

Revista ACIG

Edição 53 | Ano 5 | Março 2012 | Uma publicação da Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava



Capa

A nova Guarapuava

O BONSUCESSO É O BAIRRO MAIS INDEPENDENTE DE GUARAPUAVA. SAIBA AS RAZÕES E O QUE OS EMPRESÁRIOS E COMERCIANTES PENSAM SOBRE O LOCAL

ÁGUA,
um negócio

EMPRESAS PODEM CONSULTAR CADASTROS
de inadimplentes antes de contratar

edifício residencial

DONALEILA

Apartamentos de 2 e 3 quartos.

Rua Saldanha Marinho, 40 - Trianon
*venda após o término da obra.



IMOBILIÁRIA
CONSTRUTORA
GASPAR
CRECI 2155

Rua Padre Chagas, 3636 - Centro - Guarapuava/PR (42) 3623-4074
www.imobiliariagaspar.com.br

CRECI J-2155

GENTE QUE COOPERA CURTE O VERÃO.



Cooperar é aproveitar o melhor do verão.
É ter o Sicredi para garantir o conforto, a conveniência e a diversão nas suas viagens.
Conte com os produtos e serviços do Sicredi para curtir ao máximo as suas férias.

• Cartões • Débito em Conta • Banco24Horas • Caixas Eletrônicas • Internet • Seguros • DDA • Crédito

**GENTE
QUE
COOPERA
CRESCE.**



Bonsucesso, bairro independente

O BONSUCESSO É O BAIRRO MAIS INDEPENDENTE DE GUARAPUAVA. SAIBA POR QUE E O QUE MORADORES E COMERCIANTES PENSAM SOBRE O LOCAL EM QUE VIVEM

16



ELOI MAMCASZ: UM EMPRESÁRIO
APAIXONADO POR TECNOLOGIA

08



PROJETO "POLICIAL POR UM DIA"
SERÁ MANTIDO

10



EMPRESAS PODEM CONSULTAR
CADASTROS DE INADIMPLENTES
ANTES DE CONTRATAR

12



PRÊMIO DIVAS 2012

14



ESTAGIÁRIO, APRENDIZ, APRENDIZ
LEGAL: VOCÊ SABE A DIFERENÇA?

15



O CLIENTE
PODE DIZER NÃO

20



ÁGUA, UM NEGÓCIO

22



NOTAS ACIG

26



ANIVERSARIANTES E NOVOS
SÓCIOS

30



SEM TÃO NOVOS LAVO TÃO NOVOS

Semi tão novos que basta uma "aguinha"
para parecer zero km.



Vantagem como essa você não encontra em qualquer lugar!



Ofertas válidas de 08/03/2012 à 31/03/2012. Taxa de 0,98% a.m. em até 36x, com 20% de entrada mínima. Taxa de 1,08% a.m. em 48x com entrada mínima de 30% do valor do veículo. Taxa de 1,08% a.m. em 60x com entrada mínima de 40% do valor do veículo. Taxa promocional válida para veículos seminovos a partir de ano de fabricação/modelo 2007/2007. Liberação de crédito sujeita a aprovação pela instituição financeira. A tarifa de cadastro de R\$900,00 será incluída no valor financiado. IOF não incluso na taxa, mas será cobrado na negociação.

EDITORIAL

Desenvolvimento dos bairros

É uma tendência das grandes cidades que há alguns anos começa a ser observada em Guarapuava: o crescimento dos bairros. Com o trânsito cada vez mais conturbado – refletindo em fluxo lento e falta de vagas para estacionar – é a medida a ser buscada.

O Centro continuará sendo importante, pela diversidade comercial, pelo urbanismo e paisagismo, por ser ponto de encontro. Mas a maior parte das necessidades cotidianas podem ser resolvidas no próprio bairro, se houver planejamento urbano e visão empreendedora dos moradores, consistindo em ações voltadas à sustentabilidade.

A “nova Guarapuava”, como é chamado o Bonsucesso, tem infraestrutura bastante completa, possuindo, inclusive, uma agência bancária e, em breve, receberá a segunda, da Caixa. O bairro, que já pode ser considerado o mais autossuficiente de Guarapuava, ganhará ainda mais em independência.

