


50 ANOS
ACIM
1953-2003

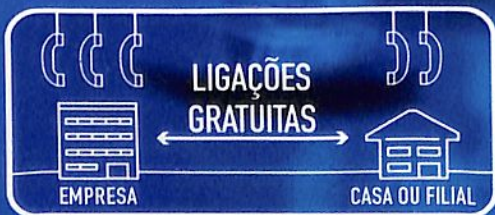
ACIM

R\$ 3,90
Julho/2003
Nº 426
Ano 40
www.acim.com.br



**Responsabilidade social.
É preciso fazer o dever de casa
antes de imprimir o rótulo.**

Não jogue dinheiro fora. Faça um Economix Home & Office e economize em dois endereços que você escolher.



Dois endereços de instalação | Você escolhe dois endereços e compartilha os mesmos benefícios que só o Economix GVT oferece.

Franquia Única | Todas as linhas compartilham a mesma franquia de minutos, o que otimiza o uso do telefone e gera muito mais economia. ⁽¹⁾

Conta Única | Você tem a facilidade de uma única conta, com a descrição do uso de cada uma das linhas.

Ligações grátis entre os dois endereços | Todas as ligações da sua empresa para sua casa ou filial são sempre grátis. ⁽²⁾

Conta detalhada na Internet | Gerenciamento total da sua conta via Internet, com o detalhamento de todas as chamadas, inclusive as locais, por dia, hora, destino, duração e valor.

PEGUE A SUA CONTA TELEFÔNICA, ACESSSE WWW.GVT.COM.BR OU LIGUE 0800 600 2000. COMPARE E COMPROVE. Mude para a GVT. Você pode economizar na conta telefônica da sua empresa.



O Economix Home & Office é o Plano Economix com todas as suas características mais o serviço de Economix. Os Planos GVT poderão ser alterados ou extintos a qualquer momento, sem aviso prévio de 30 dias. O Economix Home & Office não é uma franquia. Todos os benefícios e condições de uso são detalhados no Plano de Serviço. (1) Economix Home & Office é o Plano Economix com todas as suas características mais o serviço de Economix. (2) Economix Home & Office é o Plano Economix com todas as suas características mais o serviço de Economix.

DE BOAS IDÉIAS ÀS AÇÕES

A responsabilidade Social vai ganhando contornos mais definidos, deixando de ser confundida com filantropia para tornar-se uma prática incorporada na cultura administrativa das empresas. Para acelerar este processo, mais uma vez abrimos espaço para o assunto na Revista ACIM. Queremos ser, através da Fundacim, uma espécie de consciência crítica da classe empresarial, fomentando projetos e reflexões constantes sobre nosso papel na comunidade. Por isso, se você ainda não conhece o trabalho da Fundacim, entre em contato conosco pelo telefone 3025-9677 e saiba como sua empresa pode ser tornar socialmente responsável.

As vezes nossos associados não têm idéia do quanto a ACIM tem sido responsável pela criação de projetos e serviços que beneficiam toda a comunidade, nas mais diversas áreas. O recém criado Conselho Municipal de Segurança Pública, por exemplo, nasceu dentro da Associação Comercial. Projetos nas áreas de educação, de



Ariovaldo Costa Paulo
PRESIDENTE DA ACIM

capacitação empresarial, de estágio, de informatização de pequenas empresas, de financiamento para micro empresários e recém formados - para citar apenas alguns exemplos - estão entre as boas idéias que a ACIM consegue colocar em

prática. A capacidade para formar parcerias tem sido o segredo do sucesso em todas estas iniciativas.

Estamos passando, internamente, por um processo de grandes mudanças que vão se refletir no melhor atendimento aos nossos associados. O empresário Sérgio Yamada assumiu a vice-presidência de Novos Produtos e Tecnologia no lugar de Eduardo Araújo, que assumiu a pasta de Desenvolvimento Regional. Já o diretor Oscar Conchon passa a responder por uma nova área, a vice-presidência de Desenvolvimento de Bairros. Criamos a coordenadoria de Novos Produtos e Tecnologia, função que está sendo exercida por Ayrton Ângelo S. Filho, um departamento de marketing e a área de recursos humanos, sob a responsabilidade da empresa Potencial Humano.

Entre os programas implementados em julho, vale destacar o ACIM Digital. É o impulso que os micro-empresários precisavam para informatizar-se, tornando-se mais competitivos.

Índice



Editorial.....	03
Cultura Empresarial.....	04
Entrevista.....	06



Festival Nipo Brasileiro.....	22
Esporte Radicais.....	24
Mercado Publicitário.....	26



Capital de Giro.....	10
Matéria de Capa.....	14
Aeroporto.....	20



ACIM News.....	32
Penso Assim.....	36
Expediente.....	38

Vale a pena ASSISTIR

O proprietário da VideoMagia, Alvir da Silva, recomenda dois filmes recém-lançados:

Cidade de Deus



"Baseado no romance de Paulo Lins, é uma saga urbana que acompanha o crescimento do conjunto habitacional da Cidade de Deus, entre os anos 60 e começo dos anos 80"

007- um novo dia para morrer



"Aventura em ritmo alucinante e forte carga de adrenalina. Um filme explosivo com efeitos especiais incríveis e caçadas eletrizantes"

Vale a pena NAVEGAR

O diretor administrativo-financeiro do Colégio Platão, José Carlos Barbieri, recomenda alguns sites sobre educação

www.escola24h.com.br: oferece aulas on line, acesso a professor web para tirar dúvidas, link vestibular com guia de profissões, simulados, informações sobre ENEM e várias universidades do Brasil. Além de bate-papo com alunos e professores de várias escolas do mundo sobre diversos temas.

www.eaprender.com.br: sugestões para férias, jornais e bibliotecas virtuais, link destinado a educadores, link para pais de alunos com pesquisas e instruções.

www.uniagua.com.br: dicas sobre melhor

Vale a pena OUVIR

O músico e coordenador da Orquestra e Coral Cesumar, Roberto Marinho, recomenda dois Cds

Worship Michael Smith



"Um dos mais recentes trabalhos de Michael, ao vivo, trazendo como sempre música de primeira qualidade num estilo pop e

balada imperdível que vai levar você às alturas. Também recomendo o DVD"

Toque de espírito Roberto Marinho



"Sou um pouco suspeito para falar, mas aqueles que gostam de música instrumental de qualidade, tranquila e que transmita paz, não podem perder um dos meus trabalhos instrumentais, feito para acalmar o espírito e trazer a paz e harmonia"

utilização, qualidade e tratamento de água. Além de informações sobre legislação e indicações de outros sites sobre meio ambiente.

www.clickeducacao.com.br: projetos educacionais, embasados em temas sociais e bíblicos. Sugestões de outros sites, jogos educativos para crianças.

www.educacaoonline.com.br: artigos sobre vários temas ligados à psicopedagogia, psicanálise. Banco de dados disponível para pesquisas. Artigos sobre debates discutidos em seminários. Além de matérias sobre educação especial para deficientes e fórum de mensagens para pesquisas e troca de idéias vinculadas ao tema educação.

www.hsmeducation.com.br: neste site encontramos cursos on-line de pequena e média duração. Também encontramos os currículos vitae dos palestrantes e uma biblioteca com sugestões de livros e artigos que complementam cada curso ofertado.

O que estou LENDO

GESTÃO DE NEGÓCIOS UMA ABORDAGEM BRASILEIRA



Valter Sebastião Cabral
Instrutor ACIM

"O livro faz uma comparação entre as culturas americana e brasileira, e apresenta proposta para criação de uma teoria administrativa exclusiva para o Brasil. Uma proposta para que os estudos na área de administração sejam realizados com base na cultura organizacional brasileira e não influenciados pela escola americana."

Editora: Campus
Autor: Agrícola de Souza Bethlem



O TERCEIRO MILÊNIO



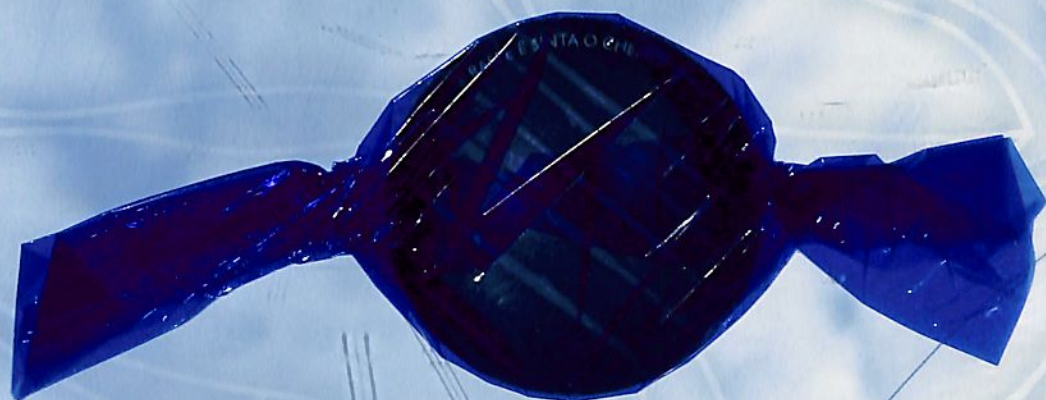
Ivonil Machado
Diretor do Estúdio Digi&Tal

"Para onde caminha a humanidade? O que nos reserva o futuro? Por que tantas tragédias aéreas? Este livro mostra como podemos controlar a ansiedade, o medo e a incerteza do futuro. É mais do que um simples livro. É uma carta pessoal para aqueles que se emocionam, sonham e sofrem"

Editora: CPB
Autor: Alejandro Bullón



*Os seus olhos já
viram a perfeição...*



Agora sinta o

cheiro.

da Diferença!

Tinta Aromatizada

*Este é o nome da novidade
que de agora em diante
está à sua disposição na
Gráfica Regente.*

*São várias opções de
fragâncias para
você utilizar em
seus materiais gráficos.*

*Faça-nos uma visita ou
solicite um de
nossos representantes.*

*Seus impressos definitivamente
não serão mais os mesmos.*



GRÁFICA REGENTE



Sorte sua ter um Plano assim

O Santa Rita Saúde é o plano que oferece assistência médica completa a preços que se encaixam perfeitamente à sua disponibilidade de investimento. Com isso, você garante aos seus funcionários toda a segurança de que eles necessitam para serem mais produtivos, sem quebrar o orçamento da sua empresa. Mostre que, como empreendedor, você não conta apenas com a sorte na hora de investir. Consulte nossos representantes e faça um plano do Santa Rita Saúde.



Sorte de quem tem.

Av. Independência, 14 - Sala 02 - Tel.: 3028-2000 - Maringá - PR



Condições especiais
para Associados.

COMPRAMOS CARÊNCIAS DE OUTROS PLANOS

VENDAS:

CDM 262-5588

FILIADO À:



ABRAMGE
Associação Brasileira de
Medicina de Grupo

ANS nº 34.818-0

A HORA É DE INVESTIR NO CAPITAL SOCIAL

Dois meses antes de morrer, Ayrton Senna falou para a irmã Viviane sobre o desejo de fazer "algo pelo povo". As palavras não foram esquecidas e Viviane assumiu a tarefa, criando o Instituto Ayrton Senna. Sete anos depois, mais de 300 mil crianças e jovens já foram atendidos em projetos voltados para a qualidade da educação e em ações de abrangência nacional. Apesar de considerar os resultados "satisfatórios", Viviane acha que ainda "não percorreu nem metade do caminho". E continua acelerando... A seguir, os trechos da entrevista concedida à Revista ACIM.



O que é responsabilidade social sob a sua ótica?

Viviane Senna - É cada um assumir a responsabilidade de enfrentar o enorme desafio que temos pela frente para sermos definitivamente inseridos no rol das grandes nações: reduzir a absurda diferença entre o país que somos em termos econômicos, com o 12º maior Produto Interno Bruto (PIB) do mundo, e o país que queremos ser em matéria de Desenvolvimento Humano, hoje o 73º colocado no IDH (Índice de Desenvolvimento Humano).

O tema da responsabilidade social das empresas e instituições vem merecendo atenção crescente das grandes corporações e mobiliza não só o mundo empresarial, mas a sociedade como um todo. É consenso que a responsabilidade social agrega valores às marcas e gera um forte diferencial na relação com clientes, mas certamente não é apenas isto que faz com que cada vez mais empresas e instituições incorporem às suas funções de origem um papel



"Está na hora de colocarmos cada vez mais as virtudes do empreendedorismo em favor da produção do capital social"

antes exercido apenas pelo estado.

O empresariado brasileiro está mais consciente do seu papel social?

Viviane Senna - Sim, está. Os empresários se revelaram bons produtores de capital físico, material e financeiro. Está na hora de colocarmos cada vez mais as virtudes do empreendedorismo para funcionar em favor da produção de capital social. Para isto, é preciso entender o empreendedorismo, enquanto capacidade de transformar visões em realidade, como uma virtude não apenas do campo da economia. Ela também deve ser praticada na área social. Esta, a meu ver, é uma boa maneira de colocarmos em prática uma concepção verdadeiramente inovadora de responsabilidade social das empresas.

Como você vê a ação empresarial na solução das questões sociais?

Viviane Senna - O importante é que a sociedade e o governo aceitem o desafio de reduzir a distância entre o nosso PIB e o Índice de

CONSÓRCIO ECONÔMICO. SATISFAÇÃO GARANTIDA.



NOVIDADE:
LANCE
DILUÍDO

Possibilidade de serem contemplados vários veículos.
1 por sorteio e os demais por lance,
de acordo com o saldo de caixa.

Inscrição grátis!



A casa do seu Chevrolet

Plano de 60 meses com 300 participantes

VEÍCULO	CRÉDITO	PARCELAS R\$	
		P. FÍSICA	P. JURÍDICA
GRUPO 60/300			
CELTA	17.245,00	351,09	336,28
NOVO CORSA 5P 1.0 L	24.082,00	490,28	469,60
ASTRA HATCH 2.0L 8V	31.511,00	641,53	614,46
VECTRA 2.0L 8V	42.319,00	846,84	811,11

PLANO ECONÔMICO

ECONÔMICO USADO	12.934,00	267,82	256,52
ECONÔMICO USADO	14.449,00	299,19	286,57

Matriz: Av. Tuiuti, 445
Telefone: 44/261-3061

Filial: Av. Colombo, 6.020
Telefone: 44/225-5225



Desenvolvimento Humano. Isto vai requerer da parte do mundo empresarial um novo padrão de responsabilidade social corporativa que vá além das ações pontuais, fragmentadas e isoladas na direção de ações realizadas de maneira sinérgica, estratégica e convergente. Para podermos enfrentar os enormes desafios que temos e superar as desigualdades sociais, é preciso trabalhar em uma estratégia conjunta.

Prêmios como o Top Social e outros do gênero estimulam as empresas a adotarem políticas de responsabilidade social?

Viviane Senna - Sim, eles são importantes porque reconhecem o esforço das empresas e instituições que realmente estão fazendo a diferença em nosso país.

Como você vê a iniciativa da Associação Comercial de Maringá, que foi pioneira em criar um instituto de responsabilidade social (a Fundacim que ganhou o Top Social)?

Viviane Senna - O trabalho da Fundacim de promover a profissionalização das entidades do terceiro setor na região e de orientar na criação de projetos que promovam a inclusão social tem um enorme valor e é uma prática que deve ser disseminada.

Qual o perfil dos projetos que o Instituto Ayrton Senna prioriza para fazer investimentos?

Viviane Senna - O IAS investe sempre em programas criados, testados e avaliados na própria instituição, que têm por objetivo promover o

desenvolvimento humano. Esse conceito defende que todas as pessoas nascem com potenciais e têm o direito de desenvolvê-los. Para isto é preciso que tenham oportunidades. São as oportunidades educativas que verdadeiramente desenvolvem os potenciais do ser humano, tornando-o apto a viver na globalizada sociedade do século 21.

