

Revista ACIIG

Edição 49 | Ano 5 | OUTUBRO 2011 | Uma publicação da Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava



Capa

Mercado de gente grande

O SEGMENTO INFANTIL NÃO PARA DE CRESCER. PRODUTOS ESPECIALIZADOS, GRIFES DE ROUPAS ESPECÍFICAS, TUDO PENSADO PARA AS CRIANÇAS, QUE APESAR DA IDADE TÊM EXIGÊNCIAS DE GENTE GRANDE

| A ARTE DE VENDER

| IMPOSTO QUE PESA

edifício residencial

DONALEILA

50
apartamentos
de 2 e 3
quartos!

Reserve
já o seu!
*Venda após o término da obra.

“Nós construímos.
Nós vendemos.”

Rua Saldanha Marinho, 40 - Trianon

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

www.imobiliariagaspar.com.br

CRECI J-2155



PROMOÇÃO FORÇA PREMIADA Sicredi

COMPTON

Quer surpreender
o seu filho?
A gente dá uma força.

Sorteio de
mais de

200 XBox 360

E ainda concorra a
5 Hilux no final
da promoção.



Quanto mais você usar, mais
chances de ganhar: Poupedi • Previdência
Cartões • Consórcios e muito mais



CERTIFICADO DE AUTORIZAÇÃO SEAE/MF/Nº 06/0038/2011 e SEAE/MF/Nº 05/0037/2011. Promoção válida para as cooperativas de crédito participantes. Consulte condições de contratação dos produtos participantes, bem como o regulamento completo da promoção em forcapremiadasicredi.com.br ou nas cooperativas de crédito. Produtos e serviços sujeitos à disponibilidade na sua cooperativa de crédito. Para mais informações sobre produtos e serviços, vá a uma de nossas unidades de atendimento ou acesse sicredi.com.br. Imagens meramente ilustrativas. SAC Sicredi - 0800 724 7220 / Deficientes Auditivos ou de Fala - 0800 724 0525. Ouvidoria Sicredi - 0800 646 2519.

Agos/2011

Mercado de gente grande

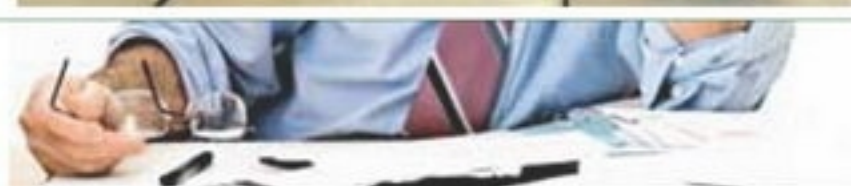
O PÚBLICO INFANTIL É UM IMPORTANTE CONSUMIDOR, MOVIMENTANDO VÁRIAS ÁREAS DO COMÉRCIO. AS PREFERÊNCIAS MUDARAM E A TECNOLOGIA HOJE É PREDOMINANTE. EMPRESÁRIOS E VENDEDORES FALARAM À REVISTA ACIG SOBRE OS DESAFIOS DE ATENDER UM PÚBLICO CHEIO DE DESEJOS E EXIGÊNCIAS

16



PROBLEMAS COM A CONTA DE ENERGIA? SAIBA QUEM PODE AJUDAR

08



GUARAPUAVA, EU VIVO AQUI, EU COMPRO AQUI

10



TODOS PAGAM IMPOSTOS!

13



CRESCIMENTO QUE REFLETE NO ENSINO SUPERIOR

14



EVENTOS ACIG

20



COLETA DO ÓLEO VEGETAL USADO JÁ É REALIDADE EM GUARAPUAVA

21



VENDER É TAMBÉM UMA ARTE

22



DESENVOLVIMENTO REGIONAL E SUSTENTABILIDADE

27



CUIDADO COM AS AÇÕES QUE IRRITAM O CLIENTE

28



ANIVERSARIANTES E NOVOS ASSOCIADOS

30



VENDAS ESPECIAIS COMERCIAL OESTE.

Produtor rural, empresário e frotista

O CARRO IDEAL PARA SEU NEGÓCIO
COM CONDIÇÕES IMPERDÍVEIS.
DESCONTOS DE ATÉ 15%.
VENHA FAZER UM BEST DRIVE!



SAVEIRO



AMAROK



FOX



GOL

JETTA



COMERCIAL
OESTE

PARA MAIORES INFORMAÇÕES CONSULTE UM DE NOSSOS CONSULTORES DE VENDAS CORPORATIVAS ATRAVÉS DOS TELEFONES (42) 3621-3306 / 3621-3308

51 anos e muitas histórias.

WWW.COMERCIALOESTE.COM.BR | (42) 3621-3343
Rua Azevedo Portugal, 777 - Centro - Guarapuava - PR

As crianças são responsáveis por movimentar setores importantes da economia. É um mercado em constante ascensão. O comércio guarapuavano já se deu conta disso. A cidade possui lojas especializadas na área de brinquedos e roupas, além de estar explorando o setor de festas.

As crianças atuais são essencialmente consumistas. Possuem o ímpeto da compra, estimuladas por propagandas e desenhos animados, mas não medem o peso do dinheiro. Pressionam os pais de toda forma até que consigam o que desejam. O limite das reivindicações depende de cada família. Mas o fato é que os pequenos adoram presentes.

O mercado voltado às crianças, entretanto, vai muito além do consumismo. Escolas de ensino regular, de idiomas, cursos específicos como música, balé, atividades esportivas, as áreas que atendem o público infantil são imensas. Há ainda setores que se beneficiam de forma indireta – turismo, por exemplo. Não fossem os filhos, muitas viagens de fim de ano não aconteceriam, seriam substituídas por pós-graduações ou um sofá novo.

Ter filho, para as finanças pessoais, pode não ser ideal, ainda que as crianças sejam um projeto de vida, não um investimento. Para a macroeconomia, no entanto, é o melhor negócio.

Basicamente, as crianças são um dos principais motores da economia. Cabe aos empresários interpretar as mudanças de comportamento de cada época e perceberem qual a melhor forma para atender o público do momento, que é sempre de estatura baixa, mas exigências, muitas vezes, maiores que de gente grande.

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
Leandro Bren
Diretor Administrativo
Luiz Manoel Oliveira Martins

Vice-Diretor Administrativo
Paulo Reckziegel
Diretor de Finanças e Orçamento
Oronil Oliveira Junior
Vice-diretor de Finanças e Orçamento
Ernesto Odilo Franciosi
Diretor de Assuntos do SPC
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
Marco Aurélio S. S. Meirelles
Conselheiros

Luiz Fernando Carneiro Silveira
Juliano Nizer
André Rudek

Paulo Reckziegel
Ildelfonso Junior
Marcos Roberto Nunes
Marcelo Edling

CONSELHO DA MULHER EXECUTIVA

Presidente
Marcia Vaz

1º Vice-presidente
Loren D'Angelo

Conselheiras
Lara Mena Sganzerla
Maria Inês Guiné
Adriane Aranha

Claudete Neske Bastian
Francieli Struz Nunes
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

expediente

Coordenação
Acig
Editor-chefe
Guilherme Bittar - MTB 7432
Estagiária
Jaqueline Ribeiro da Costa de Souza
Foto capa
Studio Yanagawa
Projeto Gráfico
Pulsar Propaganda

Diagramação
Rogério Zangémi
Revisão
Pulsar Propaganda
Impressão
Gráfica Midlograf
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
acig@acig.com.br e imprensa@acig.com.br

Publicidade - Acig
Rua XV de Novembro, 8040 - Centro - (42) 3621-5566
Guarapuava/PR -
Contato Comercial - Kelly Aparecida Soares

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.