Além de tudo isso, tem também a unidade do Detran, um importante instrumento para o desenvolvimento do bairro, trazendo fluxo e alimentando serviços. Sem falar na rodoviária municipal, que fica na mesma região.

Na parte de urbanismo, o Bonsucesso possui uma importante avenida que, por ser larga, dá alternativas para futuras intervenções. Em termos de lazer, o Parque das Crianças é uma opção.

Outros bairros começam a ganhar independência em Guarapuava. É o caso da Vila Bela. Mas há outros que poderiam estar mais bem servidos, como o Santa Cruz e a Vila Carli. Ambos, apesar de serem centros universitários, ainda são essencialmente residenciais. Há espaço para investimentos. E os empresários precisam estar atentos a isso.

expediente

Coordenação

ACIG

Editor-chefe

Guilherme Bittar - MTB 7432

Colaboração

Jaqueline Ribeiro da Costa de Souza

Capa

Foto Jaqueline Ribeiro

Projeto Gráfico

Pulsar Propaganda

Diagramação

Gabriel Junqueira Rossetto

Revisão

Pulsar Propaganda

Impressão

Gráfica Midiograf

Tiragem desta edição

1.500 exemplares

Fale com a Redação

Guilherme Bittar - (42) 3621-5566 ou (42) 9928-1076

Envio de releases, informações, sugestões de pauta e comentários
acig@acig.com.br e guilhermebittar@gmail.com

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.

DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente

José Divonsil da Silva

1º Vice-presidente

José Fernando Brecaillo 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 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

Marco Aurélio S. S. Meirelles

Conselheiros

André Rudek

Paulo Reckziegel

Idelfonso Junior

CONSELHO DA MULHER EXECUTIVA

Presidente

Loren D'Angelo

1º Vice-presidente

Maria Inês Guiné

Conselheiras

Lara Mena Sganzerla

Adriane Aranha

Claudete Neske Bastian

Francieli Struz Nunes

Elizabeth Machado

Elaine S. S. de Merelles

Rosângela Alves

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



“COM GRANDES CARGOS EM IMPORTANTES EMPRESAS, À MULHER OCUPA LUGAR DE MUITO DESTAQUE EM TODO MUNDO E, EM GUARAPUAVA, NÃO É DIFERENTE”.



▲ José Divonsil da Silva
Presidente da Acig

O Jantar da Mulher, que acontece neste mês de março, é o ‘ponto dominante’ do trabalho das mulheres do Conselho da Mulher. Valoriza as empresárias e chama atenção para a importância das mulheres na sociedade atual. Antigamente, as mulheres eram mais subordinadas. Hoje, elas estão à frente de seu negócio. Já existem muitas ministras e até uma presidente.

Com grandes cargos em importantes empresas, à mulher ocupa lugar de muito destaque em todo mundo e, em Guarapuava, não é diferente.

Nos anos anteriores, todas as vencedoras do Prêmio Divas, entregue durante o Jantar, foram bem sucedidas, superaram as expectativas, e este ano não deve ser diferente. Todos os setores estão se mobilizando. Esperamos que isto sirva de exemplo para as mulheres que desejam participar, mas muitas vezes ponderam.

O Conselho da Mulher da Acig presta um relevante serviço para a associação. Na próxima gestão esperamos que tenha uma

contribuição ainda maior no sentido de contribuir para o desenvolvimento da área comercial e da prestação de serviço.

O conselho precisa ter um trabalho de divulgação efetivo dos trabalhos e das pessoas que integram, porque em todo tipo de entidade, os componentes são referencial para quem quer participar. A participação de pessoas novas traz sempre ideias novas. Se mesclarmos as pessoas de vários segmentos no conselho, há possibilidade maior de atingir os objetivos, pois cada setor tem sua vivência.

Outra notícia positiva é o DEA (Departamento de Estágio da Acig), mais um serviço oferecido pela Acig com o objetivo de facilitar a vida do empresário. Com o tempo, vem se modernizando para melhor atender os usuários. No momento, passa por uma reestruturação em seu site, um avanço positivo porque o empresário terá mais visão, mais condição de acompanhamento.