Para alcançar esses objetivos, o Instituto Ayrton Senna desenvolve programas nas áreas de educação formal e educação complementar. Na educação formal são trabalhados o combate ao analfabetismo, a aceleração de aprendizagem, a gestão escolar e a tecnologia.



"A melhor forma de combater a exclusão é dar condições para crianças e jovens, sem distinção, desenvolverem os seus potenciais"

Já na educação complementar estão os programas que utilizam o esporte, a arte, a comunicação, o protagonismo juvenil e o desenvolvimento sustentável como vias de desenvolvimento de potenciais.

Em todo o país, estão em andamento nove programas do IAS, distribuídos em 463 projetos. No total, 977.547 crianças e jovens recebem atendimento direto, 51.217 educadores estão envolvidos nas propostas que acontecem em 3.375 escolas, organizações não-governamentais e universidades parceiras de 24 dos 26 estados brasileiros, em um investimento de cerca de 6 milhões de dólares.

Qual o melhor caminho para mudar a realidade de crianças e jovens excluídos?

Viviane Senna - A melhor forma de combater a exclusão é dar condições para crianças e jovens, sem distinção, desenvolverem seus potenciais. Para isso precisam de oportunidades e a educação é o único modo capaz de transformar potenciais em competências. No entanto, não é qualquer educação que cumpre esta tarefa. Para realizá-la é preciso dar condições ao indivíduo para que ele possa aprender a ser, aprender a conviver, aprender a conhecer e aprender a fazer. É esta base pedagógica baseada no Relatório da Unesco, organizado por Jacques Delors, que trata dos Quatro Pilares da Educação - que orienta nosso trabalho e, acreditamos, a melhor forma de ajudar crianças e jovens a desenvolverem-se plenamente.



DISTRIBUIDOR



AV. BRASIL, 6801 - TELEFONE (44) 224-9292 - MARINGÁ

REPENSANDO A SEGURANÇA

Mobilizar a sociedade organizada, poder público e entidades na definição de um plano municipal - e depois regional - de segurança pública. É este o grande desafio do Conselho Comunitário de Segurança, cuja reativação foi fomentada pela Associação Comercial e Empresarial de Maringá - ACIM.

A idéia nasceu da percepção da perda de segurança em Maringá e do aumento da violência nas cidades dormitórias (principalmente em Paçandu e Sarandi).

"A violência vem crescendo, mas Maringá ainda está sob controle. Não tem tantos problemas como Londrina.

O momento é propício para se discutir a questão", avalia o presidente da ACIM, Ariovaldo Costa Paulo. A formação de projetos e a captação de recursos junto à sociedade para viabilizá-los estão entre as metas do Conselho. Apesar da recente formação da diretoria, já está em andamento o programa de capacitação e valorização de 20 policiais militares e 10 civis, em parceria com o Centro de Capacitação da ACIM.

Segundo o presidente do Conselho, Carlos Anselmo Corrêa, também serão implementados projetos educativos e câmaras técni-

cas, com variados temas relacionados à segurança, para dar suporte às propostas em andamento.

"Em agosto vamos promover o Fórum de Segurança Pública, que culminará com o Plano Municipal de Segurança Pública", adianta Corrêa.



Conselho de Segurança traça metas para diminuir a criminalidade em Maringá e região

ARTE MILENAR

Considerado um dos maiores cultivadores de bonsai (planta em miniatura) do Brasil, o empresário Vicente Romagnole promoveu, nos dias 5 e 6 de julho, workshops para ensinar técnicas de cultivo. Entre os palestrantes, especialistas da Argentina, Alemanha, França e Espanha ensinaram os segredos do bonsai a mais de 80 pessoas de todo o Brasil. Apaixonado há 20 anos por esta arte milenar, Vicente Romagnole já fez cursos em vários países, inclusive no Japão, e entre suas raridades possui um bonsai de 147 anos.

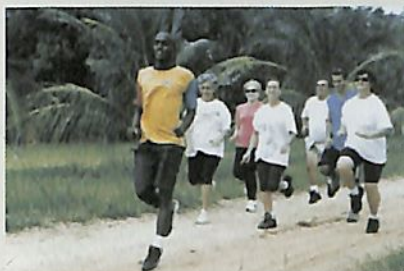


Exposição atraiu cultivadores de todo o Brasil

ESTADO CIVIL

O serviço já é comum nas grandes cidades e agora começa a ser oferecido em Maringá. Uma parceria entre a Marco Polo Turismo, Hotel Fazenda Campo Belo e Premium Turismo está oferecendo pacotes turísticos exclusivos para grupos de solteiros e casados, em datas diferentes. A idéia é que as pessoas possam ter um fim de semana especial, com uma programação voltada para os interesses de cada grupo. Os casais terão oportunidade de fazer uma segunda lua de mel e os solteiros poderão encontrar um parceiro, além de realizar atividades

de entrosamento e recreação. O pacote inclui ainda, traslados de Maringá ao hotel, em Presidente Prudente/SP. Os eventos estão programados para setembro e outubro. Mais informações pelo telefone (44) 262-1209.



Pacotes turísticos especiais devem atrair solteiros e casados

IMPULSO AO TURISMO

Com o objetivo de divulgar a cidade e atrair eventos e turistas para Maringá foi lançado no dia 10 de julho o Maringá Convention & Visitors Bureau, organização sem fins lucrativos, mantida e administrada por empresas que atuam na área de turismo. A ACIM é uma das instituidoras do Bureau e, ao lado de outras nove entidades e empresas, faz parte do Conselho Curador. Desde 1996, através do Movimento Repensando Maringá, representantes de várias entidades con-

cluíram que a cidade oferecia excelente potencial para o turismo de eventos, mas agora a idéia está sendo concretizada. "Com a criação do Maringá Convention mostramos que a sociedade é organizada, porque uniu em torno de um objetivo comum tanto a iniciativa pública quanto a privada", comenta o presidente da organização, Sérgio Takao Satō. Ele ressalta que entre as prioridades do Convention Bureau está o fortalecimento da imagem de Maringá.



Convention Bureau irá fortalecer o turismo em Maringá

FECHE O NITE

Shows, workshops,
palestras, aniversários,
casamentos, desfiles,
confraternizações...

O Nite fecha para o seu
evento, seja ele qual for.

anima

NITE CLUB
CID. WISH

Ligue e faça sua reserva
(44) 225-7373

REFERÊNCIA NACIONAL

O precursor em cirurgia de obesidade no Brasil, doutor Arthur Garrido, esteve em Maringá no dia 12 de julho, a convite do médico maringense Daoud Nasser. Ele proferiu palestra sobre os avanços nessa área, participou do lançamento da Associação de Obesos de Maringá e atuou na milésima cirurgia de obesidade na carreira de Daoud Nasser. Maringá é hoje um centro de referência neste tipo de cirurgia e uma das poucas cidades do país a oferecer o serviço gratuitamente na rede pública. Graças a luta de Daoud Nasser, em 1999 foi implantado o ambulatório de cirurgia de obesidade no Hospital Universitário, o que possibilitou a realização de mais de 100 operações gratuitas. Para ampliar o serviço, a recém criada Associação, que é presidida por Daoud Nasser, assinou um termo de cooperação com Universidade Estadual de Maringá

(UEM). "Nos próximos cinco anos vamos buscar meios para financiar pesquisas, promover campanhas para prevenir a obesidade, comprar equipamentos e possibilitar que mais pacientes sejam atendidos pelo HU", explica Nasser.



Daoud Nasser convidou o médico Arthur Garrido para realizar com ele a milésima cirurgia de redução de estômago

NOVAS ESPECIALIDADES

Sempre voltada ao bem-estar dos pacientes, a empresa Corporatti conta com o atendimento de mais duas especialidades: estética e uroginecologia, além dos tradicionais atendimentos de reabilitação em ortopedia, RPG, pneumologia, neurologia infantil e adulto. Sob a direção das fisioterapeutas Cristiane Cardozo Silva e Fernanda Bonini Bachi, a Corporatti atende os convênios com a Capsema, HSBC, Cocamar, Copel, Sanepar, Prever, Bradesco, Ministério Público, Glória, Mais, Hermes e Aduem/Afuem. A clínica está localizada na Rua Luiz Gama, 279. O telefone é (44) 224-0060.



Cristiane Cardozo Silva e Fernanda Bonini Bachi

Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Maringá.
ACIM 50
50 ANOS

CHEGOU!!! ACIM DIGITAL

O Programa ACIM DIGITAL faz parte do esforço da Associação Comercial e Empresarial de Maringá para a informatização dos serviços, para todos os seus associados, do município de Maringá, abrangendo as principais atividades de gestão e negócios por meio eletrônico.

Para viabilizar este programa, a ACIM busca recursos próprios. Uma dívida há com o Banco do Brasil, que está proporcionando condições diferenciadas para os associados da Associação, através de linhas de crédito especiais, com taxas de juros diferenciadas e prazos de pagamento de até 60 meses. Investimentos em software e equipamentos de qualidade para todos os níveis. Com isso a ACIM pretende proporcionar aos associados melhores condições para gerenciar as empresas, utilizando-se dos recursos de informática e internet.

Além de viabilizar a compra dos equipamentos e softwares, o empresário contará com apoio técnico, pela implementação orientada através do consultor contratado pela ACIM e a SEBRAE.

Este programa possui um impacto extremamente positivo na modernização das empresas de Maringá. Proporciona às empresas vantagens para o futuro, com vantagens na negociação da faturação, bem como reduzir o risco de perda de vendas mais informatizadas do Brasil.

A implementação da tecnologia computacional propiciará a geração de novos produtos que "trabalham digitalmente", não somente empresas, como também os cidadãos.

Preços e Condições Comerciais

É isso mesmo!

Além de que a melhor notícia do ano, esta oportunidade não para ampliar o seu potencial, para realizar melhores negócios, negociar seus lucros, e ainda colaborar com a criação de um mundo novo.

<p>Opção 1 Pacote completo R\$ 2.014,00 em 12 parcelas de R\$ 167,83 com juros de 12,99% ao ano e prazo de 12/12 parcelas</p>	<p>Opção 2 Pacote completo R\$ 2.316,00 em 12 parcelas de R\$ 193,00 com juros de 12,99% ao ano e prazo de 12/12 parcelas</p>	<p>Opção 3 Pacote completo R\$ 2.340,00 em 12 parcelas de R\$ 195,00 com juros de 12,99% ao ano e prazo de 12/12 parcelas</p>
<p>Opção 4 Pacote completo R\$ 2.013,00 em 12 parcelas de R\$ 167,75 com juros de 12,99% ao ano e prazo de 12/12 parcelas</p>	<p>Opção 5 Pacote completo R\$ 2.309,00 em 12 parcelas de R\$ 192,42 com juros de 12,99% ao ano e prazo de 12/12 parcelas</p>	<p>Opção 6 Pacote completo R\$ 3.053,00 em 12 parcelas de R\$ 254,42 com juros de 12,99% ao ano e prazo de 12/12 parcelas</p>

As opções disponíveis e condições comerciais são válidas até o encerramento do prazo de validade das condições de venda. A validação garante o direito de Maringá de cobrar. Para a contratação e acesso ao sistema é necessário o pagamento de uma taxa de adesão de R\$ 100,00 (cem reais) e o pagamento de uma taxa de manutenção mensal de R\$ 100,00 (cem reais) por mês. Cabe ao cliente de acordo com o contrato, pagar a assinatura com Banco do Brasil. Não há custo de instalação e o acesso ao sistema é feito através de internet. Não há custo de manutenção.

ACIM DIGITAL

A ACIM está lançando um programa de inclusão digital, inédito no país. Através de uma parceria firmada diretamente com a Microsoft e Intel Processadores e as microempresas associadas à ACIM poderão adquirir computadores por condições muito especiais. Integram o sistema de parceiros o Banco do Brasil que vai conceder financiamento via Proger com juros apenas

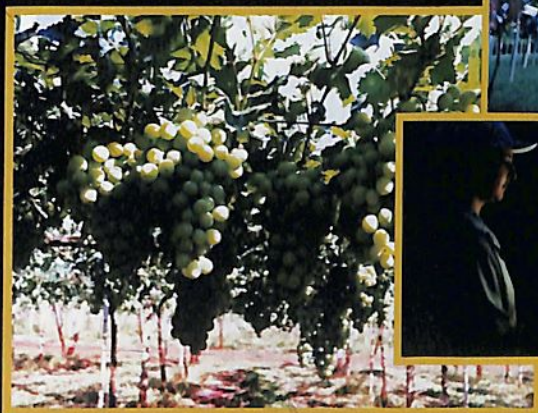
de 5,53% ao ano + TJLP e o Sebrae que vai coordenar o treinamento. As empresas terão três meses de carência e mais 48 meses para pagar os computadores. A primeira fase do programa vai durar três meses e neste período a ACIM pretende viabilizar a instalação de dois mil computadores. Na segunda etapa as empresas vão aprender a desenvolver produtos, serviços e vendas pela internet.

ENOTURISMO

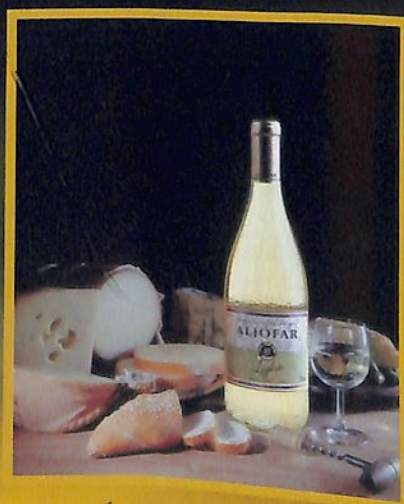
A Intervin, produtora dos vinhos Aljôfar e Ottobello, está de portas abertas para receber você e sua Família. Conheça a origem do melhor Vinho produzido no Estado do Paraná.

**inter
VIN**[®]
VINICOLA

Viva o raro prazer de estar em contato direto com a natureza.



Vinhedos próprios com diferentes castas de uvas finas.



Um passeio sedutor. Parreirais, pipas, degustação de queijos e vinhos.

Agende uma Visita pelos Fones

Administração
Av. Dr. Luiz Teixeira Mendes, 952 - sala 02
Cx Postal 1646 - CEP 87015-000
(44) 262-0000

Maringá - PR
e-mail: intervin@wnet.com.br

Indústria
Estrada Miller, lote 7 - Gleba Ribeirão Atlântico
Cx Postal 1646 - CEP 87001-970
(44) 262-0000



MUITO ALÉM DO MARKETING

A verdadeira responsabilidade social não tem nada a ver com boas ações apenas para melhorar a imagem das empresas. O consumidor já está aprendendo a diferença

Para muitas empresas ela ainda é confundida com marketing social. Para outras, resume-se a ações filantrópicas. Mas o verdadeiro significado da responsabilidade social, tão em voga no momento, é muito mais amplo. Começa, antes de tudo, nos limites da própria empresa. Não faz sentido apoiar projetos externos quando nada se faz para melhorar a qualidade de vida dos próprios funcionários. É preciso, primeiro, fazer bem a lição de casa.

Assim como a ISO 9002 regulamenta o sistema de qualidade nas empresas, já existe uma norma para diferenciar as organizações socialmente responsáveis. É a SA 8000, que certifica a conduta ética das empresas em relação aos trabalhadores e o respeito aos direitos humanos. Trata-se de um selo que só é concedido às empresas que não utilizam mão de obra infantil, pagam salários justos aos funcionários, investem na qualidade de vida dos trabalhadores, adotam medidas de preservação ambiental, entre outros requisitos.