A COLEÇÃO MAIS BONITA
PARA AS ESTAÇÕES MAIS DIVERTIDAS



PRIMAVERA - VERÃO



Hering

Basic
Kids

RUA SENADOR PINHEIRO MACHADO, 2357 - CENTRO
3035 4999



Problemas com a conta de energia? Saiba quem pode ajudar

HÁ 11 ANOS, EXISTE UM CONSELHO COMUNITÁRIO QUE ATENDE REIVINDICAÇÕES DO CONSUMIDOR FINAL DE ENERGIA ELÉTRICA. E MAIS, O CONSELHO LUTA PELA DIMINUIÇÃO DA TARIFA DE ENERGIA



Arquivo pessoal

► Conselhos dos consumidores de energia elétrica de todo o Brasil reunidos em Brasília na sede da ANEEL em debate sobre composição tarifária

O Brasil está entre os países com as mais altas taxas de energia elétrica do planeta. Isso se justifica devido aos altos tributos e impostos pagos sobre a tarifa de energia. A carga tributária chega até 50% da conta.

A ANEEL (Agência Nacional de Energia Elétrica) criou em 2000 o Conselho dos Consumidores de Energia Elétrica.

No Brasil, cada empresa fornecedora de energia elétrica possui um Conselho. São 64 em todo o país. O objetivo é levar reivindicações, sugestões e reclamações do consumidor final até as concessionárias de energia. Além de lutar pela diminuição do preço da energia, dos encargos e tributos que encarecem a conta.

Quem atua em Guarapuava é o

Conselho dos Consumidores da Rede Força e Luz. É um conselho de caráter consultivo voltado para orientação e análise das questões ligadas ao fornecimento de energia, tarifas e adequação dos serviços prestados ao consumidor final. O Conselho é formado pela Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava), Sociedade Rural, Procon (Programa de Orientação e Proteção ao Consumidor), Ugam (União das Associações de Moradores) e prefeitura. Cada instituição representa uma classe de consumidores de energia do município.

A população deve levar suas reivindicações até essas entidades, para que, na reunião bimestral, os conselheiros possam analisar quais têm relevância e devem ser levadas até o Fórum Nacional dos Consumidores, que neste ano, acontece em novembro.

“Nesse fórum, todas as concessionárias se reúnem para discutir as reivindicações e lutar por elas”, comenta José Divonsil da Silva, presidente da Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava) e também presidente do Conselho.

Segundo Divonsil, a principal conquista do Conselho dos Consumidores da Rede Força e Luz foi detalhar o que é cobrado na tarifa de energia. “As pessoas não sabiam o que pagavam”, justifica.

O Conselho dos Consumidores da Rede Força e Luz é voluntário. A próxima reunião está prevista para 27 de outubro, na sede da companhia.



Você vai saber se é ele ou ela muito antes do primeiro chute.



O Laboratório Góes oferece agora o exame de Sexagem Fetal por DNA que revela o sexo do bebê com 8 a 9 semanas de gestação. Chega de palpites. Tenha a certeza que só a tecnologia a toda prova pode proporcionar.

Farmacêutico-Bioquímico: Dr. Celso Fernando Góes. CRF 4511

www.laboratoriogoes.com.br

(42) 3623-9003 | PLANTÃO 24h: (42) 9104-1675

GUARAPUAVA | ENTRE RIOS | CANDÓI | PINHÃO | POSTO DE COLETA HOSPITAL SÃO VICENTE DE PAULO

laboratório
GÓES



GUARAPUAVA, EU VIVO AQUI EU COMPRO AQUI

ACIG LANÇOU OFICIALMENTE CAMPANHA DE VALORIZAÇÃO DO COMÉRCIO. O OBJETIVO DA CAMPANHA É CONSCIENTIZAR A POPULAÇÃO PARA QUE INVISTA NOS PRODUTOS E SERVIÇOS DO MUNICÍPIO

No dia 10 de setembro a Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava) esteve no calçadão da rua XV de Novembro para fazer a divulgação da Campanha “Guarapuava eu vivo aqui, eu compro aqui”. Representantes da Associação entregaram adesivos e folders que visam incentivar o consumidor a prestigiar o comércio local.

A Acig, em parceria com a CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas), quer mostrar que, investindo nos serviços oferecidos na cidade, o benefício é da própria população. “O consumidor precisa saber que, comprando aqui, a economia local fica fortalecida, gera empregos, renda, e os impostos são aplicados no próprio município. Isso possibilita o crescimento de Guarapuava e a constante melhora nos serviços oferecidos” justifica José Divonsil da Silva, presidente da Acig.

Como complemento a essa


campanha, a Acig oferece aos empresários palestras, cursos e eventos que visam promover bom atendimento ao cliente, qualificação da empresa, entre outros.

Em março deste ano, Marcos Antonio de Sousa ministrou palestra com o tema Vendas e Atendimento aos Clientes. Ele abordou tópicos como: Entendimento e atendimento; quem é o cliente; vender bem x atender bem; fidelizando clientes; resolvendo problemas; a arte da atenção, entre outros.

Em maio, o professor Pedro Gonçalves abordou o tema Gestão de Vendas, em um curso de curta duração, também realizado na Acig. O objetivo era desenvolver uma visão geral da profissão de vendas, examinando suas funções e importância, demonstrando e ampliando os recursos disponíveis.

Em julho, a instrutora Márcia Brolesi ministrou curso sobre modelos evolutivos de liderança e aspectos comportamentais da gestão de pessoas. Márcia afirma que no ambiente corporativo é preciso ter uma visão humana das pessoas para potencializar o que elas têm de melhor.

O Sebrae (Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) também desenvolve, em parceria com a Acig, diversos cursos voltados ao comércio varejista. São cursos de curta e longa duração, desenvolvidos durante o ano.

A divulgação da campanha de valorização do comércio se tornou possível devido à ação conjunta com diversos parceiros dos meios de comunicação local. Veja quem são na página ao lado: 

► Membros da Acig fizeram a conscientização da população local para que aposte nos serviços e produtos do município





Campanha de Capitalização Sicoob Sul



**Participe da
campanha de
capitalização e
concorra a um**

Fiat Novo Uno Vivace 1.0 EVO 0 Km



SICOOB

ASSOCIADO A VOCÊ.

Todos pagam impostos!

CAMPANHA REALIZADA EM SETEMBRO MOSTROU À POPULAÇÃO A ALTA CARGA TRIBUTÁRIA COBRADA NO BRASIL SOBRE SERVIÇOS E BENS DE CONSUMO

36 mil reais, esse é o preço bruto de um carro modelo esportivo de determinada marca. Atualmente é encontrado no mercado por 60 mil reais. A carga tributária corresponde a 36% do preço do automóvel, imposto que deveria ser revertido para educação, saúde, segurança, rodovias.

É a reflexão que o Conjove (Conselho do Jovem Executivo) da Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava) e outros Conselhos do Brasil propuseram nos dias 16 e 17 de setembro na campanha denominada Feirão do Imposto.

O Feirão é um evento nacional, criado em 2003 pelo Núcleo de Jovens Empresários da Associação Empresarial de Joinville (Acij). Além de conscientizar a população a respeito da quantidade de impostos que todos pagam sobre os mais variados serviços e bens de consumo, os conselhos querem apoio da população para cobrar das autoridades que os tributos tenham destinação correta.

Segundo Marco Aurélio Scartezini Meirelles, presidente do Conjove Guarapuava, os conselhos desenvolvem trabalho de fiscalização. “Queremos saber para onde estão indo os tributos. Todos pagam impostos, então a população tem o direito de não precisar pagar por pedágio, escolas e médicos de qualidade. A população precisa ter de volta aquilo o que paga.”

No Feirão do Imposto, o Conjove transmitiu ao vivo os números do Impostômetro, contador que mede a quantidade de impostos pagos desde janeiro deste ano até a data da campanha (17/09/2011). Alguns produtos e suas respectivas cargas tributárias também foram expostos. [Confira no quadro ao lado].

