No ano passado, estive no Japão participando de um curso de administração. Indagado sobre lucro, o presidente de uma grande empresa disse: "Vocês no ocidente geralmente acham que lucro é só dinheiro. Eu acredito que tenho lucro também quando sou leal a meus companheiros de trabalho; quando ajudo a sustentar um número maior de famílias; quando sinto que estou construindo um país de verdade". Ouvi aquela resposta e pensei: "A felicidade também dá lucro". Ali começou a nascer o livro.

ACIM - E como a felicidade pode dar lucro?

SHINYASHIKI: Quando uma pessoa compra um produto ela compra junto uma dose de felicidade ou de infelicidade. Então, eu diria aos empresários que é preciso vender felicidade para os clientes. Caso contrário, só resta entrar na luta por preço, o que levará a empresa à falência...

ACIM - E como se vende felicidade?

SHINYASHIKI: A loja de roupa não pode vender só roupa. Tem que vender moda, charme, elegância, sonhos. Da mesma forma, pão e leite não dão lucro à padaria. Uma padaria tem que vender aconchego, ternura, o perfume do bolo da nossa mãe... Isso é vender felicidade e fazer o lucro da empresa.

ACIM - O empresário americano está descobrindo que funcionário feliz produz mais. Por conta disso, muitas empresas vêm oferecendo regalias aos empregados. Algumas permitem até a presença de bichos de estimação no ambiente de trabalho. Como você vê isso?

SHINYASHIKI: Da melhor forma possível. O funcionário deve estar feliz para contribuir com a empresa. Caso contrário, como ele venderá felicidade ao cliente?

ACIM - E no Brasil, as empresas já estão despertando para essa realidade?

SHINYASHIKI: No Brasil, a grande maioria dos programas de qualidade adotados pelas empresas é abortada em menos de seis meses porque não existe um comprometimento com o ser humano. As pessoas continuam pensando somente no resultado e não no processo que leva ao resultado. Nós precisamos entender que o sucesso do negócio é resultado do crescimento de todos, inclusive do funcionário.

ACIM - Você acredita que essa nova mentalidade é possível num país onde a maioria dos trabalhadores está insatisfeita com o salário?



João Mantovan

"O brasileiro precisa ter mais humildade"

SHINYASHIKI: O que eu costumo falar é que alguém atende mal porque é incompetente, não porque ganha pouco. A qualidade do meu trabalho não pode depender de quanto eu ganho.

ACIM - E no caso do trabalhador que ganha salário mínimo?

Shinyashiki: Essa regra se aplica a todos. O trabalhador costuma pensar assim: "eu ganho pouco, então vou trabalhar pouco". E produzindo pouco ele continuará alimentando este círculo vicioso. A tendência do trabalhador latino americano é se preocupar se está sendo explorado.

ACIM - No Brasil, o profissional costuma continuar estudando ou está acomodado, naquela de "acabei minha formação, agora vou trabalhar"?

SHINYASHIKI: Provavelmente, 90% das pessoas que terminaram a faculdade de administração de empresas por exemplo, não vão fazer nenhum outro curso durante os próximos 10 anos. É muita acomodação.

ACIM - Com a globalização, fala-se muito em competitividade e qualidade. A mentalidade empresarial brasileira está acompanhando estas mudanças?

SHINYASHIKI: Tenho viajado para Europa, Ásia, Estados Unidos, América Latina e tenho percebido que o mundo não se adaptou à nova ordem mundial. Não foi só o Brasil. O mundo hoje pode ser dividido hoje em 80% de dinossauros e 20% de campeões. Apenas uma minoria de empresas está percebendo e se adequando às mudanças.

ACIM - Em sua opinião, qual o maior pecado do empresário e do trabalhador brasileiro?

SHINYASHIKI: O pior pecado do trabalhador é o mesmo do empresário: reclamar. O povo latino americano está gastando muita energia para reclamar. Este tempo ele poderia usar para descobrir novas opções.

Governador prestigia posse do Sinduscon

Nova gestão tem como metas a ampliação do quadro de sócios, integração com a sociedade e qualificação das empresas da construção civil

Histórica. Assim pode ser definida a posse da nova diretoria do Sinduscon (Sindicato da Indústria da Construção Civil do Noroeste do Paraná), ocorrida em abril passado, em Maringá. O novo presidente da entidade, Adolfo Cochia Júnior, foi empossado na presença de convidados ilustres como o governador Jaime Lerner, o prefeito Jairo Gianoto, o presidente da Câmara, Ulisses Maia, deputados federais e estaduais e os secretários de Estado Augusto Canto Neto (Obras Públicas), Eduardo Francisco Sciarra (Indústria, Comércio e Desenvolvimento Econômico), Pedro Granado (Emprego e Relações do Trabalho), Heinz Herwig (Transportes), Rafael Dely (Habitação) e Guaraci de Andrade (Secretaria Especial de Governo).

Ao ser empossado, Cochia destacou a responsabilidade de assumir um sindicato como o Sinduscon. Falou das metas de sua gestão, cujos destaques são a ampliação do quadro de sócios, os projetos de integração com a sociedade, e a qualificação das empresas da construção civil. Lembrou que, com o apoio do Sebrae, 19 empresas do setor já adotaram programas de qualidade total no município, devendo receber os certificados já no próximo ano.

VISÃO ESTRATÉGICA

Dirigindo-se ao governador, Adolfo Cochia falou da importância da busca do desenvolvimento, enfatizando que a região de Maringá espera ser incluída no processo de industrialização do Paraná. Também elogiou as conquistas alcançadas pelo Governo Lerner. "Estamos vivendo as mais importantes transformações da história do nosso Estado. Hoje, quando falamos em novos caminhos, podemos falar de grandes empresas mundiais que esco-



O governador Jaime Lerner, o presidente Adolfo Cochia Jr., deputado Joel Coimbra e Paulo Magalhães, que deixa a presidência do Sinduscon

lheram o Paraná como porta de entrada para o Brasil e Mercosul; podemos falar da certeza da industrialização, da confiança em milhares de novos empregos, e da previsão de que, mantidas estas transformações, o Paraná será a segunda maior economia estadual do país, dentro de 20 anos".

Em seu discurso, o ex-presidente Paulo Sérgio Magalhães Silva, agradeceu a todos que colaboraram com o Sinduscon. Ele teceu elogios ao governo Jaime Lerner, lembrando que é "inegável" o grande avanço industrial do Paraná, em razão da visão estratégica do governador. E não esqueceu de salientar, dirigindo-se a Lerner, que tem "plena convicção de que a região noroeste não será esquecida" neste processo.

OPÇÃO

Ao fazer seu pronunciamento, o governador falou, em tom de conversa, sobre seu relacionamento amigável com o Sinduscon, iniciado antes de sua carreira política. Lerner lembrou que seu primeiro grande projeto como arquiteto, aos 22 anos, foi o estádio de Maringá, um sucesso que lhe deu, pela primeira vez, a sensação de segurança profissional.

Sobre investimentos para a região, afirmou que considera apenas uma questão de tempo, frisando que o projeto de integração das estradas será decisivo para alavancar a industrialização do noroeste do Estado. O governador enfatizou que os paranaenses têm que escolher o modelo econômico que desejam: o agrícola, que mostrou ser incompleto, ou o industrial, que começa a mudar o Paraná em direção a um desenvolvimento sustentado.



Nascida para liderar

A ACIM chega em maio aos 45 anos como a segunda maior associação do gênero no Paraná, com serviços e atuação que servem de modelo para entidades similares

O desenvolvimento da ACIM confunde-se com a própria história do crescimento da cidade. Afinal, nestes 45 anos de existência a entidade foi responsável ou participou de diversas conquistas municipais, entre elas a energia elétrica e a criação da Universidade Estadual de Maringá. Uma seqüência de empresários empreendedores na presidência resulta hoje no orgulho que toda a comunidade maringaense sente pela associação.

Apesar de toda a imagem positiva, os empresários que hoje administram a Associação, consideram que ainda exista muito a ser feito. "Acredito que este pensamento sempre foi comum às diretorias da ACIM, por isto ela chegou onde está. E, estamos trabalhando para que ela seja ainda mais produtiva, alcançando a excelência empresarial e servindo de parâmetro para nossas empresas e outras entidades do gênero", frisa o atual presidente, Jefferson Nogaroli.

Fundamental para o desenvolvimento dos setores produtivos da cidade, a ACIM é hoje a segunda maior associação do gênero no Paraná, com 1.700 filiados. "Por quase todo o país a ACIM é citada como modelo e referência de entidade associativa dos setores de indústria, comércio e prestação de serviços", afirma o presidente do Sivamar, Massao Tsukada, que viveu esta situação por diversas vezes, quando presidiu a ACIM na gestão de 92/93.

HISTÓRIA

Para se firmar como entidade representativa, a ACIM passou por diversas fases. Começou tímida, porém prometendo muita luta, no dia 12 de abril de 1953. Parte dos empresários

locais da época se reuniram no antigo Cine Maringá, a fim de criar uma entidade capaz de unir a classe para enfrentar as dificuldades impostas por uma cidade nova. Após a formação de uma diretoria provisória, a ACIM elegeu seu primeiro presidente, Américo Marques Dias, que até hoje é lembrado por sua dedicação.

Para o ex-presidente Emílio Germani (gestão 62/63), as lembranças de luta na direção da entidade são muitas. "Minha primeira gestão foi singular. Foi um momento muito difícil porque a ACIM não tinha sede própria, o que nos obrigava a constantes mudanças de endereço", diz. Ele conta que naquele período, a Associação foi obrigada a se transferir diversas vezes para prédios emprestados por empresários.

Além da falta de uma sede própria, Germani cita um outro momento delicado na história da entidade, quando um grupo paralelo criou a Associação dos Industriais de Maringá. "Depois, eles perceberam que o melhor era juntar forças com a associação. Mesmo com algumas dificuldades, na época já realizávamos um trabalho superior, capaz de aglutinar forças", ressalta.

EVOLUÇÃO

"Os antigos criaram a base e os novos continuam, agora, aprimorando a estrutura", considera Germani que se recorda com carinho do empreendimento e da força dos pioneiros da associação. "Hoje sinto orgulho do trabalho de-



Nogaroli: em busca de excelência empresarial

envolvido pelas diretorias formadas por pessoas jovens e modernas.

Emílio Germani lembra que, na sua época, Maringá era carente "de tudo" e por isto os diretores tinham à frente "milhões de coisas para serem feitas". A luta pela criação da UEM, segundo ele, representou um passo significativo para o desenvolvimento de Maringá.

"Antes, nossos filhos iam estudar nos grandes centros e lá formavam famílias. Com a universidade, eles passaram a se formar e a atuar aqui mesmo. Por isso a UEM foi um marco na evolução, no desenvolvimento e no preparo da juventude", considera Germani.