Espera-se que em pouco tempo este selo funcione como um diferencial competitivo para as empresas, influenciando os consumidores na hora da compra. E eles já estão atentos. A pesquisa "Responsabilidade Social das Empresas- Percepção do Consumidor Brasileiro", realizada em 2000 pelo Instituto Ethos, apontou que para 43% dos entrevistados colaborar com escolas, postos de entidades sociais são atitudes que estimulam a compra de produtos de uma empresa e faz com que ela seja recomendada a amigos.

Mas agora o que muita gente se pergunta é como diferenciar atitudes que realmente tornam uma empresa socialmente responsável de ações meramente filantrópicas ou projetos de pouco alcance social. Daí a importância de um selo como o SA 8000. Na região de



Projeto da Romagnole foi incluído em guia da Revista Exame

Maringá o SESI mantém uma consultoria em responsabilidade social e já contatou algumas empresas que poderiam iniciar um trabalho rumo à certificação: Cesumar, Cocamar e Romagnole. "É uma cadeia que deve envolver fornecedores, clientes, acionistas e a comunidade", aponta a supervisora do SESI Maringá, Teresinha Naiverth Antonechen.

FORMAÇÃO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL

O maior trabalho social do Centro Universitário de Maringá, o Cesumar, é realizado na área de saúde, através das clínicas montadas para a prática estudantil. Atualmente a instituição conta com cinco clínicas-escolas: de Odontologia, Fonoaudiologia, Fisioterapia, Psicologia e Nutrição, onde são atendidas cerca de 7 mil pessoas por mês gratuitamente.

Também o Núcleo de Atendimento Jurídico realiza trabalho expressivo na parte social, já que atende em média 600 pessoas por mês que dependem da assistência jurídica gratuita. As pessoas que recorrem a esse serviço recebem um atendimento humano e diferenciado, pois sequer enfrentam filas. Elas são atendidas com horários marcados por telefone.

O respeito às pessoas, ao meio ambiente, a atuação ética e o compromisso com a comunidade conduzem as práticas da instituição. Um exemplo dessa preocupação é a participação do projeto "Adolescente Aprendiz", em parceria com o Ministério do Trabalho, com a Fundacim - Instituto de Responsabilidade Social de Maringá - e Lar Escola da Criança, por meio do qual 100 jovens entre 14 e 16 anos estão sendo profissionalizados como auxiliares de escritório.

Além disso, o Cesumar tem 88 projetos de extensão em andamento, com total prioridade ao lado social, em creches, asilos e entidades assistenciais. Funcionários e alunos são estimulados ao voluntariado em campanhas internas, doação de sangue, agasalho entre outras. Outro programa a se destacar é o de inclusão digital que oferece aulas de computação a menores carentes do bairro Santa Felicidade, aos domingos pela manhã.

"Não há como desenvolvermos a responsabilidade social se não implan-



Clínicas-escolas do Cesumar atendem a população gratuitamente

tarmos isso na cultura do povo. Devemos começar nas empresas e ir além. No Cesumar, nós estamos estimulando os estudantes para que assumam o seu papel na sociedade", comenta o reitor, Wilson Matos.

NOVOS RUMOS PARA OS FUNCIONÁRIOS

Com sede em Mandaguari (PR), nove unidades industriais e 1.200 funcionários, a Romagnole Produtos Elétricos existe há 41 anos, e por filosofia dos proprietários, todas as áreas devem associar o crescimento ao respeito ao meio ambiente e a

responsabilidade social. Os projetos beneficiam toda a comunidade, mas sobretudo os funcionários.

Internamente, são implementadas diversas ações para melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores.

Escolhido pelo governo estadual para integrar o livro Responsabilidade Social no Paraná, o projeto Escola Interna Novos Rumos é talvez o que mais ilustra a preocupação social da Romagnole. De 1994 a 2001, todos os funcionários que não sabiam ler foram alfabetizados dentro do próprio ambiente de trabalho. E não foram poucos.



Mais de 400 adultos foram alfabetizados na Romagnole

Mais de 400 pessoas deixaram de integrar as estatísticas do analfabetismo no Brasil. Em cada fábrica da Romagnole foi implantada uma escola em parceria com o SESI, que funcionou até que todos os funcionários fossem alfabetizados.

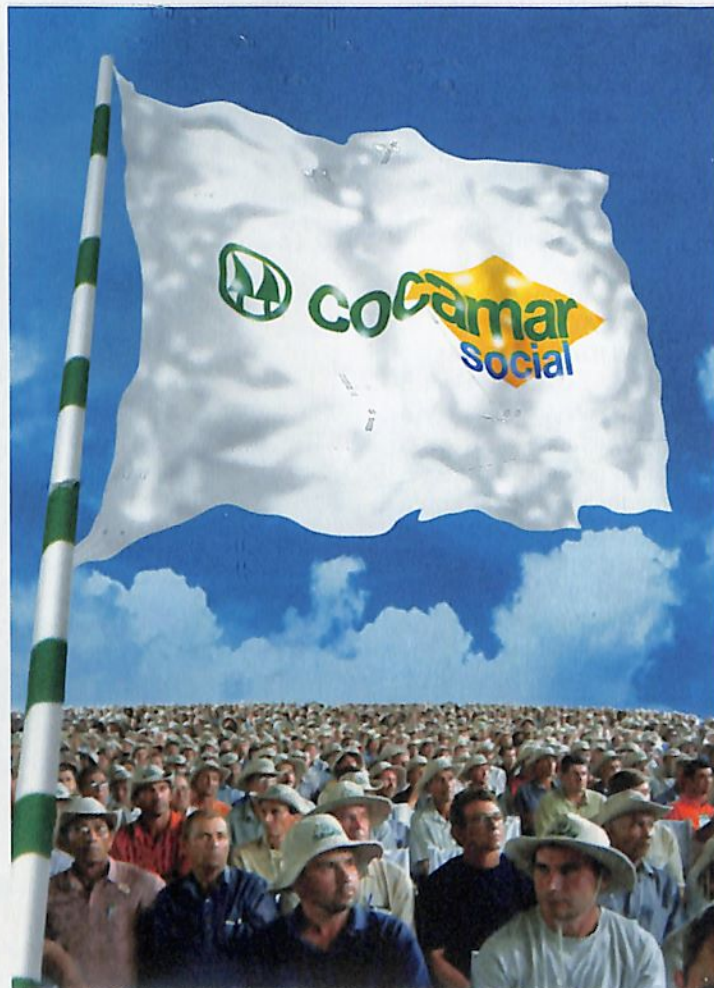
Mas o projeto não parou por aí. Os funcionários estão sendo estimulados a continuar os estudos. "Financiamos 50% dos custos para quem quer continuar estudando e concluir o Ensino Médio", conta a gerente de Recursos Humanos, Silvana Romagnole. Outro projeto de destaque é o Vida Saudável, que foi incluído em 2000 pela Revista Exame no 1º Guia de Boa Cidadania Corporativa. Atualmente duas emissoras de rádio veiculam diariamente dicas de economia, prevenção de acidente e temas relacionados à qualidade de vida. "Temos consciência de que estamos instalados em uma comunidade que possui muitas necessidades e procuramos implantar programas que possam beneficiá-la", diz Silvana.

Há outras campanhas que envolvem os funcionários numa corrente solidária e que ultrapassam os limites das fábricas. Eles foram estimulados a doar sangue, através de uma parceria com o Hemocentro. "Temos um banco de sangue, e sempre que algum funcionário ou parente precisar, poderá utilizá-lo gratuitamente", conta a gerente.

Os investimentos sociais da Romagnole têm reflexos junto ao público interno e externo. Nas pesquisas de satisfação realizadas mensalmente com os funcionários, os programas sociais recebem notas bem altas. E nas agências de emprego, é grande a procura por uma vaga na empresa. A gerente de recursos humanos acredita que assistência à saúde e pagamento em dia estão entre os fatores que dão segurança aos trabalhadores.

BENEFÍCIOS SOCIAIS PARA TODA CADEIA PRODUTIVA

O próprio conceito cooperativista já se reveste de um importante caráter social. Mas a Cocamar vai além do modelo que beneficia os cooperados e suas famílias. Os programas sociais da cooperativa também se estendem aos funcionários, colaboradores e à comunidade. Um deles, o "Suco Justo", inte-



Cocamar Social tem projetos em diversas áreas

grou a Cocamar, através da Paraná Citrus (em Paranavaí), a um mercado solidário internacional.

A organização não governamental Fairtrade Labelling Organization International (FLO), com sede em Bonn, na Alemanha, a partir de critérios sociais e ambientais certificou e credenciou a comercialização do suco de laranja produzido pela Paraná Citrus. Como critério foram analisadas a não utilização de mão-de-obra infantil e regularização das relações trabalhistas. Desde então, para cada tonelada de suco produzida pela Paraná Citrus e adquirida por empresas engarrafadoras européias são destinados US\$ 100 ao projeto. O dinheiro é investido na qualidade de vida dos colhedores de laranja.

Através do projeto as famílias carentes recebem cestas básicas no período de entressafra, atendimento de saúde e odontologia, cursos de qualificação, realização de atividades recreativas como tor-

neios de futebol e truco, entre outros. Desde que o programa começou, em 1999, até o final do ano passado foram obtidos US\$ 292.762,00. Robson Ferreira, gerente de matéria-prima da Paraná Citrus, acrescenta ainda que atualmente todos os colhedores de laranja trabalham com registro em carteira.

Os programas sociais da Cocamar, reunidos no programa Cocamar Social, abrangem as áreas de educação, saúde, cultura e preservação ambiental. Através deles, crianças, adolescentes, portadores de necessidades especiais e pessoas da terceira idade são beneficiados. Os números são expressivos: 170 entidades assistenciais já foram contempladas. E tudo isso é possível graças ao envolvimento dos funcionários em ações sociais. São oficinas e campanhas solidárias que integram os trabalhadores da cooperativa com a comunidade.

↘ O MELHOR AVIÃO



↘ PELO MELHOR PREÇO

GOL

LINHAS AÉREAS INTELIGENTES

↘ 0300 789 2121*

*(R\$ 0,29 por minuto de telefone fixo)



INGÁ TUR / LOCADORA - RUA NÉ ALVES MARTINS, 2456



INGÁ LOCADORA/ESTACIONAMENTO - SAGUÃO DO AEROPORTO



INGÁ TURISMO - SAGUÃO DO AEROPORTO

- * Fretamento de ônibus
- * Pacotes Turísticos
- * Passagens Aéreas
- * Locação de Automóvel

Ingá Tur

Centro:	Saguão do Aeroporto:	Plantão 24hs	E-mail:
Rua Né Alves Martins, 2456 Fone (44) 226-5326	Fone (44) 266-6200	Fone (44) 9972-6172	cliente@ingatur. Maringá - Par

OS NOVOS DESAFIOS DA FUNDACIM

Em apenas um ano, o Instituto de Responsabilidade Social de Maringá, Fundacim, acumula vitórias. Primeira entidade do gênero criada por uma associação comercial, a Fundacim provou que era mais do que uma idéia socialmente correta. Do papel à prática, bastaram apenas alguns meses para ela tornar-se auto-sustentável: desde janeiro de 2003 o Instituto é mantido por doações das empresas que formam o Conselho de Mantenedores e pela prestação de serviços de assessoria a empresas, através de convênio com o Sistema de Apoio Institucional - SIAI.

O prêmio Top Social, concedido em junho pela Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil (ADVB), trouxe mais visibilidade ao trabalho que a Fundacim vem realizando. Profissionalizar e facilitar a criação de projetos que garantam a



Profissionalizar as entidades e a população são alguns dos objetivos da Fundacim

sustentabilidade de entidades assistenciais, incentivar empresas a serem socialmente responsáveis, identificar oportunidades de captação de recursos e incentivar o trabalho voluntário estão entre os objetivos que o Instituto vem

cumprindo desde sua implantação.

Com as metas traçadas até 2010, a Fundacim quer chegar muito mais longe. São metas ousadas, mas possíveis: alfabetizar 100% dos adultos de Maringá e micro região, ter 90% dos funcionários de empresas com Ensino Médio e qualificação específica, 100% das crianças até 14 anos na escola, 200% do aumento no contingente de voluntários, 100% das entidades sociais com sistema de gestão administrativa profissionalizado, R\$ 1 milhão de recursos arrecadados via Imposto de Renda. "Como consequência desse trabalho vamos diminuir a criminalidade e a violência urbana, reduzir o consumo de drogas, zerar o número de pedintes nas ruas e manter a qualidade de vida da população", aponta o presidente da ACIM, Ariovaldo Costa Paulo.

OS 11 MANDAMENTOS DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

O articulista Stephen Kanitz elaborou uma espécie de cartilha com 11 premissas básicas a serem adotadas por uma empresa socialmente responsável. Ele diz, entre outras verdades, que "dar aulas de inglês numa favela só porque você é proprietário de uma cadeia de escolas de inglês não é resolver o problema do Terceiro Setor. Pode ser uma forma de resolver o seu problema na área social, com menor esforço. Se toda empresa pensar assim, quem vai resolver o problema da prostituição infantil, abuso sexual, violência...?"

Segundo Kanitz, ao primeiro sinal de recessão, "a maioria das empresas corta 30% de propaganda, 50% de treinamento e 90% dos projetos sociais (justamente quando os problemas sociais tendem a aumentar).

I - Antes de implantar um projeto social, pergunte para umas vinte entidades do terceiro setor para saber o que elas realmente precisam.

II - O que as entidades precisam normalmente não é o que a empresa faz, nem o que empresa deseja fazer.

III - Toda empresa que assumir uma responsabilidade será mais dia menos dia responsabilizada.

IV - Assumir a responsabilidade social é coisa séria. Creches não mandam embora órfãos porque a diretoria mudou de idéia.

V - Todo o dinheiro gasto em anúncios do tipo "Minha Empresa é Mais Responsável do que o Concorrente", poderia ser gasto duplicando as ações da sua empresa.

VI - Entidades que têm no social o seu *core business* dedicam 100% do seu tempo, 100% do seu orçamento para o social. Sua empresa pretende ter o mesmo nível de dedicação?

VII - O consumidor não é bobo.

VIII - Antes de querer criar um instituto com o nome de sua empresa ou da sua marca favorita, lembre-se que a maioria dos problemas sociais é impalatável (*ele cita hanseníase, abuso sexual, AIDS, entre outros projetos que não se adequam bem à imagem que você quer imprimir a sua empresa*).

IX - Irresponsável é a empresa que faz produtos caros, sem qualidade, destruindo o meio ambiente, sendo incorreta com seus inúmeros parceiros e sonegando impostos.

X - Evite usar critérios empresariais ao escolher seus projetos sociais, como "retorno sobre o investimento" ou "ensinar a pescar". Esta área é regida por critérios humanitários, não científicos ou econômicos.

XI - A responsabilidade social é, no final das contas, sempre do indivíduo, do voluntário, do funcionários, do dono, do acionista, do cliente, porque requer amor, afeto e compaixão.

ZACARIAS

"Uma Concessionária que tem visão de futuro. Conte comigo!"

