

Revista

ACIG

Edição 37 | Ano 4 | Setembro 2010 | Uma publicação da Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava

Capa

TRANSPARÊNCIA EMPRESARIAL

Transparência empresarial dentro de uma empresa significa compartilhar com os colaboradores informações, para que entendam melhor a finalidade de seu trabalho e possam, assim, desempenhar melhor suas funções

| **ACIG** elabora documento com reivindicações para entregar aos candidatos

| **EMPRESA** filiada a uma corretora da Bolsa de Valores se instala em Guarapuava

*Setembro. Estação das cores.
Da alegria. Das conquistas.*

edifício residencial

*D*ONA LEILA

Apartamentos de 2 e 3 quartos.*

Rua Saldanha Marinho, 40 - Trianon

*venda após o término da obra.

Rua Padre Chagas, 3636 - Centro - Guarapuava/PR (42) 3623-4074

www.imobiliariagaspar.com.br

CRECI J-2155



Tem uma força soprando cada vez mais forte.
A força do Sicredi. Um sistema de cooperativas
de crédito com mais de 1000 pontos de
atendimento no Brasil, com tudo que um banco
tem: cartões, caixas eletrônicos, investimentos,
financiamentos. Mas ao invés de cliente,
no Sicredi, você é dono. Já são mais de 1,6 milhão
de donos somando forças para crescer. Porque,
no Sicredi, todos os recursos que você aplica
são reinvestidos na sua região, fortalecendo
todo mundo ao seu redor.

Vem ser dono e crescer com a gente.

www.sicredi.com.br



Seja dono desta força.

A palavra de ordem é transparência

A TRANSPARÊNCIA EMPRESARIAL PODE TRAZER RESULTADOS BASTANTE POSITIVOS PARA UMA EMPRESA. ESPECIALISTAS COMENTAM COMO IMPLANTÁ-LA E QUAIS CRITÉRIOS DEVEM SER SEGUIDOS NA HORA DE TENTAR TORNAR O SEU EMPREENDIMENTO MAIS COMPREENSÍVEL PARA TODOS OS COLABORADORES



JULIO AGNER: O HOMEM DA CELTA MÓVEIS

06



FORMALIZAÇÃO A UM PASSO

10



BOLSA DE VALORES MAIS PRÓXIMA DOS GUARAPUAVANOS

12



PAVILHÃO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO É SUCESSO DE PÚBLICO MAIS UMA VEZ

22



AMPLIAÇÃO DA LICENÇA-MATERNIDADE É APROVADA PELO SENADO

23



ACIG ELABORA DOCUMENTO PARA ENTREGAR A CANDIDATOS

24



SCPC ALERTA SOBRE ROUBO OU EXTRAVIO DE CHEQUES E DOCUMENTOS

25



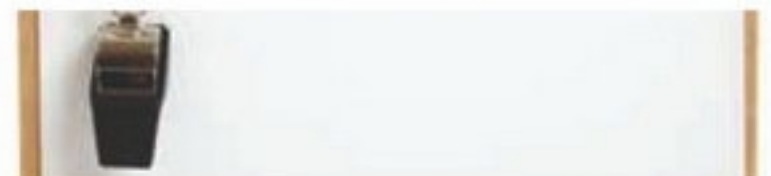
NOTAS ACIG

26



COACHING COMO PARCERIA PROFISSIONAL EXCLUSIVA RUMO AO SUCESSO

28



ANIVERSARIANTES E NOVOS ASSOCIADOS ACIG

30



A transparência empresarial pode trazer resultados muito positivos dentro de uma empresa. Mas é preciso fazer algumas adequações internas antes de implantá-la. E adotar critérios bem estabelecidos. Especialistas, de forma geral, defendem a transparência, mas são mais resguardados com relação a projetos de expansão. Às vezes, entendem, é preciso guardar segredo, para informações estratégicas não vazarem para quem não deve.

Mostramos, nesta edição, o exemplo de uma empresa que implantou a transparência incondicionalmente e que teve benefícios com a prática. Guarapuava deve ter vários outros exemplos, mas é visível que o meio empresarial local pode evoluir ainda mais neste sentido.

Mostramos também, nesta edição, que a Bolsa de Valores está mais próxima dos guarapuavanos, depois da inauguração de uma empresa filiada a uma corretora. O número de investidores na cidade tende a aumentar. Em médio e longo prazo, a economia local pode ganhar com isso, a partir do momento em que os investidores da Bolsa tenham bons resultados e apliquem os lucros em empreendimentos no município.

Mais uma vez, falamos do MEI (Micro Empreendedor Individual). É sempre importante reforçar que existe a possibilidade de quem hoje está na informalidade se formalizar, com baixos custos e com perspectiva de benefícios futuros.

A Revista Acig não podia deixar de registrar o sucesso obtido, em mais um ano, pelo Pavilhão da Indústria e Comércio, que deu a possibilidade de empresas locais e de fora divulgarem suas marcas e venderem seus produtos.

Por fim, como é época de eleições, a Acig elaborou documento para ser entregue aos candidatos, assumindo mais uma vez seu compromisso de lutar pelo desenvolvimento empresarial e social de Guarapuava e região.

expediente

Coordenação
ACIG
Editor-chefe e redator
Guilherme Bittar - MTB 7432
Estagiária
Gabriela Tiron
Capa
Foto: shutterstock.com
Arte: Pulsar Propaganda
Projeto Gráfico
Pulsar Propaganda
Diagramação
Rogério Z P Barbosa
Revisão
Osvaldo Tavares e Sômoio S. Salvador
Impressão
Gráfica Midiograf
Tiragem desta edição
1.500 exemplares
Fale com a Redação
Guilherme Bittar - (42) 3621-5566 ou (42) 9928-1076
Envio de releases, informações, sugestões de pauta e comentários
imprensa@acig.com.br
Publicidade - ACIG
Rua XV de Novembro, 8040 - Centro - (42) 3621-5566
Guarapuava/PR - acig@acig.com.br
Contato Comercial
Danieli Oliveira

É permitida a reprodução parcial ou total do conteúdo das matérias desta Revista, desde que obedecidos os créditos. Conceitos emitidos nos artigos assinados não refletem necessariamente a opinião da Revista ACIG.

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente

José Divonsil da Silva

2º Vice-presidente

Eloi Laércio Mamcasz

Vice-presidente Comércio

Mariana Weber Rodrigues

Vice-presidente Indústria

Julio Cezar Pacheco Agner

Vice-presidente para Assuntos de Prestação de Serviços

Rudival Kasczuk

Vice-presidente Agrícola

Arival Ribas Cramer Junior

Diretor Administrativo

Rodrigo Silva Libório

1º Vice-presidente

José Fernando Brecailo Jr

Vice-Diretor Administrativo

Luiz Manoel Oliveira Martins

Diretor de Finanças e Orçamento

Oronil Oliveira Junior

Vice-diretor de Finanças e Orçamento

Ernesto Odilo Franciosi

Diretor de Assuntos do SCPC

Abrão Nassar

Diretora de Relações Públicas

Adriane Terezinha Hasse

Diretor de Promoção e Eventos

Ângelo Geraldo Bochenek

Diretor de Crédito Cooperativo

Cledemar Antonio Mazzochin

CONSELHO DELIBERATIVO

Conselheiros

Acássio Antonelli

Arnaldo Stock

Evaldir Cordeiro Belo

Ires Salete Previatti

Renato Küster Filho

Rosana Tosin Almeida

Rosemari Bremm O Germano

Sergio C. Zarpellon

Valcenor Leopoldo Fleck

Serlei Antonio Denardi

Vilmar Domingues da Luz

CONSELHO DO JOVEM EXECUTIVO

Presidente

Luiz Fernando de Souza

Conselheiros

Juliano Nizer

André Rudek

Paulo Reckziegel

Ildefonso Junior

Marcos Roberto Nunes

CONSELHO DA MULHER EXECUTIVA

Presidente

Marcia Vaz

1º Vice-presidente

Loren D'Angelo

Conselheiras

Lara Mena Sganzerla

Maria Inês Guiné

Flávia Hoffmann

Adriane Aranha

Claudete Neske Bastian

Francieli Struz Nunes

Elaine Cristina Costa

Elizabeth Machado

Fale com a ACIG:

Rua XV de Novembro, 8040 - Centro | Caixa Postal 474 | CEP 85010-100 | fone (42) 3621-5566 | fax 3621-5573 | www.acig.com.br | acig@acig.com.br





Julio Agner: uma história empresarial e associativista

NESTA EDIÇÃO, A REVISTA ACIG TRAZ UMA NOVA SEÇÃO PARA O SEU LEITOR, A SEÇÃO “EMPREENDEDOR”, QUE CONTARÁ HISTÓRIAS DE EMPRESÁRIOS, PARA QUE SIRVAM DE EXEMPLO E TAMBÉM DE ESTÍMULO PARA OS QUE ESTÃO NA ÁREA E PARA QUEM PRETENDE ENTRAR NO MUNDO EMPRESARIAL. O PRIMEIRO ENTREVISTADO DA REVISTA ACIG É JULIO AGNER, CIRURGIÃO DENTISTA POR FORMAÇÃO E EMPRESÁRIO HÁ

20 ANOS. ELE JÁ ATUOU NO RAMO DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO E NO SETOR MADEIREIRO. HOJE, ESTÁ À FRENTE DA CELTA MÓVEIS, UMA DAS DUAS ÚNICAS INDÚSTRIAS DE MÓVEIS DE GUARAPUAVA. ALÉM DE SUA ATUAÇÃO EMPRESARIAL, DESTACA-SE, TAMBÉM, PELA SUA LIGAÇÃO COM O ASSOCIATIVISMO. EM 2002, ARRISCOU ENTRAR NO MEIO POLÍTICO, CANDIDATANDO-SE A PREFEITO. POR ENQUANTO, NÃO PRETENDE TENTAR DE NOVO.

Como começou sua ligação com o mundo empresarial?

