

Capa

QUANDO PROCURAR CONSULTORIA EMPRESARIAL

O auxílio de uma consultoria pode resolver vários problemas dentro de uma empresa. Mas qual é a hora certa para recorrer ao serviço?

EMPRESAS guarapuavanas expandem negócios para outras cidades

EMPRESÁRIOS têm nova forma para fazer pagamentos em bancos



**IMOBILIÁRIA
CONSTRUTORA
GASPAR**

CRECI J2155



Sucesso total na XXXV Expogua



Meri e Rui



Meri, Rui, Silvestre, Loris e Jorge



Rui, Meri, Rosalyn e Gerson Denardi



Meri e clientes do Pinhão



Equipe Gaspar



Equipe Gaspar



Deputado Artagão,
Sra. Regina, Meri e Governador Pessuti



Corretora Elaine



Tolentino (Curitiba) e Meri



Equipe Gaspar



Sid e Rosalva Delanora e filha Fernanda
com Rosângela



Dr. Renato (Curitiba) e Meri



Wilson Rodrigues e esposa
e corretor Valdecir



Equipe Gaspar.



Meri ladeada pelo Governador Pessuti
e sua esposa Regina



e-mail: gaspar@imobiliariagaspar.com.br
site: www.imobiliariagaspar.com.br

FONE: 3623-4074
RUA PADRE CHAGAS, 3636

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.

Qual o momento para recorrer à consultoria empresarial?

ATRAVÉS DE UMA VISÃO EXTERNA E ESPECIALIZADA, A CONSULTORIA PODE CONTRIBUIR COM O CRESCIMENTO DA EMPRESA

14



IRES, INÊS E NEUSA PREVIATTI:
TRÊS VIDAS DEDICADAS À MODA

08



EMPRESAS GUARAPUAVANAS
CONQUISTAM NOVOS MERCADOS

12



COMÉRCIO TEM BOAS EXPECTATIVAS
PARA O DIA DAS CRIANÇAS

21



O VALOR DE UMA VITRINE

22



ADEUS À FOLHA DE PAGAMENTO
TRADICIONAL

23



INOVAÇÃO NO SISTEMA BANCÁRIO
PROPORCIONA MAIOR AGILIDADE

24



RESPONSABILIDADE SOCIAL
DENTRO DAS EMPRESAS

26



NOTAS ACIG

28



ANIVERSARIANTES E NOVOS
ASSOCIADOS

30



Comtudo Materiais de Construção 10 anos construindo sonhos

Oxy Marketing (42) 3035 3673



10 Anos

(42) 3624 8000

www.comtudonet.com.br

Avenida Antônio Losso, 787 - Conradinho



O número de empresas que adere a consultorias empresariais é crescente. Trata-se de uma ferramenta muitas vezes importante para melhorar a gestão de uma empresa. Infelizmente, é significativa a parcela de empresários que recorrem à assessoria em casos emergenciais, de vida ou morte, quando os negócios estão bastante comprometidos.

Os resultados podem ser positivos nessas circunstâncias, mas perde-se menos dinheiro, tempo e a dor de cabeça é muito menor quando se planeja os passos de uma empresa. A consultoria, nesse sentido, é bem-vinda em qualquer estágio da empresa: antes de começar, para aperfeiçoar resultados ou para tentar salvar algo mal traçado nesses dois estágios anteriores.

É isso que mostra a reportagem de capa desta edição, que também mostra algumas empresas guarapuavanas que se expandiram para outros centros. Nossa economia está em crescimento, com empreendimentos de outras cidades se instalando aqui. Saber que podemos, nós também, levar nossos produtos e serviços para outras cidades deve ser motivo de orgulho para os guarapuavanos.

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

Oswaldo Tavares e Sômoio S. Salvador

Impressão

Gráfica Midlograf
 Tiragem desta edição
 1.500 exemplares

Fale com a Redação

Guilherme Bittar - (42) 3622-4754 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

1º Vice-presidente

José Fernando Brecailo Jr

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

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

Presidente: Renato Küster Filho

Conselheiros

Acássio Antonelli

Arnaldo Stock

Evaldir Cordeiro Belo

Ires Salete Previatti

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

Ildfonso 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



O TRABALHO DA FIEP ESTÁ POR TODOS OS LADOS:

*DO EMPRESÁRIO
AO TRABALHADOR.*

Olhando pelo lado do **empresário**, a FIEP

é uma federação com **97 sindicatos filiados** representando **42 mil indústrias** e que contribui para que o setor responda por **30% do PIB do Estado**.

Olhando pelo lado do **trabalhador**, ela é uma entidade que, além de contribuir para a geração de **750 mil empregos**, promove a educação, o crescimento sustentável e a melhoria na **qualidade de vida** das pessoas.

Unindo os dois, vemos que a **Federação das Indústrias do Estado do Paraná** é um **agente de transformação**: quanto mais ela trabalha, mais os sindicatos se desenvolvem, mais a indústria cresce e mais empregos são gerados.

WWW.FIEPR.ORG.BR/FIEPR



750 MIL
EMPREGOS
DIRETOS





Inês, Ires e Neusa Previatti: três vidas dedicadas à moda

AS TRÊS IRMÃS PREVIATTI – NEUSA, IRES E INÊS – DA EXPRESSIVA MODAS, FAZEM PARTE DA SEÇÃO EMPREENDEDOR DESTE MÊS. A HISTÓRIA EMPRESARIAL DELAS SE INICIA NA DÉCADA DE 80. DESDE ENTÃO, COM ALGUMAS MUDANÇAS AO LONGO DO CAMINHO, ELAS VÊM COLHENDO BONS RESULTADOS. NO COMEÇO, FABRICAVAM AS ROUPAS QUE VENDIAM. DEPOIS, ABRIRAM LOJA MULTI-MARCAS, AINDA HOJE REFERÊNCIA NO SETOR DE MODA E CONFECÇÕES DE GUARAPUAVA. O SEGREDO DO SUCESSO, SEGUNDO NEUSA, ESTÁ NO BOM ATENDIMENTO E NA PAIXÃO COM QUE AS TRÊS CONDUZEM A EMPRESA.

Como se iniciou a vida empresarial de vocês?

Neusa: Era uma produção pequena, a Ires praticamente fabricava tudo. Eu comecei a usar os contatos que tinha para vender as roupas. Antes, eu vendia colchões magnéticos, tinha uma distribuidora aqui, e desisti disso. Elas tinham uma máquina, eu comprei mais uma, e começamos a investir um pouco mais.

Todas costuravam?

Neusa: Não. Só a Ires. Nós fazíamos a parte de arremate; a parte de vendas, eu e a Inês. Comecei a usar os contatos da venda de colchões em municípios vizinhos, em Corbélia [cidade natal delas] também, e tinha parentes em São Miguel do Iguaçu.

Que tipo de roupa vocês fabricavam?

Neusa: Todo tipo. Na época usava-se muito linho, triline... Não existia informação de moda como existe hoje. Buscávamos informações em revistas importadas, e tirávamos muitas idéias para produzir uma linha diferenciada de produtos. Tínhamos que buscar as malhas fora. No início era uma quantidade pequena, porque não tínhamos capital para investir em uma produção maior.

Você lembra quantas peças eram vendidas por mês?

Neusa: Faz tempo, é difícil dar números. Mas era uma

quantidade muito pequena. Tínhamos que nos manter com isso. Com o tempo, as pessoas começaram a conhecer a nossa linha de produção, porque era diferenciada. Morávamos num bairro, aí começaram a ir até lá pessoas do Centro. Tínhamos a roupa pronta, e fazíamos sob medida também. Começou a melhorar, nós pegamos outras costureiras para ajudar, e a produção foi aumentando, ficando conhecida na região.