O departamento também passa por mudanças em sua estrutura, para melhor atender aqueles que forem à Acig se cadastrar. 🟩



Eloi Mamcasz: um empresário apaixonado por tecnologia

TRABALHANDO DESDE OS 18 ANOS COM INFORMÁTICA, ELOI ACOMPANHOU DE PERTO AS PRINCIPAIS MUDANÇAS NO RAMO. DE UM LADO, CURSAVA ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS; DE OUTRO, TINHA CONTATO COM SOFTWARES E COMPUTADORES QUE SURTIAM PARA FACILITAR O DIA A DIA DO DESIGN. CONCILIANDO EXPERIÊNCIAS, ADMINISTRA, HOJE, A MAMCASZ LTDA E TEM PARTICIPAÇÃO NA INVIOSIGA: DO CRACHÁ AO RELÓGIO-PONTO E RASTREAMENTO DE VEÍCULOS. “HOJE, NOSSA EMPRESA É DE TECNOLOGIA E CONTROLE. TUDO O QUE CONQUISTEI FOI EM DECORRÊNCIA AOS AVANÇOS DA INFORMÁTICA E OUTRAS TENDÊNCIAS QUE ESTOU DE OLHO E SABENDO APROVEITAR.”

Quem é Eloi Mamcasz?

Eu não sou mais o Eloi Mamcasz. Eu sou o Eloi da Mamcasz. [risos]

Qual sua formação?

Sou formado em contabilidade, administração e pós-graduação FGV. Mas os cursos não foram pré-requisito para meu negócio. Fui acompanhando em paralelo, já que na época eu trabalhava com informática. Desde 1986 acompanho a evolução desse setor. Sou da época do computador de tela preta com letrinhas verdes, laranja... [risos]

E o primeiro emprego?

Foi na Pulsar Propaganda. Exatamente na época de transição da arte feita no nanquin, para a arte feita no computador. Até então, campanhas publicitárias eram desenhadas à mão. Era outro tipo de produção. Nesse período veio a arte-final no vegetal, na impressora a laser. A Pulsar foi a primeira a trazer para Guarapuava a impressora a laser. Após sair da Pulsar, as gráficas começaram a me procurar pelo conhecimento que eu havia adquirido. Também trabalhei na Scarcezini, com o Milton e a Elaine. Eu trabalhava das 7:30 até as 18h. À noite, estudava e voltava para casa para terminar a noite produzindo arte. Era o começo da transformação no meio gráfico. Quando me dei conta, já estava trabalhando meio expediente só em minha “empresa”. Hoje ainda existem pela cidade logotipos que criei há 20 anos.

Se eram novidades no setor gráfico e informático, como você sabia trabalhar com essas ferramentas?

Curiosidade e envolvimento. Minha função na Pulsar Propaganda era de produção. Aprendemos a lidar com as novas

ferramentas, literalmente, trabalhando com elas.

Como começou a consolidação de sua empresa?

Em atendimento a determinado colégio, que queria fazer carteirinha de estudante, estávamos fazendo processo de impressão com jato de tinta, um dos primeiros que tinha. Esse foi o princípio do que a empresa é hoje porque eu fui atrás de uma tecnologia para carteirinha de escola. Tive que vender meu carro porque na época um equipamento para crachá custava 16 mil reais. Aos poucos começamos a fortalecer o ramo de crachás. Na verdade foi uma transição. O crachá foi ‘entrando’ enquanto as artes e as outras coisas foram diminuindo.

Por que crachás?

A informática mudou muito a gestão das empresas. A própria questão da organização, a necessidade de os empresários identificarem seus funcionários. Tudo isso foi dando volume nos trabalhos, e o crachá é algo que demanda manutenção constante. Por ser um objeto que se perde, a reposição é constante. De certa forma é um produto que sempre vai ter seu giro garantido.

Quando foi incorporado o relógio-ponto em seu trabalho?