CIDADANIA

Para o empresário e sócio-fundador da ACIM, Joaquim Dutra (gestão 68/69) a entidade é atualmente uma das melhores e mais atuantes do Paraná porque sempre foi privilegiada com a formação de suas diretorias. "Não me recordo de maus presidentes, apenas de pessoas corajosas e com espírito de cidadania à frente da associação", avalia.

Segundo Dutra, a manutenção de presidentes e diretorias dinâmicas e ho-



Fotografias

BURZEGA
(044) 972-4305



Fotos: João Mantovan

Encontro dos presidentes (da esq. para direita): Massao Tsukada, Fernando Henriques, Pedro Granado, Hélio Costa Curta, Joaquim Dutra, Alcides Siqueira, Sidney Meneguetti e Carlos Ajita

nestas, é um dos segredos do sucesso da ACIM. "A associação nunca foi utilizada como palco político ou ideológico, por isso cresceu, desenvolveu-se e conquistou respeito e admiração", considera

REPÚBLICA

Durante a gestão de Raymundo do Prado Vermelho (82/83), o ex-presidente da República do Brasil, João Figueiredo, esteve em Maringá. Coube à ACIM, a honra de participar dos preparativos para receber o então general. Nesta mesma gestão, a diretoria realizou inúmeros contatos com Brasília, lutando pela isenção de ICM para novas empresas, ou solicitando o corte definitivo aos subsídios do trigo.

Também foi na gestão de Raymundo do Prado Vermelho que a ACIM ganhou a atual sede, fundada em abril de 1983. Nesta época, a diretoria contribuiu para a modernização da entidade, principalmente no Serviço de Pro-

teção ao Crédito.

NOVAS IDÉIAS

Entre o pioneirismo dos que criaram a ACIM e dos que trabalharam pelo desenvolvimento da cidade, estão diretorias que apostaram em novas idéias. O início das promoções no comércio para incrementar as vendas com eventos artísticos, por exemplo, está entre os pontos fortes da presidência de Carlos Mamoru Ajita (gestão 88/89).

Ele lembra que realizou em 1989 a primeira "PromoAcim". Durante a promoção o consumidor ganhava, mediante determinado valor da compra, um ingresso para o show da cantora Angélica. "Alcançamos grande repercussão, conseguindo colocar 22 mil pessoas no Estádio Willie Davids, diz Ajita.

De acordo com Massao Tsukada, as idéias das diretorias da ACIM sempre resultam em benefícios não só aos associados, como também à comunidade.

Berço de novas lideranças

Criado há sete anos, o Conselho do Jovem Empresário da ACIM já tem sua própria história e metas bem definidas. Nascido com o objetivo de preparar, integrar e formar a nova safra de empresários da cidade – muitos deles filhos de associados tradicionais – o Copejem é hoje modelo para outras associações comerciais do Estado e do país.

Entre as principais atividades, prima pela promoção de cursos e palestras para os jovens. Dirigido pela primeira vez por Olga Moleirinho, o Copejem é presidido por Luis Fernando Ferraz. Empossado em março passado, ele afirma que pretende estimular a integração entre os meios universitário e empre-



Posse da nova diretoria do Copejem: Paulo Viscardi (à esq.) e o novo presidente, Luis Fernando Ferraz

sarial, possibilitando a realização de estágios profissionais.

O Copejem atua no desenvolvimento de oportunidades de negócios entre os jovens interessados em empreender novas idéias. Por isso, estimula a formação de líderes empresariais que, com certeza estarão dirigindo a ACIM no futuro.



João Mantovan

O incentivo à indústria, comércio e prestação de serviços está entre os principais objetivos da Associação

de de Maringá. Ele cita como exemplo, a realização da primeira Feimar (organizada pelo Conselho da Mulher) que hoje se transformou na feira Moda Paraná.

A feira começou pequena, realizada no Centro de Convivência. Cresceu e foi setorizada, sendo transformado na Feira Moda Paraná, já incluída no calendário de eventos da Associação Brasileira da Indústria do Vestuário.

COMÉRCIO EXTERIOR

Em sua gestão, Massao Tsukada incentivou a criação do Departamento de Comércio Exterior, que teve como diretor durante seis anos o atual presidente, Jefferson Nogaroli. Através do Departamento, a ACIM criou juntamente com o Sebrae e Prefeitura Municipal, a Casa Mercosul. O órgão é tão importante, que Maringá é considerada modelo em termos de estrutura voltada para o comércio exterior.

Outra iniciativa da gestão Massao Tsukada foi a implantação de uma agência da ACIM no Jardim Alvorada. O objetivo foi incentivar o desenvolvimento comercial dos bairros da região. Hoje, a Associação está estendendo o serviço para todos os bairros da cidade.

MOVIMENTOS

“A ACIM também é responsável por diversos movimentos em favor da classe empresarial, além de ser um importante canal de reivindicações. É o que ressalta Alcides Siqueira Gomes (gestão 86/87). “A Associação sempre foi ouvida pelo poder público, e sempre se mostrou firme em suas posições”. Durante a sua gestão, recorda, foi necessário uma série de movimentos junto ao Governo Federal, contra política econômica de taxas de juros e altos índices

inflacionários, que prejudicavam a classe produtiva.

“No governo José Sarney, a inflação chegou a 84%”, lembra Siqueira. “Os empresários não aguentavam mais tantas dificuldades impostas pela política econômica. Espalhamos outdoors pela cidade e chegamos a trazer para Maringá o próprio ministro da Fazenda, Dílson Funaro, para uma palestra”, conta.

13 DE JULHO

Outro movimento importante realizado pela ACIM foi o “13 de Julho”, na gestão Pedro Granado (94/95), que contou com a adesão da sociedade organizada, unindo trabalhadores e empresários. O movimento nasceu devido ao baixo índice de vendas, aumento na inadimplência, juros altos, inexistência de linhas de financiamento, fechamento de empresas e desemprego.

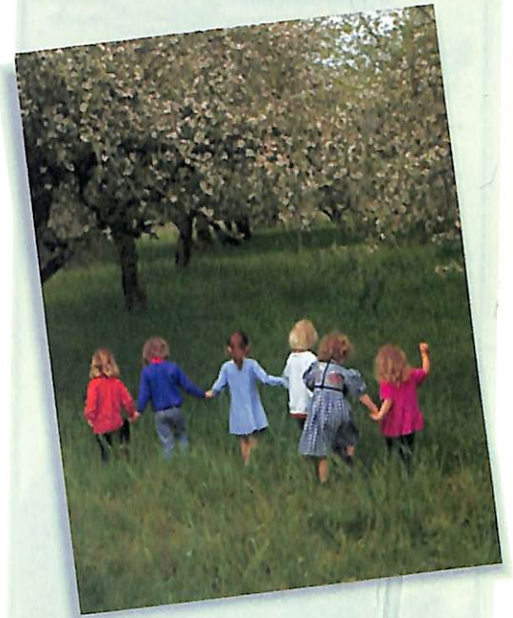
No dia 13 de julho de 1995, a ACIM fez um ato público, com o fechamento de empresas em Maringá e região. Uma “Carta Aberta” foi enviada ao presidente Fernando Henrique Cardoso.

Além do trabalho em prol da comunidade, a gestão Pedro Granado trabalhou muito pelos associados e modernizou a ACIM. Hoje, secretário de Estado das Relações do Trabalho, Granado acredita que o trabalho à frente da associação auxiliou para que ele se projetasse. “Sem dúvida, além do sucesso das nossas empresas, a passagem pela ACIM foi fundamental para que meu nome fosse lembrado pelo Governo e pelas pessoas que me indicaram”, diz Granado.

REGIÃO

“Nossa associação não se limita

*Parabéns Maringá,
por nos presentear
com 51 anos de
Qualidade de Vida!!!*



*Uma homenagem
de quem mais entende
de qualidade de vida.*

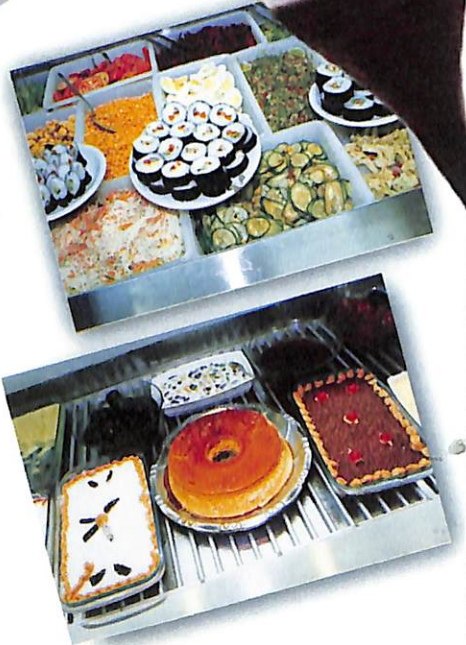
PAM[®]
PARANÁ ASSISTÊNCIA MÉDICA
A Vida Em Primeiro Plano.

VENDAS: (044) 224-1530

SÓ NÃO COMA ESTE ANÚNCIO

anima

**Almoço Self Service
com mais de 70 variedades
A La Cart de 2ª a 2ª
(Almoço e Jantar)**



**Rua Santos Dumont, 2555
Maringá - PR • 222 9162**



João Mantovan

Feira Ponta de Estoque: evento promovido pelo Conselho da Mulher

a Maringá, mas participa efetivamente do crescimento e progresso de toda a região”, afirma Carlos Ajita. A opinião é compartilhada por Tsukada, que lutou muito pelo fortalecimento das associações comerciais da região. Outro presidente que trabalhou pelo fortalecimento das ACIAs foi Fernando Henriques. Ele foi presidente da ACIM em duas gestões: 84/85 e 90/91.

Fernando Henriques também lutou pelo fortalecimento do comércio, realizando muitas promoções neste sentido. Na segunda gestão, reformulou o Estatuto da ACIM. “Um documento moderno e adaptado à realidade”, comentou na época. Henriques liderou uma campanha contra as altas taxas do IPTU.

CODM

Durante a presidência de Hélio Costa Curta (96/97), a ACIM deu início, juntamente com a Fiep, ao maior

movimento da comunidade maringáense. Tudo começou com a insatisfação de um grupo de diretores das duas entidades com os rumos do desenvolvimento da cidade. Eles criaram o Movimento Repensando Maringá, que acabou obtendo a adesão de toda a comunidade.

Os membros do Repensando Maringá elaboraram um projeto de lei para a criação do Codem – Conselho de Desenvolvimento Econômico– e do Fundo de Desenvolvimento. O projeto contou com o apoio da Câmara Municipal e da Prefeitura, tendo sido aprovado no final de 1996. Desde então, o Codem já elaborou muitos projetos, vários deles em execução.