Proporções

De acordo com pesquisas, o brasileiro precisa trabalhar em média 5 meses por ano só para pagar tributos.

O Brasil está na 14ª posição no ranking que lista os países com os mais altos impostos. É o primeiro entre os países emergentes.

De janeiro até setembro de 2011 o brasileiro pagou mais 1,3 trilhões em tributos; Mais de 5 mil reais por habitante.

Os impostos federais, estaduais e municipais somam 63 tipos de tributos.

Os membros do Conjove distribuíram panfletos informativos a respeito da carga tributária de alguns produtos



Produto	Preço	Imposto	Valor do Imposto
Medicamento	R\$ 40,00	36%	R\$ 14,90
Conta de Água	R\$ 52,00	29,83%	R\$ 15,51
Conta de Luz	R\$ 50,00	45,81%	R\$ 22,91
Conta de Telefone	R\$ 58,96	47,87%	R\$ 28,22
Arroz	R\$ 9,96	17,91%	R\$ 1,78
Leite	R\$ 1,92	33,63%	R\$ 0,65
Televisão	R\$ 2.285	44,94%	R\$ 1.076,68
Casa Popular	R\$ 55.000	49,02%	R\$ 26.961,00
Cigarro	R\$ 3,95	81,68%	R\$ 3,23
Cachaça	R\$ 5,00	83,07%	R\$ 4,15

Crescimento que reflete no ensino superior

EM GUARAPUAVA, A BUSCA POR GRADUAÇÃO NA ÁREA AGRÍCOLA E AGROPECUÁRIA CRESCE NA MESMA PROPORÇÃO EM QUE A ECONOMIA DESSES SETORES SE DESENVOLVE NO MUNICÍPIO



Divulgação

▼ Grande parte dos candidatos aos cursos de agronomia e veterinária da Unicentro não são de Guarapuava

A edição de setembro da revista Acig trouxe reportagem sobre a importância da agroindustrialização para a economia de Guarapuava. O aumento da industrialização de matérias-primas provenientes do campo contribui para o desenvolvimento do município. Além disso, pesquisadores também apontam que os setores de avicultura, suinocultura e bovinocultura (principalmente de corte) estão em expansão no município.

O reflexo desse crescimento pode, por exemplo, ser visto na relação candidato vaga dos dois cursos mais concorridos

do vestibular de primavera da Unicentro (Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná): veterinária e agronomia.

Para o curso de veterinária, a concorrência foi de 31 candidatos para cada vaga; de agronomia 21 por vaga.

Segundo Marcelo Cruz Mendes, professor doutor do curso de agronomia da Unicentro, o agronegócio está com saldos cada vez mais positivos. “O agronegócio de Guarapuava tem se impulsionado significativamente. Por isso existe demanda na contratação de novos profissionais. Conseqüentemente alunos de agronomia têm obtido êxito na empregabilidade.”

Mendes conta que há um leque de especializações onde o agrônomo pode atuar, mas alerta: “o mercado exige qualificação por parte dos empregados. É importante que o aluno depois de formado em graduação busque uma formação complementar.”

O chefe do departamento de veterinária da Unicentro, Jaime Augusto Peres, conta que a concorrência do vestibular deste ano para o curso foi a maior desde quando implantado na instituição. Ele acredita que essa relação candidato/vaga ainda tende a aumentar. Peres justifica: “A região de Guarapuava absorve bem médicos veterinários tanto na área de clínicas, quanto de produção. O curso também é muito bom



Divulgação

- ▶ Os alunos de agronomia sabem que o setor está vivendo um momento promissor




Divulgação

- ▶ Os alunos do curso de veterinária tem a oportunidade de aplicar na prática o que é visto em sala de aula

em termos de estrutura e corpo docente. Além disso, estamos basicamente no centro do estado. Esta é uma área que atrai pessoas de todas as regiões.”

Os cursos de agronomia e veterinária envolvem atividades práticas que

permitem aos alunos atuar junto a produtores da região. É a oportunidade de assimilar na prática o que é visto em sala de aula.

A maioria dos acadêmicos retorna do estágio curricular com propostas de emprego. 

REDUZA A DISTÂNCIA.
E AS MEDIDAS.

FARMÁCIAS
TRAJANO



nutraz

www.nutraz.com.br

Agora você encontra os produtos Nutr'AZ nas farmácias da Rede de Farmácias Trajano, Slim Shake e Fibra Nutri, com todos os benefícios de uma nutrição balanceada no seu dia a dia. Afinal, bonito mesmo é ser saudável, com inteligência.

Nutr'AZ na Rede de Farmácias Trajano.
Beleza, com inteligência, pertinho de você.



Um mercado que não de cres



para cer

“O MERCADO INFANTIL É BOM PORQUE SEMPRE ESTÁ NASCENDO CRIANÇA. ELES CRESCEM RÁPIDO E PERDEM A ROUPA NA MESMA PROPORÇÃO”.

Regiane Andrade Barros
Gerente administrativa

O PÚBLICO INFANTIL É UM IMPORTANTE CONSUMIDOR. AS PREFERÊNCIAS MUDARAM. A TECNOLOGIA HOJE É PREDOMINANTE. LOJAS TIVERAM DE SE ADEQUAR PARA ATENDER OS PROTAGONISTAS DAS GERAÇÕES “X”, “Z”, “Y” E AGORA “ALPHA”

O segmento infantil é um nicho em constante evolução no comércio. Produtos especializados, grifes de roupas específicas, tudo pensado para as crianças, que apesar da idade têm exigências de gente grande.

Estima-se que o mercado infantil cresça 4% ao ano, praticamente o dobro do mercado adulto. A nova geração de pais e crianças está muito mais atendida, favorecendo as pequenas empresas que enxergam neste cenário oportunidades para oferecer serviços e produtos diferenciados.

Com o Dia das Crianças se aproximando, a expectativa é de que as vendas subam ainda mais. A gerente administrativa de uma loja de roupas e acessórios, Regiane Andrade Barros, estima crescimento de 20%. “O mercado infantil é bom porque sempre está nascendo criança. Eles crescem rápido e perdem a roupa na mesma proporção”.

O proprietário de uma loja de

vestuário infantil, Jamel Saleh Safadi, afirma que o mercado está sempre aquecido. “Eu trabalho com isso há 35 anos. Hoje em dia os pais querem melhor qualidade nas roupas infantis. No dia das crianças nossas vendas crescem em torno de 10% ou mais”.

A gerente de uma loja de brinquedos, Jaqueline da Silva, afirma que, principalmente, as roupas precisam ser inovadoras para atrair o gosto das crianças. “Elas não gostam muito de ganhar roupa como presente. Quando ganham, falam que não é presente. Então a nossa marca criou uma camiseta que sai som, outra que sai luz... Dessa forma conseguimos agradar tanto os pais, que querem dar roupas, quanto os filhos”, afirma, completando que as crianças hoje preferem itens tecnológicos. “Estão muito ligadas em computador, celular, internet. Elas mudaram muito. A linha de brinquedos tem que ter tecnologia, som, luz, movimento. Os brinquedos comuns já não os atraem tanto”. ▶





► Os buffets infantis oferecem diversão para as crianças e comodidade para os pais.

Jaqueline sustenta que o mercado infantil nunca falha, pois as crianças estão em constante desenvolvimento e precisam de novos produtos com frequência. “É um ambiente legal de trabalhar, porque você acompanha o crescimento da criança. Na nossa loja, a mãe compra desde o enxoval para o bebê quando ele ainda está na barriga, depois continua comprando roupa para os anos seguintes. A criança cresce muito rápido e troca de roupa várias vezes por dia”.

O que elas querem

As crianças não escondem a preferência. Geovani Tavares, 5 anos, gosta de brinquedos com luzes. “Também gosto muito de videogame, tenho tantos jogos que nem dá para contar. Prefiro video game a bola”. O desejo para o Dia das Crianças é uma espada de laser do Star Wars (“ela acende”). Mesmo sem saber ler e escrever corretamente, ele usa computador e internet. “Entro no Orkut para jogar”.