Walter Wieland
Presidente da GM do Brasil



ZACARIAS VEÍCULOS É DESTAQUE NACIONAL PELA 4ª VEZ



Concessionária Padrão "A"



Liderança em Consórcio



Excelência em Funiária e Pintura



Sr. Walter Wieland, Lodair Culpí - Diretor da Zacarias e Ciro Frare - Diretor Proprietário da Zacarias



Carlos R. Nogueira - Gerente de Consórcio, Bruno Espinola - Gerente Regional de Relacionamento Banco GM, Lodair Culpí e Walter Wieland



Ciro Frare, Walter Wieland, Yvone Baitala - Gerente de Serviços e Lodair Culpí

Zacarias Veículos, Concessionária Chevrolet de Maringá e região, é destaque nacional e recebeu pela 4ª vez a placa de classificação Concessionária Padrão "A" do Brasil, entregue pelo Sr. Walter Wieland - Presidente da General Motors do Brasil, em solenidade no último dia 30, em Maringá. O objetivo dessa classificação é reconhecer, valorizar e tornar público o diferencial Zacarias, que apresentou, em 2002, padrões de desempenho considerados excelentes a nível nacional, frente aos rigorosos critérios instituídos pela GM do Brasil, como, por exemplo:

- Participação do Mercado
- Índice de Satisfação do Cliente em Vendas
- Índice de Satisfação do Cliente em Serviços
- Instalações
- Desempenho de Peças
- Desempenho de Serviço
- Treinamento de Pessoal
- Venda de Seminovos
- Desempenho Consórcio Chevrolet



Diretores e Gerentes Zacarias



A casa do seu Chevrolet

44/261-3000 - Av. Tuiuti, 445 - Maringá
44/225-5225 - Av. Colombo, 6020 - Maringá



OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO

Com boa infra-estrutura e modernos equipamentos de proteção ao vôo, o Aeroporto Regional de Maringá quer atrair os proprietários de aviões que utilizam pistas particulares nas cidades vizinhas. A abertura de novos estabelecimentos comerciais também é prioridade

Com investimento de R\$ 22,4 milhões e projeto para ser internacionalizado, o Aeroporto Regional de Maringá iniciou suas atividades há pouco mais de dois anos, trazendo para a cidade novas empresas aéreas, maior número de passageiros e mais segurança aos usuários.

As obras começaram em outubro de 1994 e só terminaram em julho de 2000, mas a espera valeu a pena. Atualmente cerca de 13 mil passageiros, entre embarque e desembarque, utilizam mensalmente o aeroporto, quase o dobro de usuários do antigo, o Gastão Vidigal.

Os investimentos em equipamentos de ponta, um promissor mercado de passageiros e boa infra-estrutura trouxeram para a cidade novas empresas aéreas. Atualmente são três: Gol, Rio Sul e Trip. Por consequência, a vinda de novas companhias gerou competitividade e os preços das passagens tornaram-se mais acessíveis.

Antes da inauguração do Aeroporto era comum os maringaenses embarcarem em Londrina à procura de passagens mais baratas, mais opções de horários e destinos. Hoje a situação se inverteu: são os londrinenses que utilizam nossos serviços. Atualmente são ofertados oito vôos diários para várias cidades do país como Curitiba, São Paulo, Campo Grande, Rio de Janeiro e Vitória.

Diferente da maioria das cidades que têm aeroportos administrados pela Infraero, em Maringá esta responsabilidade é de uma empresa criada pela Prefeitura Municipal: a companhia SBMG. Isso significa que em vez do lucro ser enviado para Brasília, ele fica na cidade. "Investimos o pequeno lucro que temos no próprio Aeroporto, possibilitando a melhoria dos nossos serviços", comenta o superintendente do



Serviços ainda não ofertados podem ser uma boa oportunidade para empresários

Aeroporto, Rubens Abrão. Ele também aponta como vantagem a agilidade administrativa e foco nos interesses locais.

Outro diferencial foi a elevação de categoria "C" para "B", a mesma do Aeroporto de Congonhas (São Paulo), que resultou em melhores e mais precisos equipamentos de proteção ao vôo, garantindo mais segurança aos passageiros. Estes benefícios exigiram como contrapartida financeira o aumento nas tarifas, mas isso não pesou no bolso dos passageiros. Esta conta só foi possível porque a concorrência levou as empresas aéreas a "brigarem" pelos usuários, com preços mais competitivos. E com mais clientes embarcando no mesmo vôo, as taxas acabam sendo diluídas.

Mas, para os proprietários de aviões particulares, o aumento de categoria elevou os custos de manutenção do avião.

Muitos preferiram migrar para outras cidades e utilizar pistas particulares. Enquanto no antigo aeroporto eram mantidos 32 aviões nos hangares, atualmente são apenas 12. Esta diferença foi parar em uma área desapropriada pela Prefeitura de Castelo Branco, onde o grupo de proprietários de aeronaves construiu uma pista.

Para Rubens Abrão as taxas não são "tão mais caras" do que as praticadas pelo antigo aeroporto. Ele cita como exemplo o valor mensal cobrado para manter um avião no hangar. Enquanto num aeroporto de categoria "C", como era o Gastão Vidigal, a taxa seria de R\$ 288,00, no atual ela é de R\$ 450,00. Abrão lembra que em um hangar com esse porte é possível guardar até cinco aviões executivos, o que dilui bem este custo.

O superintendente acredita que as

taxas pagas revertem-se em benefícios para os proprietários. No Aeroporto eles contam com serviço de Bombeiros e monitoramento 24 horas por dia, modernos equipamentos de proteção ao voo, pista em excelente condição de uso e garantia de segurança e comodidade. "Existe muita desinformação. As pessoas acham que os valores cobrados são muito mais caros, mas não é nada disso", explica. "Quem opta pelo uso de pistas particulares está correndo vários riscos, já que não contará com apoio de navegação e pistas em tão boas condições de uso, além de ter que se deslocar até as cidades vizinhas para embarcar", alerta.

O deputado federal Odílio Balbinotti compartilha da mesma opinião. A comodidade e segurança foram mais do que suficientes para que ele continuasse a usar os serviços do Aeroporto de Maringá. "Mantendo meu avião aqui estou revertendo o dinheiro para a cidade", avalia. Balbinotti ainda enumera outra vantagem. "Não vou perder tempo me deslocando até outras cidades para embarcar. Se tenho avião é justamente porque preciso ganhar tempo", comenta.

Alguns proprietários, que preferem não ser identificados, alegam que um dos empecilhos para manter um avião no Aeroporto de Maringá é o alto valor da construção do hangar. O deputado Odílio Balbinotti, por exemplo, investiu cerca de R\$ 120 mil na construção. Ele terá usufruto por 20 anos e depois desse período o hangar passará às mãos da Prefeitura.

Quanto às taxas, Balbinotti é coerente: "Essas taxas são irrisórias perto dos custos de manutenção de um avião". Mas ele tem algumas críticas, como o excesso de burocracia. "Quando vou de carro ao aeroporto preciso deixá-lo exposto ao sol. Em qualquer outro aeroporto, os proprietários podem estacionar o carro dentro do hangar", compara.

NOVOS INVESTIMENTOS

Se, por um lado, os equipamentos de segurança como circuito fechado de TV e detector de metais garantem comodidade e tranquilidade aos passageiros, por outro, os usuários não contam com uma série de serviços no saguão. Não há, por exemplo, restaurante. Alguns empresários já vislumbraram esta oportunidade de negócio e abriram locadoras de veículos, agências de viagens, revistaria, bomboniere e quiosque de café. Mas muitos



Rubens Abrão destaca a segurança e comodidade do Aeroporto Regional

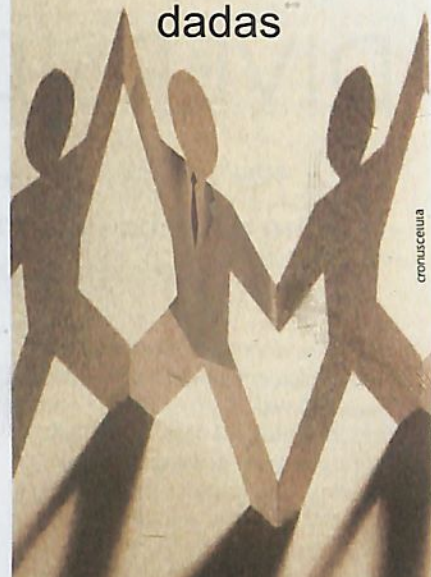
outros serviços poderiam ser ofertados aos passageiros.

Já foram realizadas licitações para abertura de restaurante, cyber café e terminal virtual de informações turísticas: todas foram desertas, ou seja, não atraíram empresas interessadas. No caso do restaurante, nem vantagens como a exclusividade do serviço por dois anos (com possibilidade de prorrogar por mais dois) foram suficientes para despertar o interesse de empresários em três licitações seguidas.

Entre os empresários que investiram no Aeroporto está o catarinense Umberto Wiezke, dono da bomboniere e da revistaria. Com a experiência adquirida nos negócios do pai, que tem lojas similares nos aeroportos de Navegantes/SC e Joinville/SC, ele decidiu abrir os dois estabelecimentos, há três meses. "Estou na fase de divulgar meu produto e formar a clientela, mas acredito que meu negócio vai 'decolar'", projeta.

As boas perspectivas de negócios também atraíram a empresa maringaense Ingá Turismo. Tanto que ela investiu em três estabelecimentos no Aeroporto: estacionamento, locadora de veículo e agência de viagem. "Acreditamos na potencialidade do mercado, já que a cidade é pólo regional. Com a internacionalizado, as atividades vão melhorar ainda mais", prevê o procurador da empresa, Alberto Crespaldi.

Tranquilidade e eficiência de mãos dadas



Com os Planos Pam Empresas, seus funcionários têm todas as vantagens, benefícios e segurança que precisam, e você tem toda a tranquilidade que merece.

Condições especiais para associados

ACIM

Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Maringá

Empresas
PAM
PARANÁ ASSISTÊNCIA MÉDICA

A Vida Em Primeiro Plano

www.pam.med.br

ANS - nº 31526-5

UM FESTIVAL DE DIVERSIDADES E NEGÓCIOS

A 14ª edição do Festival Nipo-Brasileiro deve atrair 100 mil pessoas. Uma eclética programação, que inclui apresentação de danças típicas e exposições, está sendo especialmente preparada

Considerado o maior evento da colônia japonesa do Brasil, o Festival Nipo-Brasileiro é um sucesso, tanto pela diversidade cultural e gastronômica quanto pelo público atingido. No ano passado, durante os dez dias de Festival, mais de 70 mil pessoas passaram pela Associação Cultural e Esportiva de Maringá (Acema).

Com atrativos para agradar aos mais variados gostos e etnias, os organizadores esperam atrair neste ano 100 mil pessoas, entre os dias 9 e 17 de agosto. Atraído pela fama do Festival, o carnavalesco Joãozinho Trinta já confirmou presença e deverá vir, pela primeira vez, ao evento.

Entre as atrações programadas estão a apresentação de taiko (tambores japoneses), shows musicais e *bom odori* (dança típica japonesa). Também deverão subir ao palco da Acema grupos de folclore alemão, japonês e português, de Maringá e São Paulo.

No pavilhão cultural o público poderá admirar a beleza das ikebanas (arranjos florais japoneses) e dos bonsais (árvores em miniatura). O empresário Vicente Romagnole, que é considerado um dos maiores cultivadores de bonsais do Brasil, estará expondo essa arte milenar e vai ensinar técnicas de cultivo em um dos workshops programados. Os visitantes também poderão participar de oficinas sobre sushi e origame.

O Festival é um convite para o público mergulhar na história e na arte japonesa. Uma parceria com a Fundação Japão mostrará, através de exposição fotográfica, o cotidiano da colônia japonesa no Brasil. Durante o Festival



Mais de 100 mil pessoas devem prestigiar o evento

também será realizada uma mostra de cinema japonês. Os nove filmes serão exibidos com legendas em português e foram emprestados pelo Consulado Geral do Japão no Paraná. "Queremos promover nossa cultura através da arte", explica o conselheiro executivo da Acema, Shudo Yasunaga.

O artista plástico maringaense Jorge Pedro, famoso pelas obras inspiradas na literatura e arte japonesas, estará expondo a coletânea "Os Sete Samurais". Composta por sete esculturas e três assemblage (obras feitas da justaposição de objetos naturais ou fabricados), as obras mostram a saga dos samurais e a religião budista. "A coletânea é composta por três momentos do budismo: prece, discípulo e deus que ouve. A escritura em kandi foi feita pelo monge Eduardo Sassaki", adianta Jorge.

O caráter beneficente também faz parte do evento. Mais de mil voluntários vão ajudar na organização e se revezarão na preparação de pratos típicos da cultura japonesa. A renda será revertida para as quatro entidades sem fins lucrativos de Maringá, mantidas pela colônia japonesa: Wajunkai, São Francisco Xavier, Nishi Honganje e Seicho-no-ie. Para se ter uma idéia, os organizadores estimam que no ano passado foram repassados mais de R\$ 100 mil às entidades.

NEGÓCIOS

Além da diversidade cultural e do caráter beneficente, o Festival Nipo-Brasileiro oferece boas oportunidades de negócios. Apesar de não existirem números que mostrem o volume comercializado, alguns fatores não deixam dúvidas quanto ao seu potencial

na área comercial. Pelo segundo ano consecutivo, o Banco Bradesco está investido no evento e novamente comprou a maior cota de patrocínio.

O Banco tem como política criar segmentos específicos de clientes e o Festival é uma boa oportunidade para atingir a comunidade nikkei, um dos públicos alvo do Bradesco. A intenção não é realizar negócios imediatos, mas sim fidelizar clientes, através da demonstração de produtos e serviços. O patrocínio está sendo viabilizado pela agência central do Bradesco, em São Paulo.

A Imobiliária Silvio Iwata participa do Festival desde que os estandes passaram a ser comercializados. Para o proprietário Silvio Iwata o evento tem como característica a presença de um público seleta, ampliando as oportunidades de negócios. "Acredito tanto no sucesso do Festival que neste ano vamos lançar, durante o evento, um condomínio residencial na Zona 3", revela o imobiliário.

A Opção Imóveis também aposta no potencial do Festival Nipo-Brasileiro e pelo quarto ano consecutivo terá um estande no evento. No ano passado foram comercializados três imóveis e o Festival proporcionou o fechamento de negócios posteriores ao evento. Para o proprietário, Frank Miyasaki, o retorno de investimento é certo. "O Festival



Atrações do Festival agradam público de todas as idades e etnias

Nipo-Brasileiro tem um público selecionado, com bom poder aquisitivo. É uma vitrine para apresentarmos os imóveis", garante Miyasaki.

Neste ano as concessionárias Valence Veículos (revendedora da Citroen), de Maringá, e Mizumi Veículos (revendedora da Mitsubishi), de Londrina, estarão parti-

cipando pela primeira vez do Festival. Para o supervisor geral da Valence Veículos, Antônio Gongora Neto, as expectativas de comercialização são boas. "A colônia japonesa é um grande potencial de consumo", explica. Para ele, como o evento tem público direcionado a comercialização está garantida.

O presidente da ACIM, Arioaldo Costa Paulo, acredita que o Festival ajuda a projetar a cidade nacionalmente e contribui com o desenvolvimento de Maringá. "O Festival Nipo-Brasileiro é um excelente atrativo aos turistas e quem tem a ganhar somos nós. Os turistas movimentam o comércio de rua, os shoppings, restaurantes e hotéis e trazem dinheiro para nossa cidade", ressalta.

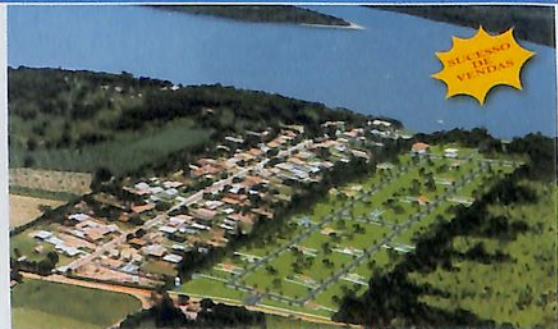
O presidente do Maringá Convention & Visitors Bureau, Sérgio Takao Sato, também lembra do potencial turístico oferecido pelo Festival. "É uma excelente oportunidade para divulgar Maringá e atrair mais turistas. Como o Festival foi o pioneiro do gênero e é o maior do Brasil, podemos torná-lo referência para o país", sugere, entusiasmado.