A minha origem empresarial é também familiar. Meu pai começou em 1948 o primeiro negócio. Ele nasceu no interior e depois se transferiu para Guarapuava. Em 1948 começou o empreendimento, com dois outros sócios. Trabalhava na época com ferramentas, ferragens, armas, munições, que era mais ou menos o mix da época. Eu nasci no ambiente de empresa, e meu pai, que não estudou, sempre estimulou todos os filhos a fazerem um curso superior. Praticamente todos saíram de Guarapuava e foram estudar fora. A faculdade aqui ainda era bem incipiente, não tinha uma oferta de cursos. Eu fiz o curso de cirurgia dentista. Com a expansão da empresa, meu pai pediu que eu retornasse, e eu vim assumir um cargo de chefia. Depois, com a necessidade de buscar conhecimento na área de gestão, eu fiz um MBA em Gestão Empresarial para me atualizar e levar adiante o empreendimento.

É natural de Guarapuava?

Nasci aqui, mas estudei 13 anos em Curitiba, desde a oitava série.

Chegou a atuar como dentista?

Atuei cinco anos como cirurgião dentista. Participava de uma clínica com alguns colegas em Curitiba. Em 1990 eu voltei pra cá.

O que te fez largar a carreira de dentista?

Eu gosto muito da atividade empresarial, combina com o meu perfil, tenho bastante interesse em empreender, em criar negócios novos, tentar enfrentar os desafios... A dinâmica da empresa é importante, porque é um jogo: você tem o mercado, tem competição, concorrência, desafios... No meu caso, que trabalho com indústria, você tem que gerar inovação através de um produto. Tudo isso é apaixonante, eu gosto bastante de atuar no meio empresarial por causa disso.

Em qual empresa veio trabalhar e fazia o que?

No próprio Lacerda, na filial, assumindo a parte de madeira. Era uma madeireira. Fiquei até 2008, praticamente 17 anos.

E hoje o teu empreendimento é uma indústria de móveis.

Sim, eu me desliguei da sociedade e levei adiante o trabalho que vinha sendo feito na filial. Já trabalhava com móveis lá, e atualmente estou inserido no segmento.

Como está esse segmento em termos de mercado?

Existe uma demanda grande no Brasil sobre móveis. O Brasil está passando por uma nova realidade, a sociedade tem cada vez mais poder de compra, as pessoas almejam uma melhoria na qualidade de vida, e conforto também. E isso vem bater com a questão ▶

do móvel. Primeiro se busca moradia, depois se quer ter um ambiente bem decorado, com bastante conforto. É uma necessidade. Eu vejo que boa parte da população ainda não conseguiu atingir esse nível esperado. Então tem uma boa perspectiva de futuro. Não só a indústria moveleira, mas dentro de uma escala de prioridades, eu diria que ela está em terceiro ou quarto, em termos de anseio. Primeiro ter um carro, ou uma moradia, mas os móveis devem estar no terceiro ou quarto objetivo.

O mercado, então, está favorável.

Tem sido favorável. Depois da crise de 2008, tivemos um período de estagnação, diminuíram bastante os negócios, até pelo clima de incerteza. Isso afetou a questão do consumo. A partir daí houve uma crescente. Não está superaquecido como outros segmentos, o automobilístico, por exemplo. O nosso não, ele tem sido razoável, mas tem sido constante. Eu tenho a impressão que ao persistir essa política econômica, nos próximos anos o setor deve estar bem aquecido.

Quantos produtos sua indústria fabrica?

Somos especializados em produzir cadeira e mesa, mas tem cores e modelos diferentes, gera variedade. Por trabalhar em escala, não tenho um número muito expressivo ainda, mas as várias combinações fazem pelo menos 30 tipos diferentes.

E quantos empregados têm?

Cerca de 90 funcionários. Na indústria, o que tem se buscado muito, infelizmente, é a automação. Tem equipamentos cada vez mais sofisticados, computadorizados, que fazem tarefas bem avançadas. A idéia é que não se busque aumentar o número de funcionários, e sim investimentos em máquinas que fazem processos mais elaborados. Mas eu busco, evidentemente, aumentar o faturamento, aumentar o valor agregado.

A produção também é voltada para a exportação?

Nós exportamos alguma coisa, temos alguns contatos na América Latina. Porque o tipo de móvel que eu produzo, o móvel brasileiro, é bem diferente do ame-



ricano ou do europeu. Normalmente as empresas que atuam no mercado de exportação desenvolvem produtos de acordo com os interesses, as necessidades do consumidor americano. Então eles utilizam muita madeira maciça, o modelo é diferente, o design é diferente. Aqui no Brasil o tipo de móvel que se utiliza, principalmente aquele de escala, seriado, é feito com mais brilho... Eu tenho mandado alguma coisa pro Paraguai e pra Bolívia, e tenho tido alguns contatos com o mercado africano também, de Angola.

Você participa bastante de feiras, exposições, e visita outras empresas. De que forma contribui com o negócio?

As empresas brasileiras estão atingindo cada vez mais um nível de gestão bastante profissional. Nos vários segmentos, desde processo produtivo, inovação, gestão administrativa e financeira, enfim, tudo que cerca a gestão da empresa tem sido bastante explorado. Eu procuro buscar isso fora. A participação nas feiras, tanto expondo quanto visitando, é muito importante para ver tendências, para avaliar a concorrência, como eles têm se portado, as boas práticas... E dentro da empresa eu estimulo a minha equipe a buscar inovação, fazer de forma eficiente, de um jeito diferente. O móvel tem um componente estético importante, então constantemente tem que mudar o perfil, porque gera atratividade na hora de vender. E tem as outras coisas que complementam a parte comercial: logística, assistência técnica, prazo de entrega, coisas que o cliente demanda da indústria.

Por que Guarapuava, que tem tantas madeireiras, não é um pólo moveleiro?

Embora a gente esteja inserido numa base florestal grande, não quer dizer que necessariamente precisamos ser um pólo moveleiro, porque muda o perfil ►

do empresário. Seria importante que nós tivéssemos políticas públicas, e que as próprias entidades estimulassem a criação de um pólo moveleiro. Precisaria ter algumas empresas âncoras, talvez estimular algumas grandes empresas para que elas se instalassem na região, pegar empreendedores da região que têm perfil para a área moveleira. Acho que isso tem acontecido, principalmente o caso da Repinho, que tem interesse em começar a trabalhar com produtos no setor moveleiro. Tudo isso é importante para a consolidação do pólo. Mas uma coisa está desconexa da outra. São empresas diferentes, embora você utilize matéria-prima, o setor moveleiro é mais complexo.

A Celta já começou produzido móveis?

Não, lá a gente começou a trabalhar com madeira serrada. O que aconteceu comigo pode acontecer com outros, é uma evolução. Eu imaginava que a perspectiva de trabalhar com um produto de valor agregado maior – que você conseguisse atuar em nível nacional, internacional – propiciasse trajetória mais tranqüila para o empreendimento. A indústria moveleira sente menos; a madeireira está mais suscetível a nuances de câmbio. A moveleira, embora os desafios sejam grandes, você consegue mudar regiões, mudar o produto, e ter uma articulação melhor. Se o cidadão faz um produto que é commodity, está sujeito às variações do mercado. O setor madeireiro sofre mais que o moveleiro.

Pra fazer essa transição, de uma madeireira para uma indústria de móveis, é um investimento muito pesado?

Sim. Tem de construir uma história de mudança. Tem de desenvolver um know-how pra trabalhar com móveis, isso se conquista ao longo do tempo. Precisa ter uma cadeia comercial, desenvolver relacionamento com grandes redes. E temos observado a tendência de concentração em grandes redes, as pequenas lojas estão se acabando. É um segmento que está em transformação, e a indústria tem que enfrentar os desafios.

Para a Celta, como foi essa transição?

Faz tempo que eu tenho interesse e visito feiras... Eu comecei esse trabalho em 1998, mas que a empresa começou a produzir efetivamente móveis faz uns cinco anos. Foi um bom período de transição, porque chegamos a produzir componentes para móveis, foi feita uma ambientação, preparamos os profissionais também.



▶ Aperfeiçoamento dos produtos é objetivo constante

Fale-nos um pouco sobre seu perfil administrativo, relacionamento com os empregados, sistema de gestão da empresa.

Eu me considero descentralizador. Delego bastante, embora a gente exija uma qualificação, um preparo necessário. Tenho trabalhado com bastante gente jovem, no sentido de formar essas pessoas e vejo que existe necessidade de um grande comprometimento, de pessoas interessadas, querendo que a empresa progrida. Eu estimulo a participação em cursos, busco ferramentas para aplicar na gestão através de softwares de controle de produção. Tem também o lean manufacturing que a gente adota na empresa, estamos com um novo modelo de gestão de custos, que é através de unidades de força de produção. São coisas aplicadas em grandes empresas, mas que a gente quer usar para ter boa performance.

A empresa é dividida em quantos departamentos?

A separação é entre o setor produtivo e o setor administrativo e financeiro. Dentro desses departamentos existem outras divisões, o processo de acabamento... No administrativo e financeiro é normal, como nas outras empresas, RH, financeiro, contabilidade própria... ▶



Rogério Zangelmi

São quantos gerentes, ou supervisores?

Eu chamo de encarregados. Tenho três pessoas em nível hierárquico. Tenho alguns outros, que estão num nível um pouco abaixo. Mas não tem uma verticalização muito grande, eu acho pouco eficiente.

E como trabalha com os seus encarregados?

Eu faço reuniões para discutir os indicadores da empresa, fazer o monitoramento mensal, semanal, dependendo da necessidade. Hoje a gente está caminhando pra ter esses controles bem efetivos, ainda estamos no processo de lapidação. Há uns dois anos começamos com um software novo, específico para indústria. A gente tem trabalhado para evoluir, com novos indicadores, colocando metas, discutindo estratégias, fazendo planejamento estratégico. Rever o caminho que vamos seguir nos próximos anos.

O que pode ser falado sobre os planos de ampliação da empresa?