Vocês fabricavam, e depois começaram a vender outras marcas. Como foi essa transição?

Neusa: Nós fabricamos mais de 12 anos. Houve crescimento. Começou com uma, duas costureiras. Fomos crescendo no ramo de confecção. Como atendíamos a região, nossa marca passou a ser conhecida, mas ainda era uma produção pequena. Fazíamos e tínhamos que vender rápido porque aquilo tinha de girar. Chegamos a ter cinco, seis costureiras; ajudantes para arremate. Na época do plano do Fernando Henrique (Cardoso, ex-presidente), o dólar e o real ficaram com o mesmo valor e as pequenas indústrias sofreram. Tanto que alguns fornecedores de tecidos decretaram falência.

Porque os produtos importados ficaram mais baratos?

Neusa: Isso. A informação chegou muito mais rápida ao consumidor. E ficou difícil para a pequena ▶

A cada coleção, a empresa é remodelada

fábrica se manter. Nessa época, não tínhamos conhecimento, nem muito preparo para uma mudança econômica. Chegamos quase à falência total. Tivemos que buscar o que iríamos fazer, de que forma iríamos fazer. E aí a gente resolveu trabalhar com várias marcas. Começamos praticamente do zero. Tínhamos uma linha de produção de muita qualidade, design, inovação. Tivemos que buscar produtos de qualidade, que viessem de acordo com aquilo que acreditávamos no ramo da confecção. E fomos buscar essas marcas, esses produtos. Foi difícil até encaixar as marcas.

O mercado é muito diferente?

Neusa: É. Antes nós comprávamos a matéria e produzíamos numa linha que já tínhamos clientela formada. Buscamos marcas que viessem de encontro com essa linha, e com qualidade. Então viajei e pesquisei muito.

Vocês sempre gostaram de moda e confecções?

Neusa: Não conseguiríamos fazer outra coisa. Realmente somos apaixonadas pelo que fazemos. A maior parte do nosso tempo é dedicada ao trabalho. Às vezes você até acaba deixando o tempo familiar para o trabalho. Tem que ter uma dedicação bastante forte em cima do que faz. Hoje o mercado é muito instável. As mudanças e informações são muito rápidas. E se você não estiver antenado, fica defasado rapidamente. A cada coleção, a cada lançamento, buscamos produtos diferenciados. Tem marcas que você trabalha, que são top no mercado, e de repente deixam de ser. Com a globalização, as informações são rapidíssimas. O que tem em outros países, tem aqui. Tem que estar preparado para mostrar isso para o cliente.

Como vocês acompanham e se informam sobre as evoluções da moda?

Neusa: Hoje, a informação não é só da marca que você trabalha. Tem que ver o que está acontecendo lá fora; o que os grandes estilistas estão colocando no mercado, porque é a fonte de tudo. Você vai aos fornecedores, às marcas que trabalha, e também acaba vendo se eles estão de encontro com o que o mercado está mostrando. E a gente vai colocando isso na empresa.



Gabriela Trovati

Vocês fazem coisas diferentes na empresa?

Neusa: Sim, cada uma tem uma função, o seu setor, e respeita o setor da outra.

Quais são os setores?

Neusa: O da Inês é o financeiro, o meu é recursos humanos, e o da Ires é o administrativo. Cada uma cuida muito bem do seu setor.

A parte de presença em desfiles, contato com fornecedores, compra, todas fazem?

Neusa: Sim. Quando vamos trabalhar com uma marca nova, as três dão o aval. Sempre quando é uma decisão nova, é discutida. Tem de estar as três de acordo para que isso venha a acontecer. É importante ter uma avaliação que não seja única, para tentar acertar sempre.

Ires: Nós trabalhamos muito unidas. No início, tínhamos um número pequeno de pessoas para trabalhar, mas sempre tivemos muita clientela, pessoas que acreditavam. Muitas noites, passamos as três sem dormir, o dia todo trabalhando para chegar a ter a produção necessária, ou concluir alguma encomenda.

“NÃO CONSEGUIRÍAMOS FAZER OUTRA COISA. REALMENTE SOMOS APAIXONADAS PELO QUE FAZEMOS. A MAIOR PARTE DO NOSSO TEMPO É DEDICADA AO TRABALHO.”

Neusa Previatti,
empresária

A fabricação de roupas não está mais nos planos?

Neusa: Não. Hoje, a única coisa que funciona em



► Segundo Ires, o público masculino está mais preocupado em estar sempre bem apresentável

termos de maquinário, de industrial, é assim: tudo que é vendido na empresa, é reformado aqui mesmo. Nós temos uma oficina só para atender o que vendemos. A pessoa sai daqui com a peça pronta, passada, no cabide. Tudo isso requer muita atenção.

Desde o início a loja funciona no mesmo endereço?

Neusa: Faz 11 anos que nós vendemos multimarcas, nesse tempo sempre no mesmo ponto. Mas a loja passou por inúmeras transformações. A remodelagem é muito importante. Você não tem que se atualizar só em produtos. A cada coleção, mudamos alguma coisa dentro da empresa. Em muitas coisas, fomos pioneiros aqui. Teve épocas que não se fazia lançamentos com coquetel; conforto para o cliente, um ambiente climatizado, televisão de plasma.

Qual a importância do atendimento, da divulgação e do relacionamento com o cliente?

Neusa: Se você não gosta de gente, não pode trabalhar com comércio. E nós, além de sermos apaixonadas pelo que fazemos, somos apaixonadas por pessoas. É toda a equipe é preparada dessa forma. Há um trabalho para que elas se preparem com as mesmas características de atendimento que nós temos com os clientes.

Ires: Acaba sendo uma norma da empresa tratar o cliente como você gostaria de ser tratado em qualquer ambiente.

Qual foi a importância do Sebrae, dos cursos, das consultorias?

Ires: Nós definimos a empresa antes e depois do Sebrae. Depois do Sebrae, tivemos mais ferramentas, mais argumentos; faz com que a empresa se viabilize. Não adianta só atendimento. Você precisa ter uma retaguarda reforçada, um sistema, um controle geral da empresa, e o Sebrae mostra isso. Fizemos uma consultoria empresarial com eles, que nos mostrou a verdadeira realidade da empresa. É uma ferramenta essencial.

Hoje, vocês têm uma equipe de quantos colaboradores?

Neusa: São 18 pessoas dentro da empresa. Na verdade, são duas empresas hoje: a Expressiva, e a Expressiva For Men, que é mais recente. Temos pretensão de crescer muito mais. Dentro mesmo desse espaço, inovar, mudar e melhorar. A cada coleção sempre há mudanças, estamos sempre pesquisando. Hoje temos uma visão melhor para tentar acertar sempre.

Qual é o público de vocês?


Neusa: Você tem que definir o público, saber com o que quer trabalhar, e trabalhar bem com isso. Não pode atirar para todos os lados. O público mais forte é a jovem senhora. Temos o público jovem, e a pessoa mais de idade, mas o público alvo é a jovem senhora. Como nós temos uma variedade de marcas, desde a marca jovem até a marca de tamanho maior ou para senhora, o que vemos é que vem a neta, a filha e a avó.

Ires: Se você atira para vários lugares, acaba fazendo mais ou menos. Se você direciona bem o público e sabe o que quer atingir, aonde quer chegar, vai naquela linha.

O público masculino é muito diferente do feminino?

Ires: É mais difícil fidelizar, porque quando ele é fiel a uma empresa, dificilmente abandona. Depois que você fideliza, ganha o cliente.