MODERNIDADE

Também na gestão de Costa Curta, a ACIM iniciou um processo de modernização, que incluiu a implanta-

A vez da mulher empresária

O Conselho da Mulher Empresária e Executiva da ACIM surgiu da necessidade de acompanhar a evolução feminina no meio empresarial. Atenta a esta nova realidade, a Associação fomentou a criação do conselho em 85, que passou a aglutinar as mulheres que dirigiam o próprio negócio ou ocupavam cargos importantes na iniciativa privada.

De lá para cá, o órgão cresceu e conquistou respeito. A dedicação das sucessivas diretorias levou o Conselho a idealizar eventos como a Feimar (Feira da Indústria de Maringá), uma idéia tão boa que serviu de embrião para a Feira Moda Paraná, que atrai expositores de várias regiões do país e já faz parte do calendário nacional da Abravest. Outra

iniciativa é a Feira Ponta de Estoque, um sucesso que se repete há seis anos.

Além dos eventos, o Conselho da Mulher promove cursos, palestras e seminários voltados para a profissionalização das empresárias e funcionários do comércio. Outro objetivo é integrar as mulheres que atuam no comércio, indústria e prestação de serviços, estimulando este público a participar da Associação.

“O Conselho é um espaço fundamental para a mulher empresária. Um canal para a troca de idéias e informações, diz a presidente da entidade, Solange de Paula. “Buscamos excelência em que tudo que fazemos, através de uma comunicação aberta e honesta com a diretoria da ACIM”.



Foto Mantovan

A diretoria da ACIM realiza reuniões semanais



Divulgação

O diretor da Revista ACIM, Luiz Carlos Masson homenageia o ex-presidente Alcides Siqueira durante festa dos 40 anos da Associação

ção do Programa de Qualidade Total. Funcionários e diretores passaram por um treinamento desenvolvido pela Pentágono Consultoria. O projeto culminou na adoção de novos métodos de trabalho, elevando a produtividade e melhorando a prestação de serviços e o clima interno.

No programa, os funcionários perceberam o valor da qualidade no atendimento e prestação de serviços aos associados. Eles aprenderam a valorizar a figura do cliente e a harmonia no ambiente de trabalho, além de se conscientizar em sobre a necessidade de qualificação. Prova disto é que, após o início do treinamento, vários funcionários passaram a buscar aperfeiçoamento profissional.

ESTRATÉGIA

O planejamento estratégico é outra novidade da ACIM. Através deste projeto, são traçadas ações para os próximos quatro anos. O objetivo é manter uma linha de atuação que ofereça suporte ao processo de desenvolvimento da entidade, além de garantir o cumprimento das metas.

Empossado no último dia 12 de março o presidente Jefferson Nogaroli já está viabilizando uma série de novos empreendimentos com base no planejamento estratégico. Dentre eles, estão duas pesquisas direcionadas a associados e não associados. Uma está verificando o grau de satisfação das empresas associadas e colhendo sugestões para a implementação de novos serviços. A outra, o motivo de algumas empresas ainda estarem fora do quadro associativo. Além de ampliar o número de filiados, a Associação pretende estabelecer novas ações conjuntas para o desenvolvimento da indústria e do comércio maringense.

SERVIÇOS

Através das pesquisas, a ACIM está verificando quais os serviços que os associados consideram prioritários. Entre os projetos previstos, estão a implantação de uma Central de Cobranças, Garantia de Cheques ou ainda uma Cooperativa de Crédito. Todas as opções são atrativas, porém demandam uma série de trabalhos até que seja definida a ordem de prioridade.

Foi implantada também a Diretoria de Negócios, a cargo do executivo Francisco Gabriel Heg. Ele tem a incumbência de criar novos serviços e dinamizar os atuais.

Desta maneira a ACIM quer ampliar a qualidade dos serviços já prestados, como o Departamento de Informações (que mantém o SCPC e o Vídeo-Cheque) a Consultoria, que orienta os associados em questões econômicas, jurídicas, trabalhistas e tributárias, além dos demais departamentos de apoio, conselhos e Câmaras Setoriais: na área de Informática, de Turismo e Eventos. Atualmente está sendo criada uma de Assuntos Odontológicos. Também possui um Núcleo para o Desenvolvimento do Comércio.

A entidade ainda se preocupa em dinamizar os serviços existentes, como o de fotocópias, encadernação e plastificação. Este ano, esses serviços passaram a ser prestados por empresas conveniadas (a Copycentro Express e Casa do Carimbo foram as primeiras a se conveniar), que oferecem aos associados o mesmo preço e qualidade, além de novos produtos.

Muitas mudanças estão sendo preparadas. No ano do seu 45º aniversário, a ACIM continua surpreendendo os associados e toda comunidade.

Saúde a gente não inventa



investe



Em cada detalhe uma prova



da busca constante pelo melhor,



a valorização da vida,



um hospital completo.

Pronto Socorro / UTI /
Hemodinâmica / Centro Cirúrgico /
Tomografia / Ressonância Magnética /
Laboratório / Raios X / Maternidade



Hospital Paraná

Tecnologia em saúde perto de você.

Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 1929
Maringá - PR - Telefax: (044) 224-2322

Injeção de ânimo

Em abril, a Arilu realizou a Convenção Anual de Vendas. Durante dois dias, funcionários, representantes e fornecedores fizeram um balanço dos resultados alcançados em 1997 e discutiram estratégias para 1998

Em um mercado competitivo, empresas com facilidade de absorver mudanças, usam o momento negativo como estímulo para explorar novos nichos de mercado. Esta é uma das premissas da filosofia de trabalho da Arilu Distribuidora. “Enquanto o pessimista chora, o otimista vende lenço”, prega o diretor-presidente, Ariovaldo Costa Paulo.

Dentro desta filosofia, a Arilu realiza todos os anos a Convenção Anual de Vendas. Em 1998, o encontro que reúne além dos funcionários, representantes e fornecedores, ocorreu nos dias 17 e 18 de abril, no Hotel Deville de Maringá. “Durante dois dias paramos para refletir, fazer um balanço e discutir estratégias para o futuro”, diz Costa Paulo.

O diretor declara que o fato de a Arilu ter conquistado posição de destaque no cenário de distribuição de frios e embutidos é resultado do esforço da “excelente” equipe de representantes e funcionários que a empresa conseguiu estruturar no decorrer dos anos. “Em nosso organograma o cliente está acima da presidência. E a equipe tem consciência da importân-

cia do cliente para o nosso negócio”, comenta.

SANTA MARIA

A programação deste ano foi marcada por encontros com representantes de parte dos fornecedores da Arilu. Estiveram presentes, diretores da Tetra Pak, Leite Longa Vida Santa Maria, Produtos Veneza, Massas Roberto's, IBM, SL Alimentos e Frigorífico Marba. Além das reuniões, os participantes conheceram as instalações da unidade de Paranavaí, do Laticínios Iva.

O Iva integra o Grupo Santa Maria. É um dos 17 laticínios da organização espalhados pelos estados do Paraná, São Paulo e Mato Grosso. A unidade de Paranavaí é uma das mais modernas fábricas de processar leite existentes no Brasil. E onde será produzido o Leite Longa Vida Santa Maria, que a Arilu vai distribuir com exclusividade no Paraná.

Com embalagem inovadora, o Leite Santa Maria vem em caixinhas Tetra Pak com malhas, como se fosse o couro de uma vaca holandesa. “Fizemos pesquisa de mercado em grandes centros como Curitiba

para verificar o que o consumidor gostaria de ver impresso na embalagem do leite”, revela Marco Antônio Galassini, diretor comercial do Iva.

TETRA PAK

Lucimar Fernandez Molina, gerente de vendas da Tetra Pak, destaca que houve uma evolução na venda de leite longa vida na região atendida pela Arilu. O que provocou o crescimento do número de fábricas locais. Brigitte Keul, gerente de Merchandising da Tetra Pak, fez um histórico da empresa no Brasil; falou da importância da embalagem e mostrou como deve-se armazenar e expor o produto.

Na apresentação dos Produtos Veneza, Carlos Fernando Moreschi, frisou a importância da parceria com a Arilu. Lembrou que os negócios vão tão bem, que as empresas se associaram para desenvolver um projeto de produção de cogumelos. “O lançamento da comercialização dos cogumelos deverá ocorrer em breve”, adianta.

Outra novidade da Convenção foi a apresentação da linha de massas frescas que a Roberto's vai lançar no mercado até julho deste ano. São novidades inovadoras. “Definimos os novos produtos após pesquisa feita pela equipe da Arilu, que indicou que o consumidor gostaria de comprar mais itens com a nossa marca”, destaca Jerry Mitsunari Koyama, da Massa Roberto's.

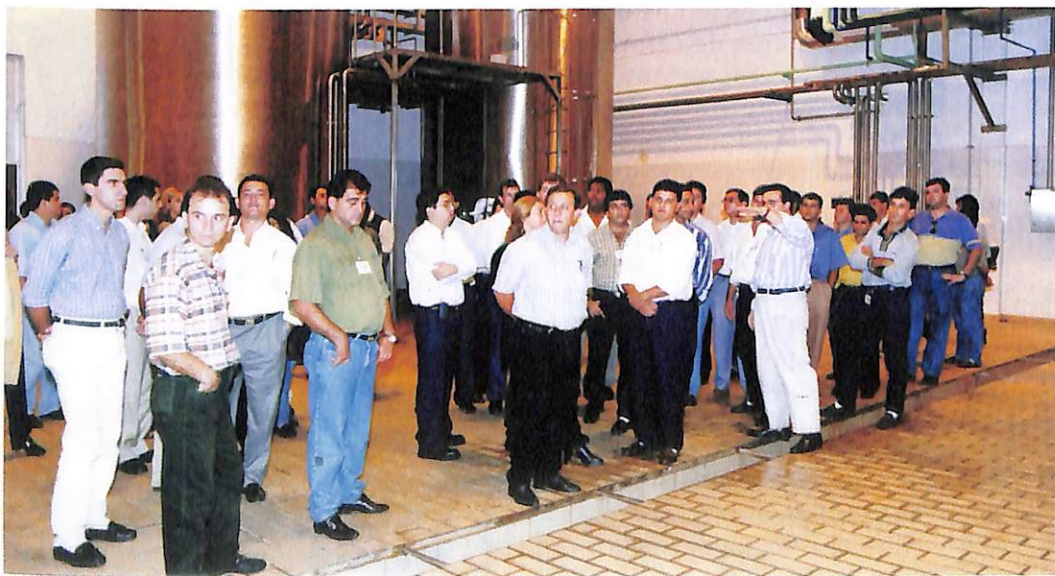
“CLEAN”

A marca Roberto's é distribuída com exclusividade pela Arilu. A nova safra dos produtos chega ao mercado com embalagens modernas. Desenvolvidas pela Odar Design, são objetivas e valorizam o conteúdo. Seguem a tendência “clean” de despoluir o visual dos rótulos e de apresentar o que será consumido pelo cliente.