Sabrina Tavares, 10 anos, tem bonecas, mas não brinca mais. Assim como seu irmão Geovani, gosta de tecnologia. O primeiro celular ganhou aos 7 anos. Já está no terceiro aparelho. O pedido para este Dia das Crianças é um notebook.

Segmentos

O mercado para crianças movimenta vários segmentos. Um deles é o recreativo, de alimentação e de festas.

Andrea Mastro é proprietária de um buffet infantil, onde há salão com brinquedos. Ela afirma que existe carência de

lugares para eventos em Guarapuava. Muitos pais não têm tempo de prepará-los. “Nós fazemos tudo isso pelos pais. Os clientes que vêm aqui gostam muito disso. É uma comodidade para eles. O retorno é bom praticamente o ano todo”. Próximo ao dia 12 de outubro, a procura maior é de colégios.

Gabriel Ferraz é auxiliar administrativo de uma empresa que atua na mesma área. Ele afirma que a maior procura durante o ano é em feriados e em festas juninas. “No dia das crianças as escolas nos contratam. É bem corrido”.

X, Y, Z

As crianças superpoderosas dos dias de hoje, que fazem os pais se submeterem a quase todas as suas vontades, são explicadas por estudiosos através de letras do alfabeto. Começa-se pela geração “X”, que compreende pessoas nascidas entre os anos 60 e 80. No geral, esse público recebeu educação tradicional e rígida. “Devido à necessidade de compensar as falhas da geração anterior, viveram o sentimento de culpa e buscaram amenizá-lo provendo o máximo de bens materiais possível aos seus filhos. O desejo dessa geração era o de adequar o mundo às necessidades dos seus filhos e passou-se a buscar mais conveniência, acessibilidade e tecnologias que aumentassem a produtividade”, explica a psicopedagoga e psicomotricista, Adriana Cristine Lucchin. ►

“ESSAS CRIANÇAS NÃO CONSEGUEM IMAGINAR UM MUNDO SEM INTERNET, SEM TELEFONES CELULARES, COMPUTADORES, IPODS, TELEVISORES E VÍDEOS EM ALTA DEFINIÇÃO. JÁ NASCERAM DE DOWNLOAD”.

Adriana Cristine Lucchin,
Psicopedagoga e Psicomotricista



Arquivo pessoal

Os filhos dessa geração nasceram. Integram a geração “Y”, crianças que vieram ao mundo entre os anos 80 e 90. “Especialmente nas classes A e B, essa geração representou as crianças que têm de tudo. Uma geração que possui poucos irmãos, cresceu ao lado de pais apavorados com a possibilidade de perder o emprego em um mundo altamente competitivo, vendo relações conjugais sofrendo fortes rupturas e iniciaram o envolvimento com as tecnologias. Nessa geração, os computadores começaram a entrar nas casas, a comunicação foi ampliada por meio da internet, incorporando a inovação como valor, adotou-se a cultura do experimentar e da satisfação no desejo de consumir”.

Outra letra agora desponta nesse emaranhado. Eis que chegou a “Z”, os filhos da geração anterior, completamente familiarizados com a internet, telefones móveis, videogames modernos e Ipads. “Essas crianças não conseguem imaginar um mundo sem internet, sem telefones celulares, computadores, iPods, televisores e vídeos em alta definição. Já nasceram de ‘download’. No mundo repleto de tecnologias, felizmente se preocupam com a sustentabilidade”.

Nem tudo é perfeito. A geração “Z” costuma ser amiga do silêncio. Adeptas dos fones de ouvido nos mais diversos ambientes, escutam pouco e falam menos ainda. Dessa forma, tendem ao egocentrismo, segundo a pedagoga. “Também é chamada de Geração Silenciosa, talvez pelo fato de estarem sempre com fones no ouvido (seja em ônibus, universidades, em casa...), escutam pouco, falam menos, ficam mais fixados nos aparelhos eletrônicos. É uma geração inquieta, realizam tarefas múltiplas, o compromisso é superficial e observa-se uma ausência de valores por meio

da maneira que utilizam os brinquedos e falta de paciência. Essa geração está apresentando problemas de interação social, falta de expressividade na comunicação verbal e ausência da capacidade de ser ouvinte”.

Não para por aí, afinal o ser humano continua a se reproduzir. Desde 2010, estudiosos apontam o nascimento da geração “Alpha”. Conhecendo as características de cada geração, a pedagoga afirma que é possível entender o comportamento dos filhos, adequar a educação e auxiliar assertivamente nos aspectos que poderão refletir negativamente em seus relacionamentos ou na sua produtividade no futuro.

Dessa forma, “oferecer uma educação voltada a desenvolver valores éticos, pautados no bom senso, nos valores religiosos, no respeito ao próximo e fazer o que gostaria que fizesse a si mesmo”.

Brincar é bom e criança tem de aproveitar. A missão dos pais, entretanto, é bem mais complicada e nem sempre divertida.

Geovani Tavares, 5 anos
prefere jogar video game
a futebol

Rogéria Zangelmi




Sabrina Tavares, 10 anos
espera ganhar um notebook
nesse Dia das Crianças.

Acig e cooperativas de crédito promovem palestra sobre fraudes documentais



A Acig, em parceria com cooperativas de crédito (Sicredi, Sicoob, Cresol e Unicred) promoveu, dia 29 de setembro, no anfiteatro do Sindicato Rural, palestra sobre fraudes documentais. Duzentas pessoas estiveram presentes, entre empresários e trabalhadores do comércio de modo geral.

O palestrante, Hildebrando Magno Rebelo, perito grafotécnico e documentoscópico, apresentou dicas de segurança aplicáveis ao comércio, como análise de documentos de identidade e cédulas de real.

Os ingressos foram disponibilizados antecipadamente na Acig, em troca de dois quilos de alimentos não perecíveis. Foram arrecadados, aproximadamente, trezentos quilos de alimentos, que serão destinados a entidades assistenciais de Guarapuava. 

Encontro das Secretárias é marcado pela animação das participantes


128 secretárias participaram do Encontro das Secretárias realizado na tarde de sexta-feira (30) pelo Conselho Empresarial da Mulher Executiva da Acig (CEME) em parceria com o Sindicato Rural de Guarapuava, na sede do Sindicato. Foi a 10ª edição do evento realizado pelo Ceme e 4ª edição do Sindicato Rural.

A cerimonialista Maria Inês abriu o evento com agradecimentos aos presentes e patrocinadores; em seguida, a presidente do CEME, Loren D'Angelo compartilhou com as presentes, mensagem motivadora em comemoração ao

Dia da Secretária. José Divonsil da Silva, presidente da Acig, e Anton Gora, vice-presidente do Sindicato Rural discursaram frisando a importância da classe secretariada para o dia a dia das empresas.

Quem deu continuidade ao evento foi o diretor da Dale Carnegie, Tioce Blachka Botelho, que desenvolveu atividades dinâmicas entre as participantes. Todas se mostraram bastante empolgadas durante a realização das atividades. A palestra, "Por que algumas mulheres têm sucesso e outras têm trabalho?" surpreendeu as presentes, pois o tema foi abordado de forma interativa, com dicas simples aplicáveis ao dia a dia.

A palestra foi finalizada com brincadeiras e sorteio de brindes.

Ao final do evento, foi oferecido um coquetel de confraternização. 



Coleta do óleo vegetal usado já é realidade em Guarapuava

OS ECOPONTOS ESTÃO EM VÁRIOS ESTABELECIMENTOS DO MUNICÍPIO; CATADORES ESTÃO ORIENTADOS A RECOLHER O ÓLEO DAS RESIDÊNCIAS: NÃO HÁ MAIS PORQUÊ DESPEJAR O ÓLEO USADO NO RALO DA PIA



O presidente da Acig, José Divonsil da Silva, recebe Ecoponto para coleta de óleo vegetal usado

Há dois anos começava a ser implantado em Guarapuava o projeto SOS Óleo Vegetal.