Neusa: Os homens têm muito compromisso, a mulher também. Mas a mulher consegue driblar seu tempo, consegue fazer mais coisas. É como hoje muitas mulheres compram para os esposos, os namorados, foi a porta que se abriu para que nós montássemos. As clientes mesmo pediam. Ou o marido quando vinha comprar para a esposa, pedia. É um público diferente, que você tem que ouvir e prestar muita atenção. Quando você vai atender esse público, tem que saber o que ele gosta. Ele não muda muito o estilo.

Ires: O público masculino vem mudando. Antigamente, ele fazia uma compra para o inverno e outra para o verão. Hoje, conforme as ocasiões, ele vem. Antigamente, comprava o que queria e pronto. Agora quer uma opinião para saber se está legal. Está mais preocupado em estar sempre bem apresentável. 

Inaugurando

uma nova conexão entre
você e a tecnologia

A Mservice, há 10 anos leva tecnologia e inclusão digital a cada vez mais pessoas. E, para celebrar essa história, preparamos uma novidade especial para você. Venha fazer parte dessa nova etapa e conheça a nossa nova sede, moderna e ampla, repleta de produtos de qualidade e preço justo. Desktops, notebooks, impressoras, eletrônicos, TVs, e uma infinidade de produtos. Esperamos você, a partir do dia 16 de outubro, para uma completa atualização de seus conceitos em tecnologia.



mservice

Tecnologia ao seu alcance

10
ANOS

www.mservice.com.br
Capitão Rocha, 2393 | Centro |
Guarapuava/PR | Fone (42) 3622-1418

Empresas guarapuava conquistam novos mercados

A economia guarapuavana tem testemunhado a vinda de muitas empresas de fora, principalmente no comércio e prestação de serviços. Mas há um outro fenômeno interessante, que muitas vezes não é notado, por questões geográficas: a instalação de empresas locais em outros municípios.

É o caso das Farmácias Trajano, que tem 12 lojas em Guarapuava e quatro em outras cidades - Irati, Pato Branco, Campo Mourão e Porto União, empregando, ao todo, 330 funcionários. Segundo o empresário Luiz Manoel Oliveira Martins, a expansão da empresa baseou-se em pesquisas de mercado, que mostraram oportunidades nos municípios que vieram a abrigar lojas da Trajano. “Nós fazemos pesquisas prévias. Analisamos o crescimento econômico da cidade. Ela precisa ser favorável economicamente, promissora. E também precisamos perceber que o tipo de serviço que prestamos ainda é escasso na cidade”.

Em Guarapuava, a marca é bastante conhecida da população local, por

existir há mais de 100 anos, segundo Martins. Mas para abrir unidades em outros locais, ele afirmou que foi preciso fazer trabalho intenso de marketing e publicidade. “Leva um tempo até as pessoas se habituarem a comprar em outra farmácia. Mas a partir do momento que elas percebem que o serviço oferecido é melhor, mais completo, passam a comprar efetivamente em outra loja”.

A Tahech Advogados Associados abriu seu escritório, em Guarapuava, em 1999. Em 2007, montou uma filial em Curitiba. “Quando percebemos que as possibilidades de crescimento estavam esgotadas em Guarapuava, decidimos investir em outra cidade. Poderíamos até crescer mais aqui, mas demandaria um esforço muito grande para um resultado pequeno”, diz o sócio-fundador, Jorge Tahech.

A capital paranaense foi escolhida, segundo ele, porque concentra o Tribunal de Justiça e entidades que auxiliam e facilitam os processos. “As pessoas que trabalham no outro escritório são tanto de Curitiba quanto de Guarapuava, desde que sejam pessoas leais e competentes”.

Segundo Tahech, é mais difícil administrar a unidade em outro município. Ele diz que faz visitas constantes, para acompanhar o andamento dos negócios. “É claro que as coisas também acontecem quando não estou lá, mas o escritório de Guarapuava está sempre à disposição, dando suporte, e vice-versa”. Um dos métodos utilizados para manter a comunicação interna são as videoconferências. “Até atendemos clientes através da videoconferência: um advogado está em Curitiba com o cliente, e o outro advogado está aqui. Os recursos tecnológicos são recorrentes, porque agilizam muitas situações.”

Gabriela Tilton



Arquivo

► A viabilidade econômica do novo município é fundamental para a expansão de uma empresa



expansão

Paraná

Os planos, de acordo com Jorge, são de abrir em outros locais, de preferência em grandes centros, já que o foco do escritório é empresarial.

A Simão Pneus se instalou em Guarapuava em 2005. Três anos depois estava também em Ponta Grossa. Segundo o empresário Simão Cirineu Aqsenen, os funcionários são todos daquele município. A administração é feita pelo irmão dele. "São administrações independentes, mas a central é aqui. Em Guarapuava a experiência acumulada no ramo é maior".

Outra empresa guarapuavana desbravando outros territórios é o Superpão, fundado na década de 20. Hoje, a rede tem mercados em quatro cidades - Caçador, Francisco Beltrão, União da Vitória e Ponta Grossa - além de Guarapuava, e está implantando unidade em Pitanga.

A primeira unidade fora foi aberta em 1987, em Curitiba, onde foram abertas outras lojas ao longo do tempo. A empresa, no entanto, percebeu que era "especialista" no interior.

Antes de abrir lojas em outras cidades, o mercado avalia se, logisticamente, é

viável. "A central é aqui em Guarapuava, então nós temos que ter um raio de ação onde seja possível abastecer as outras lojas", afirma o gerente de operações e marketing, José Fernando Brecaillo Júnior. Além disso, Brecaillo diz que a cidade precisa ser viável economicamente. "Cada cidade tem um perfil socioeconômico, e um nicho adequado para colocar um tipo específico de supermercado".

Sempre que inicia processo de instalação em outras cidades, a empresa procura se inserir junto à comunidade, segundo Brecaillo. Isso ajuda na aceitação da marca. "Todas as obras que fazemos são com empresas da cidade. Nós valorizamos o local. Criamos empatia. Temos plena consciência da nossa responsabilidade social e econômica nos municípios onde implantamos novas lojas. Por isso, investimos nas empresas locais em prol do desenvolvimento da região."



Arquivo Simão Pneus

► Em 2007, a Tahech Advogados abriu uma filial em Curitiba. No ano seguinte, a Simão Pneus inaugurou outra unidade em Ponta Grossa

Você já pensou em vender seus produtos 24 horas por dia e para todo Brasil?

Com o sistema de Loja Virtual da Agência Intermidia isso é possível!

Sistema On-line composto das mais avançadas tecnologias web, otimizadas para você ter o maior sucesso possível em suas vendas pela internet!
Ótimo para o empresário que quer expandir seus negócios.

INTERMIDIA
DESENVOLVIMENTO DE SITE



Ligue agora e solicite uma proposta

(42) 3626-2250

ou acesse www.agenciaintermidia.com.br

Vantagens

- ✓ Criação personalizada com características gráficas avançadas
- ✓ Cadastro Detalhado de Produtos com fotos ilimitadas
- ✓ Comentários nos Produtos
- ✓ Controle de Estoque
- ✓ Sistema de URL amigável para Otimização nos Buscadores (Google, Yahoo, Bing)
- ✓ Sistema integrado com cartões de crédito, boleto, entre outros
- ✓ Acompanhamento de pedidos
- ✓ Envio de Mala Direta por E-mail
- ✓ Desconto por Cliente e Gerador de Cupom de Desconto
- ✓ Atendimento online
- ✓ Conexão segura e criptografada
- ✓ Módulo para vendas em atacado com número mínimo de produtos ou um valor mínimo
- ✓ Sistema Prático e intuitivo
- ✓ Frete Personalizável transportadoras, aéreo, Correios, entre outros

NOVA L200 TRITON 2011

SE NUNCA NÃO CHEGOU



hycomunicacao.com.br

ATÉ
ONDE
VOCE
QUER IR?





