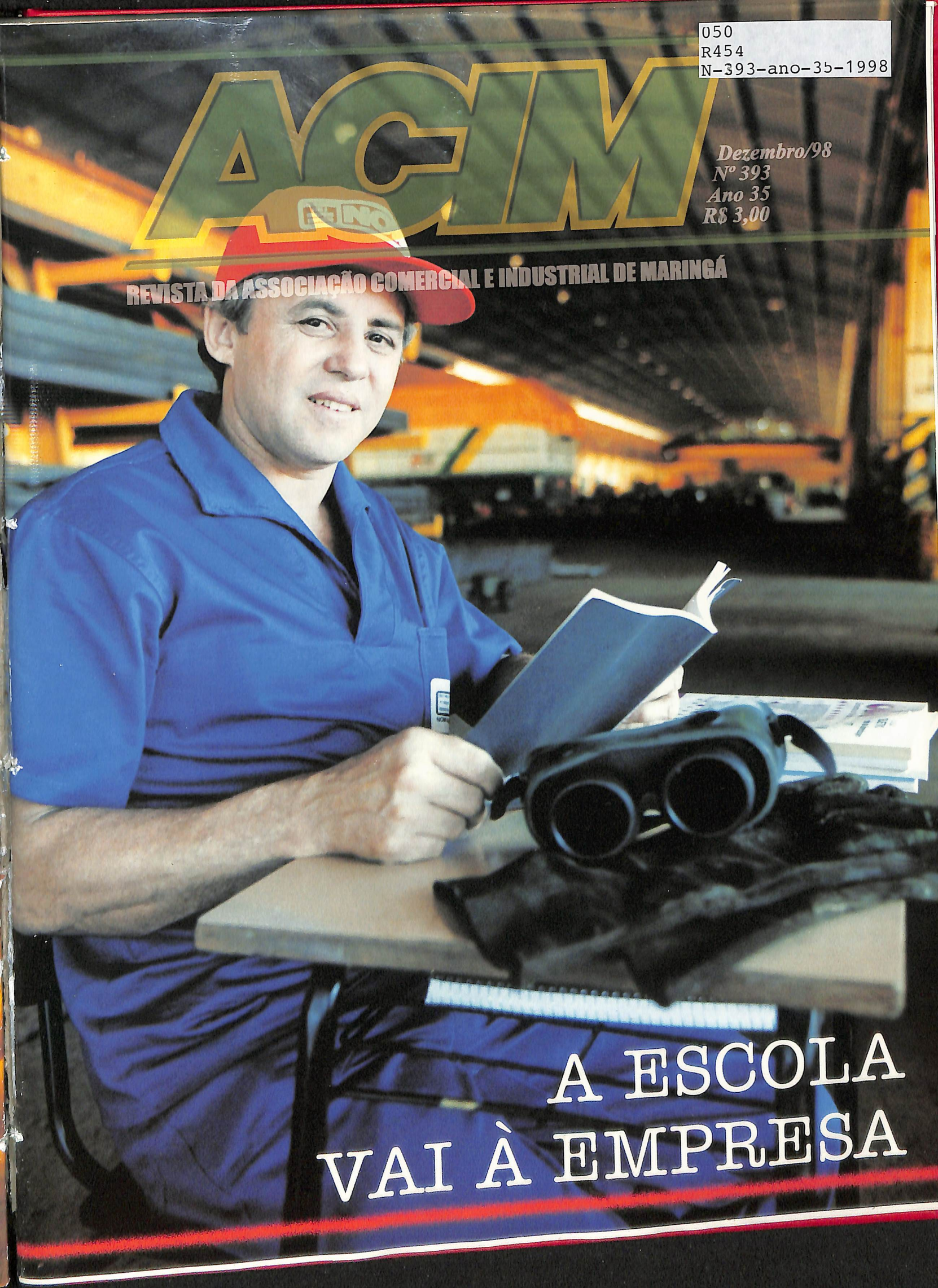


050  
R454  
N-393-ano-35-1998

# ACIM

Dezembro/98  
Nº 393  
Ano 35  
R\$ 3,00

REVISTA DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ



A ESCOLA  
VAI À EMPRESA

**ACIM**

Clas. 050  
R454  
Reg. 0365  
Data 26-04-05  
Proced. \_\_\_\_\_  
R\$ \_\_\_\_\_ NF \_\_\_\_\_  
Data \_\_\_\_\_

# ACREDITE...

# TUDO VAI MELHORAR.

**Enquanto alguns choram a crise,  
outros vendem lenço.**



Muita gente por aí está apavorada, achando que o mundo vai acabar em 99 - porque a crise... a crise... a crise...

A verdade é uma só: se você só ficar falando em crise, aí que ela vem mesmo.

O negócio é arregaçar as mangas e trabalhar. Trabalhar como nunca. Com dedicação, com qualidade, com garra.

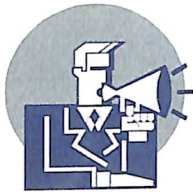
Porque a vida prossegue. As pessoas continuarão a comer, a beber, a se vestir, a estudar, a viajar, a comprar!

E temos indicadores claros de que, em Maringá e região, 99 deve ser um ano excelente. Com novas empresas chegando, novos investimentos e a conclusão de obras importantes.

Por isso, fora negativismo, fora crise. Acredite, você vai ver: em 99, tudo vai melhorar.

# ACIM

Associação Comercial e Industrial de Maringá



Palavra  
do  
Presidente

# Jefferson Nogaroli



Edson Guitli

## EDUCAÇÃO

O tema da matéria de capa desta edição da Revista ACIM aborda o convênio que a Acim assinou com o Cead - Centro de Educação Aberta, Continuada, à Distância. A parceria representa uma oportunidade para que pessoas com mais de 15 anos possam concluir seus estudos de 1º e 2º graus.

## NECESSIDADE

Há vários anos mantenho dentro de minha empresa um convênio semelhante. Os resultados são ótimos. Observo um crescimento e uma satisfação muito grande nos funcionários que têm a oportunidade de voltar a estudar.

## ACIM

A assinatura do convênio com o Cead é uma forma que a Acim encontrou de propiciar estudo à aqueles trabalhadores que ainda não concluíram o 1º ou 2º grau. Esperamos uma grande adesão das empresas associadas.

## NECESSIDADE

Estudar não é um luxo, mas uma necessidade. Vivemos na era da informação e, com a globalização, a concorrência acirrada, o avanço tecnológico e todas as dificuldades que a economia nos impõe, as empresas precisam de um diferencial para sobreviver e crescer no mercado.

## GLOBALIZAÇÃO

Convencionou-se afirmar que nosso concorrente não é mais o vizinho do lado. Fruto da globalização. Nossos concorrentes são do mundo. Eles vêm com uma estrutura sólida, com empresas bem

administradas, com dinheiro barato, alta tecnologia e funcionários qualificados.

## ENGOLIDOS

Esta concorrência que vem de fora é extremamente saudável. Nos obriga a rever estratégias de administração, mercado, a realmente investir mais, principalmente na qualificação de nossos colaboradores. Se não procedermos desta forma corremos o sério risco de sermos engolidos.

## ISO 9000

Para competir neste mercado as empresas correm atrás da ISO 9000. Quem já iniciou ou concluiu o processo sabe da importância de se ter colaboradores qualificados para se obter a certificação. E a qualificação passa pela educação.

## ESTATÍSTICA

Segundo dados do Ministério da Educação, dos 35,8 milhões de alunos matriculados no ensino fundamental neste ano, 16,7 milhões já reprovaram pelo menos uma vez. Deste total, 8,5 milhões já deveriam estar no ensino médio (antigo 2º grau) porque já completaram 14 anos.

## MAIORES

Ainda em 98, mais da metade dos 6,9 milhões de alunos matriculados nas escolas de ensino médio já haviam completado 18 anos. Nesta idade, já deveriam estar matriculados em universidades.

## 4ª SÉRIE

O que é pior: 67% das pessoas que trabalham no Brasil não têm nem a 4ª

série escolar.

## REALIDADE

Esta é a realidade que temos que mudar, incentivando nossos jovens a frequentar as escolas e incentivando nossos colaboradores com baixo nível de escolaridade a cursar o 1º ou 2º grau, buscando inclusive um curso superior. O primeiro passo que a Acim dá neste sentido é o convênio com o Cead.

## FIM DE ANO

1998 se despede. Estamos confiantes em 1999. Não nos iludimos: será um ano difícil, talvez ainda mais que 98. Na Acim, estamos nos preparando para enfrentar estas dificuldades. E principalmente elaborando ferramentas para que nossos associados se preparem melhor para enfrentar as turbulências deste final de milênio.

## PRODUTIVIDADE

E entre estas ferramentas, com certeza a mais importante é a educação, que resgata a cidadania, melhora a autoestima e a autoconfiança, tornando as pessoas mais felizes e produtivas. As empresas também ganham: o ambiente se torna mais harmônico e aumenta a produtividade.

## JUSTIÇA

Uma empresa é tão capaz e eficiente quanto a capacidade e eficiência dos seus colaboradores. Com pessoas educadas e fortes, teremos uma sociedade mais justa e uma cidade melhor.

**APRENDA A MULTIPLICAR.  
INVISTA NO BOAVISTA**

  
**BANCO  
BOAVISTA**

Uma associação do Banco Espírito Santo,  
Grupo Monteiro Aranha e Crédito Agrícola.



## ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE MARINGÁ

Rua Né Alves Martins, 2521  
Fone: (044) 221-5050  
Fax: (044) 221-5007 - C.P.: 1035 - Maringá - Paraná  
www.acim.com.br - acim@acim.com.br

### DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente: Jefferson Nogaroli  
1º Vice-Presidente: Antonio Fermenton  
2º Vice-Presidente: Adilson Emir dos Santos  
Diretor para Assuntos do Comércio:  
Ariovaldo Costa Paulo  
Diretor para Assuntos Sócio-Econômicos:  
Carlos Anselmo

Diretor para Ass: Indústria:  
Carlos Walt Pedro  
Diretor de Fin: Patrimônio:  
Claud.

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 da Revista ACIM:  
Luiz Carlos Masson

Diretor para Assuntos de Comércio Exterior:  
Paulo Meneguetti

Diretor de Relações Públicas:  
Carlos Alberto Würmeister

Diretor p/ Assuntos de Prestação de Serviços:  
Luis Aparecido Tel

### CONSELHO DELIBERATIVO

Presidente: Hélio Costa Curta; Secretário: Paulo Morais  
Badan. Membros: 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 Busiquia,  
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: Luiz Fernando Ferraz  
Vice-Presidente: Edson Nakagawa Nishimori  
Dir. p/ Eventos de Indústria: Cláudio L. Zavatine  
Dir. p/ Eventos do Comércio: Marcos C. Gameiro Óbici  
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 B. Gonçalves  
Dir. de Inovações Tecnológicas: Sandro Bertoni  
Dir. p/ Assuntos Universitários: Wilson de M. S. Filho

### 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 Rezende  
1ª Tesoureira: Leonita Ap. Prestes Tarosso  
2ª Tesoureira: Nilva Cardoso El Ghoz  
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  
Odontologia: Laurindo Furquim  
Moveleira: Luiz Roberto de Castro

### ASSESSORIA

Assessor de Diretoria: Dirceu Herrero  
Gerente Administrativo: Antonio Barison Martins  
Diretor de Negócios: Francisco Gabriel Heg  
Chefe do SPCP: Zenaide Machado

# NESTA EDIÇÃO:

## 06 - ENTREVISTA



O consultor Waldez Ludwig fala sobre empregabilidade



## 09 - CAPA



Só não estuda quem não quer



## 16 - MORALIZAÇÃO DO CHEQUE: Campanha quer reduzir inadimplência

## 18 - DEBUT EM BUENOS AIRES

Maringá é apresentada a empresários argentinos



## 24 - CONSELHO DE COMÉRCIO

É hora de participar



## 25 - MEU NEGÓCIO

Sarandi Tratores: vontade de vencer



## 26 - PENSO ASSIM



O prefeito Jairo Gianoto analisa a evolução econômica de Maringá em seus dois anos de governo

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS  
DO NORTE DO PARANÁ  
ANO XXXV - Nº 393 - DEZEMBRO/98