Quando começamos a trabalhar com as carteirinhas, tivemos a visita de um pessoal que trabalhava com o relógio-ponto. O senhor era de Ponta Grossa, trabalhava com a Dimep, fábrica de relógio-ponto. Ele veio até nós porque queria crachás já com código de barras para utilização no relógio-ponto. Fazer a impressão do código de barras exigia conhecimento bem específico. Ele vendia os equipamentos, ►

“PRECISAMOS NOS CONSCIENTIZAR DE QUE AS EMPRESAS TÊM MUITO MAIS PODER DO QUE A POLÍTICA. MAS NEM TODOS SABEM DISSO. SE A ECONOMIA PARAR, NÃO EXISTE POLÍTICA. NÃO TEM DINHEIRO NEM IMPOSTO”.



▲ No início a Mamcasz trabalhava com 3 colaboradores. Hoje são 8.

fazia a instalação e nós vendíamos o crachá. Posteriormente, ele teve problemas pessoais e saiu da empresa de maneira brusca. Nós continuamos atendendo aos clientes, mas, quando os equipamentos careciam de assistência e este senhor não estava mais disponível, nós ficamos numa situação de ‘como vamos resolver?’ Ai acabamos encampando também o relógio-ponto. Dávamos assistência e fazíamos venda.

Como se deu a abertura da franquia Inviósiga?

Devido à minha participação na diretoria da Acig, eu já era parceiro do seu Mazochin da Inviolável. E nos surgiu oportunidade de trabalhar com a Inviósiga. É um produto feito pela Inviolável, modelo de franquia. É uma proposta diferente, algo novo, porque hoje o rastreamento não é mais para o ladrão. Está mais focado na gestão da frota. Nós verificamos que, para o cliente, é uma ferramenta que dá um ganho incrível. Na redução de consumo, redução de manutenção e aumento da produtividade. É um módulo colocado no veículo que dá para saber se ele está se deslocando, a que velocidade está se deslocando... O sistema também é todo via web e dá para saber se o veículo está sendo utilizado para o propósito que foi concedido. De um modo geral, veio complementar o conceito de trabalho que nós temos. É mais um produto para oferecer aos clientes que nós atendemos. Não é algo que se choca com o que já temos.

Para você o que é ser empresário?

É fazer a coisa certa. Empresa que trabalha “meia boca” não se sustenta. O caminho é um só: trabalhar de maneira correta. É a competência do empresário em gerir a alta carga tributária com preço, custo, pra ter um negócio rentável. Se não for rentável, a atitude que se espera é a mais óbvia: parar. Fica muito mais fácil quando se começa a trabalhar certo, porque os controles não são mais furados. Até porque, nosso modelo de gestão é trabalhar em cima das falhas que acontecem. Identificá-las e aprender com elas para não repeti-las.

Capacitação ajuda no processo gerencial?

A busca pelo conhecimento foi fundamental em minha caminhada para que eu conseguisse permanecer no mercado. Coloco em referência a parceria da FGV com a Acig. Embora

já formado em faculdades normais, a FGV me passou outra experiência. É um material muito bem elaborado e o corpo docente é fantástico. A pós-graduação da FGV dá muita munção. Automaticamente isso faz com que o conhecimento do funcionário que está se capacitando reflita em sua empresa. Se a empresa ganha, toda a economia começa a pensar diferente.

Por que sua imagem é automaticamente associada à Associação Comercial?

Não dá para desvincular essa ligação. Durante toda a história de minha empresa nós passamos, se não todo o tempo, boa parte dele, praticando o associativismo. Participo da entidade desde a gestão da Íres. Com a ótica de manter o voluntariado, a ligação com a entidade é algo que vem naturalmente. A participação acaba sendo aprendizado.

Como começou sua relação com a Acig?

Anos atrás, o Osvaldo da Pulsar Propaganda, na época presidente do Conselho do Jovem Executivo, comentou comigo à respeito do Conselho. Ele me disse que, para participar, eu deveria ser sócio da entidade. Me sensibilizei com a missão da Acig e quando vi já estava envolvido. O Conselho Jovem é a porta de entrada para empresários que querem conhecer e estar envolvido na entidade. O primeiro desafio do Conselho Jovem foi mudar o Prêmio Mérito empresarial. Tivemos ajuda do SEBRAE, que já havia prêmio semelhante.