4 4
É MITSUBISHI



SEVEN
MITSUBISHI MOTORS

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



Consumo

BUSCAR UMA VISÃO EXTERNA E ESPECIALIZADA PROPORCIONA BENEFÍCIOS EM TODOS OS SETORES DA EMPRESA, CONTRIBUINDO COM O CRESCIMENTO DO NEGÓCIO

Contratar uma consultoria empresarial quase sempre traz resultados positivos para as empresas. A avaliação de profissionais especializados contribui para diagnosticar falhas que podem ser melhoradas dentro da empresa, ou então ajuda a encontrar processos mais baratos, que trazem os mesmos resultados. Para algumas empresas, no entanto, contratar profissionais para prestar auxílio custa caro, em um primeiro olhar. Mas o custo benefício que a empresa sempre compensa.

Os preços de uma consultoria, normalmente, são estabelecidos por hora. E variam de R\$ 45,00, no Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), para cerca de R\$ 150,00, na rede privada. Este custo, muitas vezes, faz com que as empresas posterguem a orientação de profissionais. Ou fiquem na dúvida sobre qual o melhor momento para contratar o serviço.

Em que fase buscar auxílio?

Para o consultor Marcelo Moraes Edling, da House Keeping, a empresa deve procurar consultoria em qualquer situação do empreendimento: seja antes de iniciar, quando ainda está começando ou depois de já estar consolidada. "Em todas as etapas, todos os níveis, é importante. A empresa que está começando pode ter muitas dúvidas, às vezes não tem bom conhecimen-►

Consultoria empresarial: quando procurar?

“A PESSOA ESTÁ NA EMPRESA A VIDA INTEIRA, FAZENDO SEMPRE DAQUELE JEITO. DE REPENTE CHEGA UM RAPAZ DE FORA E QUER MUDAR TODO O FUNCIONAMENTO: ESSA SITUAÇÃO TEM MUITA GENTE QUE NÃO ADMITE. A PESSOA PRECISA ESTAR DISPOSTA A RECEBER A MUDANÇA.”

Marcelo Moraes Edling,
Consultor de empresas

to do mercado que vai atuar, não tem um foco bem definido. A empresa que já está bem pode precisar de um novo rumo, ou quer saber quais são os próximos passos para se expandir. Se a empresa está indo mal, precisa saber quais são os erros, o que precisa melhorar. Então, a consultoria é recomendada para qualquer fase da vida de uma empresa.”

Segundo ele, é um erro achar que a orientação de profissionais experientes só é bem-vinda quando o negócio está indo mal. “Isso é bastante comum. E não deve ser assim, buscar somente quando não encontra mais soluções. Claro que também é um caminho. Mas se a empresa tivesse procurado antes, provavelmente não estaria com problemas agora.”

De acordo com o consultor do Sebrae, Edison Charavara, geralmente as empresas dão importância para uma consultoria ►



Arquivo House Keeping



Arquivo Gianny Maria Lingerie

► A principal mudança após a consultoria foi no setor financeiro

“COM A CONSULTORIA, CONSEGUI VISUALIZAR EXATAMENTE O QUE ACONTECE NA LOJA.”

Gianny Maria Bardim Reitmeyer,
empresária guarapuavana



Arquivo Gianny Maria Lingerie

quando o setor financeiro não está satisfatório. Entretanto, acabam esquecendo que manter um bom relacionamento é fundamental. “A empresa precisa manter boa relação com os seus colaboradores e clientes. O atendimento traz as condições para que haja crescimento. Sem clientes, a empresa não existe.”

Perfil

O perfil das empresas que buscam consultoria é variado. Talvez pelo custo, normalmente são de médio a grande porte, de acordo Edling. “Existe uma dificuldade de aceitação por parte dos empresários, principalmente em centros menores e em pequenos negócios. Os micro e pequenos empresá-

rios pensam no investimento que terão com a consultoria. Mas eles precisam analisar o retorno que o investimento vai trazer”.

Aliado à questão financeira, há também preconceito por parte de muitos empresários em buscar ajuda. “A pessoa está na empresa a vida inteira, fazendo sempre daquele jeito. De repente chega um rapaz de fora e quer mudar todo o funcionamento: essa situação tem muita gente que não admite. A pessoa precisa estar disposta a receber a mudança.”

Exemplos de sucesso

Em alguns casos, o empresário busca a consultoria porque observa a transformação de outras empresas que já contrataram o serviço. Entretanto, não sabe exatamente em quais pontos as alterações devem ser realizadas.

A empresária Gianny Maria Bardim Reitmeyer decidiu procurar consultoria ►

capa

“APRENDEMOS A TER MAIS
CONTROLE SOBRE A QUESTÃO
FINANCEIRA, NO ATENDIMENTO
AO CLIENTE, COMEÇAMOS A
REALIZAR O PÓS-VENDA”

Rodrigo Camilo,
empresário guarapuavano



Arquivo Original Computadores

quando percebeu que estava cometendo erros na parte organizacional da empresa. “Com a consultoria, consegui visualizar exatamente o que acontece na loja.”

A principal mudança, segundo ela, foi no setor financeiro. “A saúde financeira da loja estava boa, mas vários dados que eu não dava importância, como juros, agora percebo que são fundamentais. Consigo saber os valores exatos de venda das mercadorias, e que descontos eu posso oferecer sem que eles prejudiquem o negócio”.

Hoje, ela diz que coloca todos os custos e receitas da empresa no papel. “Cada centavo é anotado”. Outra mudança, de acordo com ela, ocorreu no planejamento estratégico e na área de recursos humanos. “Agora sei que trabalho com o número adequado de funcionários”.

Diante dos benefícios, ela reconhece que deveria ter procurado consultoria antes de abrir a loja. “Eu não teria me preocupado por tanto tempo. Até meu astral está melhor, estou percebendo muitos resultados e fico satisfeita. A loja mudou da água para o vinho”.

Rodrigo Camilo, da Original Computadores, recorreu à consultoria em abril de 2010, depois de cinco anos no

mercado. No caso dele, as principais mudanças também ocorreram no setor financeiro. “Aprendemos a ter mais controle sobre a questão financeira, principalmente na fixação de preços. No atendimento ao cliente, começamos a realizar o pós-venda. Agora sabemos se o cliente está satisfeito com o serviço”.

A consultoria ainda contribuiu para redirecionar o foco da empresa. Camilo conta que antes a Original oferecia vendas e assistência técnica, mas percebeu que a rentabilidade propiciada pela manutenção era maior. “Hoje nossa principal atividade é assistência técnica”.

Da mesma maneira que Giany Maria, o empresário Rodrigo Camilo também acredita nas vantagens que uma consultoria pode trazer: “Recomendo para todas as empresas, porque o negócio melhorou muito depois da consultoria”.

Troca de conhecimento

Conforme Charavara, a consultoria oferece troca de conhecimentos, algo fundamental para o desenvolvimento de um negócio. “O empresário passa ao consultor o



House
Keeping

consultores associados


Consultoria Tributária

Rua Saldanha Marinho 1361 - 1º andar
Cep: 85010-290 - Guarapuava - PR
Mail: contato@houseconsultoria.com.br

Fone: (42) 3622-8460

www.houseconsultoria.com.br

“CABE AO EMPRESÁRIO ESCOLHER
A PROPOSTA QUE CONSIDERAR
CONVENIENTE E COLOCÁ-LA EM PRÁTICA.
QUEM APLICA AS MUDANÇAS É O
EMPRESÁRIO, NÃO O CONSULTOR.”