Publicação Mensal da  
Associação Comercial e Industrial  
de Maringá - ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL  
Luiz Carlos Masson

JORNALISTA RESPONSÁVEL  
Teresa Meneghel - MT-2595-PR

DEPARTAMENTO COMERCIAL  
Claudomiro Venâncio  
Fones: (044) 972-5232 e 221-5072  
venancio@teracom.com.br

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) 228-3535  
organsil@teracom.com.br

Fotos:

Capa: Edson Guitti  
Páginas 14 e 15: Valdir Carniel,  
Tabajara Marques e João Mantovan

IMPRESSÃO: Gráfica Boaventura

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

ESCREVA-NOS:

Emita sua opinião sobre a revista.  
Rua Né Alves Martins, 2521  
Fone: (044) 221-5070 e 221-5072  
Fax: (044) 221-5005/5006/5007  
Caixa Postal 1035 - Maringá - Paraná  
acim@acim.com.br

Leitura  
Empresarial



## Herança volátil

por Nilva Cardoso El Ghoz

**Livro:** Viva a empresa familiar  
**Autor:** Antonio Carlos Vidigal  
**Editora:** Rocco - 1996

Pai rico, filho pobre, neto pobre. O ditado é perfeito para grandes empresas familiares que não conseguiram escapar do terrível ciclo ascensão/estagnação/decadência / ruína. No Brasil, parece ser uma verdade que as grandes fortunas e empresas não duram mais que três gerações. Enquanto a expectativa média de vida de uma organização empresarial é de 40 anos, as de controle familiar gira em torno de 25 anos. Em *Viva a Empresa Familiar*, o autor faz uma análise dos motivos que levam as empresas a definharem ao longo de sucessivas gerações. E ao analisar cada aspecto, oferece idéias e sugestões capazes de evitar o terrível ciclo que leva à estagnação e à decadência.

Das empresas bem sucedidas inicialmente, 30% sobrevivem para a segunda geração. Como no Brasil conflitos familiares são frequentes, o fundador não planeja sua sucessão, deixando este problema para ser resolvido pelos herdeiros. O fundador comanda os negócios até a velhice. Já não tendo capacidade de inovar, a empresa deixa de crescer. Dos 30% das empresas sobreviventes, apenas metade sobrevive para a terceira geração. Ultimamente as empresas de família que trazido à público brigas de família que uma geração antes ficavam entre quatro paredes. Se brigar já é ruim, brigar publicamente é bem pior. Por trás das brigas estão os relacionamentos de infância. Uns passam a ser mais protegidos, outros mais competentes e outros com melhorres empregos. E nesta hora que a rivalidade e o ciúme aumentam.

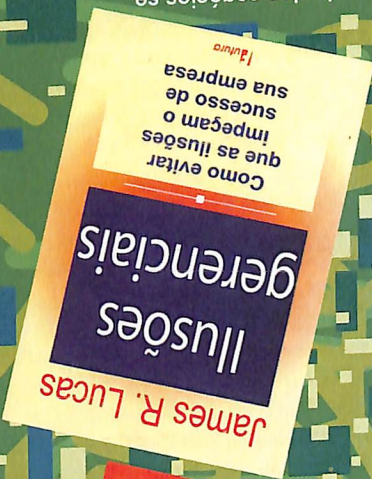
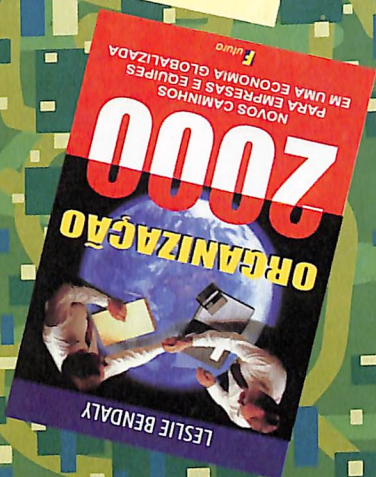
Segundo o autor, há duas maneiras de se evitar este problema: uma é a

Um dos conselhos é nunca misturar relações afetivas de família com a gestão da empresa. Já que isto leva a decisões erradas. Os jovens, após completarem formação universitária, devem ir à luta, mostrar-se competentes, trabalhar em outras empresas para depois se admitirem pela empresa da família. Como as famílias começam a crescer, existe a possibilidade de vários irmãos ou primos disputarem a chefia. É preciso usar de regras preestabelecidas para a escolha do futuro líder. A escolha deve ser feita por mérito e de forma democrática.

O livro relata ainda seis casos reais de empresas familiares brasileiras que tiveram apogeu, estagnação e decadência ao longo de sucessivas gerações. É feito uma análise de cada caso baseado na realidade dos itens propostos pelo livro. O autor conclui a obra com a seguinte idéia: "A empresa e a família servir a mesma coisa. Nenhuma das duas se sairá bem se a empresa for dirigida para servir a família."

**Nilva Cardoso El Ghoz é empresária e diretora do Conselho da Mulher Empresária e Executiva da Acim**

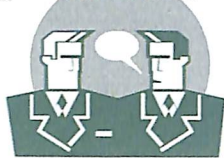
**Leia agora.**  
**O mundo dos negócios não espera.**



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 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**.

**Bom Livro**  
**Livraria e papeleria**

Loja 1: Av. Herval, 362  
Loja 2: R. Santos Dumont, 2556  
Loja 3: Av. Duque de Caxias, 595  
Loja 4: Shopping Aspen Park



por Newton Chagas  
Especial para a Revista Acim

O psicólogo Waldez Ludwig, 47 anos, está chocando empresários, executivos, estudantes e todo o tipo de gente que frequenta suas palestras com um discurso que destrincha os problemas enfrentados pelo Brasil na área do trabalho. Dono de uma empresa consultoria especializada em aprendizagem, Ludwig afirma que a salvação do País não está na agricultura nem na indústria. "O Brasil precisa investir na chamada economia dos sonhos" declara, referindo-se às festas folclóricas, religiosas e culturais promovidas de norte a sul do País. Cita como exemplos a Festa do Peão Boiadeiro, de Barretos (SP), e as de outras cidades que privilegiam o turismo, o espetáculo e o lazer como forma de atrair recursos e gerar empregos. Em Maringá, onde fez palestra para jovens empresários, mês passado, o psicólogo chamou a atenção para um fato real: a redução das ofertas de trabalho para pessoas sem educação básica e qualificação profissional. "O mais assustador é que o Brasil ainda tem índices africanos de escolaridade, com 67% dos trabalhadores sem a quarta série do primeiro grau". Pouco antes da palestra, Waldez Ludwig falou à Revista Acim.

**ACIM - Cada vez mais as máquinas estão tomando o lugar do homem. Afinal, o emprego está acabando?**

**LUDWIG -** O que está acabando é a relação empregatícia, que já não tem sentido numa economia baseada no conhecimento, como a que vivemos hoje. É o trabalho que está acabando, não o em-

# É aprender ou aprender



João Mantovan

"A falta de escolaridade é o grande flagelo do trabalhador brasileiro"

prego. As atividades que envolvem pouco conhecimento tendem a acabar, sobrando somente aquelas que demandam muito conhecimento. E o pagamento tem a ver com isso. Quanto mais conhecimento relevante você tem, maior o salário. Esse é o drama monumental do momento. E quem sofre mais são os países que têm menos escolaridade básica. O Brasil vai sofrer muito se não resolver já a questão da educação.

**ACIM -** Então a tendência é termos um exército de desempregados sem instrução. Vai ser preciso treiná-los então?

**LUDWIG -** A questão não é treinar, não é requalificar. É dar educação básica. Está sendo impossível fazer a requalificação. Tanto a CUT quanto a Força Sindical afirmam que existem hoje 40 mil vagas para empregar pessoas. E que nenhum do 1,6 milhão de desempregados

de São Paulo atende aos requisitos exigidos por este mercado.

**ACIM -** Que exigências são estas?

**LUDWIG -** No mínimo ensino médio. A Embratel acaba de propor a demissão de todos os que não têm o segundo grau completo. As pessoas acham que isso não tem uma causa. É claro que tem e é a velha e boa margem de lucro. Nas atividades que envolvem muito conhecimento a margem de lucro é boa, nas que envolvem pouco, é baixa. Todos querem ter margem de lucro alta e ter, de preferência, todos os funcionários com nível superior. A terceira maior rede de supermercados do Brasil, a Bom Preço, do Nordeste, tem todos os funcionários com segundo grau completo. Os negócios andam bem quanto maior o nível de escolaridade. Quanto maior o nível de escolaridade, mais fácil é a qualificação.

**ACIM:** Em sua opinião, qual a solução para o problema do emprego a curto prazo?

**LUDWIG:** A solução é abrir trabalho. Essa é uma tarefa de todos, do governo, das organizações não-governamentais, das associações, das federações. Tem trabalho no Brasil para a mão-de-obra desqualificada, para analfabeto. O País precisa fazer rede de esgoto, estradas, colocar água em todas as casas. Toda essa infra-estrutura dá para ser feita com trabalho desqualificado.

**ACIM -** Mas o Brasil não tem dinheiro para tantas obras...

**LUDWIG -** Exato. O Brasil está cortando nesta área. Agora, não adianta dar

## ADVOCACIA RAYMUNDO VERMELHO

ÁREAS: CIVIL, COMERCIAL, FISCO-TRIBUTÁRIO E TRABALHISTA

Raymundo do Prado Vermelho

OAB 5914 Fone (044) 262-3167

Maria Consuelo Villela Vermelho Obici

OAB 20565 Fone (044) 264-1466

Veridiana Villela Vermelho

OAB 21650 Fone (044) 262-1865



emprego para desqualificados, colocá-los na picareta, porque daqui a três anos eles não terão emprego. É preciso colocá-los para fazer esgoto e estradas e, ao mesmo tempo, colocá-los nas salas de aula para resolver o problema do ensino básico no País. Hoje, 67% das pessoas que trabalham no Brasil não têm a quarta série de primeiro grau. Isso é assustador no mundo de hoje. É uma calamidade.

**ACIM: Em sua opinião, qual a saída para esse impasse?**

**LUDWIG** - Existe uma economia que gera muito dinheiro e que pode ser tocada sem grandes conhecimentos formais. É a economia baseada nos sonhos. Um exemplo perto daqui: Barretos, uma cidade de 130 mil habitantes, recebe 1,3 milhão na festa do peão do boiadeiro. A festa é um gerador de emprego, renda, sustenta a cidade por meses depois do fim dela, entram milhões de dólares de patrocinadores, de prêmios... Esta economia é muito melhor que uma indústria para Barretos. Ela pode e é feita por pessoas que não têm o segundo grau completo. Por trás existem alguns PhDs em marketing, os especialistas em comunicação, etc. Mas o negócio todo é feito até por analfabetos. Em Fortaleza, o turismo cresce vertiginosamente, na casa de 20% ao ano. Isso implica construir mais 20% de hotéis, na padaria vender mais 20%, no artesanato vender 20% mais... E se sabe que é um dos Estados com menor índice de escolaridade do Brasil. A Bahia tem proporcionalmente o maior número de analfabetos do País, mas resolve optar por um negócio chamado "festa". A prioridade é festa. A venda de *abadá* (um pedaço de pano que dá direito ao folião de pular o carnaval atrás do trio elétrico, cercado por uma corda, garantido por seguranças e numa área privilegiada, perto do caminhão com a música, que garante status às pessoas) gerou R\$ 70 milhões somente em dois meses. Não tem indústria no País que faça isso. O Brasil deveria se dedicar mais à sua vocação, que é a festa e o espetáculo, e não incentivar tanto a indústria e a agricultura. Essa é uma grande saída para o Brasil, mas é preciso vontade pública e empreendedorismo. Cada festa que é realizada no Brasil gera um mundo de negócios. O desempregado vai no supermercado compra cerveja, coloca num isopor e vende tudo. Ele está gerando renda, comprando leite para o filho... Hoje se dá isenção para quem não gera emprego.