Se você pudesse dar um conselho à classe empresarial qual seria?

Não ficarmos calados diante do que nos vêm jogado goela abaixo. As nossas reivindicações só tomam propósito quando engrossamos a voz. Precisamos nos conscientizar de que as empresas têm muito mais poder do que a política. Mas nem todos sabem disso. Se a economia parar, não existe política. Não tem dinheiro nem imposto. Nós estamos provocando a indignação dos empresários, que são pessoas de bem e que lutam para que seu negócio fique de pé. Nossa voz tem que tomar força, começar a incomodar. Sou apaixonado pelo modelo associativista, porque é a forma de fazermos diferença. Se houver boa vontade, sempre haverá onde colocá-la. 🇧🇷

Projeto “Policial por um Dia” será mantido

APÓS PAUSA DE UM ANO, CORPORAÇÃO GARANTE QUE EM 2012 PROJETO TERÁ CONTINUIDADE.

O passeio na viatura é a parte que os alunos mais gostam. ▼

Desenvolvido em 2010 pelo 16ºBPM, em parceria com a Secretaria Municipal de Educação de Guarapuava e Acig, o projeto Policial por um dia havia paralisado suas atividades no ano de 2011 em decorrência de fatores internos e



mudança de governo. O projeto consiste em realizar atividades extra classe com alunos da 4ª série do ensino fundamental. Numa tarde de visita ao batalhão, as crianças assistem a vídeos educativos, recebem bonés, conversam sobre os danos causados por trotes e como se comportar em situações de emergência, aprendem noções de cidadania, segurança e brincadeiras educativas, têm oficinas de utilização de Rádio de comunicação da Polícia Militar, passeiam na viatura e assistem demonstração com cães farejadores de substância entorpecentes. Soldado Nelson Luiz Guilherme, um dos executores do projeto, está otimista com o retorno da operação. “Às vezes, as crianças têm uma visão distorcida do trabalho da polícia, e, com essas visitas, conhecem parte do nosso trabalho. Nós mostramos vídeo institucional com todos os trabalhos executados na corporação, o funcionamento das viaturas e, principalmente da sirene e giroflex, que eles adoram. A visita também pode despertar vocação policial em alguns deles.”



**“A CORPORAÇÃO
ABRIU AS
PORTAS PARA
NÓS E FOMOS
BEM RECEBIDOS.
FOI MUITO
PRODUTIVO”**

Elizandra Schroedr, ▲
diretora da APAE

Durante o desenvolvimento do programa, a APAE de Guarapuava procurou o Batalhão para solicitar que seus alunos também fossem incluídos nas atividades. A diretora da associação considera importante que crianças com necessidades especiais estejam em contato com o trabalho militar. “Nós ficamos sabendo da visita de crianças de outros colégios e fomos até o Batalhão para estudar a possibilidade de nossas crianças também participarem. Muitas vezes, ficamos excluídos desse tipo de atividade, mas, felizmente a corporação abriu as portas para nós e fomos muito bem recebidos. Foi uma experiência ótima”, conta Elizandra Schroedr. Segundo Elizandra, pela deficiência, os alunos ficam mais vulneráveis à drogas e violência. “Devido à essa vulnerabilidade vemos a orientação da polícia como fundamental para eles. Além disso, a visita ao Batalhão desmistifica a figura rude do policial. Cria-se uma relação de companheirismo, amizade.”

Em 2010, 1.323 alunos de escolas, paróquia, APAE de Guarapuava e cidades da região participaram do projeto. A expectativa é de que o número aumente com maior participação de cidades vizinhas. 🇧🇷

Na visita, as crianças têm noções de cidadania e funcionamento do Batalhão. ▼

divulgação



Ao final da visita, as crianças participam de oficina artística. ▲
Fazem desenho do que mais gostaram no Batalhão.

divulgação

Empresas podem cadastros de inadimplentes

POR CARLOS HENRIQUE SILVESTRI LUHM,
ADVOGADO, OAB/PR N.º 44.187 E ASSESSOR JURÍDICO DA ACIG



E quem fez tal afirmação foi a 2ª Turma do Tribunal Superior do Trabalho ao negar recurso do Ministério Público contra processo de seleção de uma rede de lojas, que utilizava os dados públicos para analisar previamente os candidatos a emprego.