Edison Charavara, 
consultor Sebrae

que está acontecendo; e o consultor passa à empresa as alterações que podem existir, o que precisa ser mudado.”

Charavara explica que a consultoria atua em todos os setores da empresa. Tudo depende do diagnóstico realizado nas visitas iniciais. “Cabe ao empresário escolher a proposta que considerar conveniente e colocá-la em prática. Quem aplica as mudanças é o empresário, não o consultor. Mas enquanto não houver resultados, nós não abandonamos a empresa, não largamos do pé dela”.

A boa consultoria, segundo ele, é a que acompanha a empresa por determinado período e depois acaba. Ou seja, não se deve estabelecer um vínculo eterno entre o consultor e a empresa; a relação profissional



Arquivo Sebrae

deve existir até que as metas propostas sejam atingidas. “É salutar que a empresa caminhe com as próprias pernas”.



PLANOS EMPRESARIAIS **CLARO**, ESSA É PARA VOCÊ EMPREENDEDOR QUER BAIXAR CUSTOS COM COMUNICAÇÃO E CONTINUAR FALANDO O MESMO?

OFERTA
DO MÊS



Aproveite a Promoção Claro Empresas!

CLARO FLEX

R\$0,28/ min local

- * Excedente também R\$0,28/ min(local)!
- * Contrate franquia em REAIS!
- * Fale a custo ZERO entre o grupo!
- * Isenção de deslocamento e adicional a nível Brasil!
- * Gestor on-line (gerencie o consumo de cada linha)!
- * Aparelhos a R\$1,00 ao mês.
- * E só na CLARO, a franquia não utilizada acumula para o mês seguinte!

**QUER TRANSPARÊNCIA NO QUE ESTÁ CONTRATANDO...
VENHA COM A GENTE e AGENDE SUA VISITA!!!**

C.B.L. TELECOM

AGENTE AUTORIZADO

Sua empresa em boas mãos

(42)8834-6003/8835-0538

e-mail: cbltelecom@hotmail.com





Comércio tem boas expectativas para o Dia das Crianças

Datas comemorativas são vistas com entusiasmo pelos comerciantes. O Dia das Crianças deste ano deve ser positivo para o setor, conforme apontam alguns lojistas. “Hoje, algumas crianças preferem eletrônicos ao invés de brinquedos. Mas mesmo assim, acreditamos que as vendas serão boas”, afirma Leila Ortiz, proprietária da Glamour Presentes.

O movimento no comércio geralmente aumenta na semana que antecede a data. Para estimular as compras, descontos são bem-vindos. Esta alternativa é utilizada pela Casa dos Presentes, conforme comenta a proprietária Neusa Scos: “Ultimamente, as vendas crescem ainda mais nos dois ou três dias anteriores à data. Por isso, nós estamos com uma promoção de 10% até o final de setembro, para incentivar os clientes a comprarem antes.”

Para atrair as crianças, é essencial oferecer os produtos lançados recentemente: “Estamos com muitas novidades, a loja está preparada para o dia”, diz Leila. A gerente da loja Chic Chiclé, Juliane

Pachisnik, também está confiante: “Temos muitos produtos interessantes para esta data. As vendas para o Dia das Crianças devem melhorar este ano. Estamos com uma expectativa boa.”

Apesar da perspectiva favorável, a empresária Neusa salienta que o costume de presentear vem perdendo força com o passar do tempo: “Cada ano se leva menos em conta comprar presentes para as datas comemorativas. O Dia das Crianças permanece mais estável, porque os pais ou tios sempre presenteiam.”



shutterstock.com



O valor de uma vitrine

A VITRINE É FUNDAMENTAL PARA O SUCESSO DE UMA EMPRESA. CONTUDO, DEVE OBEDECER A LEGISLAÇÃO



U m a boa propaganda costuma atrair o cliente e convencê-lo a comprar determinado produto. É com este propósito que as lojas montam vitrines organizadas e harmônicas. A gerente de vendas Luzia Kuszniel, da loja de moda Maria Mariá Mix, concede importância destacada para a vitrine: “A vitrine é como um jornal em um quadrado. Ela é tudo para uma loja, é o cartão de visita. Se o cliente gostou, encontrou peças bonitas na vitrine, ele vai entrar e comprar.”

A vitrine é fundamental para o sucesso de uma empresa. Contudo, alguns

detalhes devem ser levados em consideração. O produto exposto na vitrine deve conter o preço à vista e a prazo, e qualquer outra informação referente a valores. Tais especificações estão contidas na lei federal 10.962/04, no decreto federal 5.903/06, e no artigo 31 do Código de Defesa do Consumidor.

A assessora jurídica do Procon, Jaqueline Constantino, cita um exemplo: “O consumidor pode passar em frente à loja após o horário comercial e se interessar por algum produto. Se os valores não estiverem disponíveis, ele pode acabar nem retornando a loja no outro dia para efetuar a compra.”

A preocupação com a novidade é um dos fatores fundamentais para o mostruário: “Nós procuramos escolher as roupas mais bonitas para deixar na vitrine. As tendências da estação, o que existe de novo sempre está exposto. Colocamos peças que sabemos que os consumidores vão pedir. Agora, por exemplo, estamos com muitas roupas e calçados coloridos”, comenta Luzia.

A assessora Jaqueline ressalta a importância desta ferramenta: “É essencial que as informações estejam bem esclarecidas. Isso traz vantagem para o lojista e também para o consumidor. E todos nós somos consumidores, o próprio lojista é um consumidor.”

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

Adeus à folha de pagamento tradicional

FOLHA DE PAGAMENTO CONVENCIONAL PODE SER SUBSTITUÍDA PELA PLATAFORMA ONLINE, QUE OFERECE MAIOR PRATICIDADE

Um novo produto, que pretende facilitar a administração das empresas, está disponível em Guaruapuava. Agora, a folha de pagamento convencional pode ser substituída pela plataforma online, proporcionando diversos benefícios.

Na folha de pagamento clássica, existe o empecilho de poder acessar os arquivos somente no computador em que o programa estiver instalado. Por ser utilizada através da internet, a Webfopag Folha de Pagamento Online acaba com este problema de mobilidade. A instalação, por sua vez, é mais simplificada, podendo ser feita através da própria web. A necessidade de uma máquina mais potente para armazenamento de dados também é eliminada, visto que as informações são armazenadas no sistema virtual. Segundo Marcos Aurélio Borges, gerente da Employer Organização de Recursos Humanos, a plataforma é confiável: “Existe uma segurança eficaz de dados. Nós trabalhamos com a mesma certificação que trabalham os bancos, em questão de segurança. É totalmente seguro.”

A Webfopag apresenta o holerite online, com as mesmas van-

tagens para os funcionários e para a empresa. O arquivo pode ser visto no site, no e-mail ou no iPhone, com acesso a todos os históricos. A consulta e o arquivamento são facilitados, e não há necessidade de impressão.

O modelo online promete gerar praticidade: “Na maioria das folhas tradicionais, você tem que fazer um fechamento no final do mês. Na Webfopag, não. Ela está sempre pronta: rodou, lançou alguma informação, está fechado. Esse é outro diferencial”, aponta Marcos Aurélio.

A mensalidade da Webfopag é de R\$ 3 por CPF ativo, sendo a fatura mínima de R\$ 100. Em contrapartida, custos com implantação, atualização de programa e infra-estrutura se tornam inexistentes.