Procuramos ter uma participação maior no mercado. Atuamos em cinco estados, mais as exportações. Existe uma perspectiva bem positiva de expansão, temos trabalhado em cima de qualidade, e oferecer produtos

com maior valor agregado. Estrategicamente, nos posicionamos dessa forma. Saímos de um móvel popular para um mais acabado, com aparência melhor. O que eu procuro também é buscar a formação da equipe, principalmente o comando. Nós estamos num período de formação, e essas pessoas estarão mais bem preparadas daqui dois anos. Eu tenho investido no aperfeiçoamento delas, para que consigamos ampliar o faturamento, melhorar os resultados. Não sei até que ponto teria visão de ter uma mega empresa, isso é mais distante. O nosso planejamento palpável para daqui cinco anos é essa idéia: buscar valor agregado, não ampliar tanto em número, mas em faturamento.

E quanto a planos pessoais e empresariais. Pretende atuar em algum outro setor?

No momento, eu quero me focar no setor, que está em processo de amadurecimento. Começar um negócio diferente é temerário, talvez eu não tivesse tempo para me dedicar, e isso oferece um risco para os dois negócios. Então eu precisaria me consolidar, a minha equipe ainda está em processo de amadurecimento, são jovens, e é preciso aguardar mais.


Sua participação em entidades associativistas é bem consistente e vem de tempo. O que se ganha com isso?

Eu vejo uma necessidade grande, tanto pessoal como também em um cunho social. No pessoal e no profissional, está associado ao processo de trocar informações, desenvolver uma boa rede de relacionamentos, conhecer clientes e fornecedores. E poder contribuir de alguma forma com a sociedade. Não é uma função individual, tem que pensar no coletivo, promover desenvolvimento, ter novas idéias. E depois você acaba recebendo a resposta, os benefícios, individualmente ou na empresa. Eu acho importante. As pessoas deveriam participar mais.

Participa de quantas entidades?

Eu participo no Sicoob como conselheiro; aqui na associação (Acig), na diretoria; e na Fiep como coordenador; também no Sindicato da Madeira. São quatro.

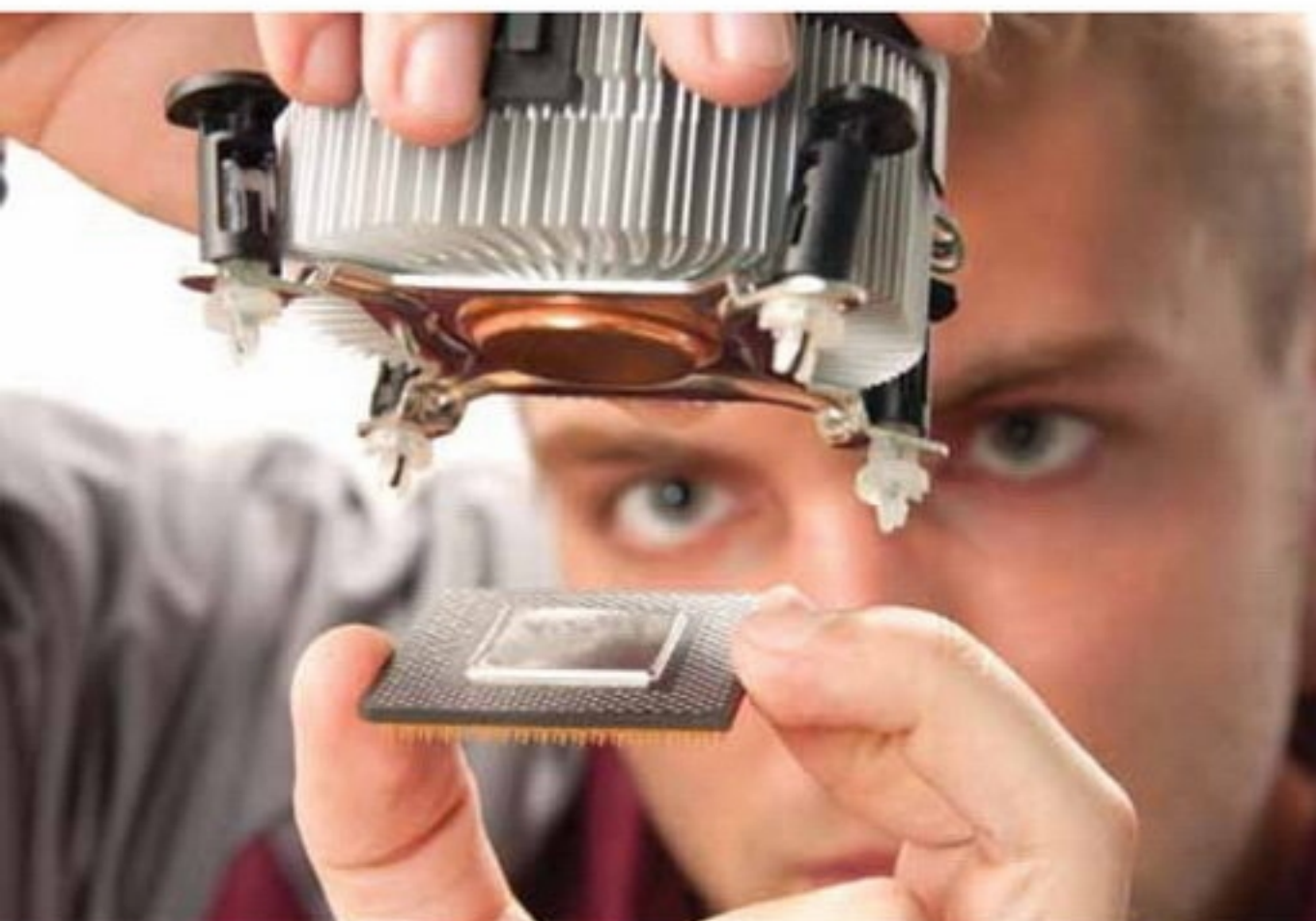
Depois de 2002, quando disputou o cargo de prefeito municipal, ainda tem ambições políticas?

Atualmente não tenho intenções políticas. Não tenho disponibilidade de tempo. Preciso me dedicar, focar na empresa. Talvez mais pra frente. 

Formalização a

OS BENEFÍCIOS DESSE TIPO DE FORMALIZAÇÃO INCLUEM COBERTURA PREVIDENCIÁRIA, ISENÇÃO DE TAXAS PARA O REGISTRO DA EMPRESA E OBTENÇÃO DE CRÉDITO JUNTO AOS BANCOS

Profissionais autônomos e ambulantes que querem ser formalizados podem usufruir de uma oportunidade viável com benefícios específicos: através do MEI (Microempreendedor Individual), o trabalhador garante



► Tornar-se formal facilita a compra de componentes para o trabalho

seus direitos previdenciários de forma prática e com baixos custos. O interessado deve ter receita bruta anual de até R\$ 36 mil; não deve ter sócios nem ser titular sócio ou administrador

de outra empresa; e não pode ter filial. Entretanto, é permitido ter um funcionário com renda de até um salário mínimo mensal ou piso da categoria – um na condição de empreendedor individual e o outro como empregado.

O MEI surgiu com a sanção presidencial ao Projeto de Lei Complementar 128/08, que ajustou o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte (a Lei Geral Da Micro e Pequena Empresa) e instituiu a figura jurídica do Microempreendedor Individual. Tais medidas entraram em vigor em julho de 2009. A Lei Complementar possui regras estáveis: para serem alteradas necessitam de outra Lei Complementar a ser votada pelo Congresso Nacional e sancionada pelo Presidente da República. Portanto, o empreendedor tem a garantia de que as normas atuais não serão alteradas facilmente.

Os benefícios desse tipo de formalização incluem cobertura previdenciária, isenção de taxas para o registro da empresa, obtenção de crédito junto aos bancos, redução da carga tributária, apoio técnico, entre outros. O Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é parceiro na consolidação do projeto, e oferece todas as orientações necessárias.

O empreendedorismo em prática

Quem comprova os benefícios que o MEI proporciona é o eletrotécnico Renato Carlos Berger. Ele fez um curso de eletrotécnica entre os anos de 1989 e 1993, mas trabalha definitivamente na área desde 2002. Antes de se tornar microempreendedor, seu grande empecilho era a falta de CNPJ (Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica): “Quando eu ►

um passo

fazia serviços em escolas, por exemplo, elas precisavam de nota fiscal.”

Uma situação parecida acontecia quando Renato visitava um cliente com aparelho queimado por raios. Nesse caso, as companhias de energia devem ressarcir os consumidores mediante a comprovação de um técnico. “Eu tinha que fazer uma nota fiscal e um relatório para que a garantia fosse autorizada, mas para os dois documentos era necessário ter CNPJ.”

Outra dificuldade era a compra de componentes para o trabalho, já que só lhe era permitido comprar à vista: “Agora eu consigo comprar com prazos e descontos bons. Facilitou bastante.” Além disso, ele resalta a importância da assessoria que o programa concede. Renato se formalizou há trinta dias e está satisfeito com as facilidades que o processou gerou.


A costureira Gilda Aparecido Canedo da Silva é mais uma empreendedora. Ela exerce a profissão desde 1991, e tornou seu trabalho formal há um ano. “Aprendi a administrar o meu negócio. Antes, tinha muita dificuldade para controlar a parte financeira.”

Gilda faz desde pequenas reformas até uniformes para empresas em grande escala, e procura sempre experimentar novas ideias: “Já fiz alguns cursos, sei costurar



shutterstock.com

de tudo. Agora vou começar a fazer roupas de criança para vender nas áreas rurais.”

Sua maior dificuldade é morar longe do centro da cidade: “Eu trabalho em casa, e sei que não é perto. Então muitas vezes vou levar as encomendas para os clientes.” Apesar disso, está feliz com os resultados e pretende levar o empreendedorismo adiante. 

► A assessoria oferecida pelo MEI auxilia pequenos negócios

Seu novo conceito em formação profissional nas áreas:

Saúde

Estética

Beleza

Negócios

Educação

Aviação Civil



**FORMAÇÃO EM
ACUPUNTURA
VETERINÁRIA**
Primeiro Curso do Paraná

Fone: (42) 3623-1978

Pré-Inscrições pelo site:

www.cmcatequista.com.br - cmcatequista@hotmail.com

Bolsa de Valores mais próxima dos guarapuavanos

DESDE JULHO, A CIDADE TEM UMA AGÊNCIA FILIADA A UMA CORRETORA. É UMA NOVA OPÇÃO PARA AQUELES QUE PRETENDEM ENTRAR NO MERCADO DE AÇÕES

Desde o mês de julho, os guarapuavanos ganharam uma nova opção para investir na Bolsa: a instalação de uma empresa vinculada a uma grande corretora do Rio de Janeiro.