**ACIM - Ou seja, incentivar o turismo é a grande saída...**

**LUDWIG** - Sim, o Brasil tem uma vantagem competitiva monumental no turismo. O turista contumaz já foi à Europa, à

Veneza, já viu a África, e está vindo ao Brasil. O problema é que nós temos o turismo de uma vez só. Nós precisamos de um turismo de duas vezes. Que ele venha, e que no ano que vem queira vir de novo.

**ACIM - O que afasta o turista do Brasil?**

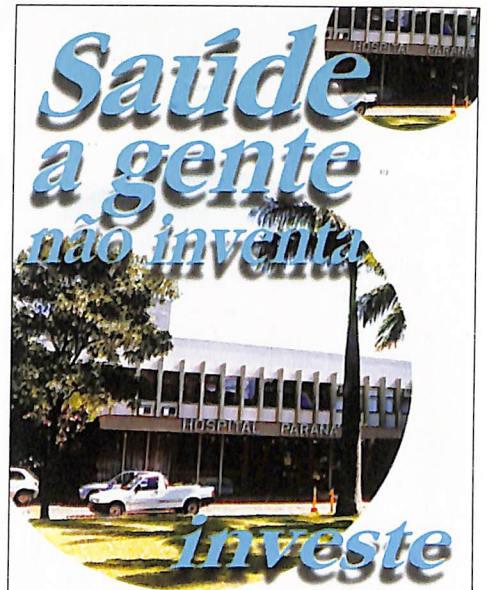
**LUDWIG** - A infra-estrutura, que não está boa. Quando você tem uma atração que é uma praia, o indivíduo vai e olha a praia, e não volta. Agora, se a praia tem um evento, um torneio mundial, por exemplo, aí ele volta. Na verdade é o espetáculo, o teatro, a dança, o esporte, enfim os eventos culturais. As pessoas vão 30 vezes a Nova York porque a peça de teatro é outra, porque estreou o Rei Leão. O que é interessante é ligar a cultura com o turismo. Outra coisa, é preciso consciência empresarial e política. O novo governador do Rio de Janeiro disse que vai revitalizar a indústria naval. Imagine o que tem que revitalizar no Rio de Janeiro: a indústria naval ou o turismo? Eu não sou a favor de se cortar o apoio que se dá às indústrias. O que está errado é não privilegiar todos os setores com a mesma intenção.

**ACIM - O que as pessoas podem fazer para conseguir um emprego nesse mercado tão competitivo?**

**LUDWIG** - Do ponto de vista do indivíduo, é preciso aprender, aprender e aprender. Não só no ensino formal. As pessoas exigem um conhecimento equivalente ao segundo grau. O diploma, o papel não tem tanta importância. Se o indivíduo provar que sabe mais que aquele que saiu da universidade ele tem trabalho. Exige-se diploma até por praticidade. É preciso também acompanhar o mercado, ler quatro ou cinco jornais por dia. É claro que isso tudo envolve um pouco de dinheiro e isso ele vai ter que arranjar de outro jeito.

**ACIM - Existe um perfil básico do profissional que tem trabalho?**

**LUDWIG** - Não, mas sabemos que é uma pessoa que tem determinadas características de temperamento. Ele é empreendedor. Este é outro problema. Nós fomos formados para sermos empregados. É uma lástima isso, porque aí as pessoas não querem trabalhar, querem um bom patrão, querem segurança. A primeira providência é uma troca de temperamento: segurança é liberdade. O empreendedorismo adora correr riscos, vai atrás de resultados, exige a qualidade e a eficiência. O empreendedor é comum a todas as economias. As empresas estão trabalhando em time que é para a informação fluir. Então, o falador está com tudo, aquele que gosta de abrir o jogo, o que conta tudo, não esconde o pulo-do-gato.



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**  
50 ANOS Tecnologia em saúde perto de você.

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

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..



# De volta para a escola

Acim e Cead firmam convênio para levar estudos supletivos às empresas, facilitando a escolarização de trabalhadores



João Mantovan

Funcionários do Mercadorama na sala de aula da empresa

**Teresa Meneghel**  
Da editoria

O cheirinho bom vem da cantina do supermercado, onde a cozinheira Cleusa Maria Albertine Coleone prepara o almoço de seus companheiros de trabalho. Com orgulho, conta nos dedos os dias que faltam para receber o diploma de segundo grau. Aos 43 anos, ela acaba de concluir os estudos supletivos, depois de passar 18 meses estudando um pouco por dia. Foi ali mesmo dentro da empresa, ao lado do fogão e em meio às panelas, que ela arranhou disposição – e também incentivo – para retomar os estudos abandonados na adolescência.

Cleusa é uma dos mais de 6 mil trabalhadores maringaenses que, apoiados pela empresa onde trabalham, estão voltando à escola. Só que desta vez é a escola que está indo até o local de trabalho.

Desde maio do ano passado, o Centro de Educação Aberta e Continuada à Distância (Cead) – o antigo CES – vem atendendo a estes trabalhadores nos próprios locais de serviço. E com todo o apoio e incentivo dos patrões, que em muitos casos chegam a improvisar até salas de aula para os funcionários. Uma ou duas vezes por semana, o Cead envia professores para orientar e tirar dúvidas dos novos alunos, que aprovei-

tam o horário de almoço ou final do expediente para pôr as lições em dia.

## CONVÊNIO

A experiência tem dado tão certo que 25 empresas, entidades e órgãos públicos já aderiram ao programa de ensino facilitado em Maringá (veja quadro). Esperando popularizar esta iniciativa, a Acim acaba de firmar convênio com o Cead a fim de incentivar o empresariado a aderir ao projeto de educação continuada.

A partir do próximo ano, as quase 2 mil empresas associadas receberão informações sobre o programa de estudos supletivos para os funcionários. Outro compromisso da Acim é organizar



Fotos: João Mantovan

# Fotografias

**BURZEGA**

(044) 972-4305



Presidente da Acim assina convênio com Cead

um kit básico de material escolar para ser repassado às empresas. De outro lado, o Cead se compromete a viabilizar professores para ir até as empresas.

Com o convênio, o objetivo a médio prazo é conduzir de volta às salas de aula um universo aproximado de 20 mil trabalhadores e, com isso, elevar o nível de escolaridade deste público, considerada extremamente baixa no Brasil. Pesquisa feita pelo IBGE aponta que 67% dos brasileiros que atuam no mercado de trabalho nunca foram além da quarta série do primeiro grau. Um índice considerado pior que o de muitos países africanos, por exemplo.

“O maior problema do emprego no Brasil é justamente a baixa escolaridade do trabalhador”, analisou o consultor Waldez Ludwig, em recente palestra a empresários da cidade. “Falta educação básica. Diante disso eu pergunto: como qualificar um trabalhador que não tem nem o ensino básico? indagou ao fazer uma análise crítica sobre as perspectivas do mercado de trabalho no país e no mundo.

## QUALIFICAÇÃO

Por conta da falta de qualificação, sobram vagas de trabalho e sobram trabalhadores sem emprego no mercado. Em São Paulo, as centrais sindicais divulgaram recentemente que existem 40 mil postos de trabalho disponíveis, mas nenhum dos 1,6 milhão de desempregados preenche os requisitos exigidos. E a exigência, na maioria das vezes, é a oitava série escolar.

Em Maringá, mesmo que em grau menor, a situação paulistana encontra paralelo. Dados do Sistema Público de Emprego (Sempre) mostram que 43% das vagas ofertadas entre janeiro e novembro deste ano não foram preenchidas porque os candidatos não apresentaram escolaridade ou qualificação necessária. Hoje, 31% das ofertas de trabalho do Sempre exigem o primeiro grau completo. Por outro lado, quase 40% dos candidatos que buscam emprego não ter-

minaram a oitava série.

## FIM DO EMPREGO

“O mundo está mudando a uma velocidade assustadora e com essas mudanças todas, com a crise, a tendência é acabar o chamado emprego tradicional”, analisa o presidente da Acim, Jefferson Nogaroli. “Isso significa que o mercado



Cleusa: estudo ao lado do fogão

## Empresas e entidades que já participam do programa de Ensino à Distância:

- Mercadorama
- Supermercado São Francisco
- Atacadão
- Coca-Cola
- Fábrica de Acolchoados Maringá
- Arilu Distribuidora
- Leiner
- Truck-Noma
- Romagnolle
- Cia do Aço
- Percinorte
- Runapel
- Cocamar
- Cocari
- Cocafé
- DER
- Câmara Municipal de Maringá
- Fundação Nacional de Saúde
- Saop
- Divisão Municipal de Vigilantes



Nogaroli, com funcionários da empresa

de trabalho irá se afunilar cada vez mais, exigindo pessoas com maior grau de conhecimento, daí a necessidade do trabalhador estar estudando continuamente". Pensando assim, Nogaroli foi um dos primeiros empresários maringenses a providenciar uma sala de aula na empresa e incentivar seus funcionários a retomar os livros em estudos supletivos.

Atualmente, 12 já concluíram o segundo grau e outros 81 estão cursando o ensino à distância, estudando no local de trabalho. Nogaroli afirma que sua meta particular é zerar, até o final de 99, o número de funcionários sem o segundo grau completo dentro de sua empresa. "Estamos dando a oportunidade para todos se formarem e já paramos de contratar funcionários adultos sem este nível de instrução", conta. Em sua opinião, uma empresa é o conjunto de pessoas que estão dentro dela. "Portanto, se uma empresa quiser ser competitiva e continuar bem no mercado tem que contar com funcionários bem treinados e eficientes. "E isso só é possível se a pessoa tiver educação básica, se for bem instruída".

Na avaliação do diretor da Acim, Carlos Anselmo Corrêa, é fundamental que os empresários percebam a importância de estimular a escolarização de seus funcionários. "Todos ganham com isso", diz. "O trabalhador, que terá maior nível de empregabilidade e a empresa, que contará com mão de obra melhor

instruída, portanto mais eficiente".

#### UNIVERSIDADE

O movimento de empresas que facilitam a escolarização de seus funcionários começou em 97, totalizando cerca de 200 alunos. No início de 98, o número chegou a 3.800 inscritos. Hoje já são 6.500 inscrições. Todos buscando no estudo a chance de um emprego melhor ou apenas de manter-se firme no mercado de trabalho. Alguns pensam em seguir adiante, de olho numa vaga na universidade. "No ano que vem, vou fazer cursinho e prestar vestibular para pedagogia", planeja a cozinheira Cleusa Coleone. Segundo ela, retomar os estudos depois de tantos anos não é fácil, exige tempo e força de vontade. "Mas já que a empresa está dando essa força, tenho que aproveitar".

O agente de saúde Demilson Rodrigues dos Santos, 32 anos, funcionário da Fundação Nacional de Saúde, concorda que é preciso empenho para voltar aos livros. "A falta de tempo é o maior empecilho". Prestes a concluir o segundo grau, ele diz que o estímulo dado pela FNS ao liberar as tardes de sexta-feiras para todos que estudam, foi fundamental. Junto com Demilson, outros 37 colegas de idades variadas retomaram as lições escolares. A sala de aula foi emprestada por uma escola ao lado da Fundação.

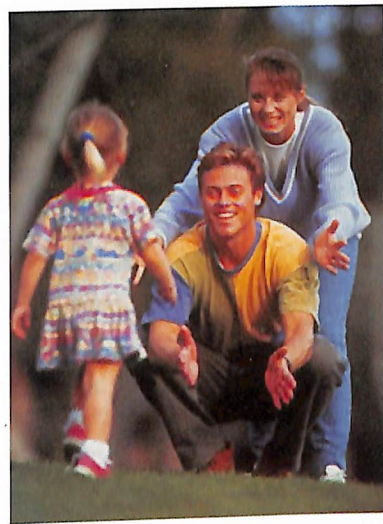
Dos 65 funcionários da FNS em Maringá, 60 não tinham o segundo grau

### Custo é baixo

O Cead oferece ensino de 5ª a 8ª séries e segundo grau. O ensino é dividido por disciplinas e o diploma permite que os formandos prestem vestibular. Um aluno aplicado consegue concluir primeiro e segundo graus num período de dois anos, explica a coordenadora Neusa Barbi.

Para fazer o primeiro grau, o aluno gastará R\$ 35,00; o curso de segundo grau custa R\$ 56,00 por aluno. O investimento é basicamente em apostilas. "Atualmente, a maioria das empresas que aderiu ao programa de ensino custeia todo ou parte dos gastos".