Serviço:

O Festival Nipo-Brasileiro será realizado entre os dias 9 e 17 de agosto, na Acema. A entrada custa R\$ 2,00.



Felizes proprietários
Alguns já residem no local
obras em ritmo acelerado



Um sonho transformado em realidade...

Uma realização:
THEODORADO
IMÓVEIS
VENDAS (44) 226-6699

RAPPEL: ADRENALINA E AVENTURA

Para muita gente praticar esporte se resume a andar de bicicleta e jogar um futebolzinho no fim de semana.

Para outras pessoas, isso é muito comum, ou melhor, é chato mesmo. Elas querem emoção, adrenalina, riscos... A saída nesses casos são os chamados esportes radicais, que estão se tornando cada vez mais populares, a ponto de serem praticados em cenários tipicamente urbanos. É o caso do rappel, talvez o mais conhecido entre eles.

Os rapeleiros que se prezam, como são chamados os praticantes do esporte, descem cachoeiras, grutas e até prédios, utilizando um material específico para garantir a segurança na descida. E se dão ao luxo de executar manobras que aumentam a adrenalina como balançar e até ficar de cabeça para baixo.

Não é o que pensa o pessoal que frequenta as paredes de escalada esportiva. "Os ambientes montados nas cidades, principalmente nos grandes centros, têm popularizado a modalidade e atraído grupos de amigos. Estas pessoas se reúnem para conversar e brincar de homem-aranha", comenta o proprietário da ATTAC Esportes e Turismo, Jaime Saldanha. Apaixonado pelo esporte ele resolveu trazê-lo para dentro da cidade e montou em Maringá a maior parede de escalada esportiva do Paraná, com 16 metros de altura.

O paredão montado a céu aberto recebe praticantes todos os dias da semana e nos sábados e domingos chegam a acontecer 100 escaladas. Virou "point" já que funciona até o início da madrugada. Saldanha conta que muitos empresários saem do trabalho e escalam a parede para relaxar e esquecer os problemas. É o caso de Gustavo Figueira Zanoni, proprietário da Bela Noite Comércio de Lingerie. "Sem-



Parede de escalada esportiva instalada em Maringá é a maior do Paraná

pre tive vontade de praticar rappel e assim que a ATTAC ofereceu o treinamento, aproveitei a oportunidade”, conta. O empresário gostou tanto do esporte que viajou para os Estados Unidos e participou de outro curso de rappel. “Não vivo sem o esporte, é uma maneira de descarregar o estresse”, conta Zanoni, que pratica rappel todo o fim de semana.

SEGURANÇA A TODA PROVA

Segundo Jaime Saldanha o verdadeiro rapeleiro se cerca de todas as precauções. “Ele precisa ter bom senso para escolher o local, estudar todas as condições e, principalmente, ter equipamentos confiáveis”, resume.

Ele aconselha o iniciante a optar por paredes montadas, onde poderá aprender com mais segurança as técnicas do esporte. Mas sem dúvida alguma o lugar mais excitante, recomendável apenas a quem tem bastante prática, são as cachoeiras. E o esporte pode ser praticado em qualquer lugar: prédios, árvores, montanhas, pontes e viadutos. Até a Catedral foi utilizada pelo papai noel para a descida de rappel, na abertura das festividades



Edifícios costumam ser escalados pelos rapeleiros

em comemoração ao Natal do ano passado, promovida pela ACIM em parceria com outras entidades.

O repórter fotográfico da Revista ACIM, João Cláudio Fragoso é um dos praticantes de rappel, “É uma sensação que não pode ser descrita, quem pratica uma vez não consegue mais parar. Basta encontrar um penhasco, uma caverna,

cachoeiras, pontes ou prédios, que já dá uma sensação diferente, uma vontade de desafiar a lei da gravidade, preso apenas por uma corda”, testemunha. Ao contrário do que muita gente imagina, João Cláudio garante que o rappel é muito seguro. “Basta tomar todos os cuidados e curtir esse prazer indescritível”, opina entusiasmado.

MATERIAIS OBRIGATÓRIOS

Cabo: encontrado em rolos de 25, 50 e 100 metros (ou em qualquer comprimento desde que por encomenda) é preso em uma ancorragem e resistente a pelo menos 10 vezes o peso da pessoa que irá descer.

Cadeirinha: presa ao corpo tem por finalidade unir o praticante ao cabo principal.

Mosquetão: também conhecido como mola, é uma peça metálica, com abertura em um dos lados, que une a cadeirinha ao freio. Confeccionado normalmente em liga de alumínio resistente, é muito usado em escalada ou descidas recreativas. Já o mosquetão de aço é utilizado em operações táticas e de resgate.

Freio: o mais usado é o “8”, que possui este nome pelo seu formato. Há quem o considere mais perigoso, já que ao passar por ele a corda é “torcida” e pode aumentar o seu desgaste.



CRIATIVAS, SIM PROFISSIONAIS, TAMBÉM

Para atender clientes cada vez mais exigentes as agências de publicidade deixaram de vender apenas mídia. Hoje elas oferecem soluções em comunicação e estratégias de marketing

A combinação entre talento e criatividade já não é suficiente para determinar o sucesso de um agência de publicidade. O mercado hoje está mais competitivo e conseqüentemente, mais exigente. O profissionalismo impõe-se como fator determinante para a fidelização de clientes. Sem ele, as contas simplesmente migram para outros endereços. Em Maringá, os publicitários parecem ter se antecipado a esta realidade e a evolução do setor nos últimos anos é sinal de amadurecimento e respeito pelo cliente.

Não se sabe ao certo quantas agências existem na cidade. De acordo com o Censo Econômico realizado em 2001, são 34. Mas apenas 20 têm o certificado do Conselho Executivo de Normas Padrões (Cenp), segundo o delegado regional do Sindicato das Agências de Propaganda (Sinapro), Walter Thomé Júnior. "O certificado é emitido para as agências que atendem a uma série de requisitos como a existência de departamentos de criação, mídia e atendimento", exemplifica Thomé.

O surgimento dos cursos superiores impulsionou a profissionalização do meio. Há três cursos de Publicidade e Propaganda e outros três de Marketing na cidade. As agências também estão descobrindo que a união em torno de objetivos comuns fortalece o meio publicitário e beneficia toda a cadeia. Prova disso é o surgimento da Associação de Profissionais de Propaganda (APP) no ano passado, que integra agências, veículos, gráficas, profissionais e até mesmo estudantes da área.



Walter Thomé Júnior, delegado do Sinapro, acredita que o profissionalismo está aumentando no meio publicitário

Estimativas informais da APP revelam que o mercado publicitário emprega mais de mil pessoas em Maringá e que os veículos (TVs, rádios, jornais, outdoors e revistas) faturam aproximadamente R\$ 1,7 milhão por mês em espaços publicitários. Uma verba considerável que está pulverizada em várias agências: Em Maringá, diferente de mercados próximos como Londrina, as grandes contas estão bem divididas, o que gera forte concorrência entre as agências.

Para sobreviver nesse mercado competitivo, novas frentes se abrem e as agências deixaram de ser meras vendedo-

ras de mídia para planejar o posicionamento de seus clientes no mercado. "É fundamental que as agências tenham um papel de consultoria. Em vez de ficarem restritas à criação, é preciso partir para estratégia de marketing, desenvolver produtos e abrir novos mercados", avalia Dirceu Simabucuro, gerente de Marketing da Rede Paranaense de Comunicação (RPC). É um desafio e tanto, especialmente se for verdade que "ninguém vende nada hoje em dia, o consumidor é quem compra", conforme ele acredita.

Para Simabucuro é preciso sair do "círculo vicioso", em que anunciantes acham que agências não têm diferencial e por isso não as remuneram como deveriam e, por sua vez, as agências reclamam que não conseguem contratar bons profissionais porque são mal remuneradas... Como alternativa, ele propõe o "círculo virtuoso", em que caberia aos anunciantes posicionar melhor suas marcas ao longo do tempo, aos veículos desenvolverem soluções mercadológicas focadas no público alvo dos anunciantes e às agências aumentarem a eficácia dos investimentos dos anunciantes, criando formatos criativos para atingir seus objetivos de mercado.

PROFISSIONALIZAÇÃO É IRREVERSÍVEL

Apesar dos evidentes avanços na relação entre os clientes e as agências, nem tudo funciona como deveria. "Ainda há muita resistência por parte de anunciantes que enxergam as agências como des-



Meta é uma das agências pioneiras em atividade em Maringá

pesa e não como solução, como um braço importante de seus negócios”, opina Carlos Martins, da MB Propaganda, agência que atua há dois anos no mercado e atende contas como Supermercado São Francisco, Intervin e World Importados.

O proprietário da Meta Propaganda, Ademir Lautenschlager, acredita que a propaganda em Maringá atravessa um bom momento, com mais “profissionalismo e respeito”. Mas faz ressalvas: segundo ele, a maioria ainda não está nessa fase. “Poucas agências, umas 10 talvez, estão realmente preocupadas com o cliente, têm mídia, planejamento, criação e atendimento. Outras querem apenas ven-

der espaços publicitários”, dispara. Por conta “desse pessoal”, segundo Ademir, o anunciante acaba “rotulando” as agências. Há 14 anos no mercado, a Meta atende clientes como a Coamo, Expoingá, Cidade Shopping de Descontos e Casas Ajita.

Atuando há vários anos no mercado como “eugências”, os publicitários Almino Melo Sodré de Freitas e Josimar Moura Farias (o Paraíba) resolveram juntar forças e há dois anos criaram uma agência conforme manda o figurino. Nascia a QG da Propaganda, que hoje atende um boa carteira de clientes, entre eles o Shopping Avenida, Supermercados Cidade Canção, Dama Veículos, Karina Modas e Karina Móveis. “É preciso vestir a camisa, o cliente não quer só a venda de espaços publicitários, quer soluções”, diz Almino. Ele também acredita que o mercado está mais profissional, mas aponta a “concorrência predatória” como um fator negativo.

Nascida a partir da fusão entre a Dupla Propaganda e a Poppi & Borges, cujos profissionais vieram da Ecos Propaganda e Módulo Propaganda, a Ânima Comunicação está no mercado há cinco anos e atende clientes como Cultura Inglesa (conta nacional), Car Wash, Pastel do Roberto e Laboratório Santo Antônio. Para o diretor de Criação, José Luiz Garcia, “ninguém precisa estar em São Paulo, Curitiba ou Nova Iorque para pro-

DIVISOR DE ÁGUAS

Não é possível falar na história da propaganda em Maringá sem lembrar da agência que durante sua existência deteve uma hegemonia nunca mais vista: a Módulo Propaganda. Quando o então contato publicitário da TV Cultura Elói Michels decidiu montar seu próprio negócio, em 1982, foi desaconselhado por quase todo mundo. “O mercado não está maduro”, diziam uns. “Você vai quebrar”, previam outros. Elói foi em frente, juntou-se ao grande “professor” que Maringá teve nessa área, José Lima Garay, e pôs a agência para funcionar.

“Em seis meses, a Módulo já era viável. Em dois anos, já dominava o mercado”, recorda. Após esse período, Garay associou-se a dois empresários e abriu a Casa da Propaganda. “Eles acharam que o negócio era uma mina de ouro e fizeram a cabeça do Garay”, lamenta. A nova agência não durou muito tempo, na avaliação de Elói, porque centralizou tudo no Garay. “Na Módulo havia mais diversificação”, compara.

Para resistir num mercado pouco profissional e cheio de barreiras, Elói tratou de pôr em prática algumas estratégias. Aproximou-se do Sinapro, tornando-se o primeiro delegado regional do Sindicato. “Consegui, na época, que a TV Cultura só pagasse comissões às agências filiadas ao Sinapro”, lembra. Convicto de que a informação seria um grande trunfo a seu favor, passou a trazer palestrantes de fora, mostrando aos clientes a importância de investir em comunicação. Um deles, o então diretor de marketing da Lufhansa, José Nema Barreto, previu que mais do que a informação, o “conhecimento” iria dominar o mundo.

Elói contratou profissionais de fora, “gente nova, cabeças pensantes”. Chegou a ter 48 clientes em sua carteira, como a Romagnole, Coamo, Farinhas Pinduca (conta nacional). “Ganhei muito dinheiro, mas chegou um momento em que aquilo não me motivava mais”, diz. Em 1992 resolveu sair de cena, foi cuidar de campanhas políticas (Vitor Hugo em Guarapuava e depois Ricardo Barros em Maringá). Também foi cuidar de suas fazendas. Desde 1998, agora como Módulo Eventos, dedica-se à organização e comercialização da Expoingá. Mas admite: “Tenho saudade da publicidade, uma área inusitada, onde nunca se terá um dia como outro. É desgastante, mas muito motivante”.

Agências Filiadas à ACIM

A2M Comunicação
 Álamo Propaganda
 Ânima Comunicação
 Guia da Cidade
 Interativa Comunicação
 M.C.B Publicidade
 Mega Hertz Comunicação
 Meta Propaganda
 Módulo Eventos
 Publike
 Sol Propaganda
 Única Propaganda
 QG Propaganda
 Lettera Propaganda
 MCP Propaganda
 Nossa Propaganda
 Soma Propaganda
 Drasever Propaganda
 Jump Comunicação

duzir boa propaganda. Criatividade e competência não têm nada a ver com geografia". Segundo ele, a relação cliente-agência deve basear-se na honestidade. "Gostamos de clientes honestos que querem crescer, ter sucesso com seus negócios, vender e ter lucro. Gostamos de clientes que respeitam a agência e querem que esta também cresça", aponta.

Há 9 anos, a Gol Propaganda virou Sol Propaganda e os proprietários, Walter Thomé Júnior e Cidinha Coquemalla enfrentaram dificuldades porque vieram de fora. Mas acreditaram no trabalho e tiveram "lan-



Agência prefere investir em equipe própria para oferecer os serviços aos clientes

ces de muita felicidade", como a primeira campanha de volta às aulas da Bom Livro, em 1991, que fidelizou o cliente até hoje. Atualmente a Sol atende contas como Dudony, Cocamar (varejo), Aspen Park, Meleus e Colégio Platão. Para Thomé a profissionalização é o caminho para as agências, porque os clientes estão cada vez mais exigentes e preparados para avaliar os resultados da campanha. "Propaganda não é um ato isolado, é preciso uma política de comunicação, porque não existem soluções milagrosas", avalia.

OPINIÃO

Propaganda. História, opiniões e cultura

Não faz muito tempo as agências não tinham clientes "CLIENTES", apenas pensavam que tinham. Ninguém era muito fiel. Os clientes esperavam uma arte que considerassem boa e as agências investiam apenas no layout para agradá-los. Isso não está muito longe, uns 15 anos atrás. Se voltarmos mais no tempo, no mercado de São Paulo, nas recepções de certas empresas havia uma placa que avisava "NÃO ATENDEMOS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA", ou coisa assim, segundo já andou contando Roberto Duailibi, presidente da DPZ.