Quem também aproveitou a Convenção para fazer o lançamento da Fibril de Aveia e da Aveia em Flocos Red Mill foi a SL Alimentos. “A Arilu é nosso parceiro



Ariovaldo acredita que é preciso superar os aspectos negativos e encontrar soluções.



Fotos: João Mantovan e Edson Guitti

Visita ao Laticínios Iva, de Paranavaí, uma das mais modernas processadoras de leite existentes no Brasil



preciso "driblar" os momentos
novos nichos de mercado



Representantes do Frigorífico Marba,
tradicionais parceiros da Arilu

ro no Paraná. Escolhemos esta empresa porque tem o perfil de distribuição e promoção muito semelhante ao nosso. Além, é claro, de a distribuidora maringaense ter um cadastro com mais de oito mil clientes", afirma Jesses Roberto Leite, da SL.

O diretor industrial da SL, José Maurício Thomaz Ribeiro fez a apresentação dos lançamentos. Comentou que é um mercado pouco explorado no Brasil, em comparação ao consumo nos demais países. Sérgio Guzelini, diretor comercial, mostrou um vídeo sobre o potencial da SL e citou o investimento feito na implantação da nova fábrica – considerada a maior da América Latina – e o quanto acredita no poder de distribuição da Arilu.

MARBA

Quem também fez questão de ressaltar a importância da Arilu no processo de distribuição dos seus produtos foi o diretor comercial da Marba, Antônio Corrêa. As empresas trabalham juntas há cinco anos. Nesse período, a Arilu registrou um crescimento contínuo que a projetou como a maior distribuidora do sul do Brasil. Esta performance levou o Frigorífico a expandir os negócios, ampliando a área de atuação. A partir de maio a distribuidora maringaense passou a atuar também na região Sudoeste do Paraná.

Na área de tecnologia, a IBM mos-

trou os equipamentos que a equipe de vendas vai usar. "A informatização é um projeto que vai se concretizar nos próximos dias", comenta Uelinton Gouveia, gerente de Projeto. Há 12 meses, a IBM desenvolve um software exclusivo para a distribuidora maringaense. É um sistema inovador, onde a informação será a principal arma da equipe Arilu para se destacar perante a concorrência.

O sistema vai permitir, entre outras coisas, a comunicação diária com a central Arilu. "Serão repassadas informações sobre a concorrência, ou sobre qualquer oscilação que possa ocorrer no mercado. Este tipo de informação permitirá que nós tenhamos mais agilidade para encontrar uma saída de como proceder nas negociações", frisa Ariovaldo Costa Paulo.

MOTIVAÇÃO

Na área motivacional, foi apresentado aos convencionais gráficos e transparências sobre o histórico de cada setor. Costa Paulo elogiou quem mais se destacou e repassou a premiação da Campanha "Parceiros de Ouro". Na Campanha, a pessoa concorria com ela mesma, através de objetivos traçados pelo histórico de venda de cada um. "Foi um estímulo que fez todos se superarem. Com isto todos garantiriam melhores comissões", afirma o empresário.

Com os dados do "Parceiros de Ouro", Costa Paulo aproveitou para frisar que qualquer tipo de sucesso é fruto do esforço pessoal de cada integrante da equipe. "Nós acreditamos que a força que move este país está nos homens e mulheres que constroem o dia-a-dia, o futuro e a riqueza da sociedade. Vocês são parte deste esforço. Razão pela qual nosso relacionamento profissional é motivo de orgulho e incentivo para buscar soluções e parcerias benéficas para todos", conclui.

Na Expoingá



O estande da Arilu foi o maior do
Pavilhão de Indústria e Comércio

Pelo quinto ano consecutivo, a Arilu foi um dos destaques da Expoingá – Feira Agropecuária de Maringá. Em parceria com o Frigorífico Marba, Cica, Gessy Lever, Leite Santa Maria, Polenghi, Skandia, Campo Lindo, Aveia Red Mills, Azeitonas Veneza e Massas Roberto's, a distribuidora maringaense montou o maior estande do Pavilhão de Indústria e Comércio do Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro.

Nos 11 dias da Expoingá, a Arilu recebeu a visita de empresários, fez degustação dos produtos Marba, sorteou 120 litros de leite para o público e um televisor entre os clientes que compareceram ao estande. "Enviamos mais de três mil convites personalizados para os nossos clientes. O retorno foi significativo. Recebemos a visita de todos os segmentos. Desde os pequenos até grandes compradores", revela Ariovaldo Costa Paulo.

Dos parceiros, o Frigorífico Marba é o que está há mais tempo ao lado da Arilu na Expoingá. São quatro anos de trabalho conjunto e histórias interessantes. Uma delas, revelou que 40% dos consumidores de Maringá e região, conheceram os produtos Marba na Feira Agropecuária de Maringá. "Fizemos uma pesquisa que resultou neste número", diz Costa Paulo. Em 1998, além da tradicional mortadela Marba, a população conheceu os lançamentos Paulicéia – uma nova mortadela – e a lingüiça calabresa.



Equipe da SL Alimentos apresentou a Aveia Red Mills

Esforço recompensado

Campanha não atinge meta, mas resultados são positivos. Com 16 mil eleitores a mais, Maringá poderá eleger mais dois deputados

Maringá quase passou para a categoria de municípios com mais de 200 mil eleitores. A campanha para ampliar o colégio eleitoral, que contou com participação de diversas entidades, entre elas a ACIM, conseguiu fazer exatos 16.285 novos títulos, elevando para 190.285 o número de pessoas aptas a votar nas próximas eleições.

Os resultados alcançados motivaram os organizadores a continuar com a campanha. Depois de outubro, o trabalho terá seqüência nas escolas, bairros e centro da cidade. A expectativa é que, no próximo ano, a cidade atinja a tão esperada marca. A luta para chegar a 200 mil eleitores tem objetivos bem definidos: aumentar a representatividade política do município e, conseqüentemente, o poder de reivindicação nas esferas estadual e federal.

REPRESENTAÇÃO

Para o presidente da Câmara de Vereadores, Ulisses Maia, mesmo não alcançando a meta, a campanha valeu – e muito. Afinal, com os 190 mil eleitores, o município terá a possibilidade de eleger mais dois representantes – um na Câmara Federal, outro na Assembléia

Legislativa, já nas eleições de outubro.

A opinião de Maia é compartilhada pelo prefeito Jairo Gianoto. Ele acredita que agora a população precisa fazer sua parte, elegendo candidatos de Maringá. “Caso contrário, de nada terá valido o esforço”, diz.

Atualmente, Maringá está representada por três deputados federais e três estaduais. Segundo o prefeito, com mais dois deputados a via de reivindicações fica mais acessível. “Principalmente porque necessitamos de recursos para terminar diversas obras e projetos importantes para o desenvolvimento econômico de Maringá”.

PROPORCIONAL

Para o juiz eleitoral e diretor do Fórum de Maringá, Nabor Nishikawa, a campanha foi importante para regularizar as proporções entre número de eleitores e de habitantes. “Agora dois terços da população está apta a votar”, afirma, destacando que este índice equivale aos dos principais colégios eleitorais do Paraná, como Londrina e Curitiba. “Além disso - salienta o juiz, assim que atingirmos a marca de 200 mil, teremos dois turnos para prefeito”.



José Carlos Leal

Coordenadores conferem andamento dos trabalhos

EFICIÊNCIA

A campanha durou dois meses e envolveu a ACIM, o Núcleo Regional de Ensino, Câmara de Vereadores, cartórios eleitorais, prefeitura, sindicatos e partidos políticos. Os voluntários percorreram as escolas em busca de novos eleitores. Também foi incentivada a transferência de títulos entre os novos moradores da cidade.

A ACIM colaborou providenciando um trailer e contratando estagiários para o trabalho volante. Esteve no Jardim Alvorada e na praça Raposo Tavares, conseguindo emitir 1.642 títulos em duas semanas de trabalho. “Acredito que se tivéssemos começado bem mais cedo, poderíamos ter chegado a 200 mil eleitores”, analisa o diretor para Assuntos Comunitários da ACIM e um dos coordenadores da campanha, Luiz Roberto Marqueзинi.

“A atuação das entidades foi tão eficiente que a campanha terá continuidade” adianta o coordenador geral, Reinaldo Arita. O próximo passo, é conscientizar a população sobre a importância do processo eleitoral, visando reduzir o número de votos nulos, brancos e abstenções. Outra campanha vai destacar a importância de escolher representantes da nossa cidade nas próximas eleições.

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@wnet.com.br

Em plena forma

Maringá valoriza o equilíbrio entre o verde dos bosques e o cinza do concreto estampado em prédios de arquitetura moderna e arrojada

Ao completar 51 anos, Maringá é um dos poucos municípios do país que sabem conciliar crescimento econômico com preservação do meio ambiente. Cidade planejada, com avenidas largas, amplas áreas verdes e excelente nível de qualidade de vida, encanta turistas e especialistas do mundo inteiro. Quem respira do seu ar, sente-se motivado a voltar. Tem até quem prefira ficar.

Em meio século de existência, Maringá construiu uma estrutura urbana invejável. Tanto que foi considerada pela Revista Veja, como uma das dez melhores cidades do interior do Brasil para se viver. “O reconhecimento é fruto do talento, da habilidade que o maringaense tem de saber interpretar ao pé da letra o conceito de desenvolvimento sustentável”, diz o prefeito Jairo Gianoto.

Por onde quer que se ande é pos-

sível constatar como, desde cedo, a população aprende a viver em harmonia com a natureza. Há anos, Maringá sustenta o título de Cidade Ecológica, por apresentar uma das maiores concentrações de área verde – 25,65 metros quadrados – por habitante. São 90 alqueires de matas nativas, distribuídos por 17 bosques e milhões de árvores de diversas espécies plantadas ao longo das ruas e avenidas.

No setor educacional, a Universidade Estadual oferece ensino de qualidade e é reconhecida por desenvolver pesquisas de ponta. No ensino fundamental, de primeiro e segundo graus, a cidade também se destaca pela estrutura pública – municipal e estadual – e privada. Na preparação de mão-de-obra, o Senai, Senac e o Cefet, respondem pela qualificação profissional do maringaense.