Em poucos dias, a AgênciaInvest já conseguiu um bom número de clientes, segundo diz. A meta, até o fim do ano, é atingir 300 investidores. “A demanda é bem grande, está superando o que imaginávamos, o pessoal está aceitando muito bem, gostando e indo atrás. Todo dia tem gente nova procurando, querendo saber, querendo investir”, afirma o sócio-empresário Lucas Soldan Ponchon, 24.

O objetivo da empresa é desmistificar a Bolsa, torná-la mais palpável e confiável. Nada como ter endereço fixo na cidade para conseguir isso. Para tanto, a atuação da agência consiste tanto na parte educacional quanto na parte de investimentos. “Promovemos cursos para as pessoas aprenderem realmente sobre o mercado e também para posteriormente investirem”. A realização de palestras tem ajudado a empresa a captar mais clientes, pois é justamente nesses eventos que se ajuda a derrubar os mitos sobre a bolsa. Muitos deixam de investir, segundo o empresário, por falta de conhecimento.

Ponchon explica que Guarapuava tinha uma carência grande no setor. “Se você queria investir na bolsa, como que fazia? Tinha que ser autodidata, pesquisar na Internet, correr atrás do processo”. Segundo ele, a agência é como se fosse uma franquia da corretora à qual está filiada. “A lei das corretoras não permite franquias. Então a AgênciaInvest é um escritório afiliado a XP Investimentos, que é uma corretora de bolsa de valores”.

► Meta da empresa é ter 300 clientes até o fim do ano

Aliado a parte educacional, a empresa desenvolve o trabalho de assessoria de investimento, para que o cliente possa decidir que tipo de operação quer fazer.

Como entrar na Bolsa?

Para quem quer investir, o primeiro passo é abrir cadastro na empresa. Em cerca de 48 horas o cliente recebe o código da bolsa, que habilita a investir. Depois disso, é feita uma reunião com o analista de investimentos, para definir o perfil do investidor: agressivo, moderado ou conservador. “Nós damos um leque de opções, de acordo com o perfil, e a pessoa decide o que é melhor. Se você é um investidor moderado, apresentamos alguns produtos de renda fixa, de fundos, de renda variável, e também algumas estratégias para atuar no mercado de ações. A pessoa decide e entramos fazendo as operações”.

Mesmo para os conservadores, a Bolsa oferece opções melhores que a poupança, segundo Ponchon. “Uma renda fixa, um título do governo, às vezes, dá uma rentabilidade melhor. Qual quebra primeiro, o governo ou o banco?”.

Ele também faz questão de afirmar que não é preciso milhões para entrar na Bolsa. Pequenos investidores também têm possibilidades. “A partir de R\$ 100,00 já dá para começar em fundos. Bolsa aconselhamos a partir de R\$ 3 mil, porque as taxas não pesam e fica melhor para trabalhar”.

Futuro

Nos próximos anos, Ponchon acredita que a Bolsa vai ser ainda mais rentável do que é hoje. Atualmente, segundo ele, são cerca de 550 mil CPF's ativos na Bolsa. “O projeto é crescer 10 vezes em cinco anos, então eles querem ter cinco milhões de investidores em cinco anos. É mais dinheiro investido nas empresas, elas vão ter mais capital para trabalhar, e um crescimento maior. E além de ganhar com valorização de ações, ganha também com dividendos”.



Gabriela Titon

AGÊNCIA INVEST

escritório
associado



corretora



xp a maior
corretora
independente
do Brasil

A Agência Invest inaugurou em Guarapuava, escritório associado a XP Investimentos e dispõe de uma moderna estrutura e equipe especializada em orientação em investimentos e educação financeira através da Xp Educação.

A Agência Invest conta com profissionais de investimentos qualificados para melhor orientar os investidores buscando atender as expectativas, premissas e os objetivos de cada cliente.

A Xp Educação e a Agência Invest desenvolvem um trabalho de educação financeira realizando palestras e cursos visando atender a demanda por conhecimento sobre o finanças, mercado financeiro e Bolsa de valores.



Lucas Ponchon, Diogo Vezzano e Rodrigo Scalabrin.



São 12 cursos e
10 palestras.

Saiba por
onde começar.



Aprenda a Investir
na Bolsa com o curso

mais vendido
do Brasil.



Saiba porque
começar a

investir na
Bolsa.



ATÉ
ONDE
VOCE
QUER IR?





4x4
É MITSUBISHI



SEVEN
MITSUBISHI MOTORS

RUA VISCONDE DE GUARAPUAVA, 1429 CENTRO ESQ. COM AV MOACIR JULIO SILVESTRI - GUARAPUAVA/PR - FONE: 3036 1415

As vantagens da transparência empresarial

A TRANSPARÊNCIA EMPRESARIAL NÃO É UM GESTO DE DESPRENDIMENTO POR PARTE DAS EMPRESAS. É FUNDAMENTAL PARA FAZER COM QUE OS COLABORADORES ENTENDAM MELHOR O QUE FAZEM E CONSIGAM APRESENTAR MELHORES RESULTADOS

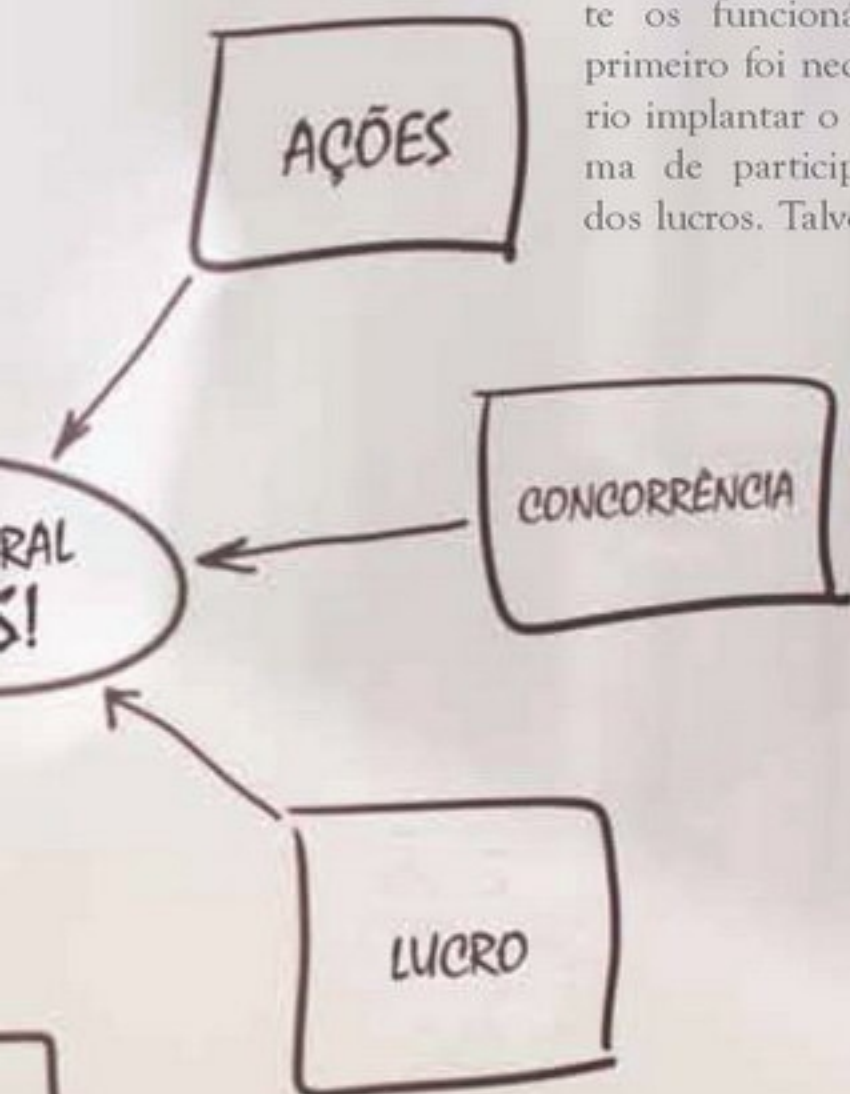


A Editora Pão e Vinho, de Guarapuava, é o que se pode considerar uma empresa “transparente”. Quando o processo começou a ser implantando por iniciativa da empresária Rosana Tosin de Almeida, os resultados logo começaram a aparecer.

A empresa abre aos funcionários as informações sobre o planejamento estratégico e revela de que forma ele tem sido cumprido. A execução orçamentária, uma caixa preta dentro de muitas empresas, é inteiramente compartilhada na editora.

Para que nada seja perdido no caminho, mensalmente são realizadas várias reuniões com a participação de todos os colaboradores. “Não é escondido nada de ninguém. Todos sabem quanto a empresa está ganhando”.

Para que a Pão e Vinho pudesse abrir tantas informações assim sem criar incompreensões perante os funcionários, primeiro foi necessário implantar o sistema de participação dos lucros. Talvez



mostrar que se está ganhando sem dividir os ganhos com os funcionários, pudesse criar mais inveja e vontade de pedir aumento do que esforço e dedicação.

Como todos sabem que ganharão mais se os resultados forem bons, a participação dos funcionários é efetiva. Eles sentem que não estão trabalhando apenas para o patrão, mas para eles mesmos. “O maior benefício que a transparência traz é o comprometimento verdadeiro do colaborador. Ele percebe que não está trabalhando para que os patrões enriqueçam, mas para todos crescerem juntos”, afirma Rosana. “O colaborador se sente parte do crescimento da empresa, assim como sabe que a não-colaboração vai fazer com que não vá bem. Se uma pessoa atrasa o trabalho isso causa efeito em cadeia e atinge todos os outros setores. Chega à meta de lucro que não foi atingida e não vai dar para distribuir”, completa.