*A vida lhe dá  
ótimos momentos  
para sorrir.*



*Para esses  
momentos, cuide  
bem do seu  
sorriso.*



*O Plano do Seu Sorriso.*

VENDAS: FONE: (044) 227-1530

# 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



Fotos: Divulgação

Formatura de funcionários da Coca-Cola: festa

completo. Hoje, a maioria cursa o supletivo. Para dar uma “força” aos colegas, até o chefe da sub regional voltou aos bancos escolares. Claudino Martins de Sousa diz que já havia concluído os estudos há muito tempo, mas decidiu frequentar as aulas do Cead “para estimular os companheiros e também se reciclar”.

## VOLANTE

Em um ano de atividade, o programa de ensino à distância já diplomou cerca de mil trabalhadores, informa Neusa Barbi, coordenadora do programa em Maringá. A maioria das 25 empresas e entidades providenciou um espaço para as aulas dos funcionários. A maioria também oferece ajuda de custo nas despesas com apostilas e cadernos (veja quadro na pág. 11).

Atualmente o Cead conta com uma equipe de 200 professores em Maringá. Parte deste efetivo atua como volante, indo de empresa em empresa. As aulas costumam ser dadas em horários alternativos, de acordo com a disponibilidade de cada grupo. Geralmente acontecem no horário de almoço, nas trocas de turno e final de expediente. Há ainda os que estudam aos sábados e domingos. “Trata-se da chance das empresas investirem na formação de seus funcionários, sem gastar muito com isso”, diz

## PEA tem baixa instrução

A população economicamente ativa (PEA) no Brasil soma 71 milhões de pessoas com idades entre 14 e 64 anos. Veja o grau de instrução destes trabalhadores, segundo dados do IBGE:

- 5 milhões tem curso superior completo
- 20 milhões tem 2º grau completo
- 27 milhões não concluíram o 2º grau
- 19 milhões são analfabetos

o diretor do Centro, Jorge Luiz Correia.

Apoiar a escolarização do funcionário está deixando de ser uma iniciativa apenas de grandes firmas. De acordo com Barbi, aumentou o número de pequenas e médias empresas interessadas no programa. É o caso, por exemplo, da Percinorte, que tem sete dos 33 funcionários estudando. “Não temos espaço para oferecer sala de aula, mas apoiamos o estudo dentro da empresa”, afirma Cornélia Henning, responsável pela área de recursos humanos da Percinorte.

A falta de espaço para sala de aula, segundo o presidente da Acim, não deve ser barreira para que pequenas e médias empresas deixem de entrar para o programa. Segundo Nogaroli, a Acim e o Cead poderão ajudar a viabilizar os locais de aula. “É fundamental que todas as empresas se conscientizem a respeito da necessidade da educação ou acabarão ficando à margem do mercado”, diz. Com estes incentivos, agora só não estuda quem não quer.



Claudemir: de olho na universidade

# Qualidade comprovada

**Unimed de Maringá recebe certificado ISO 9002 e se prepara para cumprir o novo regulamento de planos de saúde**

A Unimed de Maringá recebe em janeiro o certificado de qualidade ISO 9002, tornando-se a quarta cooperativa médica do sistema Unimed no País a adotar padrões e normas internacionais de qualidade. A certificação foi conferida pela Fundação Carlos Alberto Vanzolini – instituto ligado à USP (Universidade de São Paulo) com atuação reconhecida dentro e fora do Brasil.

Com o processo de qualidade, a cooperativa vem aprimorando os serviços prestados aos 63 mil usuários de Maringá e região. E se prepara para as mudanças que o setor irá enfrentar a partir da regulamentação dos planos de saúde no país, que começa a vigorar no próximo dia 4 de janeiro.

A regulamentação vai provocar uma verdadeira revolução na área, levando a uma depuração das empresas que estão hoje no mercado, acreditam os especialistas no setor. Só irão sobreviver as empresas e cooperativas que oferecerem serviços diferenciados e de qualidade.

## INOVAÇÃO

O diferencial é o grande trunfo da cooperativa médica maringaense, que nos últimos anos tem inovado em seus produtos e serviços. Além da extensa rede credenciada, que reúne 530 médicos em todas as especialidades, laboratórios e hospitais, oferece serviços de ambulância 24 horas, remoção em UTIs móveis e resgate aéreo em jato executivo equipado com UTI completa.

O processo de certificação conferiu à Unimed o comprometimento permanente com a melhoria da qualidade. Toda a equipe de funcionários tem responsabilidade sobre os resultados. Hoje, uma guia de consulta, por exemplo, é expedida em menos de dois minutos e o objetivo é reduzir ainda mais este tempo. A linha direta, criada pela cooperativa em 96, foi decisivo para melhorar o nível de atendimento, permitindo que o usuário consiga a guia por telefone, a qualquer hora do dia e da noite. Cerca de 73% das guias já são



Posto de Vacinação: o mais freqüentado expedidas via linha direta.

Atualmente a Unimed de Maringá é uma das que mais crescem no Brasil, experimentando uma expan-



Unimed: crescimento de 10% ao ano

são média de 10% ao ano. Em 16 anos de atuação, houve períodos com uma taxa de crescimento de 22% no ano.

## INSTITUCIONAL

A grande estrutura criada pela Unimed permite que a cooperativa atue ainda em ações comunitárias. Desde 94, colabora com as campanhas de multivacinação, montando todos os anos um posto próprio. Há dois anos patrocina a Copa Unimed — os Jogos Escolares de Maringá — segundo maior evento esportivo do Estado. A Unimed também está presente em todos os grandes eventos — rodeios, provas rústicas, jogos esportivos — colocando à disposição do público ambulâncias e corpo médico especializado.

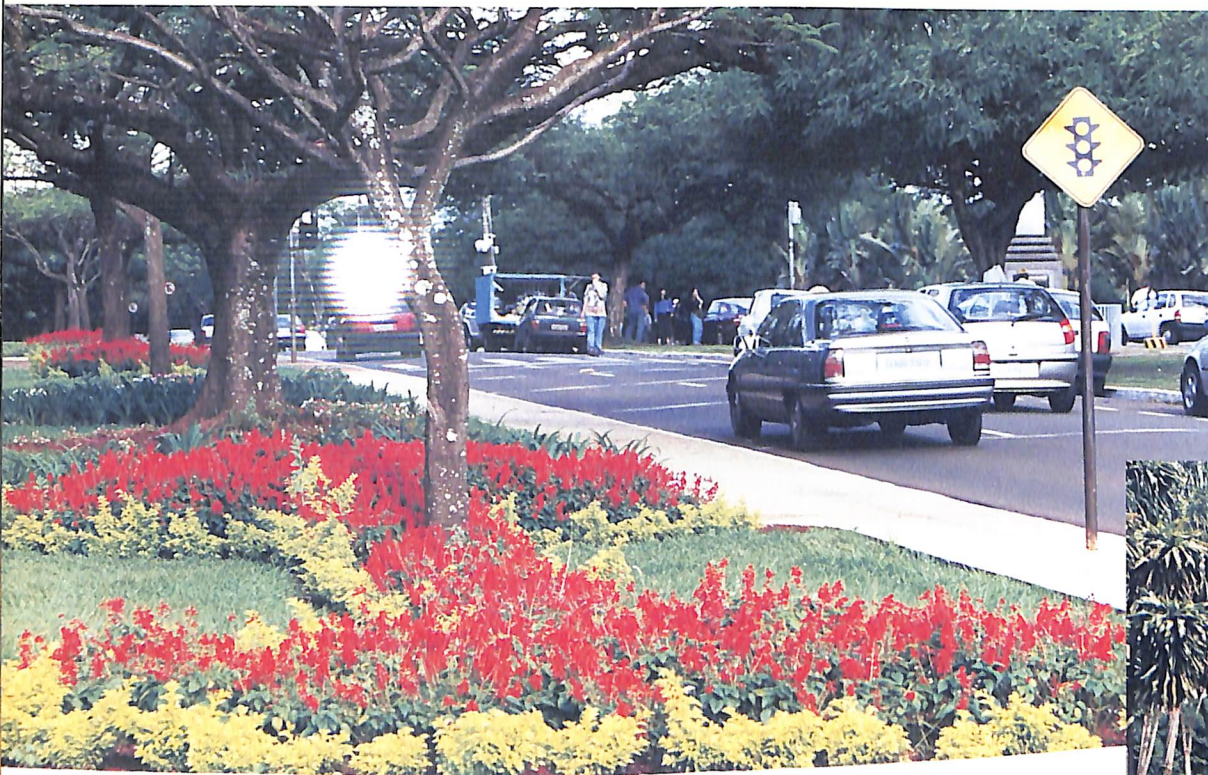


**PRÉ, 1º E 2º GRAUS**

**Fone: (044) 225-3641 / Fax: 224-0811**  
**e-mail: [nobel@wnet.com.br](mailto:nobel@wnet.com.br)**

# Cidade

Faça sol ou faça lua, Maringá encanta. Como uma canção  
Esbanja beleza sob ângulos e luzes, inspirando fotógrafos

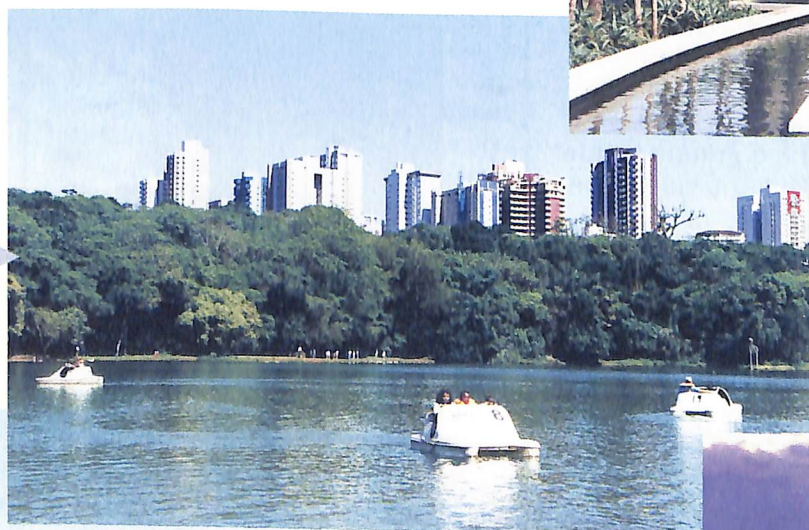


Vitrais da  
Catedral Nossa  
Sra. da Glória



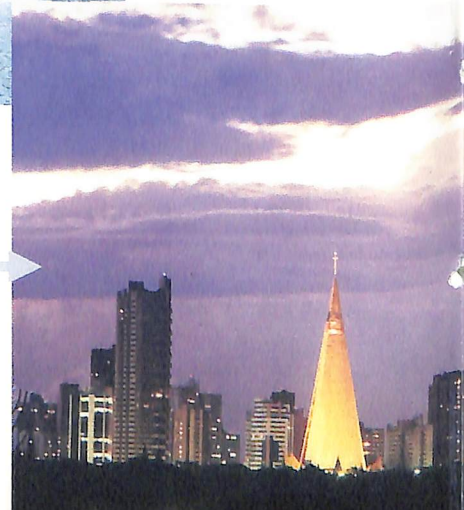
↑  
Canteiros centrais da  
Av. Tiradentes