Gianoto: “Novo ciclo econômico, sem alterar a qualidade de vida”

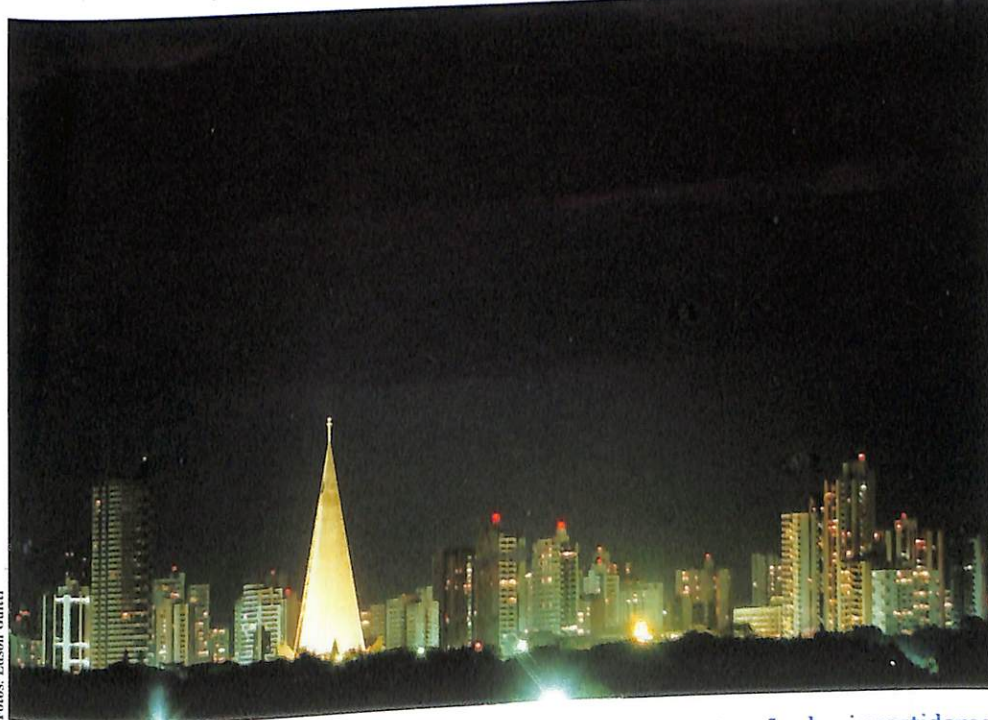
INVESTIDORES

Maringá orgulha-se ainda de não possuir favelas ou bolsões de miséria absoluta. A erradicação das favelas é fruto de uma política habitacional bem definida, através do Profilurb – Programa de Financiamentos de Lotes Urbanizados – e do Programa Casas de Permissão de Uso. Esta política permite a aquisição da casa própria a preços e financiamentos subsidiados.

Estrutura urbana privilegiada, aliada ao lado social equilibrado, fez da cidade alvo de investidores interessados em aplicar seu dinheiro em locais de retorno garantido. Após quase uma década de desaceleração da atividade econômica, Maringá começa a receber novas empresas e a viver um novo ciclo de desenvolvimento. “Um ciclo que era o principal desejo da comunidade”, revela o prefeito.

Jairo Gianoto ressalta que a retomada do crescimento está sendo possível graças a uma ação integrada entre Poder Público e iniciativa privada. A adoção do Prodem e o surgimento do Codem – Programa e Conselho de Desenvolvimento Econômico – fez surgir um cenário favorável à atração de investimentos. “Através destes dois instrumentos conquistamos a primeira ZPA – Zona de Processamento Aduaneiro – do interior do país”, comemora.

A ZPA transformou-se no carro-chefe dos novos tempos. Área fiscal diferenciada para importação, já permitiu a instalação de sete empresas e a abertura de quase mil postos de trabalho. Isto do início de abril até meados de maio. “A partir da ZPA vamos ampliar nossos horizontes e voltar a respirar o ar da pujança, da geração de riquezas. Tudo com uma vantagem fundamental: o progresso avança sem reduzir a qualidade de vida do maringaense”, frisa Jairo Gianoto.



Fotos: Edson Guitti

Estrutura urbana privilegiada que chama a atenção dos investidores

A nova cara do Sine

O novo prédio do Sine é mais um passo para mudar a imagem de mero balcão de empregos. Reformulado, o órgão quer ser eficiente e competitivo

No último dia 9 de maio, o Sine de Maringá deixou o antigo prédio que ocupava há mais de uma década, na avenida XV de Novembro, para se instalar num amplo e moderno espaço de 500 metros quadrados, na avenida Paraná. No novo endereço, tudo planejado para oferecer conforto ao trabalhador que espera por uma vaga no mercado de trabalho.

Mais do que uma troca de endereço, o Sine pretende mudar sua imagem de mero agenciador de mão de obra. "Queremos ser mais eficientes e competir com as agências de empregos particulares", afirma o chefe do escritório regional da Sert (Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho), Neuton Corrêia Pinho. Visionário ele? Nem tanto. Afinal, as mudanças no órgão vão além de melhorias físicas da agência.

Na verdade, as transformações começaram há dois anos, quando o sistema passou por uma reformulação geral. Começando pelo nome: hoje chama-se Sempre (Sistema Público de Emprego), é gerido por representantes da sociedade, através do Conselho Municipal de Trabalho, e tenta atuar com nova filosofia: tornar-se eficiente e competitivo no mercado.

CENTRO DE APOIO

Desde 95, o Sempre/Sine deixou de ser um simples balcão de empregos, passando a preocupar-se também com a qualificação profissional do desempregado. Foi criado o Centro de Apoio ao Trabalhador, que oferece cursos de qualificação profissional e, em casos específicos, financia a abertura de pequenos negócios, permitindo ao trabalhador atuar por conta própria.

O Centro mantém 112 cursos de qualificação nas áreas de indústria, comércio e prestação de serviços. No ano

passado cerca de 4.500 dos 11.544 cadastrados pelo órgão passaram por algum tipo de qualificação.

VAGAS

O próprio desempenho do Sempre/Sine também melhorou. Atualmente, a agência consegue aproveitar 54% das vagas oferecidas pelo mercado. Há dois anos, o índice de aproveitamento era inferior a 40%. Quem explica é o próprio chefe da Sert: "Antes, quando uma empresa solicitava um trabalhador para determinada área, o Sine enviava vários candidatos, sem antes fazer uma pré-seleção. Muitas vezes, nenhum deles era aproveitado".

Agora os tempos são outros. Desde que foi informatizada, a agência maringaense passou a fazer cadastros completos sobre cada trabalhador que passa pelo sistema. "Ficou fácil encontrar os candidatos certos para cada tipo de função, facilitando a contratação pelas empresas", diz Pinho.



João Mantovan

Agência do Sine: espaço e nova imagem

CLASSIFICADOS

Para Corrêia Pinho, a antiga forma de atuação acabou desgastando a imagem do Sine. "Criou-se um certo preconceito em relação à mão de obra recrutada pelo sistema, que passou a ser vista como desqualificada", analisa.

A análise do chefe regional da Sert é procedente. Empresas locais costumam usar os serviços do Sempre/Sine apenas quando precisam de trabalhadores de serviços gerais. "Para funções administrativas, recrutamos através dos classificados dos jornais", informam os departamentos de recursos humanos de diversas empresas, entre elas a Walufer Confecções e Balfar.

"Acredito que o preconceito existe também da parte dos profissionais mais gabaritados, que não procuram o Sine", afirma a psicóloga Eliane Alecrim de Carvalho, do DP da Walufer. É esta imagem que o sistema luta para desfazer.

Falta qualificação

Apesar das mudanças, a agência maringaense do Sempre/Sine esbarra num problema que afeta grande parte do mercado de trabalho no país, a falta de qualificação profissional. Relatórios feitos mensalmente mostram que existem vagas disponíveis, mas, na maioria das vezes, falta trabalhador apto para a função.

Em 97, por exemplo, a agência ofereceu 2.842 vagas, cadastrou 11.344 trabalhadores, mas só conseguiu empregar 1.545 pessoas. A grande maioria dos candidatos a um emprego tem menos de um ano de experiência, ou

seja, não atende às exigências mínimas do empregador.

Para se ter uma idéia, a indústria têxtil ofereceu ano passado, através do Sempre/Sine, 188 vagas para costureiras, cortadeiras, overloquistas e outras. Apenas 90 foram preenchidas porque não havia profissional qualificado para a função. Outro problema, segundo Corrêia Pinho, é que 30% dos trabalhadores cadastrados pela agência maringaense não concluiu o primeiro grau, fator que dificulta a qualificação. A maioria dos cursos exige este grau de escolaridade do trabalhador.

Ao lado do cliente

Há 20 anos no mercado, a Bertoni Gráfica e Editora é reconhecida por desenvolver um trabalho que prima pela qualidade e eficiência

Quando os irmãos Nilso e Luís Bertoni fundaram a Bertoni Gráfica e Editora eles tinham um objetivo: produzir impressos de qualidade, sempre de acordo com as necessidades dos clientes. Corria o ano de 1978, e o mercado estava carente de empresas do setor. Havia muita demanda e poucas gráficas instaladas em Maringá.

Hoje, 20 anos depois, a Bertoni é uma das gráficas mais requisitadas da região. Especializada em impressos de segurança, promocional, editorial e de embalagens, suas máquinas trabalham sem parar para atender os pedidos que chegam a todo momento.

Os 35 funcionários se desdobram para cumprir os prazos estabelecidos pela equipe de consultores de venda. Para agilizar o trabalho, a Bertoni investe em equipamentos e informatização. Recentemente uma impressora bicolor, uma aplicadora de verniz UV e uma guilhotina modernas foram incorporadas ao parque gráfico.

Um software de última geração agiliza a elaboração de orçamentos. O departamento de arte também conta com o auxílio de programas avançados, que permitem atender as exigências dos clientes. "Estamos preparados para qualquer tipo de trabalho", diz Sandro Bertoni, diretor-comercial.



Sandro Bertoni ao lado da impressora bicolor que foi incorporada recentemente ao parque gráfico da empresa



Os vendedores são considerados consultores de vendas

Sandro é recém-formado em Economia pela UEM – Universidade Estadual de Maringá – e um dos aprovados para cursar pós-graduação em Gestão Empresarial, na própria UEM. Atuante na vida comunitária, é diretor de Inovações Tecnológicas do Copejem – Conselho Permanente do Jovem Empresário – da Acim e membro da diretoria do Sindicato das Indústrias Gráficas de Maringá e Região.

Ao lado dos fundadores, Sandro estabelece metas rigorosas. "Na Bertoni, consideramos nossos vendedores, consultores de vendas. Em sintonia com os departamentos de orçamento e de arte, a equipe apresenta soluções. Os consultores orientam o cliente como conseguir o melhor produto, com qualidade e preço acessíveis", afirma o diretor.