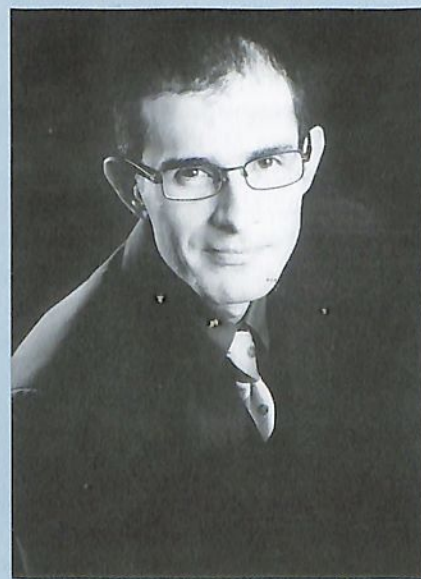
Apesar de ainda hoje existirem empresas que entendem pouco sobre comunicação e gastam seu dinheiro sem saber que objetivos estão buscando, o anunciante evoluiu. As mudanças na economia e nos hábitos de consumo provocaram diminuição na rentabilidade e as empresas tiveram de planejar melhor seus investimentos. Agora há clientes "CLIENTES". Alguns já têm verbas específicas calculadas em cada produto e vêem a comunicação como um investimento e não despesa. Com a evolução do anunciante local, cresceram as agências mais ousadas, inovadoras e sobretudo mais profissionais. Os veículos de comunicação também passaram a adotar práticas comerciais mais sérias, ajudando a melhorar a cultura do anunciante.

A pesquisa passou a estar mais

presente na vida dos anunciantes e estes passaram a contratar outros profissionais para auxiliar seus investimentos em comunicação e seu relacionamento com as agências. A chegada dos cursos de comunicação também tem ajudado o crescimento do mercado. Gente nova, melhor informada e cheia de energia, disposta a fazer melhor, questionar valores, falhas e ocupar espaço.

Mas ainda falta a percepção ao mercado de que vale a pena investir na produção de boas peças de comunicação, seja para jornal, TV, rádio, revista, outdoor ou outra mídia qualquer. Peças duráveis e bem produzidas fazem melhor a relação custo/benefício. Muitas vezes, por desinformação, o cliente acha que com R\$500,00 faz um filme lindo ou aquela foto maravilhosa. Aí vêm as agências e pouco contribuem para que ele aprenda que não dá para fazer. Com essa realidade as produtoras locais não conseguem evoluir muito, adquirem alguns equipamentos aqui e ali, mas não investem em bons profissionais.

Se quisermos que nosso mercado seja grande, precisamos melhorar nossa direção de arte, melhorar nossos textos, nossa produção final, nossos investimentos em pesquisa, nosso investimento nos profissionais. Os anunciantes, por sua vez, não deveriam insistir em reduzir os honorários de suas agências. Quem



José Luiz Garcia
Sócio e Diretor de Criação da
Ânima Comunicação

escolhe sua agência com base nisso está olhando pelo lado errado do telescópio. David Ogilvy recomenda que "os clientes deveriam se preocupar menos com quanto as agências estão ganhando e mais com quanto elas podem ajudá-lo a ganhar". Deveriam exigir boa propaganda de suas agências.

EXPOGOSPEL

3ª Feira Exposições de Produtos Evangélicos

Outubro Dias 23,24,25,26 - 2003

Em outubro deste ano, acontecerá a **3ª EXPOGOSPEL** Feira Exposição de Produtos Evangélicos. No parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro Maringá Paraná Brasil.

O mercado Evangélico hoje é alvo de investimentos e visto como muito promissor. Vários produtos e serviços já são lançados especificamente para este público. Nos Estados Unidos, apenas a industria do entretenimento para evangélicos movimente anualmente 3 (três) bilhões de dólares.

A **EXPOGOSPEL**, em sua 3ª edição, vem com uma proposta de se tornar o maior evento de produtos Evangélicos do BRASIL, congregando expositores de todo o Brasil dos mais diversos segmentos.

Oferecer aos empresários grande oportunidade para realizar excelentes negócios para o público evangélico e a comunidade em geral, possibilitando conhecer melhor os produtos e serviços oferecidos.

Também será montada no Parque de Exposições uma grande praça de alimentação, com restaurantes e parque de diversões.

Este ano estamos buscando não só apoio dos Pastores mas de toda a Comunidade Maringaense.

Empresários de Maringá e região, Reserve seu Stand. Apóie este projeto!

Maiores informações, podem ser obtidas pelos Fones **(44) 253 -1550 e 9964 - 4999**

E-mail: expogospel@expogospel.com.br

site: www.expogospel.com.br - Maringá - PR



*Maringá Pertence ao
Senhor Jesus Cristo!*

Apoio:

ACIM

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL



SRM
SOCIEDADE
Rural de Maringá



RECUPERAÇÃO DE CRÉDITOS

Associado terá desconto em escritório conveniado à ACIM

A ACIM acaba de firmar convênio com o Escritório de Advocacia "Guapo & Brasil Advogados Associados", que atua no ramo de Direito Tributário. O objetivo é auxiliar os associados da entidade em questões como recuperação de créditos tributários federais e estaduais, transferência de créditos acumulados em conta-gráfica (ICMS), defesas contra autos de infração, embargos à execução fiscal e ação anulatória de débitos fiscais.

Considerado um dos países com maior número de impostos, o Brasil tem mais de 50 espécies de tributos, entre impostos, taxas e contribuições. Além disso há mais de 1.500 normas em matérias tributárias que impõe às empresas em torno de 90 obrigações acessórias. Muitas dessas normas podem ser questionadas, seja por ilegalidade ou inconstitucionalidade.

Com a experiência de quem já foi Auditor da Receita Estadual, Inspetor Regional de Tributação e Inspetor

Regional de Fiscalização, o advogado José Fernando Guapo explica que as multas aplicadas pelo estado em casos de autos de infração, em sua maioria, têm "caráter meramente confiscatório". Por esta razão os tribunais e até mesmo a corte suprema têm decidido pela sua inconstitucionalidade.

O Escritório poderá prestar aos associados da ACIM, com descontos nos honorários, serviços como defesas administrativas, ações anulatórias, mandados de segurança, embargos à execuções fiscais, ações declaratórias, auditoria para levantamento de créditos e melhoria no lançamento contábil para reduzir a carga tributária. Além do advogado José



Convênio assinado na ACIM vai beneficiar os associados

Fernando Guapo e de seu sócio Carlos Alberto Arruda Brasil, especialista em Direito Tributário Municipal e atuante no Direito Empresarial e Direito Penal Tributário, integram a equipe os seguintes profissionais: o advogado João Batista Coelho Gomes e os contadores César Augusto Teixeira Santos e Roberto Bulka.

Serviço

Escritório de Advocacia Guapo & Brasil Advogados Associados
Av. São Paulo, 172 - Sala 712 - Fone 227-7867

ALERTA AOS ASSOCIADOS

De tempos em tempos os empresários começam a receber boletos bancários com cobranças de dívidas que eles desconhecem. Muitos procuram a ACIM em busca de orientação. Para o departamento jurídico da entidade, a primeira atitude a tomar é o levantamento de informações.

É importante checar se o endereço e telefone fornecidos no boleto realmente existem. O empresário também deve se informar sobre a razão social declarada. E principalmente, se não

houver contrato assinado, nenhum pagamento deve ser efetuado.

A mais recente cobrança indevida partiu de uma suposta administradora empresarial de guias e listas telefônicas. A ACIM tentou entrar em contato com os telefones indicados no boleto que alguns empresários receberam, e ninguém atendeu. A entidade lembra aos associados que há dois anos mantém convênio com a Editel, empresa que vem prestando o mais sério e eficiente serviço nesta área, na região de Maringá.

RESPEITO PELOS CLIENTES

A recente liminar que proibiu o aumento nas tarifas telefônicas não teve impacto algum para os clientes da GVT, operadora espelho da Brasil Telecom, Sercomtel e CTBC. É que antes mesmo da determinação judicial, a GVT já havia anunciado publicamente que manteria os preços praticados nos planos mensais e nas ligações locais. "O compromisso da empresa é não alterar os preços neste momento e nos próximos meses. Quando o fizermos, será baseado em nossa realidade de custos e num patamar bem mais moderado do que tentou fazer o monopólio das concessionárias", afirma o vice-presidente de Marketing e Vendas da GVT, Rodrigo Dienstmann.

Ciente de que a telefonia fixa local residencial é a que tem menor competição e maior impacto no IPCA (Índice de Preços ao Consumidor Amplo), o presidente da GVT, Amos Genish, é firme em sua opinião.

"O percentual de reajuste pleiteado pelas concessionárias é ultrajante e mostra que a ausência de regras fortes para regulamentar a competição afeta diretamente o consumidor", avalia. Na opinião do executivo, só a concorrência efetiva pode assegurar preços mais adequados para os usuários nas telecomunicações.

Para o presidente da ACIM, Arioaldo Costa Paulo, o respeito da GVT pelo consumidor pesou na decisão da entidade em firmar sucessivas parcerias com a

companhia. A instalação da GVT em Maringá foi considerada uma das grandes conquistas da cidade nos últimos anos, fruto da mobilização entre as entidades e o poder público. Costa Paulo lembra que a ACIM e o Codem tiveram papel fundamental na negociação com a empresa, resultando na geração de mais de 400 empregos diretos. "É uma companhia das mais sérias, que vem investindo muito em Maringá", diz.



GVT em Maringá gera 400 empregos diretos

EXEMPLO DE ECONOMIA

Os planos de preços praticados pela GVT, desenhados com base em pesquisas e necessidades detectadas pela equipe de vendas junto a clientes comerciais e residenciais, foram formulados de acordo com perfis diferenciados de uso da linha telefônica. As franquias residenciais começam a partir de 180 minutos com mensalidade R\$24,50 e são mais baratas do que a concorrência.



"O Moinho Vermelho Buffet tinha o desafio de vestir cozinheiros, garçons, chefs e copeiros com um conceito único e dentro das necessidades de cada função. Graças a Work Fashion, toda a equipe está uniformizada com estilo e a flexibilidade que o trabalho exige."

Elisângela Guimarães

WORK FASHION

*Uniformes Finos
Confeção sob Medida*

Fone: (44) 225-4231

Av. Brasil, 4312 - Loja 11
Centro Empresarial Transamérica
Fax: (44) 3026-4231 - Maringá - PR

EMPRESÁRIO DO ANO

O diretor superintendente da Usina de Açúcar e Alcool Santa Terezinha, Ágide Meneguette, recebe no dia 25 de julho o título de Empresário do Ano. O evento será realizado no Clube Olímpico, à partir das 20 horas. Os convites são por adesão e podem ser adquiridos pelo telefone (44) 3025-9636. Esta é a quinta edição do prêmio promovido pela ACIM, Sivamar, Fiep e Associação Paranaense de Supermercados.



O título Empresário do Ano será entregue no próximo dia 25

PONTA DE ESTOQUE

A tão aguardada Feira Ponta de Estoque será realizada entre os dias 23 e 26 de julho, no Parque Internacional de Exposições Francisco Feio Ribeiro. A Feira entra em sua 13ª edição e assim como nos anos anteriores promete ser um sucesso. Foram comercializados 330 estandes para os mais variados seg-

mentos, como confecções, calçados, eletrodomésticos, móveis e cosméticos. A expectativa é que o público supere o número registrado na última edição, que foi de 150 mil pessoas. O evento é promovido pelo ACIM, Mulher e Sivamar e conta com o apoio da Prefeitura Municipal de Maringá.



Feira Ponta de Estoque será realizada entre os dias 23 e 26 de julho



Agenda

Julho

21 a 25/07/2003

Curso "O Empreendedor Sênior", das 19 às 23h, no Centro de Capacitação da ACIM. O instrutor é Adriano Okawa.

23 a 26/07/2003

Feira Ponta de Estoque, no Parque Internacional de Exposições Francisco Feio Ribeiro.

25/07/2003

Entrega do título de Empresário do Ano, no Clube Olímpico, à partir das 20h.

25/07/2003

Lançamento do ACIM Digital.

28 a 31/07/2003

Sérgio Maximilla será o instrutor do curso "Redução de Custos em Telefonias", no Centro de Capacitação da ACIM, das 19 às 23h.

28 a 31/07/2003

"Como Cobrar Clientes Inadimplentes" será ministrado por Braz Ismael Vendramini, das 19 às 23h, no Centro de Capacitação da ACIM.

29/07/2003

Café com Cultura, às 7h30, no auditório da Receita Federal.

Agosto

05/08/2003 a 04/11/2003

Curso de extensão universitária "A Logística como Estratégia de Negócio Competitivo", no Centro de Capacitação ACIM.

06/08/2003

Entrega da Comenda Américo Marques Dias ao Arcebispo Emérito de Maringá, Dom Jaime Luiz Coelho, às 20h, no Maringá Clube.

18 a 29/08/2003

Curso "Viabilidade Econômica e Mercadológica", ministrado pelo professor Vicente Chiaramonte, no Centro de Capacitação da ACIM, das 19h às 23h.

26/08/2003

Café com Cultura, às 7h30, no auditório da Receita Federal.

HOMENAGEM MERECECIDA

Criada no ano passado para reverenciar personalidades que tenham prestado importantes serviços à ACIM, ao município ou região, a Comenda Américo Marques Dias irá conceder seu primeiro título. O reverenciado é Dom Jaime Luiz Coelho, Arcebispo Emérito de Maringá, que chegou a cidade em 1957 e contribuiu decisivamente para o seu desenvolvimento. Entre suas realizações está a fundação do jornal Folha do Norte do Paraná, da TV Cultura e a construção da Catedral Basílica Menor Nossa Senhora da Glória. O título será entregue no dia 6 de agosto durante um jantar no Maringá Clube. Os convites estão sendo vendidos na ACIM.



Dom Jaime será a primeira personalidade a receber a comenda Américo Marques Dias

JOVENS EMPRESÁRIOS

O Copejem programou para o começo de setembro o 4º Encontro Paranaense de Jovens Empresários, com o tema "Empreendedorismo: Soluções para o Mercado". Os palestrantes são os empresários Luís Calainho (Jovem Pam RJ e site Vírgula Ponto Com), Lito Rodrigues (que patenteou o Dry Wash, produto de lavagem a seco de veículos), Jefferson Nogaroli (Supermercados São Francisco) e Roni Locher (Jovem PAM RJ). Segundo o presidente do Copejem, Wilson Filho, é uma grande oportunidade para que os jovens empresários conheçam casos de sucesso. "São empresários que também começaram seus negócios ainda jovens e tiveram grande senso empreendedor", comenta. O Seminário está marcado para os dias 5 e 6 de setembro, no Teatro Calil Haddad.



Sua palestra, apresentação, inauguração, lançamento ou qualquer outro evento - com tudo o que você precisa.

Dê um show em seu evento, utilizando equipamentos especiais como:

- FOTO
- VÍDEO
- SOM
- ILUMINAÇÃO
- TELÃO
- MULTIMÍDIA



Fone: (44) 226-2395 / 9972-7003
Rua Néo Alves Martins, 852
CEP 87050-110 - Maringá - PR

ARTES PLÁSTICAS

Durante o mês de junho quem passou pela sede da ACIM apreciou a exposição "Pálpebras", do artista plástico Ademir Kimura. Composta por oito telas, a exposição tem como característica a pintura de traços retos, dando profundidade aos elementos retratados. De acordo com o artista, o objetivo é retratar as pessoas de maneira não convencional, causando impacto. Kimura se classifica como autodidata e sempre se interessou por artes visuais. Ele começou a pintar telas há cerca de três anos e já expôs na extinta Galeria Santa Imagem, em Maringá, e no teatro Calil Haddad. O trabalho do artista também já é reconhecido por especialistas. Uma coletânea de obras feitas por 40 artistas nikkais do Paraná, incluindo Kimura, será

exposta a partir de agosto em Curitiba. O trabalho faz parte da tese de doutorado da artista Rosimeire Odahara e também será transformado em livro. O Instituto Brasil-Espanha estará expondo, a partir de outubro, as obras de Kimura e outros artistas nas principais capitais do Brasil, como Curitiba, Porto Alegre e Florianópolis, e depois em Madri e Sevilha, na Espanha.