A folha online também possui dispositivos que disparam alertas, por exemplo, de férias por vencer e fim do período de experiência. Além disso, o sistema oferece alguns aplicativos auxiliares como o SOS RH, o BNE (Banco Nacional de Empregos), e a Matriz de Funções e Salários.

21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
27563	4.689,12	97,70	4.689,56	-0,44
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
27563	4.689,12	97,70	4.689,56	-0,44
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
27563	4.689,12	97,70	4.689,56	-0,44
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
27563	4.689,12	97,70	4.689,56	-0,44
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
27563	4.689,12	97,70	4.689,56	-0,44
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
27563	4.689,12	97,70	4.689,56	-0,44
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
27563	4.689,12	97,70	4.689,56	-0,44
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64
27562	124,52	126,07	126,07	-1,55
27563	4.689,12	97,70	4.689,56	-0,44
16919	1.792,60	89,67	1.793,41	-0,81
16919	448,15	89,72	448,60	-0,45
21606	1.391,94	63,55	1.398,06	-6,12
21606	2.847,15	63,48	2.856,70	-9,55
21679	4.734,40	118,40	4.736,06	-1,66
21680	3.505,95	130,21	3.515,59	-9,64
26474	1.625,68	116,14	1.625,96	-0,28
27559	7.670,74	99,64	7.672,02	-1,28
27563	10.745,90	97,70	10.747,32	-1,42
27563	97,69	97,99	97,99	-0,30
27566	246,72	123,51	247,02	2,30
80001	301,74	100,26	300,79	0,95
80001	1.911,02	100,27	1.905,17	5,85
16919	1.254,82	89,64	1.254,95	-0,13
21606	2.657,34	63,42	2.663,59	6,43
21606	2.467,53	63,45	2.474,40	-6,87
26470	19.644,69	88,90	19.645,87	-1,18
26470	17.778,00	88,90	17.780,13	-2,13
27559	5.279,86	99,63	5.280,50	-0,64

Inovação no sistema proporciona maior a

O DÉBITO DIRETO AUTORIZADO PERMITE O RECEBIMENTO DE FATURAS ELETRONICAMENTE. É DIFERENTE DO DÉBITO AUTOMÁTICO

Uma nova forma de realizar pagamentos está disponível desde outubro de 2009: é o DDA (Débito Direto Autorizado), que permite o recebimento de faturas eletronicamente. Ou seja: o cliente passa a ter acesso às suas contas a pagar através de Internet, telefone e caixa eletrônico, sem que precise recebê-las impressas. O sistema, implementado pela Febraban (Federação Brasileira de Bancos) e pelos bancos associados, pretende trazer benefícios como a economia de papel e maior eficiência.

É importante esclarecer que o débito autorizado se diferencia do débito automático. São dois serviços distintos: o débito autorizado permite que o cliente agende a data do pagamento (seja para o vencimento ou para data anterior); já o outro sistema efetua o débito automaticamente.

Pessoa física ou jurídica, é necessário se cadastrar como sacado eletrô-

nico; e as empresas cedentes registram suas cobranças nos bancos com os quais operam. Deve-se optar por um banco que seja a central do seu DDA. Através da empresa bancária escolhida, o cliente recebe da mesma maneira cobranças de outros bancos. Caso o cliente não esteja satisfeito com o sistema após realizar um teste, pode retornar ao modelo tradicional.

Vantagens

Um dos principais beneficiados com a inovação, ao se evitar uso desnecessário de papel, é o meio ambiente. Segundo estimativas da Febraban, o DDA deve proporcionar, por ano, uma economia de quase 400 mil árvores, um bilhão de litros de água e 46 milhões de kW/hora. Também deixam de ser emitidos milhões de quilogramas de dióxido de carbono. Estes valores são baseados na emissão de dois bilhões de boletos por ano.

O gerente geral do Banco do Brasil, Derli Vendrusculo, destaca a agilidade no recebimento da fatura. “Se a empresa compra parcelado, recebe o boleto no papel somente uma semana depois. Agora, no segundo dia útil após a compra ele já pode ver eletronicamente.” Além disso, a possibilidade de fraudes também é eliminada. “O boleto, no papel, passa por várias mãos, e existem pessoas que falsificam. Com o DDA, o cliente recebe diretamente na sua caixa postal eletrônica”.

O extravio de documentos é outro empecilho para as faturas no papel, como salienta o gerente geral do HSBC, Paulo Tomen: “Greves do correio ou até mesmo quando um terceiro recebe por engano e não

► O DDA evita o desperdício de tempo em filas bancárias, agilizando os pagamentos



tema bancário

Agilidade

repassa ao destinatário são situações que atrapalham o cliente”. O sistema tradicional também acarreta um desperdício de tempo em filas de agências bancárias; ponto que favorece o uso do DDA. “E além de tudo, o custo para aderir é zero”, complementa Paulo.

Processo de adaptação

O papel e o eletrônico ainda vão conviver por certo período. Por enquanto, somente as cobranças autorizadas estão entrando no sistema. Contas de serviços públicos e de arrecadação de tributos ainda não podem ser recebidas através do DDA. A tendência, contudo, é que até o final de 2011 a maioria das empresas tenha migrado para o sistema.

“Ainda há certa resistência, assim como houve com o cartão de crédito no início. E hoje o cartão de crédito se sobrepõe ao cheque”, analisa Tomen. Apesar da fase de transição, que deve demorar alguns anos, Tomen confia na permanência do modelo: “O DDA veio para ficar, porque traz vantagens para todos: o cedente, o sacado, o próprio funcionamento bancário e o meio ambiente.” E acrescenta: “Todo processo de mudança vem para melhorar o que está vigente.”

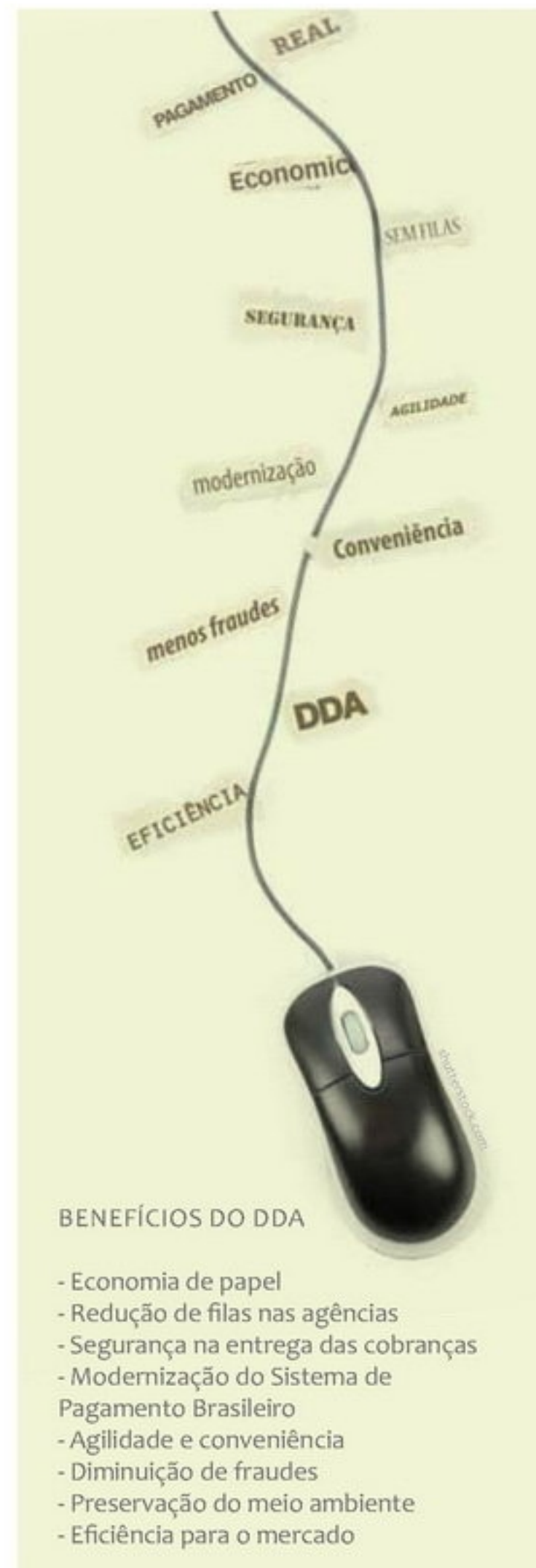
Da mesma forma, Vendruscolo acredita que o Débito Direto Autorizado deve atingir bons resultados. “Temos um feedback, um retorno do cliente muito grande. O DDA está superando as expectativas. Dos nossos clientes, pelo menos entre 60% a 70% já aderiram, e nós apostamos que o sistema vai chegar em 100%.”