A participação nos lucros dentro da editora estabelece a divisão de 10% dos resultados. No ano que vem o patamar passará para 11%. O rateio considera o tem▶

“A EMPRESA JÁ NÃO CONSEGUE SE ESCONDER POR DEBAIXO DE NENHUMA ROUPAGEM, DE NENHUM DISFARCE. ESTÁ NUA, EM PÊLO! E SE ESTÁ DESPIDA, ENTÃO É PREFERÍVEL TER A PELE POLIDA, POIS É A ÚNICA MANEIRA DE GERAR CONFIANÇA”

Don Tapscott, no livro “A empresa nua”



Guilherme Bittar

Reuniões com a participação dos colaboradores são fundamentais para o processo de transparência

po de serviço e o desempenho de cada setor.

Mais um detalhe propicia a transparência dentro da empresa. Rosana diz que a editora cumpre com o pagamento de todos os impostos, apesar de discordar da carga tributária. Seria contraditório querer ser transparente e sonegar impostos. “Muitas empresas têm medo [de abrir informações] porque nem sempre declaram tudo e pagam todos os im-

“O MAIOR BENEFÍCIO QUE A TRANSPARÊNCIA TRAZ É O COMPROMETIMENTO VERDADEIRO DO COLABORADOR. ELE PERCEBE QUE NÃO ESTÁ TRABALHANDO PARA QUE OS PATRÕES ENRIQUEÇAM, MAS PARA QUE TODOS CRESÇAM JUNTOS”

Rosana Almeida,
empresária guarapuavana

postos. Nós temos como princípio que, para a transparência acontecer, temos de pagar tudo aquilo que é devido”.

Transparência

“Transparência” é uma palavra em voga há um bom tempo. Dentro de uma

empresa, a transparência pode trazer resultados muito positivos. Mas o que é ser transparente dentro do seu negócio e como fazer isso?

Ao compartilhar um ambiente honesto e sincero com os empregados,

consegue-se algo muito importante para quem deseja ver seu empreendimento crescer: a compreensão e a dedicação dos trabalhadores. Afinal, ao abrir informações muitas vezes guardadas a sete chaves, todos são incluídos no processo, fazendo os colaboradores se sentirem parte do time.

Antes de ser transparente, é preciso ter um planejamento estratégico. Porque se nem o chefe sabe onde pretende chegar, é muito difícil imaginar que os funcionários o saibam. Um bom modelo é traçar os objetivos da empresa para um futuro de cinco anos; estabelecer metas de faturamento e definir quanto será reinvestido. A partir de então, define-se quais informações podem ser abertas aos funcionários, e em que nível isso deve ser feito.

Especialistas

Um dos teóricos da transparência é o escritor canadense Don Tapscott. Ele escreve no livro “A empresa nua” que a transparência tornou-se a “força motriz” das mudanças que estão a moldar o mundo empresarial. “A empresa já não consegue se esconder por debaixo de nenhuma roupagem, de nenhum disfarce. Está nua, em pêlo! E se está despida, então é preferível ter a pele polida, pois é a única maneira de gerar confiança”, ironiza.

Em artigo publicado no blog do Sebrae (mundosebrae.wordpress.com), o consultor de empresas, escritor e palestrante Boris Hermanson afirma que todas as empresas precisam prestar informações básicas aos seus fornecedores para que eles possam atendê-las de forma adequada. Entretanto, mais do que disponibilizar acesso a informações básicas, ter um relacionamento transparente com eles envolve estabelecer uma verdadeira parceria, incluindo-os até mesmo na discussão de futuros projetos que poderão contar com os produtos ou serviços fornecidos por essas empresas.

“Este tipo de parceria, quando bem aplicada, pode trazer ganhos substanciais, uma vez que esses fornecedores conhecem as melhores alternativas para a diminuição de custos e para se obter o melhor aproveitamento dos recursos que serão investidos nos futuros projetos”.

O professor e consultor empresarial Sergio Zarpellon, doutor em Administração, é mais um que defende a transparência. Zarpellon explica que as empresas são entidades públicas que devem estar a serviço da sociedade. Ele se vale de uma parábola, de dois trabalhadores de um mesmo canteiro de obras, um consciente e o outro não. O primeiro, quando perguntado sobre o que está fazendo, responde que está assentando tijolos; o outro responde que está construindo uma catedral. “Percebe-se qual deles sabe o que está fazendo, a importância do seu trabalho. O funcionário tem que entender que por menor que seja o seu trabalho, faz parte de uma qualidade e de uma expectativa do cliente depois”.

Comunicação interna

Para Zarpellon, a transparência passa também pela comunicação interna, as-



Guilherme Bittar

pecto deficiente em muitos estabelecimentos. “Se não há comunicação, o sujeito não vai saber qual é a função dele, da empresa. Por mais simples que seja a função, faz parte de uma engrenagem”.

Há um leque de opções para se trabalhar a comunicação interna: publicações (como jornaizinhos ou panfletos) para os funcionários, twitter, e-mail e o mais tradicional: reuniões. “Às vezes uma reunião de 10 minutos já é suficiente. Não precisa de um computador para cada um. Tem empresa que faz uma oração cedo com os funcionários. Isso se comunicar”, diz Zarpellon.

Existem dois tipos de reuniões, ensina Zarpellon: as estratégicas, que demandam tempo e devem ser previamente agendadas, e as do dia-a-dia. De forma geral, ele defende o diálogo. “Tem que conversar, mas não só fazer reunião quando é para criticar, fazer reuniões para falar sobre o que deu certo ontem ou o que não deu certo, o que precisa repetir para alcançar o sucesso de ontem e o que precisa evitar”.

Na Editora Pão & Vinho, o planejamento estratégico é aberto aos funcionários

“SE NÃO HÁ COMUNICAÇÃO, O SUJEITO NÃO VAI SABER QUAL É A FUNÇÃO DELE, DA EMPRESA. POR MAIS SIMPLES QUE SEJA A FUNÇÃO, FAZ PARTE DE UMA ENGRENAGEM”

Sergio Zarpellon,
consultor empresarial

Pesa contra a comunicação interna a falta de tempo. Zarpellon apresenta a única solução possível: o hábito de se fazer agenda. “As pessoas dão a desculpa da falta de tempo para implantar certas coisas, para fazer planejamento estratégico, conversar com os funcionários, ir a uma feira. As pessoas usam a rotina para administrar a falta de tempo, ou seja, é apagar o incêndio. Elas não se antecipam. Elas chegam atrasadas, não cumprem o horário, num assunto de 15 minutos perdem uma hora. Aí nem todo o tempo do mundo é suficiente. Tem pessoas que precisam de 30 horas por dia, não por serem muito ocupadas, mas por não saberem administrar o tempo. A agenda é fundamental, não existe outro instrumento para enfrentar o tempo”.

Transparência com critério

Apesar de defender a transparência, Zarpellon ressalva que é importante fazê-la com critérios. Na opinião dele, não são todas as informações que devem ser abertas aos funcionários. “Algumas questões da empresa não se pode divulgar, como decisões estratégicas de atuação no mercado, ou em relação a um produto, serviço, à concorrência... Existe uma série de situações em que a empresa deve ser cautelosa”.

Tudo passa, segundo ele, pelo planejamento estratégico, que inclusive determinará quais e em que circunstâncias as informações serão divulgadas.

Para os micro e pequenos empresários, Zarpellon entende que seja mais delicado abrir o caixa da empresa, mesmo porque o quadro funcional é rotativo. “As em-



Gabriela Titon

presas podem abrir a maioria das informações para os funcionários, mas tem que analisar a forma de passar isso, o nível ético”.

Se a empresa é maior mas não tem interesse em ser totalmente transparente, ao menos com os colaboradores de nível gerencial a relação tem de ser mais aberta. “Até porque você tem que cobrar deles. Mas você não precisa trabalhar em nível gerencial os projetos de expansão da empresa. Tem informações que não podem sair do comando da empresa, tem questão de concorrência, de mercado”.

O que também diz Boris Hermanson. “O segredo do negócio deve ser preservado pela empresa. Os fatores que fazem aquele negócio ter sucesso, ou seja, o ‘pulo do gato’ daquela empresa não precisa e nem deve ser exposto. Assim, cabe a cada empresário dosar, com muito cuidado, quando e sobre o que ele deverá ter ou não transparência. Isto ▶



► O consultor empresarial Sérgio Zarpellon diz que certas informações não devem ser divulgadas

poderá representar a diferença entre ter sucesso ou fracassar”.

Comunicação externa

O princípio de transparência deve ser o mesmo dentro e fora da empresa. Da porta para fora, é imperativo manter uma comunicação aberta. Também não é uma prática fácil, possivelmente seja até mais difícil. Normalmente exige que se tenha uma equipe de assessoria de imprensa.

Em artigo, o jornalista Wilson da Costa Bueno – professor do programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UMESP e de Jornalismo da ECA/USP, diretor da Comtexto Comunicação e Pesquisa –, pondera que a atual sociedade exige das empresas e das entidades uma nova postura no relacionamento com os seus distintos públicos de interesse, sejam eles consumidores, funcionários, acionistas,

associados ou a própria opinião pública.

De acordo com ele, muitas organizações preferem manter-se isoladas e, com isso, arriscam-se a comprometer, a médio prazo, o seu desempenho e a sua reputação. “A empresa que não se comunica com o mercado não pode pretender tê-lo como parceiro nos períodos de transição e, geralmente, encontra dificuldades para prever oportunidades e consolidar relacionamentos”, diz o texto.

O autor sustenta que a prática da transparência requer para muitas organizações mudança profunda em seu processo de gestão. “Dificilmente, aquelas que se caracterizam por uma hierarquia rígida, por decisões centralizadas ou descartam a participação como elemento de sua cultura, estão preparadas para uma autêntica interação com o mercado. Elas, em geral, receiam abrir-se para os seus públicos, como se esta sadia e necessária convivência pudesse representar um perigo. Sua desconfiança e seu receio refletem-se em sua política de comunicação, normalmente acanhada e avessa ao profissionalismo”.

Como o próprio Bueno afirma, a empresa ou entidade que não se comunica, ou tem pouco para contar ou tem muito pra esconder. “Em qualquer um dos casos, ela estará em desvantagem no mercado”.