Arte de Kimura será exposta na Espanha

ESPAÇO CULTURAL

Foi inaugurado no dia 11 de junho o Espaço Cultural do Proe (Programa de Orientação ao Estágio), possibilitando aos estudantes o cadastro no sistema de estágio e consultar a internet. É mais um benefício aos estudantes, que ainda contam com o diferencial de serem capacitados através de cursos e treinamentos de qualificação.



Novo espaço permite que os estudantes tenham acesso gratuito à internet

O espaço está localizado junto ao Centro de Capacitação da ACIM, na rua Néo Alves Martins, 2321.

Gramaticando...

Na coluna deste mês trato da concordância nominal, isto é, da harmonia entre nomes em uma frase, oração ou período. A regra geral é: o artigo, o numeral, o adjetivo e o pronome adjetivo concordam em gênero (masculino ou feminino) e número (singular ou plural) com o nome a que se referem. Assim, na frase **Aqueles dois meninos estudiosos leram os livros antigos**, as palavras que se ligam aos substantivos *meninos* e *livros* concordam diretamente com eles.

Alguns casos específicos, porém, costumam dar maior dor de cabeça. É o caso da palavra *menos*. Quantas vezes já não escutamos "*Havia menos alunas na sala*"? Comumente, as pessoas fazem a concordância de gênero, que é inaceitável. Desse modo, o correto é usarmos o vocábulo *menos*, independentemente do gênero do nome ao qual nos referimos. Processo semelhante acontece com o vocábulo *alerta*. Invariável, nunca deve concordar com o termo ao qual se refere: *Os rapazes ficaram alerta* e não *alertas*.

Já o vocábulo *bastante* pode funcionar como palavra adjetiva ou como advérbio. No primeiro caso, estará ligado a um substantivo, concordando normalmente com ele: **Bastantes pessoas compareceram à reunião**. No segundo, estará ligado a um verbo, adjetivo ou advérbio e nunca varia: **Elas falam bastante**. Para facilitar, faça a substituição por *muito* e veja como é tranqüilo...

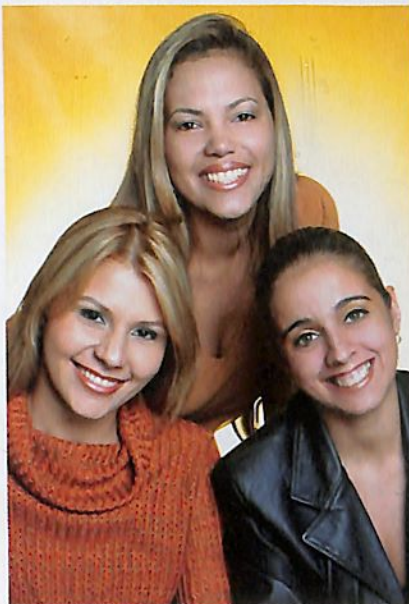


*Roberta Fresneda Villibor é graduanda em Letras Português/ Inglês pela UEM, colunista e revisora da revista da ACIM e professora de Gramática, Redação e Literatura Brasileira.
e-mail: rvillibor@hotmail.com

A ARTE DE SE CONHECER

A Climest está há 17 anos cuidando do seu bem estar e da sua saúde. Possui uma equipe altamente qualificada e atualizada nas áreas de Medicina Estética e Cirurgia Plástica, Psicologia Clínica, Fisioterapia Estética e Nutrição. Especificamente na Psicologia, tem como responsáveis as psicólogas: Ana Cláudia Gonçalves e Patrícia Freitas, atuando no atendimento psicoterápico clínico individual (adolescentes e adultos) e Orientação e Re-orientação Profissional.

Na Psicoterapia temos por objetivo promover o bem estar do paciente nos aspectos: pessoal, familiar, social e afetivo; a busca do autoconhecimento e o alívio do sofrimento psíquico, oferecendo segurança e tranquilidade para lidar com as mudanças que possam gerar desconforto e obter a compreensão do que está provo-



**Tatiana Pizani (fisioterapeuta),
Ana Cláudia Gonçalves (psicóloga)
e Patrícia Freitas (psicóloga)**

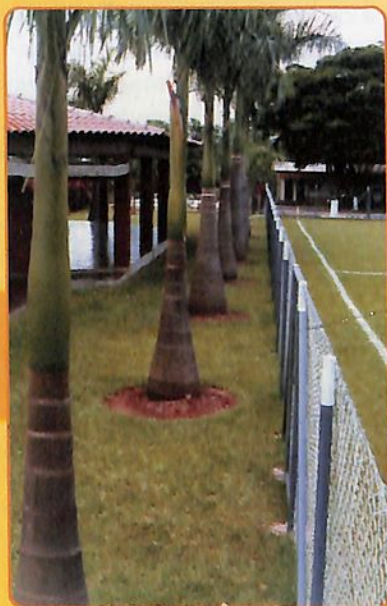
cando o sofrimento. Já no processo de Orientação e Re-orientação Profissional, facilitamos a escolha profissional do orientando, propiciando a ele principalmente o conhecimento de si próprio, informações sobre as diferentes profissões e universidades, áreas de atuação e mercado de trabalho, pois com a concorrência, diversidade de profissões e especializações, o indivíduo a cada dia passa a ter maior dificuldade para se realizar profissionalmente.

Portanto, auxiliamos o orientando para uma escolha profissional bem sucedida, consciente e moderna, de acordo com suas aptidões, identificação e interesses, para uma possível elaboração de um projeto de vida pessoal e profissional.

Serviço

Climest fica na rua Lopes Trovão
Fone: (44) 225-2050

RECANTO DOS MOSQUETEIROS CHÁCARA



**Dentro do perímetro
urbano,
no asfalto...**

**Campo Suíço, Vestiários,
Salão de Festas, Churrasqueira,
Piscina, Mesas de Jogos.**



Alugamos para Festas e Eventos

Fones: 3028-0077 | 9972-8779

POR QUE TANTO SOFRIMENTO?

Em tempos mais remotos, como o século XIX, algumas teorias científicas me trouxeram preocupações no que se refere ao comportamento humano e à fé em Deus. O homem então começou a deter o conhecimento com mais propriedade e isso o tornou mais dono de si, esquecendo-se de alguns valores que também lhe garantiriam a vida e o bem-estar: a religiosidade. A teoria darwinista, por exemplo, mostrou o processo da evolução das espécies a partir da seleção natural delas, abandonando qualquer presença da atuação divina. Para Charles Darwin, somente a ciência explicaria os porquês da vida.

Porém a total valorização da ciência em detrimento da fé muito me intriga, uma vez que esta (a fé) tem sido a base da minha vida e aquela (a ciência) o resultado daquilo em que sempre acreditei. Portanto, uma não exclui a outra.

Em virtude do avanço da tecnologia e da presença principalmente da televisão e do computador, não posso negar o quanto a agilidade de informações tem feito nossa ciência avançar, justificando o século XXI como a época da consolidação da ciência e da comunicação, agora em uma velocidade ainda maior. Para observar isso, tenho a oportunidade constante de sempre saber o que estudam alguns de nossos professores e, em um dos estudos científicos, tive condições de firmar ainda mais minha ideologia de vida. Fui convidado a conhecer um estudo sobre embriões de animais no Hospital Veterinário do Cesumar. Naquele dia, pude observar a transferência de embriões de bois. A princípio, fui convidado a observá-los a olho nu. No entanto, parecia nada ali existir. Trouxeram-me um microscópio e, por uma visão quarenta vezes maior que a considerada normal, vi pequenas manchas que, segundo me informaram, já eram vidas animais e se não regressassem em um tempo hábil ao



ventre materno, morreriam, sem qualquer questionamento.

É claro que pude admitir ainda mais o quanto a ciência é fundamental para que a reprodução daqueles animais ocorresse com a qualidade desejada para que se obtivesse um animal, com a estrutura de qualidade. Porém, sem a luz divina e a presença materna para a manutenção da vida, nada aconteceria. Desse modo, por meio dessa analogia a partir da vida de um animal irracional, volto-me para a vida humana e não a vejo como tão e somente mero resultado da ciência, segundo Darwin. Quiso afirmar, então, que algo bem mais forte está a favor das nossas vidas.

Um segundo aspecto com que reforço a "fé em Deus" reside na relação da sociedade quanto ao amor em si, pois acredito que este deve estar presente nos relacionamentos humanos para que a sociedade se mantenha com sucesso. Infelizmente, esse relacionamento, muitas vezes, tem sido desmoronado pela mídia, principalmente pela televisão, pois ela não é um espelho neutro e objetivo do

que passa na sociedade.

Dessa forma, se pararmos para analisar, as notícias, os filmes entram em nossas casas e os personagens, conflitos e problemas que a televisão transmite passam a fazer parte das nossas vidas, permitindo-nos achar que elas são aquilo que, por meio da TV, vemos. Isso muito me preocupa, pois sei que a televisão, em especial, tem um poder formidável de tecer a vida, se usada com sabedoria. Porém, o seu lado pervertido, com sensacionalismo, infelizmente, tem extrapolado e arrasado algumas famílias e pessoas, pois em muitos casos pode nos isolar, impedindo-nos da prática social e do cultivo ao amor. Tornamo-nos, desse modo, solitários, mesmo conectados, pois nos mantemos desligados das pessoas que nos amam. Isso nos tem apresentado resultados indesejados: crianças agressivas, jovens sem rumo e sem futuro, famílias destruídas.

Então, não posso negar a ciência enquanto elemento imprescindível ao desenvolvimento, pois estaria negando todo o meu trabalho e o que me faz crer numa vida melhor: a educação. Mas não é a ciência que deve dominar e sim nós que precisamos nos utilizar dela para a nossa felicidade, lembrando-nos sempre de que a ciência deve estar a favor do nosso bem-estar e não ser o deus que dita regras. Se isso ocorrer, nós, homens, estaremos a retroceder, deixando-nos levar pela criatura, esquecendo-nos de Deus, o Criador. E isso é o que talvez nos torne cada vez mais escravos do objeto e nunca felizes pelo que cultivamos, pois a fé que nos sustentaria passa a ser abatida pelo querer ser o dono do mundo e da ciência. Talvez seja esta a explicação de tanto sofrimento em nossos corações...