Idealizado por Gilson Renato Tschã, a companhia que recolhe óleo vegetal usado alavancou suas atividades no começo deste ano.

Gilson observou no município a necessidade de uma empresa que promovesse a destinação correta do óleo de cozinha usado, já que até então não havia na cidade nenhuma coleta seletiva para este fim. “Em média, cada residência joga fora um litro de óleo por mês. Em Guarapuava, nós temos aproximadamente 59 mil casas, ou seja, são 59 mil litros de óleo que vão para o ralo todos os meses. Os danos ao meio ambiente são gravíssimos.”

Hoje a SOS Óleo Vegetal desenvolve três tipos de atividades: recolhe o óleo vegetal usado das residências e estabelecimentos credenciados; destina o óleo recolhido para investimentos sustentáveis que posteriormente são revertidos em renda para catadores e colégios parceiros; e promove palestras de conscientização nas escolas da região;

Segundo Gilson, as atividades da empresa abrangem trezentos e quarenta quilômetros fora de Guarapuava, de acordo com a última parceria firmada com Caçador, município de Santa Catarina.

No Paraná apenas três empre-

sas possuem homologação para desenvolver este tipo de atividade.

Gilson conta que, mesmo não obtendo bom retorno financeiro ainda, a empresa superou as expectativas em termos ambiental, social e educativo.

A SOS Óleo Vegetal desenvolve ainda pesquisas de campo para traçar perfil sobre a utilização e destinação do óleo em Guarapuava.

Pontos de Coleta: mercados, igrejas, escolas, Associação Comercial, cozinhas industriais e demais instituições.

É BOM SABER

O óleo quente descartado na pia da cozinha esfria após um período e adquire forma sólida. Isso ocasiona o entupimento da tubulação. O custo da manutenção dos esgotos é altíssimo, além disso, a contaminação pode chegar à estação de tratamento de água, causando inúmeros danos ao meio ambiente.

A produção de sabão caseiro com restos de óleo vegetal não é indicada. Segundo Luiz Cláudio Cunha Silvério, técnico ambiental, mesmo com a utilização de componentes como soda e álcool na fabricação do sabão, as características do óleo ainda vão estar presentes. “A soda pode causar queimadura nas pessoas. Além disso, o resíduo do sabão feito com óleo vegetal vai para o ralo, ocasionando os mesmos problemas do descarte do óleo puro.” Luiz reprova a prática caseira, pois não há um manejo especializado do óleo. Ele defende apenas a produção de sabão com óleo usado por laboratórios e institutos especializados, pois nestes locais é feito um tratamento químico do óleo.

Em parceria com outras empresas, a SOS Óleo Vegetal transforma o óleo usado em biodiesel, massa de vidro, verniz e tintas.

Vender é também uma arte

OS VENDEDORES SÃO PARTE ESSENCIAL NA “ALMA DO NEGÓCIO”. ATUAM NA LINHA DE FRENTE E SÃO OS RESPONSÁVEIS POR NEGÓCIOS BEM OU MAL SUCEDIDOS. PARA TER SUCESSO NESSA ÁREA, É PRECISO PACIÊNCIA, CARISMA E PERSEVERANÇA

“JÁ VENDI PICOLÉS, LINGERIES E AGORA CARROS. HOJE EU VEJO VENDAS COMO UM DOM QUE EU SEMPRE TIVE”.

▲
Elsó Maximowski,
vendedor há 9 anos

Ter bons vendedores pode ser a diferença entre o negócio prosperar ou fracassar. Eles atuam na linha de frente e fazem toda a diferença. Para se sobressair nessa profissão altamente competitiva, tem de ter talento, comunicação e gostar do que faz. Em 01 de outubro, comemora-se o Dia do Vendedor. Para homenageá-los, a Revista Acig traz histórias de pessoas que se diferenciam e gostam do que fazem.

Elsó Maximowski é consultor de vendas de concessionária de automóveis. Trabalha na profissão há 9 anos e está no ramo há dois. “Já vendi picolés, lingerie e agora carros. Hoje eu vejo vendas como um dom que eu sempre tive”. Ele diz ser apaixonado por vender carros e não troca seu trabalho por nada. Sua conduta se baseia em não enrolar os clientes, dar atenção exclusiva, por isso marca um de cada vez. “Eu vejo cada cliente como se fosse a última oportunidade que eu tenho. Quem paga meu salário é ele. Se eu não atender bem o meu cliente, ele vai em outro lugar e vai ser atendido”.

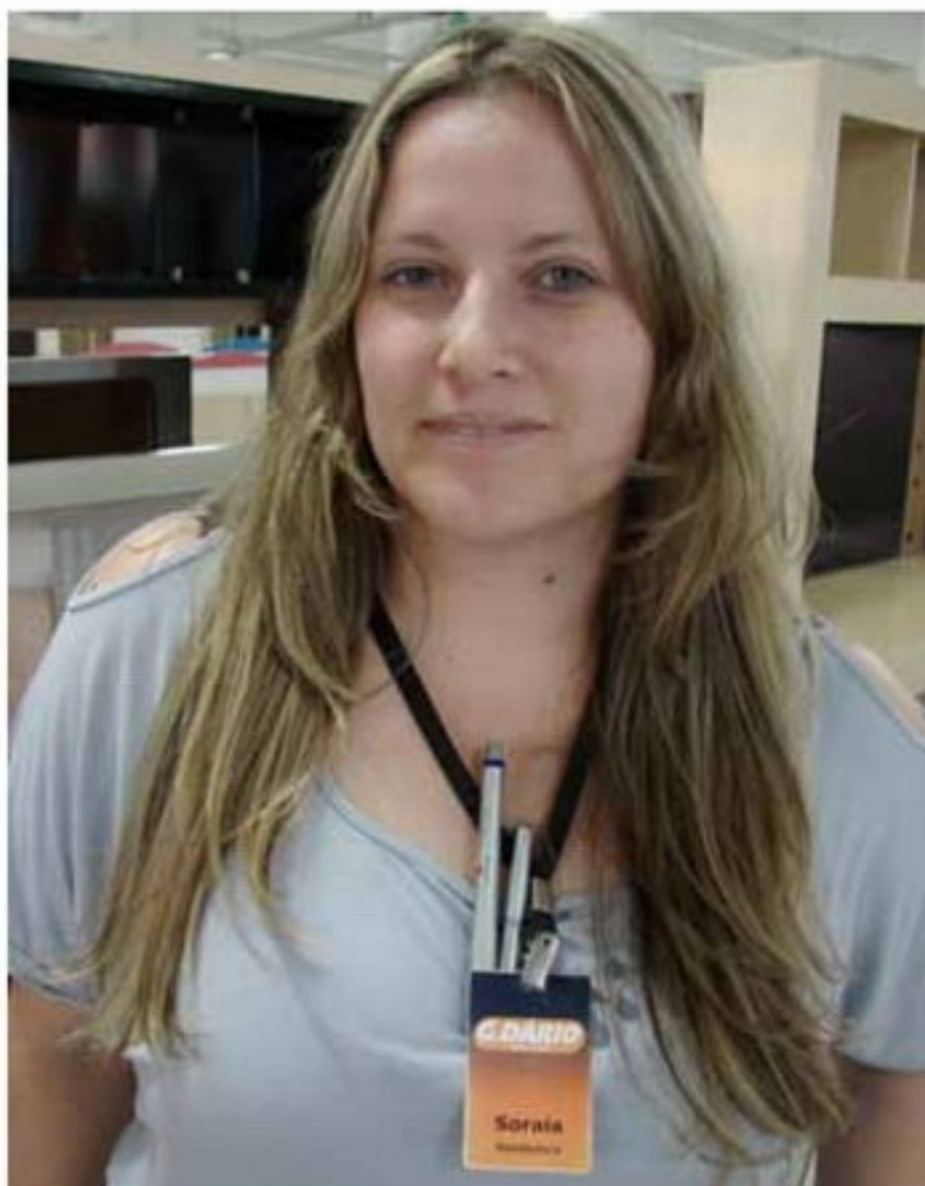
Para ser vendedor de automóveis, Elso conta que é preciso ser per-

sistente. Afinal, vender carro não é como vender sorvete ou bala. “Carro mexe com ego, família, sonho e história de quem procura comprar um automóvel. Um ‘não’ do cliente tem que ser a alavanca para o crescimento do vendedor”.