Tese defendida pela empresária Rosana Almeida. “As empresas que não ultrapassaram essa barreira e escondem as coisas não são o que o mundo está pedindo”. ■

Quem procurar

Além das empresas privadas de consultoria empresarial, um bom caminho é procurar o Sebrae. O telefone do órgão é (42) 3623 6720.



Pavilhão da Indústria e Comércio é sucesso de público mais uma vez

O PAVILHÃO, QUE INTEGROU A EXPOGUA, REUNIU 58 ESTANDES DE 22 SEGMENTOS DIFERENTES. EMPRESAS DE GUARAPUAVA E DE OUTROS ESTADOS MARCARAM PRESENÇA

O Pavilhão da Indústria e Comércio na Expoguá, administrado pela Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava), reuniu nesta edição da Expoguá 58 estandes de empresas de 22 segmentos diferentes, tais como confecções, saúde, educação, informática, farmácia, perfumaria e alimentação.

O espaço foi uma excelente oportunidade para os visitantes conhecerem e comprarem produtos locais e de outras cidades. Para os expositores, o pavilhão foi ideal para divulgar a marca e fazer bons negócios.

O gerente de uma loja de móveis planejados, Daniel Floriano Filho, explica que a empresa instalou estande no pavilhão com o objetivo principal de divulgar a marca, que está há apenas quatro meses na cidade. "Aqui se consegue fazer um bom trabalho com a população de Guarapuava e região".

Arlí Tadeu veio de Balneário Camboriú-SC vender roupas e doces. Ficou sabendo da Expoguá através do irmão, que mora em Guarapuava. É a primeira vez que ele participa de feira no Paraná. "Valeu a pena. No ano que vem pretendo vir de novo".

João Rosa da Luz, 52, participou pela décima vez da Expoguá, vendendo seus já tradicionais produtos de chocolate, como espetinhos e sobremesas. Todos os anos eles contrata funcionários da cidade para auxiliá-lo. Este ano foram cinco colaboradores em dias de semana e sete em fins de semana. "É uma grande feira", resume.

A empresa de ferramentas da qual Ana Paula Marchioro é socia-gerente expôs pela primeira vez na feira. "Na Expoguá trabalhamos com a divulgação, para as pessoas conhecerem melhor o material que a gente trabalha. O movimento foi muito bom. Correspondeu às nossas expectativas".

Cidmar Pereira Santos é empresário do ramo de cosméticos há 4,5 anos. Ele está trazendo seus produtos para Guarapuava. Viu no Pavilhão da Indústria e Comércio o local ideal para divulgar seus produtos. "A Expoguá tem frequência média de 100 mil pessoas. Acharmos um público interessante, para que nossa marca seja conhecida em Guarapuava e região".

Na avaliação do presidente da Acig, José Divonsil da Silva, a Expoguá foi um sucesso mais uma vez. "O Pavilhão da Indústria e Comércio é ótimo local para aquelas empresas que pretendem vender ou divulgar suas marcas. Os preços dos estandes são acessíveis, cabem no bolso do empresário. E o mais importante é o retorno que o investimento traz".

► Oportunidade para divulgar produtos e fazer negócios

Ampliação da licença-maternidade é aprovada pelo Senado

A PEC (Proposta de Emenda à Constituição) que aumenta a licença-maternidade de quatro para seis meses foi aprovada no início de agosto com unanimidade pelo Senado. O projeto, de autoria da senadora Rosalba Ciarlini (DEM - RN) ainda precisa ser aprovado pela Câmara dos Deputados, para posteriormente entrar em vigor.

As trabalhadoras do setor público já possuem os 180 dias de licença; e as empresas privadas participantes do programa Empresa Cidadã concedem o prazo maior para em troca receberem alguns benefícios fiscais. Se tal medida for adotada, todas as empresas deverão conceder os dois meses a mais, sendo a Previdência Social responsável pelo pagamento da licença. Portanto, para garantir o salário-maternidade, será preciso reduzir outros gastos públicos.

O presidente da Acig, José Divonsil da Silva, acredita que o afastamento ampliado das trabalhadoras pode prejudicar os empreendimentos: "Principalmente nas empresas de pequeno porte, onde uma pessoa acumula várias funções, é difícil encontrar um substituto." Entretanto, Divonsil considera a mudança positiva para as mães: "É preciso analisar os dois lados. A empresa pode sofrer, e precisa treinar outra pessoa. Mas para as mães é positivo." Ele também

salienta que posteriormente a funcionária afastada pode perder o cargo.

Embora o prazo estendido seja benéfico ao desenvolvimento do bebê, a gestante Fernanda Rudek não vê necessidade na ampliação: "Ficar tanto tempo afastada do ambiente de trabalho acaba prejudicando o desempenho profissional. Quando meu primeiro filho nasceu, eu também estava trabalhando, e a licença de quatro meses foi suficiente." 





Gustavo Bittar

Acig elabora documento para entregar a candidatos

► Duplicação da BR277 é uma das reivindicações

A Acig elaborou documento, para ser entregue aos candidatos ao governo do Estado, à Câmara dos Deputados, ao Senado e à Assembleia Legislativa, contendo suas principais reivindicações. “Elencamos aquelas que entendemos ser as principais demandas de nossa região e do setor empresarial. Gostaríamos de contar com o apoio dos candidatos para que, em um eventual mandato, se comprometam a lutar por essas causas”, diz o presidente da Acig, José Divonsil da Silva.


Entre as reivindicações estão a reforma fiscal e tributária, no entender da Acig dois pontos essenciais para que se possa ter mais competitividade. Outra reforma importante é a política, para que se melhore o sistema de representatividade e se diminua as possibilidades de corrupção no processo eleitoral. Neste sentido, a Acig apoia a diminuição gradual no número de partidos políticos. Tal diminuição poderia ocorrer tendo como base o financiamento partidário. Aqueles partidos que não elegerem determinado número de parlamentares, ficam sem receber a cota. Gradativamente, os partidos chamados de “aluguel” desaparecerão.

A Acig também entende que o peso colocado sobre as empresas, no Brasil, é muito grande – tanto na questão tributária quanto na trabalhista. É preciso, urgentemente, modernizar as leis do trabalho. O país se modernizou e se tornou mais dinâmico. Nossa legislação trabalhista, entretanto, permanece a mesma de décadas atrás. A Acig também quer o compromisso dos candidatos com a redução do preço do pedágio, com o asfaltamento entre Inácio Martins e Guarapuava, com a luta pela

antecipação do cronograma de obras da duplicação da BR-277 (principalmente entre o trecho do Três Pinheiros até o Trevo do Relógio) e de atuação para a construção de um novo ramal ferroviário entre Guarapuava e Paranaguá. A associação ainda pede o esforço dos candidatos, caso eleitos, para viabilizar um novo parque de exposições para o município, um hospital regional e curso de Medicina.

Na área de segurança, a associação entende que seja necessário dar mais autonomia ao Corpo de Bombeiros de Guarapuava, atualmente vinculado a Ponta Grossa. Também reivindica a instalação de uma delegacia com presídio feminino e carceragem na Polícia Federal. O aumento dos efetivos da PM, Bombeiros e PF é imprescindível, no entender da associação. Em termos de prestação de serviços, a entidade entende que Agência do Ministério do Trabalho carece de profissionais e tem sido empecilho na geração de empregos. Muitos jovens demoram a obter a carteira e perdem oportunidades de emprego. Pelo tanto de municípios que atende, já poderia ser elevada a uma delegacia.

Outra deficiência é a justiça estadual. Há algum tempo Guarapuava espera as obras do novo fórum. É importante que os candidatos reforcem o compromisso com a instalação da nova unidade.

Por fim, a Acig endossa a necessidade de reforma na Legislação Rural; a necessidade de revisão dos prazos para o enquadramento no Simples; e pede que os candidatos se posicionem claramente contra às restrições ao direito de propriedade e à liberdade de imprensa. 

SCPC alerta sobre roubo ou extravio de cheques e documentos

MARIA ADRIANE KULKA,
gerente do SCPC em Guarapuava

Cheques ou documentos roubados, furtados ou extraviados são frequentemente usados em golpes e fraudes, causando graves inconvenientes para seus usuários.

Por isso, em caso de roubo, perda ou extravio, cadastre imediatamente um alerta no SCPC - Serviço Central de Proteção ao Crédito.

Além de proteger a si próprio, você estará ajudando a coibir a ação de criminosos e contraventores que causam prejuízo a você, ao comércio e a toda a sociedade.

Como cadastrar o alerta:

Encaminhar-se ao balcão de atendimento da ACIG/SCPC com o número de seu CPF/RG e o Boletim de Ocorrência da Delegacia (BO). No caso de cheques deverá fornecer o número do banco, agência, conta corrente e cheques.