Além do atendimento direto ao cliente, a Bertoni desenvolve parcerias

com as agências de publicidade de Maringá e região. As agências têm tratamento personalizado. "É um diferencial da Gráfica que tem sido tratado com muito carinho pela direção da empresa", revela Sandro.

Tanta preocupação em oferecer o que há de melhor faz com que a Bertoni seja procurada por empresas do Paraná e de São Paulo. Seus impressos ultrapassam fronteiras. Uma prova do nível da produção da Gráfica pode ser vista na Bienal Internacional do Livro, realizada no final de abril e início de maio em São Paulo.

Três livros impressos na Bertoni, a pedido da Editora da UEM, estiveram expostos no principal evento do setor. "Foi uma surpresa agradável e uma satisfação ver um produto com nossa marca colocado ao lado das principais obras técnico-literárias à venda no mercado nacional", frisa Sandro Bertoni.



Capital de Giro

Modelo



João Mantovan

O núcleo Intersindical de Conciliação Trabalhista (Nicon) de Maringá recebeu, no mês passado, a visita do ministro Almir Pazzianotto, do Tribunal Superior do Trabalho. Pazzianotto veio ver de perto uma experiência que pode ser a solução para desafogar a Justiça do Trabalho no país. Criado pelos sindicatos rurais da cidade, o Núcleo media acertos trabalhistas entre patrões e empregados, evitando que as ações cheguem às Juntas de Conciliação e Julgamento, onde costumam se arrastar por anos a fio. Em oito meses de atuação, o Nicon de Maringá já intermediou 1.500 ações da área rural. E é segundo órgão do gênero no país. O primeiro foi criado em Patrocínio (MG).

Habitação

Londrina sediou este mês o 9º Encontro da Habitação e do Mercado Imobiliário do Paraná, promovido por entidades ligadas ao setor da construção civil. Na pauta, alternativas para contornar a crise e se adequar à nova realidade do mercado. Nomes de peso como o jornalista econômico Luiz Nassif e os ex-ministros da Fazenda, Maílson da Nóbrega e Ciro Gomes, conduziram as palestras, no Hotel Sumatra.

IPEM

Maringá ganhou, em abril, o segundo maior laboratório de grandes massas do país, com capacidade para atender toda a região sul e países do Mercosul. Sob a coordenação do IPEM (Instituto de Pesos e Medidas), a estrutura realiza a aferição de balanças com capacidade até 5 mil quilos, dispõe de medidores de comprimento e volume, e inspeciona cargas perigosas. O laboratório também irá emitir laudos técnicos para empresas interessadas em obter certificados internacionais de qualidade.

Novos investimentos

Já são sete as empresas beneficiadas pela ZPA. No início de maio, mais três empresas – Alpargatas-Santista Têxtil S/A, Karatex do Brasil e Opus, assinaram contrato com a prefeitura, trazendo investimentos de R\$ 54 milhões para Maringá. A iniciativa promete gerar mais de 254 empregos diretos e indiretos, com previsão de faturamento de R\$ 124 milhões anuais.

Arte e loucura

A Sociedade Médica de Maringá promove de 6 a 27 de junho o ciclo “Arte e Loucura”, que reúne palestras, debates, exposições, mostras de vídeo e apresentações artísticas. A idéia é mostrar, através de abordagem artística e psiquiátrica, um panorama da vida e obra de gênios da pintura, música, teatro e literatura. O ciclo terá duas apresentações semanais, totalizando oito eventos. A diretora de teatro, Nitis Jacon, de Londrina, que também é médica psiquiatra, faz a palestra inaugural, abordando a vida e obra de Antonin Artaud, um dos mestres do teatro francês.

Phocus



Edson Guitti

Trabalhando com publicidade e arte, a Phocus Propaganda passa a prestar também consultoria na área. Com uma equipe especializada, liderada por Eliel Diniz, a empresa vem atuando no Paraná, Santa Catarina, São Paulo e Minas Gerais.

Financiamento

A Caixa Econômica Federal e o Simatec (Sindicato do Comércio Varejistas de Ferragens, Tintas, Madeiras, Materiais Elétricos, Hidráulicos e Materiais de Construção de Maringá e Região) assinaram convênio para financiar reformas, construção e ampliação de imóveis. Os recursos são do Programa Carta de Crédito FGTS do Governo Federal. As próprias lojas de varejo, filiadas ao Simatec, atenderão os pedidos de financiamento e enviarão as propostas para a CEF.

Criatividade

Em palestra para empresários da ACIM, o norte-americano Louis Vincent Riggio disse que o Brasil pode dominar vários setores da economia mundial. Basta ter mais flexibilidade. Destacou a criatividade como ponto forte dos brasileiros e salientou que os Estados Unidos é um bom mercado para o Brasil. “Os EUA tem um PIB dez vezes maior que o brasileiro, e uma população de 260 milhões de pessoas. Lá, até as camadas mais humildes têm poder de compra”, frisou.

Sucesso europeu



Divulgação

A Dama S/A, tradicional representante da Wolksvagem em Maringá, acaba de lançar no mercado dois novos modelos de van importados da Alemanha a Caravelle e a Eurovan. Sucesso de vendas na Europa, são veículos para transporte de passageiros e ideais para uso de empresas. Movidos a diesel, têm volantes hidráulicos e desenvolvem até 140 Km/h. E, uma novidade: a Caravelle possui banco que se transforma em mesa, possibilitando reuniões de negócios durante a viagem. Os diretores de Dama, Valdecir e Emídio de Britto, apostam no sucesso dos veículos em terras brasileiras.

Fiscalização

A Receita Federal deu início em maio ao programa Fiscalização de Inadimplentes, com o objetivo de verificar o recolhimento de Imposto de Renda Pessoa Jurídica, Cofins, PIS e Contribuição Social Sobre Lucros. O período fiscalizado é de janeiro de 93 a março de 98.

Na mira francesa

Técnicos do programa Optima passaram uma semana em Maringá conhecendo empresas de agroindústria. Eles estão no Brasil para selecionar 20 empresas do setor, que passarão a receber consultoria internacional, tudo a cargo do governo francês. A idéia é desenvolver a competitividade dos brasileiros para futuras parcerias. Maringá foi o primeiro centro visitado graças à atuação de Casa Mercosul, que agendou entrevistas entre os franceses e empresas locais.

Qualidade

Fotos: Edson Guitti



A Santa Casa de Maringá acaba de importar dois equipamentos de última geração para seu laboratório de análises clínicas. Um deles – o STKS, elabora 100 hemogramas por hora, fazendo a contagem exata das células sanguíneas. O outro equipamento, o Cobas-Mira Plus, realiza todos os exames bioquímicos e sua capacidade é de 200 testes por hora.

Agência

O Banco Noroeste (Grupo Santander) inaugurou, em abril, um posto de atendimento bancário no Mercovest. A mini agência oferece todos serviços de uma agência convencional, facilitando a vida dos empresários, fornecedores e clientes do shopping atacadista.

Excel Econômico

Fotos: João Mantovan



O Banco Excel Econômico de Maringá, agência do aspen Park, está com um novo gerente: Luiz Fernando Correa. A agência oferece todos os produtos do banco, entre eles, o ExcelCheque 12 dias, no qual o cliente especial Pessoa Física conta com a isenção da cobrança de juros por 12 dias (corridos ou alterados) quando usar o limite do cheque como forma de crédito. O excel é o único banco do país que disponibiliza o cartão especial para entretenimento. A agência do Aspen oferece ainda serviços como ExcelCash, ExcelFast e outros.

DRT

Tomou posse a nova titular da Delegacia Regional do Trabalho de Maringá, Maria do Carmo Giralde Panza. Ela foi indicada pelo delegado regional do Trabalho, Tércio Alves de Albuquerque e substituiu Fernando Serrano.

Na mídia

A revista empresarial *Expressão*, de Santa Catarina, trouxe artigo do presidente da ACIM, Jefferson Nogaroli, na edição de abril. Estampado na página Opinião, o artigo explica como Maringá está retomando o desenvolvimento, cita o papel do Codem neste processo e faz referência à qualidade de vida oferecida pela cidade.



Sonho realizado



A Terra Brazil Turismo está completando seu primeiro aniversário, com motivos para comemorar. Afinal, o número de clientes satisfeitos com a qualidade dos serviços cresce a cada dia. A agência oferece pacotes nacionais e internacionais, cruzeiros, locação de automóvel e hotéis no país e no exterior, vistos consulares e assessoria especializada à empresas. “Nosso maior objetivo é realizar o sonho de viagem de nossos clientes”, dizem as sócias-proprietárias Regina Valéria Teixeira e Adriana Scandela.

Rodoviária



Depois de algumas reformas e muita polêmica, a nova rodoviária de Maringá finalmente foi inaugurada. Projetada para absorver movimento de passageiros nos próximos 20 anos, possui espaço para ampliação futura. O prédio tem 16 mil metros quadrados e capacidade para comportar mais de 10 mil pessoas.

CES

ACIM e CES (Centro de Estudos Supletivos) estudam a possibilidade de formar uma parceria para levar a escola até as empresas da cidade. A idéia é facilitar a escolarização dos funcionários do comércio, indústria e prestação de serviços. O convênio deverá ser firmado no segundo semestre de 98.

Nova diretoria

A partir deste mês a Revista ACIM passa a apresentar, no Capital de Giro, a atual Diretoria Executiva. A idéia é levar ao conhecimento do associado quem são os novos diretores e o papel deles na comunidade. Confira a seguir:



Luiz Carlos Masson -
Diretor da Revista ACIM

Formado em Ciências Econômicas pela UEM, tem 53 anos e é sócio-proprietário da Carrocerias Masson. Membro do Rotary Club de Maringá, é diretor do Clube Olímpico e integra a diretoria da ACIM há 12 anos consecutivos.



Cláudio Haruo Mukai - Diretor
para Assuntos de Finanças
e Patrimônio

Sócio-proprietário da Sisa Construções Civis Ltda, tem 44 anos e é graduado em engenharia civil pela UEM. Integra a diretoria da ACIM há quatro anos, sempre na pasta de Finanças e Patrimônio. Diretor também do Sinduscon, trabalha em favor da APAE de Maringá, onde é diretor desde 1982.



Tem que dar certo

A criação do Codem e a confiança na retomada do desenvolvimento econômico trouxeram novos ânimos para Maringá.

Ninguém pode negar: o Codem trouxe novo alento para Maringá. O clima de otimismo, que contrapõe com o desânimo dos últimos anos, é latente nas salas de reuniões, nos gabinetes e entre as lideranças que acreditam e trabalham pelo renascimento econômico da cidade.