O segredo de um bom vendedor, segundo ele, é fazer seu trabalho com amor. Se o vendedor encarar seu trabalho como obrigação, vai cair na rotina, gerar cansaço, e não vai haver prazer em trabalhar com aquilo, ilustra. “Se eu fosse te vender uma caneta, a minha obrigação é te mostrar qual o diferencial dessa caneta, explicar exatamente como funciona”.

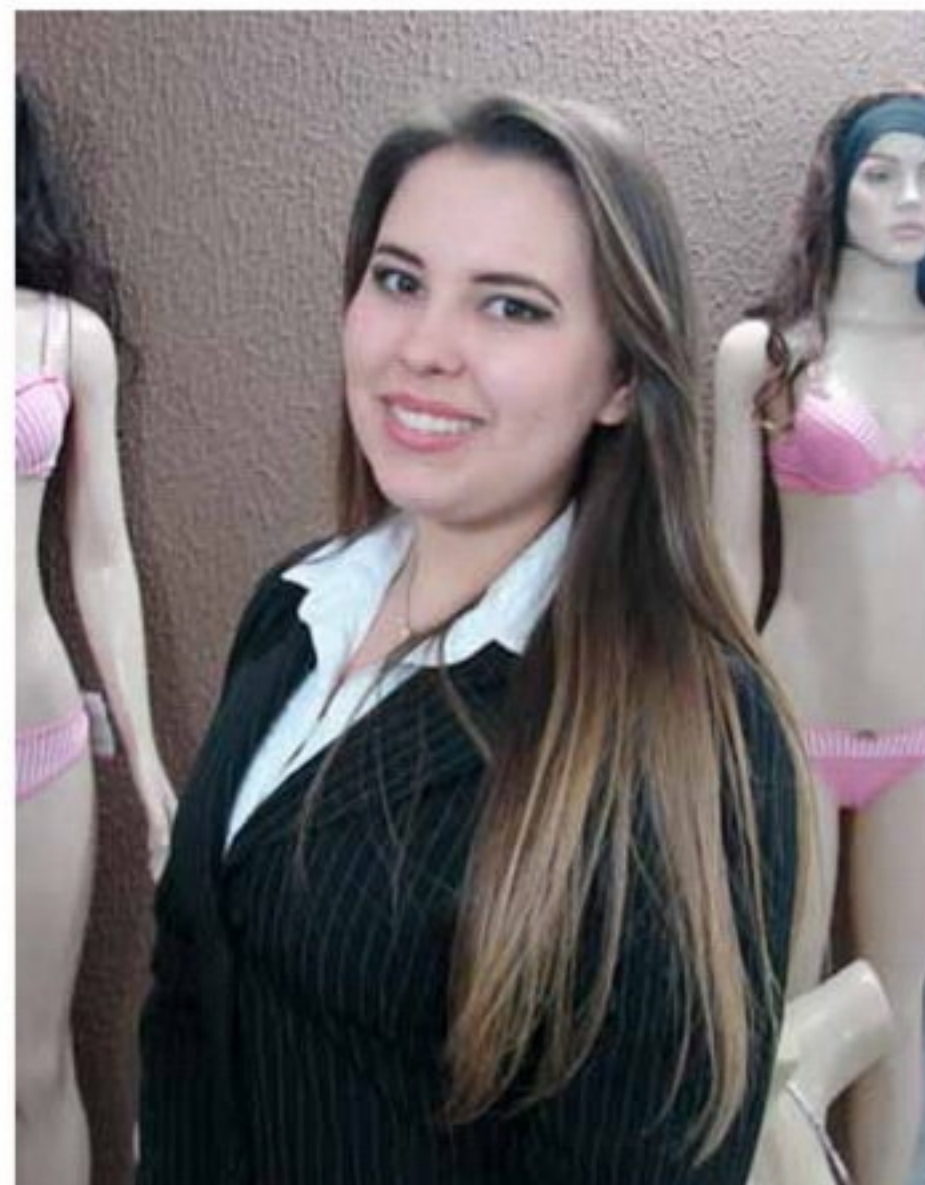
Soraia de Sousa é vendedora de loja de eletrônicos e móveis há 12 anos. Ela diz amar a profissão porque através dela conheceu várias pessoas. O vendedor, de acordo com ela, precisa ter simpatia, paciência, calma, saber vender o produto independentemente de seu valor e saber entender o que o cliente quer. Também é necessário conhecer o produto que se está oferecendo, para passar confiança ao responder questionamentos do cliente. ▶





“COM OS CLIENTES MAIS DIFÍCEIS É PRECISO CONVERSAR, SABER CONTORNAR A SITUAÇÃO. ACABA SENDO UM DESAFIO, POIS É PRECISO MAIS EMPENHO PARA VENDER O PRODUTO”.

▲
Soraia de Sousa,
vendedora há 12 anos



“O VENDEDOR PRECISA MANTER CONTATO PÓS-VENDA. ISSO POSSIBILITA CONHECER O GOSTO DO CLIENTE PARA ASSIM AVISÁ-LO SOBRE NOVAS MERCADORIAS. É UMA FORMA DE FIDELIZAÇÃO”.

▲
Paola Oliveira,
vendedora de produtos femininos

“Trabalhar como vendedora me traz conhecimento porque, em qualquer profissão, é preciso servir a alguém. É preciso ter carisma para receber boas respostas. Como vendedora eu conheço melhor as pessoas, tenho mais desenvoltura para lidar com diversas situações. A profissão de vendas é uma ótima escola”.

Paola Oliveira é mais nova na área. Começou há pouco mais de um ano. Trabalha em uma loja de roupa íntima. Mas já absorveu os principais conceitos para ter sucesso na profissão. “Para ser um bom ven-

dedor é preciso ter paciência para entender o cliente. Saber compreender o que o cliente quer e oferecer isso a ele sem muita insistência, para não passar a impressão de que você quer apenas fazê-lo comprar qualquer coisa. É preciso ter certo jeitinho na hora de conversar, entender o que o cliente quer e gostar da profissão. O vendedor precisa ser simpático e manter o contato do pós-venda. Isso possibilita saber quais produtos ela gosta, para ligarmos quando novas mercadorias chegarem. É uma forma de fidelizar a cliente”.

Abertura do Comércio aos Domingos

O Sindicato dos Empregados no Comércio de Guarapuava (Sindicua) informa que, de acordo com cláusula trigésima sexta, conforme Convenção Coletiva de Trabalho (CCT), fica autorizado o trabalho dos empregados no comércio em geral, exclusivamente no segundo domingo de cada mês ou no

domingo imediatamente anterior a datas comemorativas, no horário das 13h às 19h. Deve ser assegurado aos trabalhadores o recebimento de R\$ 35,00 por domingo trabalhado, pagos em folha, e folga compensatória na semana seguinte. O valor previsto nesta cláusula não terá natureza salarial.