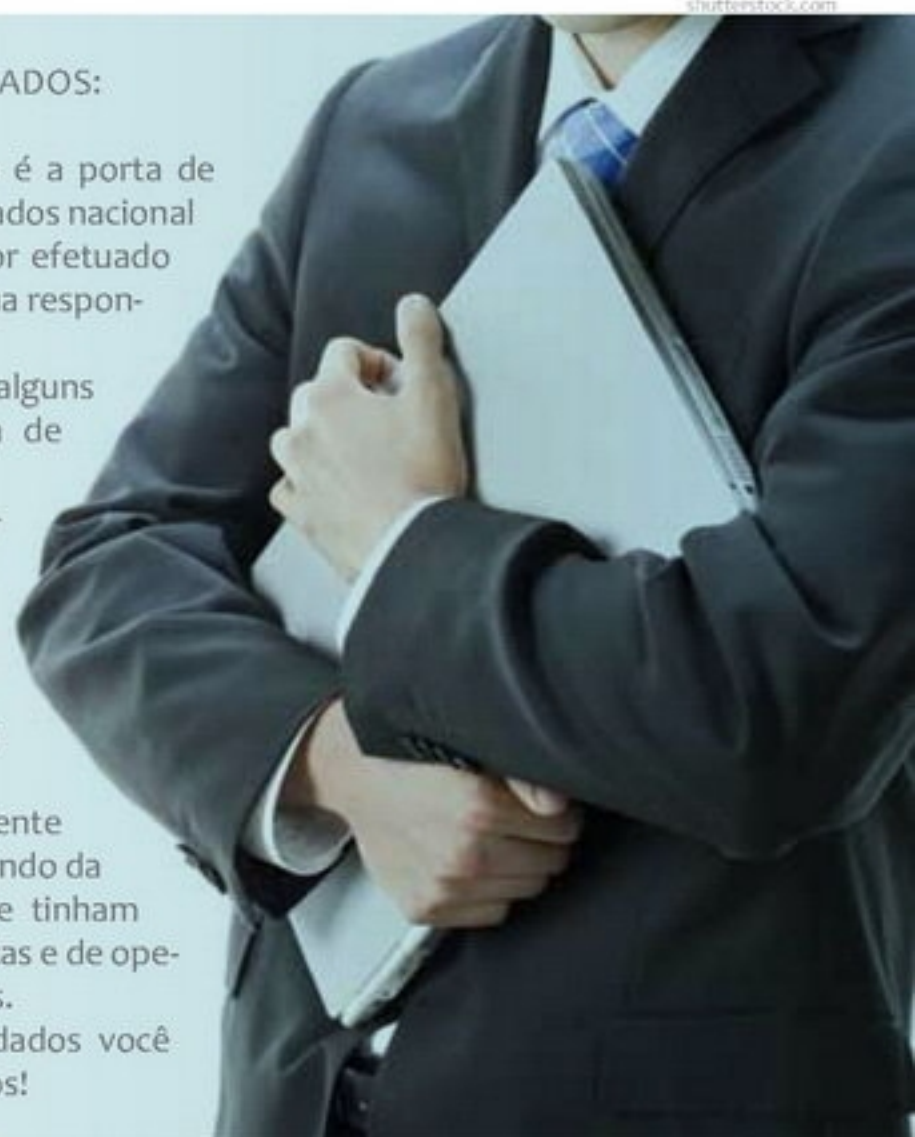
O alerta só pode ser feito pelo próprio consumidor (dono do CPF/RG) ou seu representante com procuração (firma reconhecida).

DICAS SCPC AOS ASSOCIADOS:

Lembre-se que sua senha é a porta de entrada para o banco de dados nacional da RENIC e tudo o que for efetuado no sistema com ela é de sua responsabilidade.

Então fique atento para alguns cuidados com sua senha de acesso ao SCPC:

- > Jamais forneça-a à terceiros, ela é de uso exclusivo do associado;
 - > Não deixe-a anotada em locais visíveis como no telefone, no balcão, no computador, etc;
 - > Atualize-a periodicamente (sugestão 03 meses) e quando da troca de funcionários que tinham acesso a senhas de consultas e de operadores para manutenções.
- Com estes pequenos cuidados você evitará grandes transtornos!



 **patris**
viagens e turismo

Fone 3036-1777



Acig e Sicoob promovem palestra

No dia 19 de agosto Guarapuava recebeu a presença do especialista em Marketing Avançado Clóvis Tavares, da Universidade Anhembi Morumbi. Ele ministrou a palestra-show “Inovação, a arte de transformar desafios em oportunidade”. O evento contou com a presença de mais de mil pessoas, entre empresários, profissionais liberais, acadêmicos e comunidade em geral. A palestra faz parte do circuito que o Sicoob (Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil) está promovendo em várias cidades do Paraná. Em Guarapuava, o Sicoob contou com a parceria da Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava). A entrada para a palestra era um quilo de alimento não-perecível. Os 700 quilos recebidos foram doados às seguintes instituições: SOS, Centro de Nutrição Renascer, APAE, Albergue Noturno, Comunidade Bethânia e ACOPECC.



Procon visita Acig

O Procon (Procuradoria de Proteção e Defesa do Consumidor) de Guarapuava está visitando as lojas do centro da cidade para orientar sobre a lei federal 12.291, de julho de 2010. Esta lei torna obrigatória a manutenção de um exemplar do Código de Defesa do Consumidor nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços. Antes, a lei era apenas estadual, agora é válida em todo o país. Além disso, o Procon também está esclarecendo os lojistas sobre as informações que devem constar nas vitrines e showrooms.

No dia 18 de agosto, o coordenador do Procon de Guarapuava, Paulo César de Lima, visitou a Acig para conversar sobre o Código de Defesa do Consumidor. “A iniciativa de visitar os estabelecimentos foi tomada a pedido de vários lojistas. Há muitas dúvidas sobre o Código do Consumidor, e também sobre os preços nas vitrines, por exemplo”, explica Paulo César. Já foram visitadas 119 lojas no centro da cidade, e a partir de agora o trabalho será feito nos demais bairros.

Ponto eletrônico

Foi ampliado para o dia 1º de março de 2011 o prazo para as empresas se adaptarem a nova regulamentação do Registro de Ponto Eletrônico, conforme Portaria 1.510/09. A data inicial de vigência estava prevista para dia 26 de agosto de 2010. Entretanto, um estudo da Secretaria de Inspeção do Trabalho (SIT)

mostrou que poderia haver falta de equipamentos para atender à nova regulamentação. Os números da Relação Anual de Índices Sociais (RAIS) apontam que pelo menos 700 mil empresas brasileiras já utilizam o sistema de ponto eletrônico.



www.seletiva.com
as melhores e mais criativas
soluções para internet

7 ANOS de
EXPERIÊNCIA





Christopher Bernedo, Warden Maggard, Mia Stroutsos e Lindsay Pierce

Coordenado pela teacher Giselle Leal Schimaichel, e com o apoio de empresas e entidades públicas e privadas, os jovens embaixadores americanos tiveram uma programação bastante intensa em nossa região.

O Programa Jovens Embaixadores é uma iniciativa da Embaixada Americana no Brasil em parceria com o Centros Binacionais, a Coligação das Entidades da Cultura Brasil-Estados Unidos e outros. Este programa iniciou em 2002 e já levou mais de 200 jovens brasileiros, incluindo 04 guarapuavanos, para uma viagem de 03 semanas nos EUA.

Este programa tornou-se modelo para outras embaixadas e outros 17 países já aderiram ao mesmo.

Pela primeira vez, 13 jovens embaixadores americanos visitam o Brasil. O CCBEU foi selecionado entre mais de 100 BNC-Brazilian American Binational Center para receber 04 jovens e 01 coordenadora (World Learning).



Roteiro de Viagens:
 03 dias em Wahsington/USA
 05 dias em Brasilia/DF
 03 dias em Curitiba/PR
 10 dias em Guarapuava/PR
 04 dias no Rio de Janeiro/RJ



Foram nossos parceiros nesta jornada:

BNC INTERAMERICANO, SECRETARIA DE ESTADO DA EDUCAÇÃO, COLÉGIO MILITAR DE CURITIBA, ORGANIZAÇÃO PARA DESENVOLVIMENTO DO POTENCIAL HUMANO DE CURITIBA - KAUANA BATISTA, NÚCLEO REGIONAL DE EDUCAÇÃO, FAMÍLIA WITZEL, FAMÍLIA STROPARO, FAMÍLIA HINO, FAMÍLIA STREMEL, FAMÍLIA PERUSSOLO, COOPERATIVA AGRÁRIA, FAZENDA ALDEIA CANAÃ, LAR ESCOLA RETIRO FELIZ, CEMEI PRIMAVERA, UNICENTRO, UNIVERSIDADE SEM FRONTEIRAS, NÚCLEO INDÍGENA DE NOVA LARANJEIRAS, INSTITUTO AGROFLORESTAL BERNARDO HAKVOORT DE TURVO/PR - DOUGLAS DIAS ALMEIDA, PREFEITURA MUNICIPAL DE GUARAPUAVA, CÂMARA DE VEREADORES DE GUARAPUAVA, VEREADORA MARIA JOSÉ M. R. RIBAS, ERVA MATE SCHIER, ACIG - ASSOC. CIAL. INDUSTRIAL DE GUARAPUAVA, KÜSTER HOTEL, ROTARACT, JOÃO GUILHERME DE ALMEIDA ZORZETTI, PROF. SARA GEANE COBELINSKI, COLÉGIO N.SRA. DO BELEM, COLÉGIO ALIANÇA, COLÉGIO GUAIRACÁ, SANTA MARIA CIA. DE PAPEL E CELULOSE, FUNCIONÁRIOS E PROFESSORES DO CCBEU, KUNDUN BALÉ QUILOMBO PAIOL DA TELHA.

JOVENS EMBAIXADORES: * EDSON RAFAEL CARDOZO DE OLIVEIRA - GUARAPUAVA/PR / * MARINA DALMASS - BITURUNA/PR / * GUILHERME PILA - CURITIBA/PR



HOSTFAMILIES:

- * JULIEN WITZEL E FAMÍLIA
- * DARIO STREMEL E FAMÍLIA
- * LUIZ TADEU PERUSSOLO E FAMÍLIA
- * ARLINDO HINO E FAMÍLIA
- * EDÉLCIO STROPARO E FAMÍLIA

Veja outras fotos e notícias no
 ORKUT - Facebook - TWITTER
www.ccbeugarapuava.com.br

Coaching

como parceria profissional exclusiva rumo ao sucesso.

Todas as pessoas querem superar barreiras e alcançar o topo do sucesso e auto realização? Querem aplicar suas competências em ações e negócios que tragam retorno positivo, sejam gratificantes e que sejam altamente motivadores? As repostas à essas questões podem ser as mais variadas, mas vamos escolher apenas uma: "SIM".

As pessoas sonham e desejam o sucesso em suas vidas, em seus negócios, estudos, quando planejam constituir uma família, enfim, desejam auto realizarem-se e obter retornos altamente positivos tanto emocionais, sociais, como financeiros.

A todos os seres humanos foi concedido o sonho e o desejo como forças propulsoras da vida. Então, por que nem todas as pessoas alcançam a autorrealização e sucesso?

Um estudo nos EUA, realizado durante 20 anos, procurou identificar em mil e quinhentos participantes, se a paixão pelo trabalho fazia diferença significativa na carreira.