A perspectiva de recolocar Maringá nos trilhos do desenvolvimento começa a virar realidade. Projetos como a ZPA (Zona de Processamento Aduaneiro), o Pólo Têxtil, o Cinturão Verde, o Negócios do Bairro e o Banco Social estão em andamento e comprovam: o Codem está dando certo.

Verdadeiro “celeiro de idéias”, o órgão vem atuando com a determinação de vencer a crise com soluções adequadas à realidade regional. O principal projeto com vistas a atrair investimentos, a ZPA, já está concretizado, mas os desafios continuam. Afinal é preciso não só planejar, mas viabilizar projetos que fazem parte do planejamento estratégico de Maringá para os próximos 20 anos.

“O importante não é o lugar onde estamos, mas para onde seguimos”, afirma o vice-presidente do Conselho e presidente da ACIM, Jefferson Nogaroli. “Pela primeira vez, a comunidade está trabalhando unida em torno de um mesmo objetivo, sem esperar que as soluções venham do poder público”. O fato de ter legitimidade e ser movido pelo espírito de cidadania faz do Codem uma iniciativa que já deu certo, analisa Nogaroli.

VITÓRIA

Principal conquista do Conselho de Desenvolvimento, a ZPA está dando os primeiros frutos. Oferecendo vanta-



Maringá: de novo no caminho do desenvolvimento

gens fiscais a empresas de importação, já atraiu investimentos da ordem de R\$ 8 milhões desde sua efetivação, em março passado. E se prepara para receber três novas empresas que, juntas, deverão investir mais R\$ 34 milhões na cidade. Na prática, a ZPA possibilitou a criação de 420 novos empregos, o aumento da arrecadação de ICMS e, conseqüentemente, uma maior fatia no Fundo de Participação dos Municípios. A previsão dos técnicos é que os resultados comecem a aparecer dentro de dois anos.

QUALIDADE

O Cinturão Verde, outro projeto apoiado pelo Codem, também está em andamento. Propondo criar alternativas

de produção para pequenos e médios agricultores, o programa realizou uma ampla pesquisa, apontando os principais produtos hortifrutigranjeiros que têm mercado garantido no município. Com base nestas informações, Emater e Secretaria Municipal de Agricultura se preparam para treinar produtores interessados, que receberão instruções e acompanhamento técnico.

A idéia é incentivar a produção agrícola planejada, de modo que o pequeno agricultor diversifique os produtos, trabalhe com a noção de qualidade e alcance bons preços. Mercado para absorver a produção existe, já que 90% das frutas e verduras consumidas no município vem de outras regiões do Estado ou país. “Por que não produzir aqui mesmo, gerando renda para o agricultor e novos empregos no campo?”, indaga o secretário de Agricultura, Jaime Dallagnol, um dos entusiastas do Cinturão Verde.

BAIRROS

Pregando o desenvolvimento integrado, que englobe a periferia, o Conselho conduz o projeto Negócios do Bairro, cujo objetivo é descobrir a vocação econômica de cada área. Através de pesquisa com moradores e comerciantes, o Codem traçou o perfil econômico da Vila Moragueira, apontando o poder aquisitivo médio da população local, índice de desemprego, grau de escolaridade e as principais atividades comerciais e industriais. Com diagnóstico de cada bairro será possível encontrar, junto com as comunidades, alternativas de desenvolvimento para cada localidade.

Outro projeto em andamento é o Banco Social, cuja atribuição é financiar

micro-negócios para trabalhadores que não têm acesso ao sistema de crédito tradicional. A idéia é criar um fundo que financie máquinas para costureiras, implementos para jardineiros e outros profissionais, criando os chamados empregos familiares.

OTIMISMO

Composto por nove câmaras técnicas, o que não falta ao Codem são projetos. Mas viabilizá-los custa dinheiro, um item escasso nos cofres públicos municipais e estaduais. "O mais importante é que estamos caminhando, apesar dos obstáculos", considera o economista João Celso Sordi, diretor executivo do Conselho. "Já conquistamos representatividade política, o que é um excelente começo". Quem está envolvido neste macroprojeto, concorda. Afinal, não se corrige décadas de estagnação em apenas dois anos de trabalho.

O clima de confiança no futuro da cidade levou a Câmara Técnica de Assuntos Comunitários a pensar numa estratégia para semear o otimismo na cidade. Várias agências estão trabalhando numa campanha publicitária cuja finalidade básica é convencer empresários e trabalhadores de que tudo vai dar certo. Basta acreditar.

Potencial

O fato de ter nascido em plena crise torna o Codem uma iniciativa vencedora. Esta é a avaliação que o sindicalista Aníbal Bianchini da Rocha faz dos dois primeiros anos de atuação do Conselho. Um dos maiores entusiastas de Maringá, Bianchini afirma que viu a cidade passar por crises econômicas duras, mas em nenhum momento na história houve tanta mobilização social como a que culminou com a criação do Codem.

Para ele, o sentimento de cidadania demonstrado pelas lideranças locais é o combustível que faltava para que Maringá retome sua aptidão natural de cidade pujante. "Minha experiência de 46 anos de Maringá me faz acreditar que esta cidade tem potencial para vencer qualquer crise", diz.

Bianchini recorda da grande geada de 75, que assolou os cafezais na região e colocou fim à principal atividade econômica do município. "A crise foi dura, mas Maringá retomou o desenvolvimento, transformando-se num dos maiores pólos atacadistas do país na década de 80".



João Mantovan

Bianchini: "O Codem já nasceu vencedor"

PRIORIDADES

Membro do Conselho Consultivo e da Câmara Técnica de Agricultura, o sindicalista afirma que o Codem precisa ser amplamente divulgado de forma que a vontade de provocar a "grande virada" contagie toda a população.

Ele defende que, além de conceber projetos e encontrar formas de viabilizá-los, o Conselho deve estabelecer prioridades de luta. A concretização da ZPA era a meta principal, já que a cidade necessita de novos investimentos. "Agora a prioridade é terminar o novo aeroporto", diz.

CESUMAR - UMA FACULDADE MODERNA VOLTADA PARA O FUTURO.

Se o futuro tivesse um ano para começar, para o Cesumar esse ano seria 1998. Nunca a Instituição investiu tanto em novos projetos. Até o final de junho serão implantados 3 novos cursos: Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Fisioterapia. Outros 3 cursos terão vestibular em julho: Fonoaudiologia, Veterinária e Comércio Exterior. E para o início de 99 mais 3 boas novidades: Odontologia, Psicologia e Moda. Ao total serão 9 novos cursos que estarão abrindo suas portas com um ensino de ponta a milhares de estudantes de Maringá e de todo o Brasil.

Os investimentos não param por aí. Um projeto arrojado, com mais de 8.000 m² de estrutura física, já está em fase final de acabamento. E as salas de aulas e os laboratórios guardam outra grande novidade: centenas de equipamentos de última geração adquiridos nos últimos meses já estão montados e instalados, a espera dos futuros profissionais.



E o que é melhor: os investimentos em equipamentos e em estrutura para implantação dos novos cursos foram tão bem planejados que o Ministério da Educação, numa atitude inédita no Brasil, permitiu que aulas práticas normalmente ministradas no segundo ano de curso fossem antecipadas já para o primeiro ano. Mas, o Cesumar vai ainda mais longe. Os currículos dos cursos atuais estão sendo reformulados e aprimorados, adaptando-se a realidade de um mercado profissional cada vez mais exigente e competitivo. E o Cesumar ainda tem planos de expandir os cursos de Pós-Graduação e de iniciar atividades na área da pesquisa científica. E quem ganha com tudo isso é a comunidade, que pode contar com a prestação de novos serviços e, principalmente, Maringá, que dá um grande passo para se tornar

um pólo de ensino superior e de produção de conhecimento. Cesumar. Uma faculdade moderna voltada para o futuro e para o desenvolvimento de Maringá. E isso é só o começo.

CRESCENDO COM MARINGÁ



NET/5

CESUMAR
CENTRO DE ENSINO SUPERIOR DE MARINGÁ

Expoingá atrai público recorde

Exposição ganha nova cara e alcança sucesso. Organizadores acreditam que resultados contribuam para difundir a feira nos países do Mercosul

Os organizadores da 26ª Expoingá não têm de quê reclamar. Afinal, o sucesso da feira, realizada entre os dias 7 e 17 de maio, superou as expectativas iniciais. Quase 500 mil pessoas passaram pelo parque de exposições durante os dez dias do evento; os shows artísticos registraram um público médio de 18 mil espectadores e os negócios movimentaram os setores de pecuária e de indústria e comércio.

Porém, mais do que números, a Expoingá surpreendeu pela repercussão que alcançou. “Despertamos a atenção da grande imprensa nacional e, através dela, de prováveis parceiros para o pró-

ximo ano”, afirma Elói Michels, da Módulo Eventos, que organizou a feira em parceria com a Sociedade Rural de Maringá.

Segundo Michels, o resultado disso tudo foi a valorização da Expoingá como produto”, avalia. A repercussão alcançada levou a exposição maringaense para os domínios do Mercosul. A feira contou com a participação de um expositor argentino e outro paraguaio. Os bons resultados podem despertar a atenção dos países do Cone Sul, internacionalizando a Expoingá a partir do próximo ano. É o que esperam os organizadores.



Edson Guitti

Shows reuniram público médio de 18 mil pessoas

CARA NOVA

A nova cara da exposição, que foi toda reformulada, também respondeu pelo sucesso. A começar pelo calendário de shows artísticos, que trouxe o Grupo É o Tchan, Carrapicho, Daniel, Zezé de Camargo e Luciano, entre outros.

No setor de pecuária, o destaque foi para as raças Simental, Limousin, ranking de Nelore, além de suínos, ovinos e caprinos, totalizando 400 expositores. No pavilhão de indústria e comércio, os negócios também foram considerados bastante satisfatórios, segundo indicou a enquete realizada nos estandes pela Módulo Eventos.

Cefet terá cursos de moda e mecatrônica

Cursos foram escolhidos levando em conta o potencial de crescimento da região nos setores de confecção e metalmeccânica. O cefet começa a funcionar em agosto.

Demorou, mas o Cefet de Maringá finalmente entrará em operação. Pronto desde o início do ano passado, o complexo de quase 13 mil metros quadrados permaneceu fechado, sem alunos e sem cursos por quase treze meses. No último dia 9, parceria firmada entre a prefeitura municipal e o Governo do Estado deu o empurrão que faltava. O centro passa a funcionar em agosto com os dois primeiros cursos profissionalizantes: moda (estilismo e design) e mecatrônica (mecânica e eletrônica).