Observatório Social discute orçamento da Câmara de Vereadores

No último dia 8, o Observatório Social de Guarapuava promoveu uma discussão acerca da representatividade e orçamento da Câmara de Vereadores do município. O debate contou com a presença de várias entidades de Guarapuava como: Acig, Acender, Conselho Popular de Guarapuava, Cooperativa Agrária, Rotary Club, Sindicato dos Bancários, Fiep, Procon e Diário de Guarapuava. Durante a reunião foi decidido, através de votação, que o melhor a ser feito é manter os 21 vereadores e diminuir o orçamento da Câmara, que atualmente corresponde a 6% do orçamento

municipal. Para resolver a questão, também foi discutido a necessidade de se realizar a consulta popular. Mediante tais medidas a serem tomadas, foi criada uma comissão pra viabilizar o plebiscito e definir em quanto será diminuído o orçamento. Fazem parte da comissão: Moacyr França, Valdeney Sobanski, Artur Bittencourt, Gilberto Ribas Campos, Adolfo Victor Luch, Julio Agner, Gerhard Temari e Marcio de Sequeira. A prestação de contas sobre o que já foi deliberado e ainda será feito está prevista para dia 13 de outubro.



**GUARAPUAVA, EU VIVO AQUI
EU COMPRO AQUI**

Quem é daqui investe aqui

Realização

ACIG
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL
DE GUARAPUAVA

Apoio

Câmara de Vereadores
de Guarapuava



Lei Geral não tem data para ser implantada em Guarapuava

O Sebrae está orientando a implantação da Lei Geral, que trata de benefícios para a micro e pequena empresa, em todo o Estado. Mas em Guarapuava não há previsão para ser colocada em prática. Segundo a consultora do Sebrae, Mariléia Rodrigues de Britto, houve contatos com a prefeitura, mas o Executivo ainda está avaliando a nova legislação.

“Precisamos que haja interesse do governo local para fazer com que a lei aconteça. Não há previsão de quando vai ser implantada em Guarapuava. Nós nos reunimos com o secretário e com o procurador do município no começo do ano, mas até agora não obtivemos nenhum retorno. Estamos no aguardo”.

Segundo Mariléia, o trabalho do Sebrae é apenas levar orientações e apoio técnico aos municípios. A implantação depende da prefeitura.

A consultora afirma que a Lei Geral propicia ambiente mais favorável para que as micro e pequenas empresas se desenvolvam. “É um benefício a mais para a cidade continuar crescendo e se desenvolvendo”.

Benefícios


Os principais benefícios proporcionados pela Lei Geral, segundo Mariléia, são desburocratização e simplificação para abertura de empresa; condições para que as MEP participem de licitação junto aos órgãos municipais e fazer com que o dinheiro seja gerado no próprio município; redução de alguns tributos para que as empresas se instalem no município.

Implantação

De acordo com informação da Agência Sebrae de Notícias, no Paraná, 342 dos 399 municípios do Estado já instituíram leis gerais municipais. No entanto, para que a legislação gere resultados é necessário regulamentá-la e essa é a proposta do Cidade Empreendedora, que tem metodologia própria para avaliar o ambiente institucional dos municípios. Pelo modelo, agentes de desenvolvimento e comitês gestores recebem apoio técnico do Sebrae para conduzir a regulamentação e a aplicação da Lei Geral, de acordo com a realidade e necessidade de cada local.

Cesar Rissete, coordenador de Políticas Públicas do Sebrae, explica que seminários regionais vão orientar e apontar as ações e mecanismos que podem ser implementados pelos municípios para que a lei ‘deixe de valer apenas no papel’.

O presidente da Faciap, Rainer Zialesko, afirmou, no início do ano, no site da federação, que a regulamentação da Lei Geral foi um salto na luta pelo desenvolvimento das empresas de pequeno porte. “Destaco a importância da Lei Geral ao facilitar o acesso das micro e pequenas empresas às compras públicas, além do fomento à inovação, desburocratização, acesso à justiça, incentivo à educação empreendedora, estímulo ao associativismo, abertura de acesso ao crédito e aceleração da formalização dos empreendedores individuais”.

O Paraná é um dos estados brasileiros que ainda não a regulamentou em âmbito estadual. No início do ano, Zialesko entregou ao secretário da Fazenda do Paraná, Luiz Carlos Haully, pedido oficial para a regulamentação e implantação da Lei Geral pelo Governo do Estado. 

Desenvolvimento Regional e Sustentabilidade



FACULDADE GUARAPUAVA PROMOVE SEMINÁRIO PARA DISCUTIR SOLUÇÕES VIÁVEIS DE DESENVOLVIMENTO NO MUNICÍPIO

O setor de Ciências Sociais da Faculdade Guarapuava, em parceria com a Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava), Fundação Araucária e Fiep (Federação das Indústrias do Estado do Paraná), sediará, entre os dias 24 à 28 de outubro, o 1º Seminário de Pesquisa e Iniciação Científica das Faculdades Guarapuava. O objetivo é fomentar pesquisa e debate sobre questões relevantes para o desenvolvimento regional.

Segundo Cerise Nascimento Gomes, professora e diretora do projeto, o Seminário foi idealizado a partir de necessidades observadas através de pesquisa desenvolvida pelo Iparde (Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social). “Nós temos problemas muito sérios de desenvolvimento humano em nossa região. O IDH da mesoregião de Guarapuava, que abrange 26 municípios, é o menor do Paraná.”

Os organizadores do seminário esperam receber contribuições de pesquisadores de diversas regiões do estado para que, em um segundo momento, o grupo possa discutir quais fontes em Guarapuava podem gerar empregos, renda e desenvolvimento.

São esperados mil e quinhentos participantes entre pesquisadores, professores, estudantes, profissionais liberais de diversas áreas do conhecimento, prefeitos, vereadores e secretários municipais.

A programação do evento pode ser conferida no site da Faculdade Guarapuava: www.faculdadesguarapuava.edu.br.

DESENVOLVIMENTO REGIONAL E SUSTENTABILIDADE

1º Seminário de Pesquisa, Iniciação Científica e Extensão FACULDADES GUARAPUAVA

24 a 28 de outubro de 2011
Inscrições de trabalhos: até 30/09
Inscrições para ouvintes: até 14/10

www.faculdadesguarapuava.br

FUNDAÇÃO ARAUCÁRIA
Associação de Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Paraná

FIEP
CONF. GEN. ACM
FIEP

Sistema FIEP

ACIG
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE GUARAPUAVA

FACULDADE GUARAPUAVA

INSCRIÇÕES

01/09 a 07/10 - Inscrições para apresentação de trabalhos

01/09 a 14/10 - Inscrições para ouvintes

07 de outubro – Data limite para envio de cópias de resumos expandidos ou de artigos (normas e modelos anexos), para o endereço eletrônico: ciencias-sociaisfg@hotmail.com

10 de outubro – Data limite para notificação de aceite e instrução de revisão

15 de outubro – Data limite para o envio de resumos e artigos revisados

VALORES

Inscrições para apresentação de artigos ou resumos expandidos:

Estudantes - R\$15,00

Ex-estudantes da FG – R\$15,00

Professores/pesquisadores - R\$30,00

Profissionais Liberais - R\$50,00

Inscrições para ouvintes

Estudantes - R\$10,00

Ex-estudantes da FG – R\$10,00

Professores/pesquisadores – R\$ 20,00



Cuidado com as ações que irritam o cliente

“AS PERGUNTAS, SÃO EXCELENTES NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO E INSTRUMENTOS VALIOSOS DE APROXIMAÇÃO. ADIVINHAR É UM CAMINHO LONGO, DESGASTANTE E NEM SEMPRE EFICAZ”.

O dia do cliente é comemorado no dia 15 de setembro com ações de marketing direcionadas, em meio à muita criatividade. Entre promoções, brindes, guloseimas, sorteios, cupons, anúncios e malas diretas, seria muito proveitoso para todos uma reflexão sobre o que o cliente realmente valoriza. É verdade que o ar festivo do ambiente é estimulante e que todos, apreciam os descontos e brindes. Mas tudo pode perder o efeito se ele não se sentir valorizado, respeitado e acolhido. Repetindo o pensador John Dewey, A mais profunda das solicitações na natureza humana é o desejo de ser importante.