***Wilson Mattos**
é reitor do Cesumar

Filiações

Novas filiações de junho

ACIM

COMÉRCIO EM GERAL

Animal Center Maringá

Proprietário: Marcos Jardim

Componentes Eletrônicos

Proprietário: Aldo Pereira Teixeira

Loja de Presentes

Proprietário: Maria Gisela Campos Siste

Loja de Papelaria

Proprietário: Waltyer José Assoni

Loja de Perfumes

Proprietário: José Carlos Vieira

Loja de Roupas

Proprietário: Lucimar Zubich Matias

Loja de Pneus

Proprietário: Braz Vilhegas Rubio

Loja de Pães

Proprietário: Adair Borghi Moreira Dai

Loja de Tecidos

Proprietário: Francisco Marcílio Neto

Proprietário: Luci Filipin Batiston

Loja de Shopping de Descontos

Proprietário: Tanja Leal Santos

Loja de Comércio de Pneus Guaraciaba

Proprietário: Célia Aparecida Oliveira

Loja de Farmácia Bella

Proprietário: Cristiane Maria Colli

Loja de Farmácia Nipobras

Proprietário: Clarice Gabriel de Oliveira

Loja de Tecidos

Proprietário: Fernando Carlos de Oliveira

Loja de Roupas

Proprietário: Rosana Aparecida Tortorelli

Loja de Roupas

Proprietário: Moacir Honório

Loja de Universo

Proprietário: Jamir Reis Theodoro

Loja de Roupas

Loja de Star

Proprietário: Nilton Roberto Ubeda

Loja de Roupas e Óculos

Proprietário: Edivaldo Lanziani

Loja de Roupas e Óculos

Proprietário: Ailton Luis de Almeida

Loja de Calçados e Confecções

Proprietário: Francisca Germinda

Millenium

Proprietário: Victor Hugo Larini

Mima Flores

Proprietário: Silvana Benites Gregoris

Multiclasse

Proprietário: Maurício Willer's Fagundes

NDS Informática

Proprietário: Tânia Lucia Bertaglia

Ótica e Relojoaria Ideal

Proprietário: Paulo Ademir Ozeloto

Racemaster

Proprietário: Anna Cláudia Cabral

Sinara Cosméticos

Proprietário: Sinara Carrara Gino

Skansparts do Brasil

Proprietário: Creosvaldo Reis Gomes

Soar Ar Condicionado

Proprietário: Cezar Luiz Furlin

Tecsys Sistemas e Consultoria

Proprietário: Elizabeth de Assumpção

Torre Cell

Proprietário: José Aparecido Gonzaga

Júnior

CONDOMÍNIO

Condomínio Residencial Arpoador

Proprietário: Vítor Augusto Rocha

CONFECÇÕES

Abuse Fashion

Proprietário: Zirle do Nascimento Hara

Alma Gêmea

Proprietário: Ligia Liceia

Babuko

Proprietário: Fernando Alves Carneiro

Basic

Proprietário: Anésia Gusmão

Bunny's

Proprietário: Gisele Lisandra Giovaneli

Camisaria Brasileira

Proprietário: Joel Vilhena Coelho

Entre nós mulheres

Proprietário: Eliane de Moura

Giovana Baby Confecções Infantis

Proprietário: Silvia Regina Gomes

Loja Moça Bonita

Proprietário: Leocadia Maria Bossoni

Pequeno Gigante

Proprietário: Alessandro Vaz da Silva

Ponto X

Proprietário: Eduardo Flores dos Santos

Stock Íntimo

Proprietário: Regina Pereira Silveira

DISTRIBUIÇÃO

Top Distribuidora

Proprietário: João Marcos Mariani

INDÚSTRIA

Astor Frango Caipira

Proprietário: Nilton Santos Borges

Sid Lacto

Proprietário: Ana Maria Izalunga

SERVIÇOS

Adilson Simião de Souza

Proprietário: Adilson Simião de Souza

Amauri Souza Beauty Center

Proprietário: Amauri Mazarete de Souza

Artemar

Proprietário: Leonil Lara

Assunção Corretora de Seguros

Proprietário: José Gomes de Assunção

Auto Elétrica São Francisco

Proprietário: Francisco Deosdete da Silva

Borracharia Pinguim

Proprietário: Aloizio Solovi

English House

Proprietário: Rosângela Fernandes

Fabricio Monteiro de Casto Machado

Proprietário: Fabricio Monteiro de Castro

Machado

GC Alfa

Proprietário: Ademir Valério Gomes

Mega Hertz Comunicação

Proprietário: Manoel Tenório Cavalcante

Odonto Master

Proprietário: Elizabeth Helena Postigo

Ortodonto

Proprietário: Henrique Panerari Júnior

Projeto Info

Proprietário: Ronaldo Luiz Beleze



Filiações

Novas filiações de junho



COMÉRCIO EM GERAL

ACM Animal Center Maringá

Proprietário: Marcos Jardim

Aldo Componentes Eletrônicos

Proprietário: Aldo Pereira Teixeira

Aquarela Presentes

Proprietário: Maria Gisela Campos Siste

Assoni Papelaria

Proprietário: Walyter José Assoni

Bellokikos

Proprietário: José Carlos Vieira

Bel-Mar

Proprietário: Lucimar Zubich Matias

Brais Pneus

Proprietário: Braz Vilhegas Rubio

Brunella Pães

Proprietário: Adair Borghi Moreira Dai

Capsutec

Proprietário: Francisco Marclio Neto

Clam

Proprietário: Luci Filipin Batiston

Cidade Shopping de Descontos

Proprietário: Tanja Leal Santos

Comércio de Pneus Guaraciaba

Proprietário: Célia Aparecida Oliveira

Farmácia Bellafarma

Proprietário: Cristiane Maria Colli

Farmácia Nipobras

Proprietário: Clarice Gabriel de Oliveira

Grafftec

Proprietário: Fernando Carlos de Oliveira

Ingacoco

Proprietário: Rosana Aparecida Tortorelli

Ingafios

Proprietário: Moacir Honório

Lajes Universo

Proprietário: Jamir Reis Theodoro

Bernardes

L.G.V. Star

Proprietário: Nilton Roberto Ubeda

Maringá Correiras

Proprietário: Edivaldo Lanziani

Marmoraria Almeida

Proprietário: Ailton Luis de Almeida

Mika Calçados e Confecções

Proprietário: Francisca Germinda

Millenium

Proprietário: Victor Hugo Larini

Mima Flores

Proprietário: Silvana Benites Gregoris

Multiclasse

Proprietário: Maurício Willer's Fagundes

NDS Informática

Proprietário: Tânia Lucia Bertaglia

Ótica e Relojoaria Ideal

Proprietário: Paulo Ademir Ozeloto

Racemaster

Proprietário: Anna Cláudia Cabral

Sinara Cosméticos

Proprietário: Sinara Carrara Gino

Skansparts do Brasil

Proprietário: Creosvaldo Reis Gomes

Soar Ar Condicionado

Proprietário: Cezar Luiz Furlin

Tecsys Sistemas e Consultoria

Proprietário: Elizabeth de Assumpção

Torre Cell

Proprietário: José Aparecido Gonzaga

Júnior

CONDOMÍNIO

Condomínio Residencial Arpoador

Proprietário: Vitor Augusto Rocha

CONFECÇÕES

Abuse Fashion

Proprietário: Zirle do Nascimento Hara

Alma Gêmea

Proprietário: Ligia Liceia

Babuko

Proprietário: Fernando Alves Carneiro

Basic

Proprietário: Anésia Gusmão

Bunny's

Proprietário: Gisele Lisandra Giovaneli

Camisaria Brasileira

Proprietário: Joel Vilhena Coelho

Entre nós mulheres

Proprietário: Eliane de Moura

Giovana Baby Confecções Infantis

Proprietário: Sílvia Regina Gomes

Loja Moça Bonita

Proprietário: Leocadia Maria Bossoni

Pequeno Gigante

Proprietário: Alessandro Vaz da Silva

Ponto X

Proprietário: Eduardo Flores dos Santos

Stock Íntimo

Proprietário: Regina Pereira Silveira

DISTRIBUIÇÃO

Top Distribuidora

Proprietário: João Marcos Mariani

INDÚSTRIA

Astor Frango Caipira

Proprietário: Nilton Santos Borges

Sid Lacto

Proprietário: Ana Maria Izalunga

SERVIÇOS

Adilson Simião de Souza

Proprietário: Adilson Simião de Souza

Amauri Souza Beauty Center

Proprietário: Amauri Mazarete de Souza

Artemar

Proprietário: Leonil Lara

Assunção Corretora de Seguros

Proprietário: José Gomes de Assunção

Auto Elétrica São Francisco

Proprietário: Francisco Deosdete da Silva

Borracharia Pinguim

Proprietário: Aloizio Solovi

English House

Proprietário: Rosângela Fernandes

Fabricio Monteiro de Casto Machado

Proprietário: Fabricio Monteiro de Castro

Machado

GC Alfa

Proprietário: Ademir Valério Gomes

Mega Hertz Comunicação

Proprietário: Manoel Tenório Cavalcante

Odonto Master

Proprietário: Elizabeth Helena Postigo

Ortodonto

Proprietário: Henrique Panerari Júnior

Projeto Info

Proprietário: Ronaldo Luiz Beleze



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL
DE MARINGÁ

Rua Basílio Saltchuk, 388
Fone: (44) 3025-9595 - Fax: (44) 3025-9619
Cx. Postal 1033 - CEP 87013-190 - Maringá - Paraná
Home-page: www.acim.com.br
e-mail: acim@acim.com.br

CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Presidente: Ariovaldo Costa Paulo
1º Vice-Presidente: Antonio Fermenton; 2º Vice-Presidente: Ali Saadeddine Wardani; Vice-Pres. p/ Assuntos do Comércio: Adilson Emir Santos; Vice-Pres. p/ Assuntos da Indústria: Carlos Walter M. Pedro; Vice-Pres. p/ Assuntos de Serviços: Wilson de Mattos Silva; Vice-Pres. p/ Assuntos de Comércio Exterior: Carlos Alberto Domingues; Vice-Pres. p/ Assuntos Comunitários: Luiz R. Marquezini; Vice-Pres. p/ Assuntos de Novos Produtos e Tecnologias: Sérgio Yamada; Vice-Pres. p/ Assuntos do Serv. de Informações Cadastrais: Nivaldo Reginato; Vice-Pres. p/ Assuntos de Fin. Patrimônio: Carlos A. Tavares Cardoso; Vice-Pres. p/ Assuntos de Rel. com o Associado: Carlos Alberto Wurmeister; Vice-Pres. p/ Assuntos de Mkt e Vendas: Guilherme Fávero; Vice-Pres. p/ Assuntos de Desenv. De Bairros: Oscar Conchon; Vice-Pres. p/ Assuntos de Eventos: Shiniti Ueta; Vice-Pres. p/ Assuntos de Capacitação Profissional: José Carlos Valêncio; Vice-Pres. p/ Assuntos de Agronegócios: José Fernandes Jardim Jr.; Vice-Pres. p/ Assuntos de Crédito Cooperativo: Luiz Ajita; Vice-Pres. p/ Assuntos de Integração Econômica: Carlos Anselmo Corrêa; Vice-Pres. p/ Assuntos de Resp. Social e Cidadania: Milton Goetten de Lima; Vice-Pres. p/ Assuntos de Shopping Center: Domingos Bertonecello; Vice-Pres. p/ Assuntos Interdisciplinares: Heitor Bolela Jr.; Vice-Pres. p/ Assuntos das Micro e Peq. Empresas: Carlos Alberto Facco; Vice-Pres. p/ Assuntos de Meio Ambiente: Sir Carvalho e Vice-Pres. p/ Assuntos de Desenv. Regional: Eduardo Araújo.

CONSELHO SUPERIOR

Presidente: Jefferson Nogaroli
Secretário: Sabas Martins Fernandes
Conselheiros: Antônio Donizete Busiquia, Claudio Batistela, Claudio Haruo Mukai, Eraldo Formaggio, Gersí Francisco Andreotti, João Maria da Silveira, José Gomes Ferreira, Luiz Carlos Masson, Luis Fernando Ferraz, Paulo Meneguetti, Reginaldo Nunes Ferreira, Renato Tavares, Roberto Petrucci Júnior, Valdecir de Brito.

GALERIA DE PRESIDENTES

Américo Marques Dias; Murilo Macedo; Alfredo Maluf; Odwaldo Bueno Neto; Ermelindo Bolfer; Manuel Mário de Araújo Pismel; Ivo Vitor Asmann; Emílio Germani; João de Faria Pioli; Rodolfo Purpur; Joaquim Dutra; Ubirajara de Araújo Pismel; Luiz Júlio Bertin; Alvaro Miranda Fernandes; Sidney Meneguetti; Atair Niero; Raymundo do Prado Vermelho; Alcides Siqueira Gomes; Carlos Mamoru Ajita; Fernando Henriques; Massao Tsukada; Pedro Granado Martines; Hélio Costa Curta; Jefferson Nogaroli.

COPEJEM - CONSELHO PERMANENTE DO JOVEM EMPRESÁRIO

Presidente: Wilson de Matos Silva Filho
1º Vice-presidente: Walcir Franzoni
Vice-presidente p/ Assuntos de Informações: Enicéia Silva
Vice-presidente p/ Assuntos do Comércio: Marcos César Gameiro Obici
Vice-presidente p/ Assuntos de Desenvolvimento Regional: Sandro Bertoni
Vice-presidente p/ Assuntos da Indústria: Cláudio L. Zavatini

Vice-presidente p/ Micros e Pequenas Empresas: Ademir Kimura
Vice-presidente p/ Assuntos de Responsabilidade Social e Cidadania: Adriana Scandela
Vice-presidente p/ Assuntos de Integração Econômica: Antonio Fiel Cruz Júnior
Vice-presidente p/ Assuntos de Relações com Associados: Mohamed Ali Awada
Vice-presidente p/ Assuntos de Eventos: Ricardo Michels
Vice-presidente p/ Assuntos de Serviços: Ricardo Paiola Kmiecik
Vice-presidente p/ Assuntos de Capitação Profissional: Wanderlei de Almeida César Júnior.
Vice-presidente p/ Assuntos de Secretaria: Cecília Leonor Philipp Borin
Conselheiros: Alessandra Serra; Ana Carolina Gomes; Ana Carolina Schiavon; Claudiana Andreia Zavatini; Cláudio Isamu Suzuki; Daniela Midori Taguchi; David Conchon; Davilson Mantovanni; Gláuber Marini da Silva; Ives Tomita; Luciane Udenal; Luiz Eduardo Borin; Wilson Ap. de Oliveira.

CONSELHO DA MULHER EMPRESÁRIA E EXECUTIVA

Presidente: Anália Nasser
1º vice-presidente: Clélia Cordeiro Hilgemberg
2º vice-presidente: Tininha Rodrigues
Diretoras: Nilva El Ghaz, Jeane Nogaroli, Eligiani Ernandes, Helenice Ferri, Elizabete Benites, Donária Rizzo, Miriam de Moraes Parmezani, Adriana Pierini e Beatriz Bianchi da Costa.
Conselheiras: Cintia Murad, Monica Grillo, Nanci Martins, Regina Teixeira, Roni Enara Rodrigues, Wilma Belotto, Alessandra A Moimás, Marcia Elshof e Marilene Fernandes.

CONSELHO DO COMÉRCIO E SERVIÇO

Conselheiros: Ademir Camargo; Adhemar Anselmo; Ailson Costa Paulo; Alvaro Bento de Freitas; Angelo Antonio Minatel; Antonio Castanharo; Antonio Endrissi Sobrinho; Antonio Fernandes de Araújo; Antonio Marcos de Souza; Antonio Roberto da Silva; Aparecido Marroni; Ari Ricardo Engelbert; Artur da Costa Fernandes Filho; Celidônio Chagas; Cicero Bianchi; Claudemir Aparecido Matiusso; Daltro Germano Alves; Débora Andrade Bontempi Canevêr; Derclio Constantino; Dirceu Martins; Douglas Camillo de Souza; Douglas Ortiz; Eber Coutinho; Ediercio Israel Pereira; Edson Luiz Cardoso Pereira; Edson Maurício de Lima; Edson Sanches; Eduardo Gonçalves da Silva; Eduardo R. Celidonio; Eliel Pereira Diniz; Elizabete Camilo; Flavio Koiti Otamura; Flávio Tavares; Frank Sandro Becchi; Gerson Luiz Sovinski; Hermes Aparecido Coli Vieira; Inês Tomon Pardini; Irineu Kioshi Otsuki; Irineu Meurer; Ivanilde Costa Silva; João Batista; João Cappebosck; João Paulo Silva Júnior; João Willlich; Jorge Ceranto; José Amauri Crozariolli; José Carlos dos Santos; José Cláudio de Castro Ferrer Filho; José Paulo Urgnani; Julio Kusakawa; Kleber Jun Nabela; Laércio Vieira Pereira; Lucheo Tombini; Luiz Carlos Aristo; Luiz Carlos de Paulo; Luiz Erismar Pereira; Luiz Nora Ribeiro; Luzia Rati De Oliveira Costa; Manoel Claudemir Terron Garcia; Manoel Donizete Vaz Teixeira; Manoel Mário de Araújo Pismel; Marcelo Azevedo Jorge; Marcelo Filippin; Márcio Antonio Santos; Marcos Kenji; Maria Sônia Coelho; Mário Roberto Andregheti; Mario T. Misawa; Massayuki Sérgio Saito; Mauro Antonio Carvalho; Mauro Cominatto Men; Moacir Demori; Moacir Rodrigues Montalvão; Nelson Barbosa; Nicanor João Matheus; Norvan Noronha Dias; Odair Barion; Osmar dos Santos Vieira; Osvaldo Reginato; Osvaldo Soares de Oliveira; Paulo Pereira Lima; Paulo Roberto Teixeira; Petronio Cordeiro Junior; Regina Valéria Teixeira; Reginaldo Caleffi Navarro; Renato Zardeto Júnior, Rui Foletto; Sérgio Ramos da Costa; Silvio Saiti Iwata; Sonia Maria Silva Vieira; Valdecir Amancio de Souza; Valmir Sevidanis; Vanderlei de Almeida César; Vanderlei Davina; Wilson Diniz Silva Vieira.

Superintendente da ACIM: Dirceu Herrero Gomes
Gerente Institucional: Sérgio Gino
Gerente de Capacitação e Eventos: Yara Sue Kaway Van Linschoten
Coordenador Administrativo e Financeiro: Silvio Luiz Matos Silva
Coordenadora do SPCP: Ivanete Aparecida Pagnan
Coordenador de Informática: Junior Della Mea
Coordenador de Projetos: Ayrton Ângelo S. Filho
Coordenador Comercial: Paulo César Barrionuevo

REVISTA



A REVISTA DE NEGÓCIOS DO NORTE DO PARANÁ
ANO XL N° 426 Julho/2003

Publicação Mensal da Associação
Comercial e Empresarial de
Maringá - ACIM

DIRETOR RESPONSÁVEL

Guilherme Fávero
Vice-presidente de Marketing e Vendas

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Alessandra Pajolla MTB 3509/13/73v -PR

CONTEXTO COMUNICAÇÃO EMPRESARIAL

Alessandra Pajolla
Daniel Coutinho de Paula
Giovana Campanha
Fone: (44) 269-2525
contexto@contextocom.com.br

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Altair Aparecido Galvão

CONSELHO EDITORIAL

Guilherme Fávero, Nivaldo Reginato, Wilson de Matos Silva Filho, Clélia Cordeiro Hilgemberg, Dirceu Herrero Gomes, Sérgio Gino, Alessandra Pajolla, Silvio Luiz Matos Silva, Yara Sue Kaway Van Linschoten.

Editoração eletrônica

(Interativa Comunicação)

Capa

Ânima Comunicação

Fotos

João Cláudio Fragoso
Arquivo O Diário do Norte do Paraná
James Negrini

Revisão

Roberta Villibor

Fotolitos

Gráfica Regente

IMPRESSÃO:

Gráfica Regente

ESCREVA-NOS:

Rua Basílio Saltchuk, 388
Caixa Postal 1033 Maringá Paraná
CEP 87013-190
e-mail: imprensa@acim.com.br



Coloque o seu
anúncio no ponto mais
visível das cidades.



Anuncie na Lista Classificada Editel.
Além de ser a lista mais completa,
a Editel é a lista mais lembrada pelos
paranaenses pelo terceiro ano consecutivo.
Atuando nos Estados do Paraná, da Bahia,
de Sergipe, de Alagoas e do Espírito Santo
há mais de 18 anos, a Editel é a garantia
de muitos contatos para a sua empresa
fazer bons negócios. Veicule o seu anúncio
na casa dos consumidores o ano inteiro.

Ligue 0800 4006363 e solicite a visita
de um dos nossos consultores.

2003

4/7

dia internacional do cooperativismo



a união faz a unimed

**No seu dia-a-dia você corre, planeja, trabalha, descansa, vive.
Você busca o melhor para você, para os seus amigos, colegas, para todos que você ama.**

Isto é solidariedade, cooperação.

Cooperativismo é ação e atitude para um mundo melhor.

JUNTE-SE A NÓS!



MARINGÁ

ISO 9001

seu plano, sua vida

ANS-Nº 371254

RB Sul / *Zeyce*