Trata-se de uma decisão inovadora, pois, até poucos dias tínhamos a ideia de que não se poderia consultar tais cadastros com o objetivo de analisar a vida financeira dos candidatos ao emprego, sob pena de os empresários serem condenados por ato discriminatório.

Assim que se noticiou a decisão proferida, diversas entidades se manifestaram publicamente acerca do tema, umas a favor, outras contra. Destaco aqui a posição do Presidente da Ordem dos Advogados do Brasil ►

consultar

antes de contratar

do Rio de Janeiro, o qual condenou a decisão do Tribunal Superior do Trabalho, sob o fundamento de que seria discriminação a possibilidade de consultar cadastros de inadimplentes antes da contratação. Analogamente disse ainda que se os presos têm condições de serem reinseridos em local de trabalho, da mesma forma os inadimplentes também deveriam, pois necessitarão de trabalho, e conseqüentemente de emprego para saldar suas dívidas, finalizou.

Não me parece razoável tal posição, pois os cadastros de inadimplentes são públicos, e sendo assim, qualquer pessoa pode ter acesso aos mesmos. A decisão em comento apenas concedeu aos empresários o direito de consultar os cadastros, e a contratação ou não do candidato será analisada caso a caso. Por exemplo, se para a vaga restarem dois candidatos, um inscrito e outro não, o empresário poderá optar por qualquer um deles, sendo tal escolha de livre arbítrio.

O Relator do Recurso de Revista, Ministro Renato de Lacerda Paiva,

ressaltou que: “Se a administração pública, em praticamente todos os processos seletivos que realiza, exige dos candidatos, além do conhecimento técnico de cada área, inúmeros comprovantes de boa conduta e reputação, não há como vedar ao empregador o acesso a cadastros públicos como mais um mecanismo de melhor selecionar candidatos às suas vagas de emprego”.

A decisão prolatada confere aos Empresários o direito de consultar os cadastros de inadimplentes, assim como já era feito com as certidões negativas judiciais, para avaliar a vida consumerista do candidato. Caberá ao empresário analisar, caso a caso, e efetivar a contratação ou não do trabalhador que esteja com seu nome inserido em cadastros de inadimplentes, agora, acobertado por uma decisão judicial.

Riscos no Direito sempre existirão, e, por assim ser, deve-se analisar e utilizar tal decisão com certa cautela, mas de qualquer forma, por se tratar do órgão máximo especializado em legislação trabalhista, é de ser respeitado. 🟩

Prêmio Divas 2012

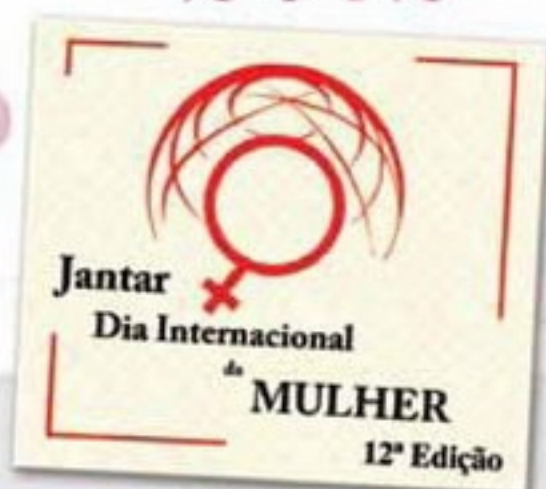
O PRÊMIO DIVAS FAZ PARTE DO JANTAR DA MULHER. ANUALMENTE, HOMENAGEIA EMPRESÁRIAS QUE SE DESTACARAM NO ANO ANTERIOR

Reconhecimento
é fruto do esforço,
trabalho e dedicação.