Parque do Ingá →



Espel  
da

Vista do  
novo centro

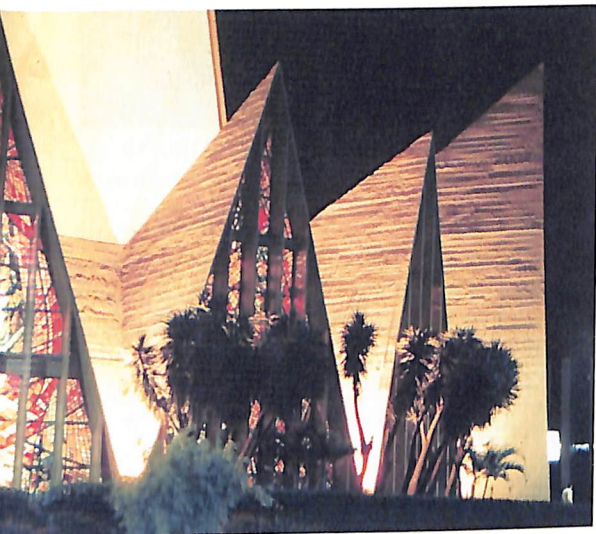


Parque do Ingá

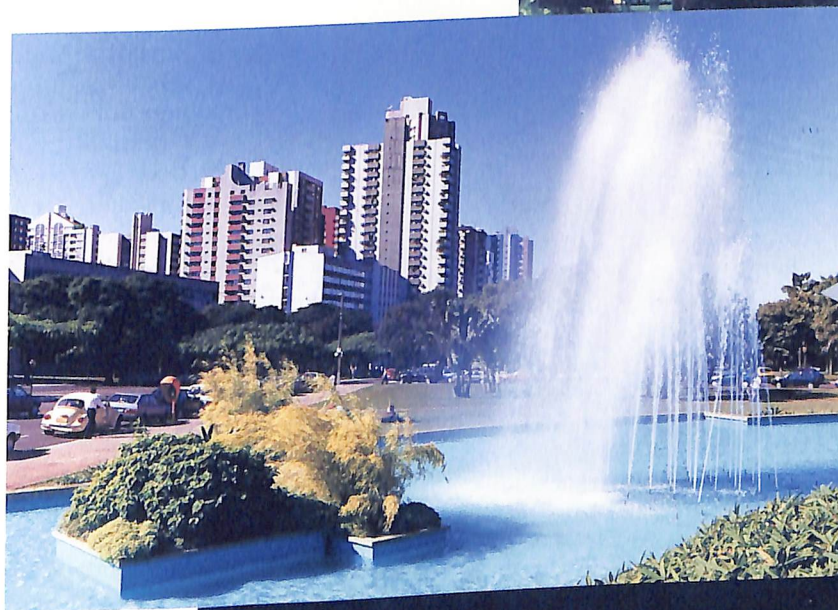


# Pastal

o de sereia, seduz quem passa e apaixona quem chega.  
os a captar a poesia que nasce do verde e do concreto.



d'água  
praça da  
Catedral



Chafariz da  
praça da Catedral

Vista aérea,  
ao entardecer

Centro da cidade,  
à noite



# Guerra contra o cheque-frio

Na tentativa de coibir a inadimplência no comércio, Acim intensifica campanha de moralização do uso do cheque



Blatt: "prevenção é o melhor negócio"



Fotos: João Mantovan

Curso ensina comerciantes a reduzir perdas com cheques

Natal da lembrancinha, que nada. Mais uma vez os consumidores estão surpreendendo os experts em comportamento do mercado, indo às compras sem muita timidez. Se de um lado o comerciante comemora o aumento das vendas, de outro está a preocupação com a inadimplência que, junto com o consumo, costuma crescer nesta época do ano.

A preocupação tem fundamento. Desde o início do plano real, somente o índice dos chamados cheques frios triplicou no país, saindo de 1% e chegando à casa dos 3%. Em Maringá, dados do SCPC

mostram que, entre os meses de outubro e dezembro, quase metade das compras é paga com cheques, à vista ou pré-datados.

De olho no problema, que costuma tirar o sono de muitos comerciantes, a Acim está intensificando sua *campanha de moralização do uso do cheque*, que visa reduzir o índice de cheques devolvidos no comércio. Uma das primeiras ações foi reunir gerentes das 30 agências bancárias da cidade para discutir a contenção de cheques devolvidos.

Caso não chegue a um consenso, a Associação pretende, com a ajuda dos

comerciantes, montar uma espécie de hanking dos bancos que mais apresentam cheques devolvidos. "Os recordistas poderão sofrer bloqueio comercial, já que muitos estabelecimentos evitarão aceitar cheques destes bancos", diz o vice-presidente da Acim, Antonio Fermenton.

## PREVENÇÃO

No mês passado, a Associação realizou um curso para ensinar os lojistas a reduzir os riscos de perdas na hora de conceder crédito. E no início deste mês colocou em funcionamento a URA (Unidade de Resposta Audível), serviço que permite consultas automáticas ao crédito a qualquer hora do dia e da noite, sete dias por semana.

## CUIDADOS

Ministrado por Adriano Blatt, um dos maiores especialistas na área de concessão de crédito e financiamento, o treinamento reuniu mais de 100 empresários e gerentes financeiros.

Os participantes receberam orientações precisas sobre como se prevenir contra cheques frios. Segundo Blatt, a prevenção ainda é o melhor remédio, daí a necessidade de consultar os serviços do SCPC e vídeo-cheque antes de efetivar a venda a crédito.

Ele ressaltou que 0,3% dos cheques emitidos em pagamento à vista é devolvido no país. E que o índice de inadimplência entre os pré-datados sobe para 80% quando os prazos de pagamento são superiores a 70 dias.

## URA

Já o novo serviço de consulta automática oferecido pela Acim informa se o cheque consultado está sustado (por extravio ou roubo), acusa se está cadastrado no Banco Central por encerramento de conta e se o emitente já teve a conta encerrada por falta de fundos. Também informa se o cliente consultado está na lista de inadimplentes do SCPC. "Nosso objetivo é cercar os maus pagadores, reduzir os índices de inadimplência e, conseqüentemente, as perdas no comércio", diz Fermenton.

## Proteja o seu maior patrimônio

A MEGA - Marcas e Patentes, atuando desde 1975 no mercado nacional, oferece:

- Registro de marcas e Direitos autorais
- Depósito de patentes de invenção e modelo de utilidade
- Repressão à concorrência desleal

MARCAS E PATENTES



Representante

**Paulo BADAN**

Av. XV de Novembro, 297 - Aptº 801

Telefax: (044) 223-0222

e-mail: badan@teracom.com.br

# Sapatilhas em cartaz

Academias de ballet de Maringá participam da tradicional mostra de final de ano, lotando a agenda do Calil Haddad

Novembro e dezembro são meses especialmente recheados de atrativos para quem gosta de sapateado, jazz, balé clássico, moderno e uma infinidade de outros estilos de dança que – no mínimo – enchem os olhos de leveza, poesia e, de quebra, ainda embalam a fantasia.

O período coincide com a apresentação anual das cerca de mil alunas e alunos das principais escolas de dança de Maringá. São sete: Academia Márcia Angeli, Ballet Flor Duarte, SESC, Ballet Regina Mundi, Ballet Nielice Camargo, Ballet Municipal e Ballet Daisa Poltronieri.

Os espetáculos esbanjam talento. As produções são normalmente bem cuidadas, exigem meses de preparação e ensaios exaustivos. Figurinos deslumbrantes, exóticos, sofisticados contribuem para a graciosidade dos movimentos. E

tudo isso custa dinheiro, evidente. Daí que é preciso um bom público para compensar tamanho investimento e dedicação de alunas, professoras e pessoal de apoio. Algumas dessas escolas já deram, literalmente, o ar da graça no palco do Teatro Calil Haddad. Outras ainda devem se apresentar até o Natal.

Realizar tantos espetáculos em dois meses, usando um só palco - o do Teatro Calil Haddad, é um verdadeiro malabarismo, na avaliação da Associação das Escolas Particulares de Dança (AEPAD), fundada em maio de 1997. Daisa Poltronieri, uma das diretoras, diz que a proposta foi negociada com a diretoria de Cultura do município. Como o teatro tem agenda movimentada, foi preciso estabelecer um período específico para as escolas mostrarem seus trabalhos.

A meta foi, em parte, alcançada.



Lucio Flaubert

Mostra de dança: talentos no palco

Os espetáculos se sucedem desde novembro, mas a proximidade de datas acabou por pulverizar o público, conta Daisa. A inauguração do Teatro Marista deve representar um refresco para essas escolas, que não tanto espremidas por agendas, seguramente vão distribuir melhor seus espetáculos a partir do ano que vem. O público vai gostar. Os artistas também, prevê Daisa.

A sua  
empresa  
já tem  
plano de  
saúde?



**ABRAMGE**  
Associação Brasileira de  
Medicina de Grupo

Pense bem  
e escolha  
um plano com  
Qualidade Total



**Santa Casa  
Saúde**

Rua Furtado Mendonça, 245  
Telefax.: 227-3630 - Caixa Postal, 624  
CEP 87050-250 - Maringá-PR  
E-mail: [scsaude@netsix.com.br](mailto:scsaude@netsix.com.br)

PHOCUS

# Missão na terra do tango

Missão de negócios apresenta Maringá em Buenos Aires e desperta interesse de empresários argentinos

Texto e fotos: Cláudio Galetti  
Enviado especial a Buenos Aires

Até o dia 26 de novembro passado, Maringá era uma ilustre desconhecida para o empresariado argentino. Hoje, a Casa Mercosul – organismo mantido pela Acim, Prefeitura e Sebrae-PR para incentivar a participação de empresas maringãenses no mercado internacional, e o Codem (Conselho de Desenvolvimento Econômico) têm recebido ligações, fax e e-mail procedentes de Buenos Aires e região metropolitana.

O interesse dos argentinos foi despertado pela presença de uma missão de negócios de Maringá em Buenos Aires. O grupo, formado por 20 pessoas, entre empresários e lideranças políticas, participou de dois eventos no Centro de Negócios Mercosul, escritório que o Sebrae-PR mantém na capital argentina.

## DETETIVE PARTICULAR

AGÊNCIA DE INVESTIGAÇÃO

Investigação para empresas e particulares



227-2131

SIGILO TOTAL



Mais de cem empresários argentinos conheceram as potencialidades de Maringá

Um divulgou os incentivos e as potencialidades do município; o outro foi um encontro empresarial.

No primeiro, realizado no dia 26 de novembro, cem empresários argentinos assistiram a um vídeo e conheceram a localização de Maringá, a característica urbana da cidade, a Estação Aduaneira do Interior, ou Porto Seco, como é conhecida, o Codem, o Prodem (Programa de Desenvolvimento Econômico) e a ZPA (Zona de Processamen-

to Aduaneiro). A apresentação das potencialidades foi feita pelo assessor Jurídico da Acim, Paulo Roberto Pereira de Souza.

O segundo evento foi no dia 27 de novembro. Representantes de 13 empresas do Noroeste do Paraná e da cidade de Toledo mantiveram contatos com diretores de 45 empresas argentinas. Foram efetivados 137 encontros que podem se transformar em negócios na ordem de 3,5 a 4 milhões de reais. "É um



A ZPA atraiu o interesse dos empresários argentinos

volume significativo se levarmos em consideração o número de empresas participantes”, analisou o diretor técnico do Sebrae-PR, André Barbalho.

Na opinião do prefeito de Maringá, Jairo Gianoto os dois eventos inauguraram um período de intercâmbio comercial. Disse acreditar que este foi o primeiro de uma série de contatos que vão provocar muitos negócios entre argentinos e maringenses. Aproveitou para colocar a estrutura e o corpo técnico da prefeitura à disposição dos empresários que desejarem visitar e se instalar na cidade.

### PARADIGMA

O presidente da Acim, Jefferson Nogaroli comentou que para o argentino o Brasil se resume em São Paulo. E que um dos objetivos da missão de Maringá em Buenos Aires era justamente quebrar este paradigma. “O vídeo e a ZPA impressionaram. Conseguimos chamar a atenção dos empresários presentes. Agora temos que continuar com os contatos para concretizarmos negócios em um futuro próximo”, afirmou.

Outro fator que contribuiu para despertar o interesse do empresário argentino foi o depoimento do diretor da Dakplast, Eduardo Dakesian. A sede da Dakplast fica na Argentina e a empresa abriu uma unidade em Maringá por causa da ZPA. “Tudo o que vocês vieram e ouviram corresponde à realidade. Na minha opinião, Maringá é um excelente lugar para ser viver e investir”, garantiu.

Diante de tantos argumentos, sete empresas argentinas começaram a negociar a instalação de prováveis filiais em Maringá. São indústrias dos setores químico, componentes eletrônicos, acessórios para confecção, metalúrgico, derivados de plástico, tecidos e cabos elé-



Rodadas de negócios: perspectivas de parcerias futuras

tricos. “Uma já confirmou a presença na cidade. A unidade deverá entrar em operação no início de 1999”, revelou o prefeito Gianoto.