No embalo desta data comemorativa, que tal fazer o exercício da descoberta? Normalmente somos convidados a pensar sobre o que fazer para encantar ou surpreender. O exercício aqui proposto é exatamente o contrário. É descobrir as ações danosas que prejudicam nosso relacionamento com o cliente, ao ponto de provocar sua irritação e seu consequente afastamento do estabelecimento. Tão prejudicial que pode levá-lo a tomar a decisão de nunca mais voltar.

Em apenas um dia, num deslize, num pequeno descuido, se vai todo um trabalho construído ao longo do tempo, comprometendo toda uma história.

Segundo especialistas quando o “cliente” põe os pés em um estabelecimento, os primeiros segundos são decisivos para se sentir acolhido ou arrependido de ter entrado.

Abaixo algumas atitudes testemunhadas e que parecem disparar o gatilho da irritação na maioria dos clientes:

1) **DESCASO** - Consiste em ser ignorado ao entrar no estabelecimento. É quando o cliente se sente um ser invisível, insignificante. Logo ele que veio motivado por um comercial que assistiu, uma vitrine atrativa, uma indicação, ou mesmo uma necessidade surgida. Alguns atendentes até olham em sua direção, mas nenhum sinal, nenhum sorriso, nenhum aceno, nenhum reconhecimento.

2) **MÁ VONTADE** - É quando o cum-

primento até ocorre, mas a falta de disponibilidade é evidente. A falta de interesse é sentida pelo cliente, pois o atendente não busca conhecer a sua real necessidade, não faz nenhuma pergunta, limita-se a respostas curtas e não apresenta nenhuma alternativa na busca de efetivar a negociação.

3) **FALTA DE FOCO NO CLIENTE** - É percebida quando o atendente não fixa sua atenção no cliente e parece nem ouvir o que ele diz. O cliente sente isto e se revolta, mas o atendente sem foco se mostra impassível como se o assunto não fosse com ele.

4) **SUBESTIMAR O POTENCIAL DO CLIENTE** - É um pecado mortal do atendimento. Consiste no pré-julgamento da falta de capacidade do cliente para a compra. Muitas vezes é demonstrada em uma linguagem não verbal, com olhares e expressões faciais que desqualificam e ofendem o cliente de forma muito profunda e irreparável.

5) **FALTA DE CONHECIMENTO** - O cliente se irrita quando não recebe informações claras e precisas sobre o produto em uma venda presencial. Ele pressupõe que o atendente é um representante daquele estabelecimento, e que deve saber o mínimo necessário para oferecer segurança. O seu desapontamento pode motivá-lo a uma compra virtual.

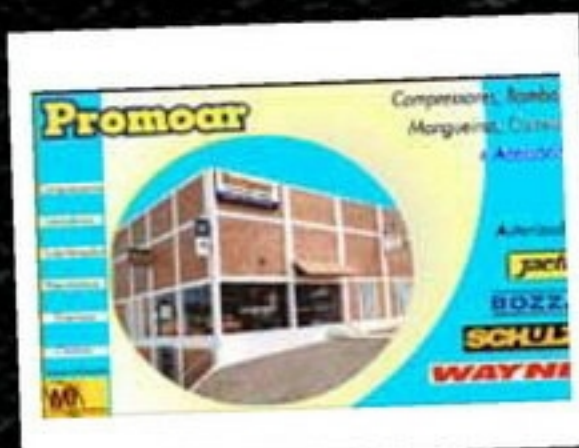
O exercício continua com cada profissional incluindo na lista outras ações que podem desagradar o cliente.

É importante lembrar que as perguntas, são excelentes aliadas no processo de comunicação e instrumentos valiosos de aproximação. Curiosamente esta prática é esquecida e por vezes abolida nos contatos com os clientes. Tentar adivinhar é um caminho muito mais longo e desgastante e nem sempre eficaz. Perguntas oportunas e não invasivas demonstram interesse e respeito.

O profissional que souber, de forma autêntica expressar seu reconhecimento aos clientes, estará garantindo o sucesso e a realização profissional.

Bem-vindos à Acig

EMPRESAS ASSOCIADAS À ACIG, DE 15/09/10 A 15/09/11.



ANIVERSARIANTES - SETEMBRO

Empresa	Fundação	Empresa	Fundação
ARROZEIRA FABIANI LTDA.	15/10/90	H TINTAS	06/10/88
AUTO MECÂNICA CENTER	20/10/87	J. GELINSKI	22/10/09
CASA ESPORTE	01/10/82	LIVRARIA E PAPELARIA UNIVERSON	01/10/71
CHURRASCARIA BRESCOVIT	01/10/00	LOJA ATUAL	13/10/04
CLÍNICA DO AUTOMOVEL	01/10/95	MABES	11/10/05
CONSTRUPUAVA	20/10/04	MAMCASZ LTDA.	05/10/00
CONTABILIDADE EMPRESARIAL PASETTI L	15/10/08	MARISTELA PRESENTES	01/10/94
CORPO BELLO ESTÉTICA	10/10/99	MASTER INFORMÁTICA	25/10/10
CVC TURISMO	20/10/08	MINERVA CONSULTORES ASSOCIADOS	01/10/96
D FEDERLE	01/10/95	MÓVEIS CASINHA	30/10/03
DELLIM MODAS	22/10/08	O BOTICÁRIO	13/10/82
DETALHE LINGERIE	23/10/07	PATOESTE LTDA.	11/10/01
DIREPUAVA	30/10/09	PESADA AVENIDA	01/10/90
EMPLOYER	15/10/86	PRISCILA RYZY - DENTISTA	23/10/83
ESCOLA ARCO-ÍRIS ED INF E ENS FUND	25/10/96	RM MOTORES	18/10/95
EXTINTORES SÃO CRISTOVÃO	01/10/96	ROTA 466	01/10/97
FARMÁCIA SÃO JOSÉ	08/10/98	ROYALE LANCHES	23/10/95
FERTILIZANTES SERRANA	20/10/00	TORMEC TORNEARIA	01/10/94
FJ COMPUTADORES	27/10/06	UNIFASS SISTEMA DE ENSINO	10/10/06
FOTO YANAGAWA	01/10/77	UNION CORRETORA DE SEGUROS	24/10/06
FRIGUARÁ	01/10/89	VEJA ÓTICA	02/10/89
GALPÃO DO BOIADEIRO	01/10/96		

NOVOS ASSOCIADOS

Empresa	Adesão
BASIC KIDS	31/08/11
CORTINAS SIMONE	24/08/11
DISTR. B J M COM. DE COSMÉTICOS	31/08/11
GABRIELA CRAVO E CANELA	14/09/11
LUFLORES EVENTOS	14/09/11
MARIA FLOR	31/08/11
MARKA PERSONALIZAÇÃO	14/09/11
MG E P ASSESSORIA	31/08/11
MICROLINS EDUCAÇÃO E PROFISSÃO	14/09/11
PROMOAR COMPRESSORES E BOMBAS	31/08/11
SERIASTE SERIGRAFIA	31/08/11
SUPERMERCADO PARTEKA PQ ÁRVORES	24/08/11
SUPERTRAMP LIVROS	24/08/11

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



Hoje é o dia de quem todo dia
faz nosso caminho melhor.

1º de Outubro
Dia do Vendedor





SIERRA

LUXO
SOFISTICAÇÃO
CONFORTO
E DESIGN

SINTA O
CONCEITO



Endereço: Rua Pe. Chagas 3776 - Centro
Guarapuava / PR - Tel: (42) 3035 7008
www.exclusivinteriores.com.br

exclusiv
Móveis e Decorações