Quem já utiliza

Assim como as instituições bancárias, a empresária Elis Regina Temochko também aposta no sucesso do produto: “Resolvi aderir porque o DDA traz praticidade e eficiência para os pagamentos. Gera uma boa economia de tempo.” Elis teve problemas no recebimento de boletos em uma das greves do correio, e está satisfeita com a agilidade eletrônica.

Ela usa o DDA há cerca de quatro meses, e aponta a eficácia do sistema. “O novo modelo permite que eu deixe os pagamentos agendados para a semana, é muito mais fácil. Posso me organizar melhor e deixar tudo programado sem preocupação. O gerenciamento é mais rápido.”

Em contrapartida, a empresária Ana Gouveia, que utiliza o Débito Direto Autorizado há um semestre, faz uma ressalva: “Estão acontecendo alguns erros, provavelmente erros de lançamento. Às vezes aparece uma fatura que não é da empresa, ou então está no dia do vencimento e a fatura ainda não consta no sistema.” Apesar disto, ela acredita que a proposta pode dar certo: “O sistema em si é eficiente. Torna o pagamento mais prático e principalmente evita filas no banco. Se os erros forem solucionados, o DDA fica 100%.”



Responsabilidade social dentro das empresas

O CCBEU, A PÉROLA DO OESTE E MARY ART DESENVOLVEM PROJETOS NA PARTE SOCIAL OU AMBIENTAL. SÃO BONS MODELOS DE COMO PRATICAR A RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social é um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Assim, a gestão das empresas não pode ser norteadada apenas para o cumprimento de interesses dos proprietários, mas também pelos de outros detentores de interesses como os trabalhadores, as comunidades locais, os clientes, os fornecedores, as autoridades públicas, os concorrentes e a sociedade em geral.

Se por um lado o setor privado tem cada vez mais lugar de destaque na criação de riqueza; por outro, com grande poder, vem grande responsabilidade. Em função da capacidade criativa já existente, e dos recursos financeiros e humanos já disponíveis, empresas têm uma intrínseca responsabilidade social.

Em Guarapuava, há exemplos de projetos que cumprem a responsabilidade social. O CCBEU desenvolve o projeto English For All há seis anos, que ensina inglês, gratuitamente, para alunos da rede municipal e estadual de ensino.

As aulas, ministradas a crianças de 4 a 6 anos, são desenvolvidas ao longo de um ano. Recentemente, foram contemplados, também, 45 alunos adolescentes.

O projeto é desenvolvido por

professores e alunos voluntários. “Os alunos voluntários saem ganhando, porque aprendem ainda mais, passando o conhecimento para outros. E eles estão cumprindo um papel de cunho social. É uma responsabilidade que todo cidadão deveria ter, de repassar o conhecimento que recebeu”, afirma a responsável pela área de marketing do CCBEU, Daniela Zorzetti.

Para contribuir com o projeto, os alunos precisam ter nível alto de inglês, segundo Daniela. “Eles são muito bem acompanhados. Existe uma reunião semanal com os voluntários para discutir o planejamento das aulas, e toda semana eles têm um horário fixo para dar aula nas escolas”.

Atualmente são 28 alunos voluntários e 450 alunos atendidos, de 12 instituições. “Os alunos que recebem as aulas têm benefícios porque aprendem outra língua, e nós queremos realmente que eles utilizem essa nova língua para a vida toda deles, que seja útil e sirva de oportunidade para crescer mais”.

Meio ambiente

A Pérola do Oeste tem projeto na área ambiental, de reutilização da água. A empresa possui cisternas próprias, que armazenam a água proveniente das chuvas. Toda a frota de ônibus, cerca de 100 veículos, é lavada com a água armazenada. “Nada é desperdiçado, é feito um reaproveitamento. Além disso, temos o controle de emissão de poluentes e o descarte adequado de materiais contaminados (estopas, e esse tipo de coisas), que são leis”, afirmou o responsável pelo controle de qualidade ►

Água reutilizada, reciclagem de vidro e ensino de inglês gratuito: bons exemplos de responsabilidade social

da Pérola do Oeste, João Spak Neto.

Dentro da empresa, Spak Neto diz que o lixo reciclável é separado. “É uma coisa simples. Essas medidas ajudam na própria conscientização dos funcionários, das famílias dos funcionários, e da população em geral. É importante, porque além de preservar o meio ambiente, serve de exemplo para as outras pessoas.”

A Mary Art também atua na área ambiental, coletando os cacos de vidros gerados em empresas. Posteriormente, o material é enviado para reciclagem. “Percebemos que as vidraçarias mandavam seus resíduos no caminhão de lixo, outros até enterravam os cacos. Assim, decidimos coletar os cacos gerados nas empresas de nossos clientes. Para isso, enviamos alguns tambores e quando nosso caminhão passa para entrega de pedidos, coleta os resíduos”, explica a diretora administrativa e financeira da empresa, Rosemari Bremm Oliveira Germano, também presidente da Adivipar (Associação dos Distribuidores e Processadores de Vidros do Paraná).

Segundo Rosemari, a empresa foi a primeira no Estado a fazer a coleta. Outros municípios devem adotar o modelo em breve. “Esse modelo foi apresentado através da Adivipar. As empresas associadas estão se adequando para iniciar essa coleta em todo o Paraná”.

Na opinião de Rosemari, a empresa que não promover a responsabilidade ambiental não será bem vista pela sociedade. “Percebo em Guarapuava uma maior preocupação por parte da própria sociedade do que das empresas. Se cada setor fizer a sua parte, seremos exemplo de cidadania e comprometimento para outras cidades, e estaremos colaborando para um mundo melhor para nossos filhos”.



Arquivo Pérola do Oeste



Arquivo Mary Art



Arquivo CCBEU

Road Show sobre comércio exterior será realizado na Acig

No dia 8 de outubro será realizado o Road Show “Tendências do comércio exterior”. O evento é promovido pela Faciap, por meio da Cacicopar e da Cacesul. O objetivo é oferecer aos empresários o conhecimento das potencialidades do comércio exterior. A oportunidade é destinada a quem já exporta ou

importa, e também para aqueles que pretendem entrar nesse negócio. O Road Show acontece na própria Acig, às 18h30. As inscrições podem ser efetuadas através do telefone 3621-5513, com Maira; ou através do e-mail maira@acig.com.br

Convenção anual da Faciap será em Foz do Iguaçu

Entre 17 e 19 de outubro, a Faciap realiza a sua convenção anual, em Foz do Iguaçu, no Hotel Mabu. No evento, será eleita a nova diretoria da federação. O voto de cada associação e de cada co-

ordenadoria regional tem o mesmo peso. Na parte de debates, o tema central será “A inovação da pequena empresa”.