Sem querer revelar o nome para não atrapalhar as negociações, adiantou que é uma indústria química que produz fios e tecidos sintéticos. É a segunda maior empresa do setor na Argentina. Ela domina todo o processo de industrialização; da elaboração do fio ao tingimento do tecido. Com uma filial em São Paulo, a diretoria pretende instalar em Maringá um centro de distribuição para o Brasil.

Além do empresariado, a Missão chamou a atenção da imprensa argentina. Jornais, revistas, emissoras de rádio e televisão entrevistaram os integrantes do grupo. O “Clarín” e o “El Nacion” – os dois diários de maior circulação daquele país – estamparam reportagens so-

bre o assunto nas suas páginas. Um suplemento sobre Maringá, de oito páginas, circulou encartado na edição do Mercosul, da Gazeta Mercantil.

O interesse da imprensa argentina foi tanto que o prefeito e o presidente da Acim convidaram os jornalistas para visitar a cidade. “Queremos que eles vejam de perto as belezas de Maringá. Assim, eles poderão repassar para os leitores, ouvintes e telespectadores o que é viver e investir em nossa cidade”, destaca Nogaroli. Os profissionais da imprensa argentina conhecerão a região no próximo ano.

### Novos desafios

“Lanço o desafio de, no próximo ano, organizarmos cinco missões como esta que foi à Argentina”. A proposta foi feita pelo gerente regional do Sebrae-PR, em Maringá, Delcídes Moser durante entrevista coletiva com a imprensa. “Aceitamos”, respondeu de imediato o presidente da Acim, Jefferson Nogaroli.

Os destinos das missões serão o Chile, Paraguai, Uruguai e duas na Argentina – Buenos Aires e Córdoba. Como parte do Programa de Internacionalização da Pequena Empresa e do Pronoex (Programa Norte Para-

naense de Acesso à Exportação), a organização de viagens de negócios será uma prioridade do Sebrae-PR, em 1999.

André Barbalho, diretor-técnico do Sebrae-PR, afirma que eventos desta natureza são um caminho rápido e eficaz para se ampliar as relações comerciais. “O Mercosul é uma realidade e devemos incrementá-lo. Principalmente com ações dos pequenos empresários. Nos Estados Unidos a pequena empresa é responsável por 50% do volume de exportações. No Brasil, o índice é de 3%”, frisa.



Dakesian, da Dakplasta: “vale a pena investir em Maringá”



## Capital de Giro

### Maringá na mídia

Maringá foi destaque, em novembro, no *Relatório Latino-Americano*, produzido pela Gazeta Mercantil e encartado em 14 jornais no Brasil, Estados Unidos, México, Argentina e Uruguai. Com 450 mil exemplares e textos em espanhol e inglês, a publicação dedicou um caderno de oito páginas ao Pólo Exportador de Maringá. As matérias enfocam a infraestrutura e os benefícios oferecidos pelo município às empresas que atuam com comércio exterior. Assim, por exemplo, a Zona Especial de Processamento Aduaneiro (ZPA), o Programa de Desenvolvimento de Maringá (Prodem), o Pronoex, a Casa Mercosul, a Câmara Moveleira da Acim e empresas exportadoras. Uma das reportagens relata a infra-estrutura oferecida por Maringá, ressaltando a qualidade de vida como um dos principais atrativos. Mentor intelectual da ZPA e do Pronoex, o presidente da Acim, Jefferson Nogaroli, aposta em resultados desta mídia. "É fundamental que exista uma mentalidade exportadora entre os empresários locais", diz.



### Diretor da ACIM

**Carlos Walter Martins Pedro** – diretor para Assuntos de Indústria.

Proprietário da empresa *Hidro Metalúrgica ZM Ltda.*, tem atuação empresarial e comunitária marcante. Além de diretor de Indústria da Acim, também preside o Sindimetal, é membro da Fiep e do plenário do Codem.

### Mulher

O Conselho da Mulher Empresária e Executiva da Acim pretende comemorar em alto estilo o Dia Internacional da Mulher, em março. Para isso, já está organizando a programação, que promete ser uma festa. As mulheres maringenses serão brindadas com espetáculo teatral e coquetel, no Calil Haddad. A peça "Em família", uma produção de artistas locais, tem tudo a ver com o tema. "O objetivo é homenagear as mulheres e prestigiar o trabalho de talentos da nossa terra", diz a presidente do Conselho, Solange de Paula.

### Qualidade Brasil

Pela décima vez consecutiva, O *Diário do Norte do Paraná* recebeu o Prêmio Qualidade Brasil, conferido pela International Exporter's Service, que anualmente premia a qualidade dos melhores produtos e serviços do país. Além de O Diário, este ano a indústria de bebidas *Ouro Verde*, também de Maringá, foi agraciada pela primeira vez com o prêmio. O jornalista Franklin Vieira da Silva e o empresário Walter Progiante receberam as premiações durante uma grande festa no Clube Monte Líbano, em São Paulo.

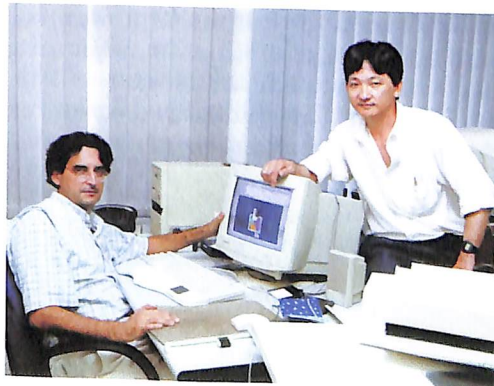


### Conexão digital

A Wnet acaba de adquirir uma central controladora de fluxo digital, um moderno sistema de telefonia próprio munido de Modem 56K, com link de 1MB, que permite uma conexão muito mais rápida que a tradicional. "Agilizamos o caminho para entrar na Internet", explicam os proprietários, Alexandre Brandão (foto) e Gian Marcão. Há três anos no mercado, a Wnet foi a primeira provedora de acesso a operar em Maringá e agora é a única a dispor de sistema próprio de conexão digital.

### Exuberância

A revista norte americana *Celular & Mobile Internacional*, especializada em radiocomunicação e com circulação em vários países, fez menção à Maringá numa reportagem sobre os investimentos que a Viapar está fazendo em tecnologia. Na abertura da matéria, a revista cita Maringá como "uma bela cidade, distinguida não só pela exuberância de seu verde, mas pelas oportunidades de investimento que oferece".



### Web design

Depois de atuar por cinco anos no mercado publicitário, a *CIA Propaganda* está se especializando também em web design, criando Home Pages. "A Internet veio para ficar e temos a plena convicção de que no próximo milênio a comunicação será dominada pela Word Wide Web", dizem os premiados diretores de criação da empresa Edson Xavier Antunes e Roberto Yassuo Ito. A CIA Propaganda fica na Rua Néo Alves Martins, 2275, fone (044) 222-2829 - [cia@teracom.com.br](mailto:cia@teracom.com.br)

**TRANSPORTE COM QUALIDADE E SEGURANÇA**  
Cargas: Líquida, Seca e à Granel

**TRANSCOCAMAR**  
MATRIZ: ROD. PR 317 KM 02  
FONE (044) 266-1121  
FAX (044) 266-1117  
MARINGÁ-PR



### Jet Class

Desde o início do mês, o aeroporto de Maringá está operando com o jato ERJ-145, da Rio Sul, com vôos diários para São Paulo e Curitiba. Com capacidade para 50 passageiros, a aeronave substitui o Fokker 50, oferecendo maior rapidez e conforto nas viagens. O Jet Class, como é conhecido, voa a 803 quilômetros por hora, a uma altitude de 11 mil metros. Fabricado pela Embraer, é considerado o melhor jato da categoria em todo o mundo. A aeronave foi adquirida pela Rio Sul após uma pesquisa junto a empresários e executivos da região de Maringá, principais usuários destas linhas.



### Tangran

Há três anos no mercado, a Tangran Consultoria e Treinamento é especializada em programas de qualidade e consultoria empresarial. Sob a batuta dos consultores Mauro Carvalho (foto) e Álvaro Gilmar Estevam de Araújo, a empresa vem atuando também na área de novos produtos. Um dos clientes da Tangran neste setor é a Masson Carrocerias, que está diversificando seus produtos. Além de carrocerias de caminhão, produz também embalagens de madeira, carvão vegetal e pallets.



### Bronze

A Sol Propaganda acaba de receber medalha de bronze da Central de Outdoor. É o terceiro prêmio do gênero que a agência maringaense recebe nos últimos três anos. O trabalho premiado foi desenvolvido pela equipe da Sol para a indústria de jeans Lado Avesso, também de Maringá. Segundo os publicitários Walter Thomé Júnior (foto) e Anselmo José Frugério, a agência trabalha em estreita parceria com seus clientes, por isso consegue imprimir consistência e criatividade em suas peças publicitárias.



### Caridade

O Albergue Santa Luísa de Marillac, que dá abrigo e alimentação a 200 pessoas por dia em Maringá, está pedindo ajuda para concluir a construção de um pavilhão que aumentará a capacidade de atendimento aos necessitados. As doações em dinheiro podem ser depositadas na conta 2565-1, na agência centro da Caixa Econômica Federal (0395). Os correntistas que queiram contribuir podem autorizar seus respectivos bancos a debitar mensalmente de suas contas uma quantia definida e repassar o valor à conta da instituição de caridade. A autorização de débito pode ser solicitada no próprio albergue pelo fone 224-1673.

Colocar  
suas idéias,  
no papel é  
mais fácil  
do que você  
imagina.

A Gráfica Bertoni possui uma  
equipe de consultores de vendas  
altamente qualificados, sempre  
prontos para atendê-lo.  
Venha conversar com a gente,  
seu impresso sairá perfeito  
em todos os detalhes, inclusive  
na negociação.

 **Bertoni**  
GRÁFICA E EDITORA

Telefax (044) 222-7361

Av. Brasil, 1092 - Maringá - Paraná  
e-mail: grafica\_bertoni@wnet.com.br

# Show de vendas

## Empresas que acreditaram na campanha *Antecipe o Seu Natal em Maringá* tiveram retorno do investimento feito

Mais de 70% das pessoas que assistiram ao show da dupla Sandy & Júnior, no sábado, 12 de dezembro, conseguiram os ingressos fazendo compras em uma das 100 lojas participantes da campanha "Antecipe o Seu Natal em Maringá". Os cerca de 30% restante compraram os bilhetes. A cada R\$ 50,00 em compras o consumidor ganhava um ingresso até o limite de R\$ 500,00.

O levantamento foi feito pelo Sivamar - Sindicato dos Lojistas do Comércio Varejista - e Acim - entidades responsáveis pela organização do evento. "Os números revelam que houve um aumento no movimento do comércio local. E o mais importante: quem acreditou na iniciativa teve retorno do investimento", diz Ariovaldo Costa Paulo, diretor para Assuntos do Comércio da Acim.

Segundo estimativas dos organi-

zadores, mais de 25 mil pessoas assistiram ao show. Um número superior ao registrado na apresentação da dupla do ano passado. Em 1998, Sandy & Júnior também cantaram no Willie Davids. "O público maior comprovou que estávamos certos ao repetir uma promoção com os dois. Eles são um fenômeno", comenta Massao Tsukada, presidente do Sivamar.

Famílias inteiras não se deixaram intimidar pelo forte calor do final da tarde e aplaudiram um espetáculo de música, luzes e coreografias, marcado pela emoção. Lágrimas de alegria se misturaram aos sorrisos estampados nos rostos de crianças e adultos, das mais variadas idades. Tudo por "eternos" 90 minutos mais próximos dos ídolos.

O coro formado por milhares de vozes "arrepia" sempre que era convocado a acompanhar um dos sucessos



O show emocionou o público

de Sandy & Júnior. No final, uma queima de fogos de artifício iluminou e coloriu os céus de Maringá. O público que saía do Estádio parou para ver e aplaudir. Quem passava pela redondeza também foi atraído. O show pirotécnico foi montado pela equipe da Maringá Fogos.