Os cursos foram escolhidos com base numa pesquisa feita com diversas entidades – sindicatos, ACIM, Universidade Estadual de Maringá e Associação dos municípios do Noroeste, levando em conta o perfil econômico da região. O pro-

cesso de escolha foi coordenado pelo Codem, que apontou os setores com maior potencial de crescimento na região: confecção e metalmeccânica.

De acordo com a secretária municipal de Educação, Mara Sperandio Cremm, os cursos irão permitir que as indústrias destes setores tenham mais e melhores profissionais. Até o momento, o número de vagas não foi definido. Esta tarefa ficará a cargo do Paranatec, órgão ligado à Secretaria de Estado da Educação, que irá elaborar e implantar os dois cursos e gerenciar o Cefet de Maringá.

A qualificação em mecatrônica e confecção é voltada para alunos que já concluíram o 2º grau. Para o prefeito Jairo Gianoto, trata-se de uma conquista importante para Maringá, principal-



Tahajara Marques

Cefet de Maringá, um dos maiores já construídos

mente agora que a ZPA está funcionando. “Além de incentivos fiscais, teremos condições de oferecer mão de obra qualificada nestas duas áreas”, destaca.

Construído com recursos federais, o centro só entrará em funcionamento graças ao convênio firmado entre município e governo do Estado, que será responsável pelo pagamento de professores e funcionários.

Com 12,3 mil metros quadrados, a unidade do Cefet em Maringá é uma das maiores já construídas. O complexo tem pavilhão didático com 12 salas de aula, oito laboratórios, quatro salas de apoio e quatro depósitos. Já o pavilhão administrativo conta com área para lanchonete, centro de convivência, auditório, biblioteca e agência bancária.



Em sintonia com o mercado



Localizado na avenida Pedro Taques, o Depósito Negri nasceu junto com o Jardim Alvorada. Embora de pequeno porte, a empresa é uma das mais tradicionais do setor, atribuindo seu sucesso à capacidade de adaptação ao mercado.

Quando o Depósito de Materiais de Construção Negri abriu suas portas, no início da década de 70, a avenida Pedro Taques ainda era um corredor de poeira vermelha e lama que cortava chácaras e cafezais onde hoje é o Jardim Alvorada. Maringá, então com pouco mais de 100 mil habitantes, crescia para todos os lados. Casas e casas surgiam da noite para o dia, fazendo da construção civil um negócio altamente promissor.

Foi nesta época que a família Negri decidiu abandonar a venda de cereais, uma atividade já instável com a derrocada do café, para investir no comércio de materiais de construção. O ano era 73. No começo, o depósito vendia madeira, material mais usado para construir moradias. As tábuas eram trazidas do sudoeste do estado por Waldemar Negri. Enquanto ele cuidava de transportar a madeira, os filhos adolescentes, José Laércio e Cláudio, administravam o novo negócio.

DO PISO AO TETO

Aos poucos, as construções de madeira deram lugar à alvenaria. Em 76, acompanhando as mudanças, o depósito passou a vender cimento, areia, cal, tintas e todo tipo de acabamento. Neste período, a Vila Morangueira já estava urbanizada e começava a nascer o Jardim Alvorada.

Quem recorda é José Laércio. “Tudo aconteceu depressa demais, mas olhando para trás, nós podemos dizer que participamos da construção do Jardim Alvorada”, afirma. Não é exagero. Mesmo sendo uma empresa de pequeno porte, o Depósito Negri forneceu ma-



Fotos: João Mantovan

Depósito Negri: capacidade de adaptar-se ao mercado

teriais para milhares de construções daquela região. E ainda fornece.

Com as transformações da economia nacional, o perfil do consumidor mudou. E muito. “Até a década de 80, o cliente comprava de uma só vez todos os materiais de que precisava, do piso ao teto”, explica Laércio. “Hoje, as pessoas compram por etapas”.

SOLIDEZ

O chamado “construtor formiguinha”, que surgiu com o Plano Real, está hoje entre os principais clientes da empresa. “É aquele que está ampliando ou reformando a casa e que compra cimento, tintas e acabamentos aos poucos”. Mais uma vez o Depósito Negri se adaptou às mudanças. Tanto que trabalha com planos de pagamento especiais para os novos consumidores.

E com certeza é essa capacidade camaleônica que mantém a empresa sólida no mercado, apesar das transformações econômicas. Nestes 25 anos, enquanto tantas empre-

sas se perderam com as novas regras do jogo, o Depósito Negri continua com o mesmo fôlego e a mesma tradição. Para os proprietários, um dos principais segredos é o bom atendimento. “Atendemos com a mesma dedicação tanto o cliente que compra muito quanto aquele que entra para comprar só um parafuso”, diz Laércio.



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) 757-2005
CAMBÉ Fone/fax: (045) 254-1699
CAMPO MOURÃO Fone/fax: (044) 822-5456
CURITIBA Fone/fax: (041) 548-5445
PARANAGUÁ Fone/fax: (041) 425-7272

MINAS GERAIS:

ARAGUARI Fone (054) 241-2102

SÃO PAULO:

ASSÍS Fone/fax: (018) 524-1955
ARAÇATUBA Fone/fax: (018) 622-2880
BARRA BONITA Fone/fax: (014) 641-5201
CAMPINAS Fone: (019) 240-5176
..... Fax: (019) 240-4075
OURINHOS Fone/fax: (014) 522-7068
RIBEIRÃO PRETO Fone/fax: (016) 615-0022
SÃO PAULO Fone/fax: (011) 877-0395

Da crise à prosperidade

por Joel Coimbra

A característica principal da sociedade humana é a sua mudança constante, apresentando movimentos alternados de prosperidade e crise.

Exemplo histórico dessa característica está no livro do Gênesis, quando Deus, através do sonho representado por sete vacas gordas engolidas por sete vacas magras, anunciou ao Faraó que o Egito viveria sete anos de abundância seguidos de outros sete de miséria e fome (Gênesis, 41, 1-36).

A história segue e os exemplos se repetem. "Em abril de 1970, a revista Fortune publicou sua lista das 500 maiores empresas norte-americanas – que desenvolveram uma base de receita, uma base de clientes e uma reputação tão expressivas que, em sua maioria, poderiam ser consideradas estáveis, até inabaláveis por alguns. Treze anos depois, um terço dessas empresas já não existe mais." (Martin, 1996: p.12).

Segundo Philip Kotler, citando estudo da Standard & Poor's, "quase dois terços dos 50 estados e cerca de três quartos das mais de 5.000 cidades americanas estão enfrentando problemas de financiamento". Lembra ainda que, "em meados de 1975, Nova Iorque flertou perigosamente com a falência"; "em 1978 Cleveland deixou de pagar suas dívidas"; "no início da década de 1990, a Filadélfia teve de ser refinanciada"; "em 1991, a maior cidade de Connecticut, Bridgeport, buscava refúgio da legislação Federal de falência"; "em 1992 a Califórnia apresentava um deficit orçamentário de US\$ 10 bilhões". (Kotler, 1994: p. 01 a 02).

Paralelamente aos momentos de crise, sucedem iniciativas que superam as dificuldades e reencontram a prosperidade. Locais como "Saint Louis", "Glasgow", "Indianópolis" e "Baltimore", são alguns exemplos de sucesso, conqui-



João Mantovan

tados por administrações criativas e inovadoras.

O Paraná é um exemplo de recuperação. De "celeiro do Brasil", caímos, segundo indicadores do IPEA divulgados em 1993, para o 7º lugar em miserabilidade, com 01 milhão e 800 mil paranaenses sem renda para comer, apresentando o pior índice de desenvolvimento social da região Sul. Na época, a Fundação Getúlio Vargas concluiu que o desenvolvimento social paranaense o equipara à Jamaica, em situação pior que todos os estados com os quais faz fronteira.

Sem políticas de apoio ao desenvolvimento, com infra-estrutura inadequada, estradas esburacadas e entregas ao abandono, não havia estímulo a investimentos e ao trabalho produtivo. Em consequência, nossas empresas eram sucateadas, o desemprego crescia assustadoramente e milhares de paranaenses foram tentar a sorte em outras regiões.

O Governo Jaime Lerner mudou esse quadro. Realiza um arrojado programa de investimentos, atendendo principalmente a "qualidade de vida", "infra-estrutura", e "geração de empregos". Hoje o Estado é um canteiro de obras, o programa de atração de indústrias já garantiu investimentos que ultrapassam R\$14 bilhões de reais, gerando 480 mil novos empregos. A recuperação acontece em todo Estado.

A região de Maringá é um exemplo no interior. Atingida por dificuldades, perdeu empresas, empregos e os títulos de "terceiro centro atacadista do Brasil" e "maior centro de abate bovino do interior". Porém, mediante sólida parceria entre a comunidade, a iniciativa privada e o poder público (estadual e municipal), iniciou nova fase de desenvolvimento.

As primeiras ações concretas foram a criação do Codem, do Pólo Têxtil e da ZPA, base do novo ciclo de prosperidade. Em seguida começaram os investimentos efetivos.

Recentemente foram assinados protocolos para a instalação de 4 novas indústrias com faturamento anual estimado em R\$100 milhões de reais e geração de R\$11 milhões de reais em ICMS, sem contar aquelas que já estão instaladas e produzindo, como a francesa "Augros".

Outras dezenas de empresas já apresentaram propostas para se instalar na região. O retorno dos investimentos, das empresas e dos empregos é a vitória do trabalho e da abnegação. É a conquista de todos que acreditaram poder vencer a crise através da união e do esforço comum.

Joel Coimbra é
Deputado Estadual, Presidente da
Comissão de Constituição e Justiça da
Assembleia Legislativa, Promotor de
Justiça e Professor da UEM.

Deixe sua família **por nossa conta!**



O Santa Casa Saúde coloca à sua disposição um hospital de excelência, com os melhores profissionais de cada área. Você e sua família estarão assistidos 24 horas por dia em todo o Brasil, em caso de emergência, através de convênio com a Abramge. Por isso, antes de adquirir um plano de saúde, consulte um dos nossos promotores e faça o melhor negócio para seus familiares. Afinal, o Santa Casa Saúde é o Plano de Amor à Vida!

PHOCUS



Santa Casa
Saúde

Rua Furtado Mendonça, 745 - Telefax.: 227-3630
E-mail: scsaude@netsix.com.br

fotolitos e separação de cores

saída de filme 51 cm de largura

tratamento de imagens

scanner cilíndrico

mac e pc

provas cromalin

zip e jaz drive

BUREAU
MARINGÁ

Av. Euclides da Cunha, 1331
Fone: (044) 262-4060
Maringá - Paraná
bureau@sercontel.com.br

51 anos.

**Cresce o
orgulho de ser
maringaense.**



CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