Faciap realiza workshop em Guarapuava

A Faciap (Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná) apresentou, no dia 14 de setembro, o workshop “Maximizando Resultados” na Acig. O objetivo foi promover o desenvolvimento das associações paranaenses, ressaltando a importância de temas como liderança e atendimento ao cliente. A programação contou com a palestra comportamental “A arte de transformar menos em mais vendas”, ministrada por Dalmir Sant’Anna. Outro destaque foi a palestra “O verdadeiro vendedor de sucessos”, com o professor e consultor empresarial Robson Dutra. Além disso, a Federação apresentou seu sistema e seus produtos. Estiveram presentes no evento empresários, membros da Faciap e de associações comerciais de cidades próximas.



Caio Cesar - IJTB

Feirão do Imposto pretende conscientizar sobre carga tributária

No dia 25 de setembro foi realizado o Dia Nacional do Feirão do Imposto. Através deste evento, a população pôde conhecer de forma transparente a carga de impostos paga sobre serviços e bens de consumo. O projeto surgiu em 2003 na cidade de Joinville, em Santa Catarina. O Feirão se tornou uma proposta nacional por meio da Confederação Nacional dos Jovens Empreendedores (CONAJE), como iniciativa do CEJESC – Conselho Estadual de Jovens Empreendedores de Santa Catarina. Entre

as 82 cidades participantes, Guarapuava foi uma delas. A Faciap (Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná) e o Conselho Jovem Empresário da Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava) apoiaram a ação. “As pessoas precisam saber do valor real das mercadorias. Precisam saber o quanto do trabalho, o quanto do salário delas é gasto em impostos. A nossa carga tributária é a maior do mundo”, salienta Luiz Fernando Sousa, presidente do Conselho.

NÃO COMPRE GATO POR LEBRE

O verdadeiro SCPC
você só encontra na
Associação Comercial.



Entre em contato e descubra as vantagens de ser associado.

Fone: 42 3621.5591 - www.acig.com.br

Acig promove evento para homenagear as secretárias

No dia 25 de setembro as secretárias puderam usufruir de uma tarde especial organizada pela Acig. O evento é realizado todos os anos em homenagem ao Dia da Secretária, comemorado em 30 de setembro. Foram oferecidas sessões estéticas do Centro de Educação Profissional Futura. Além disso, houve dinâmicas, sorteio de brindes e café colonial do Restaurante Casa Vecchia.



Bem-vindos à Acig

EMPRESAS ASSOCIADAS À ACIG, DE 15/08/10 A 15/09/10.



PRISMA IMOBILIÁRIA



MARCONATTO VEÍCULOS



ESCOLA PRIMEIROS PASSOS

ANIVERSARIANTES - OUTUBRO

Empresa	Fundação	Empresa	Fundação	Empresa	Fundação
ARROZEIRA FABIANI LTDA.	15/out/1990	H TINTAS	1º/out/1988	SANSUL	1º/out/2009
CASA ESPORTE	1º/out/1982	HONDA LOBO MOTOS	26/out/2000	SIMEX MÁQUINAS AGRÍCOLAS	1º/out/1995
CHURRASCARIA BRESCOVIT	1º/out/2000	JORNAL DIÁRIO DE GUARAPUAVA	25/out/1987	SUPERMERCADO BOM PREÇO	1º/out/2001
CLÍNICA DO AUTOMÓVEL	1º/out/1995	LAGOA CONTABILIDADE	15/out/1989	TUOLÃO MAT CONSTRUÇÃO-LOJA 1	11º/out/1994
CONSTRUPUAVA	20/out/2004	LIVRARIA E PAPELARIA UNIVERSOM	1º/out/1971	TORNEC TORNEARIA	1º/out/1994
CONTABILIDADE EMPRESARIAL PASETTI	15/out/2008	LOJA ATUAL	13/out/2004	UNIFASS SISTEMA DE ENSINO	10/out/2006
CORPO BELLO ESTÉTICA	10/out/1999	LOJA VENEZZA	2/out/1989	VEJA ÓTICA	2/out/1989
CVC TURISMO	20/out/2008	MABES	11º/out/2005		
DELLIM MODAS	22/out/2008	MAMCASZ DESIGN	5/out/2000		
DETALHE LINGERIE	23/out/2007	MARISTELA PRESENTES	1º/out/1994		
DIREPUAVA	30/out/2009	MERCADO GRAZI	1º/out/1995		
ELCCO MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	1º/out/1989	MINERVA CONSULTORES ASSOCIADOS	1º/out/1996		
EMPLOYER	15/out/1986	MÓVEIS CASINHA	30/out/2003		
EXTINTORES SÃO CRISTÓVÃO	1º/out/1996	O BOTICÁRIO	13/out/1982		
FARMÁCIA SÃO JOSÉ	8/out/1998	OPÇÃO TECNOLOGIA	17/out/2008		
FARMÁCIA SÃO JUDAS TADEU	1º/out/1987	PALÁCIO DOS COLCHÕES	15/out/2003		
FERTILIZANTES SERRANA	20/out/2000	PESADA AVENIDA	1º/out/1990		
FJ COMPUTADORES	27/out/2006	RAINHA MÓVEIS E ELETROS	16/out/2008		
FOTO YANAGAWA	1º/out/1977	RELOJOARIA PÉROLA II	1º/out/1981		
FRIGUARA	1º/out/1989	RM MOTORES	18/out/1995		
GALPÃO DO BOIADEIRO	1º/out/1996	ROTA 466	1º/out/1997		
GLAMOUR PRESENTE	13/out/1997	ROYALE LANCHES	23/out/1995		

NOVOS ASSOCIADOS

Empresa	Adesão
AUTO ELÉTRICA PRIMAVERA	15/set/2010
EMPLOYER	18/ago/2010
ESCOLA PRIMEIROS PASSOS	8/set/2010
EXTINTORES SÃO CRISTOVÃO	15/set/2010
JOSÉ SÉRGIO DA CONCEIÇÃO	18/ago/2010
MARCONATO VEÍCULOS	8/set/2010
OPÇÃO TECNOLOGIA	18/ago/2010
PRISMA IMOBILIÁRIA	13/set/2010
RESTAURANTE GIRASSOL	18/ago/2010

O ano tem que acabar.
o fôlego da sua empresa não.



Com o empréstimo
Capital de Giro você
financia 100% da folha
de pagamento do 13º,
mais encargos, e divide
em até 12 vezes em
condições diferenciadas.

 **SICOOB**

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.

Para toda receita de família existe
uma farinha de trigo Agrária.



Farinha de Trigo Agrária

A Farinha de Trigo Agrária é ideal para dar aquele "toque a mais" nas receitas que fazem parte do nosso dia-a-dia, como: bolos, tortas, pães, pastéis entre outras delícias.



Farinha Especialíssima

A Farinha Especialíssima reúne propriedades ideais no preparo de massas frescas como: macarrão, rondeli, canelone, nhoque, pizza, lasanha, pastéis e muitas outras receitas.



Farinha Bom Prato

A Bom Prato complementa nossa linha de farinhas, feita para uso misto vai bem em qualquer receita.



As Farinhas Agrária têm produtos para atender variadas necessidades, como as Misturas Prontas Agramix, que são específicas para o preparo do tradicional pão francês.

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