Além dos lojistas que compraram os kits, a campanha teve apoio da Bom Livro, Casas Ajita, Mercadorama, Platty's, Distribuidora Arilu, BJ Santos, Karina Móveis e Tênis Sandy & Júnior, by Tiptoe. A Prefeitura, através das secretarias de Esporte e Saúde; as polícias Militar e Civil; o Corpo de Bombeiros; e os diretores e funcionários do Sivamar e da Acim; e a imprensa também colaboraram para o sucesso do evento.

## Para brasileiro ver

### Paraná é destacado em Brasília como modelo na área de qualificação profissional de trabalhadores

O Paraná fez bonito durante o 1º Congresso Brasileiro de Educação Profissional, realizado pelo Ministério do Trabalho entre os dias 10 e 12 de dezembro, em Brasília. Depois de apresentar dois programas que desenvolve com sucesso, a Secretaria do Emprego e Relações do Trabalho (Sert), comandada pelo maringense Pedro Granado, teve sua atuação considerada modelo para o país na área

de qualificação profissional.

Durante o evento, a Sert apresentou o programa de qualificação dos trabalhadores do setor automotivo, desenvolvido em parceria com o Cefet e Senai. O outro programa - Cadastro de Entidades de Educação Profissional, foi apontado pelo Ministério como o único do país a cumprir a meta a que se propõe. "Realmente as ações de qualificação do traba-

lhador no Paraná têm sido um exemplo para o Brasil", afirmou o Ministro do Trabalho, Edward Amadeo.

O Cadastro de Entidades de Educação Profissional foi criado em 97, por determinação do Ministério, para identificar a oferta de cursos de qualificação profissional nos Estados. Através do mapeamento das entidades públicas e privadas que oferecem estes cursos, é possível saber em que áreas profissionais existem carências de cursos para o trabalhador, de acordo com cada região.

#### REFERENCIAL

A Sert do Paraná cadastrou 1.211 entidades que desenvolvem ações diretas ou indiretas neste setor. Juntas, estas entidades foram responsáveis pela qualificação de 420 mil trabalhadores da indústria, comércio e serviços, no decorrer de 97. Pelo menos 25% deste contingente recebeu formação profissional subsidiada com recursos do FAT (Fundo de Amparo ao Trabalhador).

No ano passado, o FAT aplicou R\$ 9 milhões no setor de qualificação, desenvolvendo parcerias com diversas entidades. "É uma satisfação ser referencial para outros Estados num setor tão importante como a do emprego", afirma o secretário Pedro Granado. O próprio ministro Amadeo considerou o Paraná o Estado que melhor aplicou os recursos do Fundo, apresentando a qualificação mais barata do país e o maior atendimento ao trabalhador.

Está com problemas de Comunicação em sua empresa ou residência?  
Quer dinamizar o uso de suas linhas telefônicas?  
Seu PABX, apresenta Problemas?



**PROCURE-NOS, NÓS TEMOS A SOLUÇÃO.**



**MAXCOM TELECOMUNICAÇÕES**  
A SOLUÇÃO PARA SUA COMUNICAÇÃO

**NEC**  
TECNOLOGIA DIGITAL

FONE/FAX: (044) 227-2424

<http://www.maxcom.com.br>

# Jovem liderança

Próximo de completar o sexto ano de atividade, a Out Braz é a líder do mercado em Maringá, no setor de outdoor

A Out Braz comemora em março de 1999 seis anos de existência. É a mais jovem empresa do setor de outdoor de Maringá e tem motivos de sobra para festejar. É a líder no mercado, com cerca de 50% dos painéis distribuídos pelos quatro cantos da cidade. Sua marca pode ser vista também em 23 municípios do norte, noroeste e parte do sudoeste do Paraná. Ao todo são mais de 400 pontos de veiculação à disposição dos anunciantes.

Segundo Antônio Fermenton, diretor da Out Braz, a liderança é fruto de muito trabalho, de parcerias bem-sucedidas, de um atendimento diferenciado e personalizado aos clientes e de investimento maciço em tecnologia e treinamento. “Desde o início procuramos instalar nossos painéis em locais estratégicos, privilegiados e de grande fluxo de pessoas. Queremos que o anúncio seja visto, lembrado e tenha retorno do investimento feito”, comenta.

Dentro da política de atualização tecnológica, recentemente a Out Braz deu um salto em qualidade. Ao comprar uma unidade da Océ Photo 9.400, a empresa deixou de depender de Curitiba e São Paulo para produzir painéis em policromia – com a utilização de fotos coloridas. Antes da chegada do equipamento, a produção deste tipo de material levava de sete a oito dias. Hoje, de um dia para o outro é possível confeccionar os cartazes.



Outdoors da Out Braz: qualidade e rapidez

De origem holandesa, a Océ é o equipamento mais moderno existente no mercado. “Ganhamos em agilidade e passamos a oferecer mais alternativas para os clientes. Até a chegada da máquina, o processo de serigrafia era o mais rápido. Agora podemos confeccionar praticamente qualquer tipo de painel. Vai depender do impacto que o anunciante queira causar no público”, garante Fermenton.

Outro importante aliado para o crescimento da Out Braz tem sido o trabalho de parceria desenvolvido com as agências de publicidade de Maringá. “Os cartazes elaborados pelos publicitários são considerados de alto nível. Inclusive, as peças têm sido premiadas em vários concursos realizados pelo país”, cita o diretor. Fermenton ressalta ainda que o investimento no setor é um dos mais baratos em relação ao retorno.

Para comprovar a eficácia da veiculação em outdoor, o diretor da Out Braz recorre aos resultados de recente pesquisa realizada pela LPM & Burk, a pedido da Central de Outdoor. O levanta-

tamento indicou que, por ficar 24 horas “no ar”, uma campanha bem elaborada consegue atingir 84% da população de uma cidade. Isto em quinze dias de veiculação, que é o mínimo de tempo que os cartazes ficam expostos.



Foto: Solange Marconi/Studio 2

Antônio Fermenton: “trabalhos de alto nível”



Fotos: Divulgação

Painéis são exibidos em locais estratégicos

# A voz das bases

## Acim cria Conselho de Comércio e Serviços para estimular a participação dos associados

Com 46 anos de existência, quase dois mil sócios e servindo de modelo para outras instituições do gênero no país, a segunda maior Associação Comercial do Paraná se volta para um projeto caseiro e primordial: estimular a participação efetiva dos associados na entidade.

A idéia já está sendo colocada em prática. Criar um conselho formado por comerciantes de todas as regiões da cidade. Esses conselheiros teriam a incumbência de ser um elo de ligação entre a Acim e demais os comerciantes de suas regiões, estimulando a união e participação da classe nos assuntos de interesse comum.

Batizada de *Conselho de Comércio e Serviços*, a iniciativa foi muito bem recebida pelos comerciantes convidados a discutir o projeto. Logo na primeira reunião, realizada dia 1º de dezembro, a maioria dos 60 empresários presentes participou com sugestões e idéias. Ao final da reunião, os resultados surpreenderam. Quase a totalidade dos presentes aprovou o projeto da Acim, mostrando-se entusiasmada.

Na avaliação feita através de um questionário, os potenciais conselheiros foram unânimes em afirmar que a iniciativa da Associação é uma resposta àquilo que o associado vinha desejando há muito tempo. “O associado pode contribuir muito com os trabalhos da Acim”, avaliou um comerciante.

### LÍDERES

Para a primeira reunião, a Acim procurou identificar os comerciantes mais atuantes e com espírito de liderança. “Para que o projeto dê certo, é indispensável que comecemos com pessoas idealistas, que estejam em busca de melhorar a atividade”, diz o diretor de comércio, Ariovaldo Costa Paulo.

A atuação do Conselho começa a ser definida na reunião marcada para 20 de janeiro. “Este passo que estamos dando é muito importante para fortalecer a representatividade da Acim, já que muitas decisões passarão a ser tomadas em conjunto, dentro do espírito associativista”, afirma o presidente, Jefferson Nogaroli.



João Mantovan

Comerciantes reunidos na Acim discutem a criação do conselho

### CAMPANHA

Conhecendo de perto os problemas enfrentados pelos comerciantes de cada região, será mais fácil encontrar soluções conjuntas, acredita a diretoria da entidade. Um dos vários motivos que levaram à criação do Conselho de Comércio e Serviços foram justamente as promoções realizadas no comércio com o objetivo de estimular as vendas. “Na tentativa de facilitar a vida dos associados, temos organizado campanhas que muitas vezes acabam não tendo a adesão esperada”, explica Costa Paulo. “Através do conselho, os próprios comerciantes poderão dar idéias, sugestões, enfim, dizer

que formato de promoção desejam”.

Além de ouvir mais as bases, o conselho também tem a finalidade de divulgar o trabalho da Acim entre os comerciantes. É fato que um grande contingente de sócios desconhece as dimensões da atuação institucional da entidade. “Antes de ser convidado para integrar a diretoria, confesso que não tinha idéia da importância das ações desenvolvidas pela nossa Associação”, revela o diretor de Comércio. “Hoje, vejo o quanto a Acim é fundamental na defesa dos interesses não só da classe empresarial como também de toda Maringá e região”.



### NO SEU PRÓXIMO EVENTO VOCÊ VAI SE SENTIR UM CONVIDADO.

O Hotel Deville cuida de todos os detalhes para que seu evento seja um sucesso. Aqui você encontra salões com capacidade para até 400 pessoas, totalmente equipados com sistemas de audiovisual e comunicação. Além disso, o hotel conta com uma equipe especializada pronta para prestar o melhor atendimento.

HOTÉIS  
**Deville**  
O conforto se hospeda aqui.

Av. Herval, 26 - Centro - Fone: (044) 226 1001 - Fax: (044) 226 1977 • Central de Reservas: 0800-411866 • Email: eventos.mga@deville.com.br



Meu  
Negócio

# Força de trator

Proprietário da Sarandi Tratores começou como funcionário da empresa, organizando o setor de peças



Odauro na empresa: paixão pelo trabalho



Fotos: João Mantovan

## Sarandi Tratores: tradição no mercado

Determinação e um forte senso de organização fazem a diferença entre sucesso pessoal e profissional e uma vida sem altos e baixo que muitas pessoas acabam se impondo quando não traçam uma meta de vida. Prerrogativa de poucos, é verdade. De gente que transforma a paixão pelo trabalho num elixir de todos os dias, tendo sempre em pauta a vontade de vencer.

Assim pode ser definida a trajetória do empresário Odauro Vitoriano, proprietário de Sarandi Tratores, empresa maringense que comercializa peças de tratores industriais, presta serviços, atua com locação de equipamentos e faz terraplanagem.

## VOCAÇÃO

A história empresarial de Odauro começou em meados da década de 70, quando, então com 18 anos, foi convidado para organizar o departamento de peças da Sarandi Tratores, na época propriedade da família Ismael Matias. Aproveitando o know-how que já detinha, resultante da experiência adquirida na concessionária Toyo Diesel, concluiu a tarefa no período de um ano. Descobriu aí sua verdadeira vocação.

Em 1980, decidiu voar mais alto. Montou sua própria empresa, a Maq-

tractor, já no ramo de tratores. O pai e um primo, mesmo inexperientes no negócio, eram os dois únicos ajudantes. Nesta época, recorda ele, teve de desdobrar-se, fazendo as vezes de empresário, mecânico, vendedor.

Com tanta dedicação, a consequência foi o sucesso. Ao contrário dos concorrentes, criou diferenciais de atendimento, implantando pioneiramente a pronta entrega de peças, o que implicava em manter estoques. Entre 1984 e 1993, adquiriu o controle acionário da Sarandi, fez a fusão das duas empresas, preservando a razão social dessa última,

que tinha mais tradição no mercado. **TRABALHO DURO**

Hoje, mesmo com a empresa consolidada, Odauro mantém a mesma rotina diária do início. Começa às 6h30 e raramente termina antes das 21 horas. Ele admite que se mete em tudo dentro da empresa. Meter-se em tudo, no "economês odauriano" quer dizer isso mesmo: tudo. A relação com os funcionários é de parceria, explica, com a naturalidade de quem não consegue visualizar outra forma de relacionamento mais válida e produtiva.