Um grupo foi formado com 83% dos participantes que desejavam ganhar dinheiro no presente para fazer o que quisessem mais tarde e o segundo grupo foi formado com os outros 17% dos participantes, que preferiram escolher sua trajetória profissional baseados naquilo que gostavam, que tivessem paixão em realizar e se preocupariam com dinheiro no futuro.

Dentre os 1500 participantes, 101 deles haviam se tornado milionários e 100 entre os 101, haviam escolhido exercer aquilo que gostavam! Estavam no grupo 2 com 17% dos participantes.

A diferença entre o grupo 1 e o grupo 2 estava na elaboração de uma visão profissional altamente satisfatória e no empoderamento (empowerment) que a definição clara de metas e a identificação de competências pessoais, fornecem à pessoa que deseja alcançar o sucesso.

Para estabelecer metas de auto realização e desenvolver um crescente empoderamento pessoal, utiliza-se hoje a técnica de coaching, recentemente saída das estratégias empresariais como metodologia para identificação da vantagem competitiva de executivos, estímulo de energia e fortalecimento de autoconfiança, visando incrementar desempenho, a paixão

pela ação, os resultados e satisfação pessoal.

Essa técnica tornou-se acessível a profissionais que desejam reposicionar suas carreiras, a empresários que buscam otimizar as vantagens competitivas de seus negócios, investir sua energia, paixão e confiança para desenvolver empreendimentos com alto valor agregado, enfim, para as pessoas que querem decidir, por si mesmas, qual rumo suas vidas tomarão.


Coaching é um processo exclusivo de parceria, onde, junto a um profissional são identificadas e desenvolvidas as competências e diferenciais pessoais, são definidas metas, de maneira que as intenções de ação da pessoa no processo sejam transformadas em realizações significativas e que se traduzam em resultados.

O suporte que o coach fornece, visa transformar a auto estima em força pessoal, em energia a ser investida no alcance de uma meta de negócio, de carreira, de vida particular.

Melhorar o desempenho de uma pessoa é o objetivo do coaching. As metas são estabelecidas pelo cliente e o objetivo é conduzir-se conscientemente em direção às suas metas, como por exemplo: empreender seu negócio, realizar uma dieta de forma satisfatória, conquistar uma promoção ou redirecionar sua carreira, aumentar desempenho em exercícios ou competições, consolidar um relacionamento, preparar-se para a conquista da desejada vaga na universidade.

Metas, determinação, perseverança, investimento de energia criativa são alguns dos aspectos envolvidos no processo de empoderamento e alcance de resultados que o coaching proporciona.

Um estudo publicado em 2009 pelo Public Personnel Management Journal concluiu que os executivos que participaram de processos de coaching aumentaram sua produtividade em 80%. E que mesmo tendo sido concluído o processo na empresa em que trabalhavam, continuaram com o coaching de forma particular.

Todas as pessoas precisam experimentar possibilidades, desenvolver potenciais e superar limites e, através do coaching é possível promover o empoderamento e desenvolver estratégias com o objetivo de identificar ações desafiadoras e interessantes, que levem ao sucesso e ao retorno altamente positivo tão desejado. 

Bem-vindos à Acig

EMPRESAS ASSOCIADAS À ACIG, DE 15/07/10 A 15/08/10.



MARMORARIA CAPIXABA



AGÊNCIA INVEST



ALGO ASSIM MODAS



ARTE & MÓVEIS



COFERPIO



EXCLUSIVA CASTOR



geocadgis
SERVIÇOS TÉCNICOS ESPECIALIZADOS

Consultoria, Serviços e Projetos
Tecnologia da Informação,
Geotecnologias e
Planejamento Estratégico

www.geocadgis.com.br



GUAIRA COUNTRY CLUB



INTERMIDIA
DESENVOLVIMENTO DE SITES

- Criação de Sites
- Hot Sites
- Loja Virtual
- Portais
- Sistemas On line
- Rádio e TV via Internet
- E-mail Marketing

(42) 3626-2250



CENTRO DAS FERRAMENTAS
(42) 3627-0006 / 0800-6775



REPINHO

florestadora Madeiras e Compensados Ltda.



PATRIS TURISMO



PARIS PERFUMES

ANIVERSARIANTES - SETEMBRO

Empresa	Fundação	Empresa	Fundação	Empresa	Fundação
ADVANTAGE CONSULTORIA INFORMÁTICA	25-set-03	GAYA CALÇADOS E ACESSÓRIOS	27-set-07	PLUG JEENS WEAR	10-set-02
AGRÍCOLA ESTRELA	01-set-87	GOLDEN TREE	01-set-99	PNEU FORTE - MATRIZ	16-set-95
ANGELSOM	09-set-96	GUARÁ AUTO PEÇAS S/A	17-set-59	POSTO CIDADE	01-set-01
ANJO SAPECA - BERÇÁRIO E EDUCAÇÃO INFANTIL	16-set-08	HOTEL VALE DO JORDÃO	01-set-95	REFRICENTRO REFRIGERAÇÃO CENTRO-OESTE	01-set-96
APAE DE GUARAPUAVA	27-set-71	IMOBILIÁRIA D M LTDA	01-set-83	SEVEN VÍDEO LOCADORA	03-set-03
ATALAIA PALACE HOTEL	11-set-70	KOPANSKI	01-set-76	STAMPA PRODUTOS PERSONALIZADOS	14-set-87
AUTO ESCOLA BARAO	10-set-03	KUKA BABY	10-set-02	SUPER TELA	15-set-98
AUTO MECÂNICA ZANONA	01-set-88	KUKA MALUKA	10-set-02	SUPERMERCADO EDINARA	03-set-73
AUTO PEÇAS NOVO MILÊNIO	02-set-99	L F G REDE DE ENSINO LUIZ FLÁVIO GOMES	01-set-03	T & T SEDUÇÃO	11-set-95
BABUSKA MODAS	01-set-92	L.G. DISTRIBUIDORA	01-set-94	TECIDÃO	01-set-94
BELLA	01-set-01	LEVE CALÇADOS	01-set-00	TONY JACKSON THIMÓTEO	06-set-99
BELLA DVA LINGERIE	10-set-07	LOJA CAMPONESA	01-set-00	TRÓPICOS	19-set-04
CARTUCHOS.COM	23-set-02	LOJA IZE MODAS CONFECÇÕES	01-set-01	UNIMAX SUPERMERCADO	15-set-79
CASA FÁCIL MAT. DE CONSTRUÇÃO	23-set-03	LOJA MORCATH	07-set-78		
CASAS PERNAMBUCANAS	01-set-89	LOJA N. SRA APARECIDA	23-set-75		
CATU MÓVEIS	14-set-06	MECÂNICA PAMELI	01-set-87		
CCBEU	26-set-86	MECAR PEÇAS E SERVIÇOS	17-set-93		
CENTRAL 1.99	26-set-90	MERCADO DE CALÇADOS LTDA	28-set-06		
CENTRAL CARTUCHOS	20-set-01	MILLENIUM M2E AUTO CENTER	30-set-09		
CONTEZA	27-set-84	M INERVA CONSULTORES ASSOCIADOS	30-set-96		
DIGUÁ DIST. DE BEBIDAS	01-set-94	MINI PREÇO	15-set-05		
EDITORA PÃO E VINHO	01-set-98	MODAS JOLIE	10-set-87		
ESPECTRO SHOP	11-set-07	MULLER MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	01-set-92		
ESTILO PRÓPRIO	13-set-06	ODONTO ART	08-set-09		
ESTRELA MAT. DE CONSTRUÇÃO	01-set-87	ODONTO CLEAN	02-set-05		
EXCLUSIV MÓVEIS E DECORAÇÕES	09-set-02	ODONTO EXCELLENCE	01-set-09		
FACULDADES CAMPO REAL	24-set-98	ÓTICA OCULAR	16-set-71		
FLORICULTURA SANTA TEREZINHA	25-set-71	PANE D ORO	01-set-91		
FUCK AUTOMÓVEIS	20-set-05	PANIFICADORA CRISTAL	22-set-06		
GAÚCHA PNEUS	19-set-84	PARAÍSO COSMÉTICOS	01-set-00		

NOVOS ASSOCIADOS

Empresa	Adesão
ALGO ASSIM MODAS 02	12/ago/2010
ART E MOVEIS AMBIENTES PLANEJADOS	12/ago/2010
GUAIARA COUNTRY CLUBE	30/jul/2010
INTERMIDIA DESENVOLVIMENTO DE SITES	04/ago/2010
MARMORARIA E MOVEIS CAPIXABA	04/ago/2010
PARIS PERFUMARIA	04/ago/2010
PATRIS VIAGENS E TURISMO	04/ago/2010
REPINHO	04/ago/2010
SPOVEZZA-AGENTE AUTONOMO DE INVEST	30/jul/2010

SICOOBSEGUROS

Viva com **Tranquilidade**

Segure seus **SONHOS**



SICOOB

ASSOCIADO A VOCÊ.

QUEM É DE CASA TEM MAIS É QUE APARECER

Anunciar na revista ACIG só te traz vantagem.
Além de falar direto com o seu público, você que é
associado ao anunciar na revista ganha uma mensalidade:
Agora sua empresa tem mais um bom motivo para aparecer.

Quando a farinha de trigo é Agrária
a gente prepara com carinho



Foto: J. Aguiar



Tem sempre uma farinha de trigo Agrária para a sua receita.

Com enorme versatilidade, a **Bom Prato** vai bem em qualquer receita, contanto que seja feita com carinho. Já a **Especialíssima** é ideal para o preparo das mais deliciosas massas frescas como: macarrão, rondeli, canelone, nhoque, pizza, lasanha, pastel para a família toda. A farinha **Agrária** é especial para dar aquele "toque a mais" nas receitas que fazem parte do nosso dia-a-dia, como: bolos, tortas, pães, entre outras delícias. E, para deixar o seu tradicional pão francês ainda mais saboroso, **Agramix**. Ideal para uso industrial, a mistura pronta rende muito mais e faz o maior sucesso. Viu só? Para cada receita, uma farinha de trigo Agrária para você.

(42) 3625-8282
www.agraria.com.br