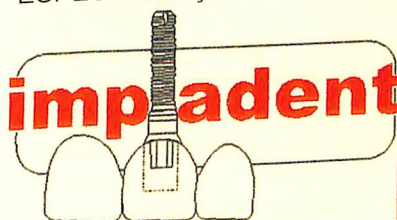
A maioria de seus funcionários tem mais de 10 anos de empresa, todos "formados em casa", acrescenta, com justificado orgulho. Até o primo, que começou com ele, ainda na época da Maq-tractor, o acompanha até hoje, sinal de uma amizade sólida.

Do passado, só tem saudade de não poder dedicar-se tanto como antes à visita de clientes. O pouco tempo vago é dedicado inteiramente à família: esposa e casal de filhos. O menino, de 10 anos, aliás, segue os passos do pai e já toma gosto pela Sarandi Tratores.

Novas propostas? De delegar mais poderes, para que a empresa não dependa tanto dele nos próximos anos. E de introduzir o formato à base de trocas, na linha de motores e peças, para que o cliente não perca tempo e dinheiro.

## ODONTOLOGIA INTEGRADA

ESPECIALIZAÇÃO NA FACULDADE DE ODONTOLOGIA DE BAURU - SP



PARTICULAR E CONVÊNIOS

IMPLANTES (U.S.A.)  
ODONTOLÓGICOS  
OSSEOINTEGRADOS  
CIRURGIA DO 3º MOLAR: Incluso e Semi-Incluso

Dr. Wesley Falcão Tuler  
Periodontista/Protesista - Fob./USP

Dr<sup>a</sup>. Cristina Moreira Tuler  
Endodontista - Fob. / USP

Sorria  
Jesus te ama

Rua Néo Alves Martins, 2.999 - Ed. Marquêsini Center - 1º andar  
sala 19 - 87013-070 - Fones (044) 222-7780 - Maringá - Paraná



Penso  
Assim

## No caminho do desenvolvimento

Jairo Gianoto

Não estamos poupando esforços para promover o desenvolvimento econômico de Maringá e região. Neste trabalho temos a felicidade de contar com o decisivo e imprescindível apoio da Acim em todos seus setores de atuação. Em dois anos de governo, reestruturamos a Secretaria da Indústria, Comércio e Turismo aproximando-a dos empresários e investidores, tornando-a a melhor dos últimos tempos. As parcerias com a Acim, Sebrae, Fiep e o Governo Jaime Lerner deram condições para que experimentássemos um avanço significativo nesse setor em nossa cidade.

A implantação do Prodem — Programa de Desenvolvimento Econômico de Maringá — foi um marco em nosso trabalho, tornando-se indispensável para a atração de investimentos. A lei de incentivos cria facilidades para empresários que queiram instalar-se em nossa cidade, e favorece os empresários locais, nossos parceiros de sempre, que queiram expandir seus empreendimentos. O Prodem está beneficiando 39 empresas, vendendo a preço de incentivos 49 lotes industriais, com uma previsão de geração de 924 novos empregos e investimentos em torno de R\$ 5 milhões.

A criação do Codem — Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá — a partir de um movimento da Acim, foi possível graças ao apoio de nossa administração que assumiu a responsabilidade de sua viabilidade econômica, criando o Fundo de Desenvolvimento Econômico. Através do Conselho, abrimos a nossa administração para a participação das entidades de classe e à comunidade em geral.

Temos tido o apoio constante do

governador Jaime Lerner nesse processo de atração de investimentos. A oficialização da Zona de Processamento Aduaneiro (ZPA), tomando por base um projeto do Codem, foi outra alavanca para o desenvolvimento regional. A ZPA criou em Maringá a única zona fiscal diferenciada do Estado, que permite o desembaraço de mercadorias importadas com incentivos atraentes como o prazo de 48 meses para pagar 80% do ICMS.

Com esses incentivos já computamos 11 empresas atuando na ZPA, sendo duas oriundas da Argentina. A expectativa de geração de empregos dessas empresas é superior a 1.800 novas vagas. O faturamento anual será de R\$ 440 milhões com investimentos de R\$ 90 milhões. Além dos novos empregos, a ZPA incrementa, até o momento, mais 30,3% da receita decorrente do Fundo de Participação do Município. Mas não é só Maringá quem ganha; o Estado também passa a receber o ICMS de mercadorias importadas que geralmente não era retido aqui.

Por entender ser essencial para o processo de industrialização, estamos envidando todos os esforços para a conclusão do novo aeroporto de Maringá. Enquanto seguem as obras, conseguimos colocar em operação vôos comerciais diários com avião a jato, ligando Curitiba e São Paulo. Isso representa um atrativo para empresários que visitam nossa cidade.

No campo de atração de investi-



Tabajara Marques

mentos internacionais, consolidamos convênio com a Acim para o gerenciamento da Casa Mercosul, cujo principal objetivo é dar melhores condições de atendimento e, conseqüentemente, ampliação de mercado aos empresários da cidade e dos outros países que integram o tratado comum.

Fizemos três viagens internacionais — duas para a Argentina e uma para Portugal — que já renderam vantagens para a cidade. Duas empresas de Buenos Aires já estão operando na ZPA: a Dakplast e a Karatex; e outra, a Acetatos Argentinos, deve se instalar em breve na cidade. De Portugal, já tivemos o contato de duas empresas que estão estudando propostas de instalação em Maringá.

Nesses dois anos de administração, marcamos nosso governo por decisões e atos que recolocaram Maringá no caminho do desenvolvimento, envolvendo parcerias e esforços nunca antes registrados. Sempre tivemos a preocupação de fazer a comunidade se inteirar das reais condições do município, propiciando dessa forma a sua participação, legitimando os atos de nossa administração.

**Jairo Gianoto é  
prefeito de Maringá**

# tecnologia e profissionalismo

É assim que o **Bureau Maringá** vem trabalhando há dois anos, unindo tecnologia de ponta com a experiência gráfica que um bureau de pré-impressão precisa.

Para grandes e pequenos formatos, as melhores imagesseters:

## **Linotype Hell - Heidelberg**

75 x 115 cm

**Screen**

115 x 50 cm

**Ultre**

33 x 80 cm

Scanners cilindro de alta definição:

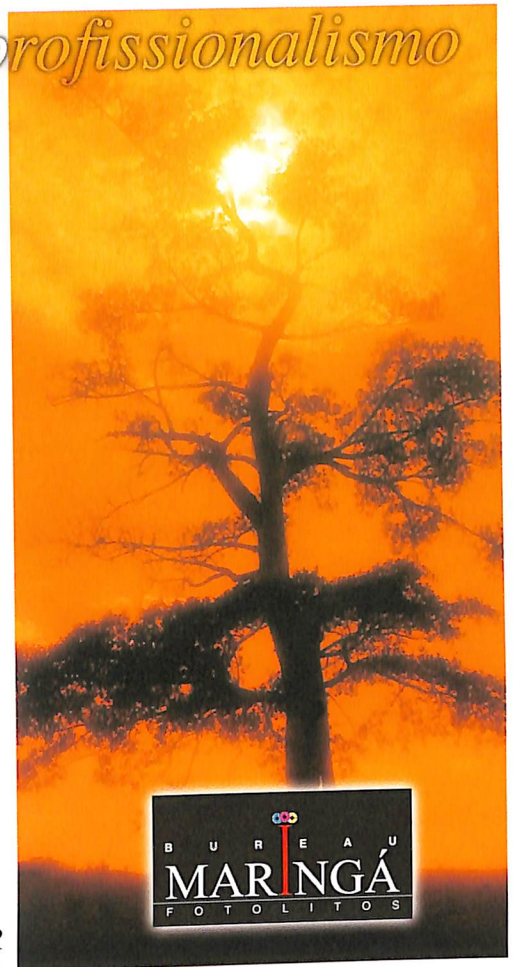
**Screen DTS-1030**

Opacos e transparentes, até 20 x 30 cm

**Heidelberg Tango**

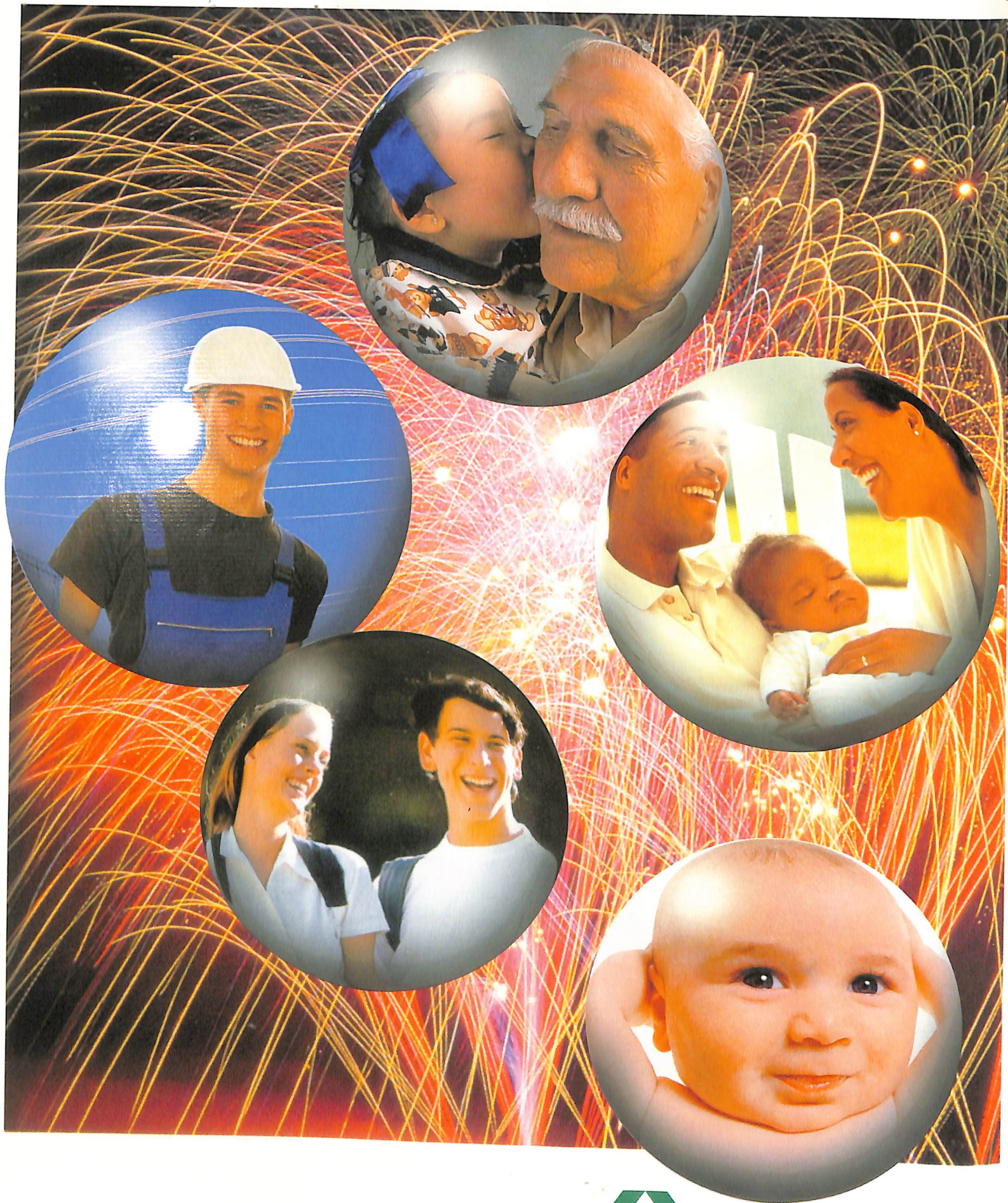
Opacos, transparentes e negativos, até 45 x 48 cm

Av. Euclides da Cunha, 1.331, F:(044) 262-4060 - Maringá - PR



Ao término de 1998,  
cumprimentamos cordialmente  
aos prezados amigos, clientes e  
fornecedores que nos deram apoio,  
colaboração e prestígio.  
Desejamos que o ano de 1999  
seja repleto de muita paz,  
harmonia e felicidade.

GRÁFICA  
**BOAVENTURA**



**Comece o novo ano  
de bem com a vida!**

  
**unimed**  
MARINGÁ  
VOCÊ PRECISA TER