Prêmio **DIVAS**
2012

Local: Atalaia Palace Hotel
Horário: 20h
Valor do convite: R\$ 35,00
Informações e Convites:
(42) 3621-5566 e 3621-5050

&



Realização:

ACIG

CEME

DIÁRIO DE GUARAPUAVA

CEME

Patrocinio
Master:

AGRARIA

Stavel
fazendo seu caminho melhor.

Patrocinio:

Expansão

TRAJANO

SILVANA
MARBELLA

Finger

Apoio:

FREEWAY

CLIA

CASA FIOR
Pao-Lan

Realização do CEME da Acig (Conselho da Mulher Executiva) e Diário de Guarapuava, em comemoração ao Dia Internacional da Mulher, o Prêmio Divas/Jantar da Mulher está em sua 12ª edição. Agora, composto por doze categorias, homenageará mulheres à frente de seu negócio nas áreas de comunicação, comércio, educação/cultura e esporte, indústria, saúde, social, agricultura/agropecuária, prestação de serviço, além de dois prêmios especiais.

Para concorrer ao prêmio, empresárias associadas da Acig enviaram seus currículos durante o mês de fevereiro. Os documentos foram analisados pelo CEME, entidades de classe e Diário de Guarapuava. A cerimônia será realizada dia 10 de março, a partir das 20h no Atalaia Palace Hotel.

Durante o jantar, haverá apresentação artística com o grupo Raqsi-mahira, especialista em dança do ventre. Logo após, haverá show stand up com o comediante Fábio Moraes, participante de quadro humorístico no Domingão do Faustão. Segundo Loren D'Angelo, presidente do CEME, a novidade foi pensada para atender à pedidos de empresárias participantes de edições anteriores. "O stand up atinge todos os sexos, é rápido, descontraído e todos ficam à vontade."

Loren destaca ainda a importância da participação de empresárias guarapuava-nas em premiações como esta: "É um Prêmio que tem credibilidade, afinal, está na 12ª edição. As grandes empreendedoras precisam se inscrever para serem vistas, homenageadas. Literalmente receberem o reconhecimento que merecem. Foram muitos currículos avaliados e esperamos que nos próximos anos continue assim." 🇧🇷

Estagiário, Aprendiz, Aprendiz Legal: Você sabe a diferença?

Estagiários e aprendizes ocupam, hoje, considerável fatia do mercado de trabalho. Cada vez mais procurados por empresas eles têm oportunidade de ter primeiro contato com sua futura profissão. É a preparação para atuar com experiência no mercado de trabalho. Ao mesmo tempo, empresas aproveitam exigências legais menores se comparadas às exigências

para contratação de funcionário com carteira assinada. Entretanto, estagiário e aprendiz têm denominações distintas. Antes de apontá-las, é importante esclarecer que, “Aprendiz Legal” não é o termo correto para denominação do estudante na função de Aprendiz. Este título faz parte do programa desenvolvido pela Fundação Roberto Marinho em parceria com a Petrobrás.

APRENDIZ

Para ser Aprendiz é necessário estar na faixa etária de 14 a 24 anos, matriculado e freqüentando a escola. Em caso de pessoa com necessidade especial, não haverá limite máximo de idade.

A Lei do Aprendiz veio para contribuir no reconhecimento e valorização dos direitos humanos e da cidadania; desenvolvimento do jovem beneficiário como pessoa, adquirindo níveis crescentes de autonomia; definição dos próprios rumos; exercício de seus direitos e liberdade.

Contratar aprendizes é algo além do cumprimento de lei. Os benefícios estão na possibilidade de o Aprendiz ter o primeiro contato com trabalho, juntamente com cursos profissionalizantes. Isso possibilita que ao término do contrato o jovem esteja apto a trabalhar (até mesmo ser efetivado) e ser lançado ao mercado de trabalho com certa experiência. De outro lado, o empresário terá benefícios fiscais como incentivo a ter aprendizes em sua empresa, mesmo sendo uma obrigação legal.

ESTAGIÁRIO

O aluno poderá se tornar estagiário a partir dos 16 anos. Deve estar regularmente matriculado em cursos vinculados à estrutura do ensino público e particular, em instituições de ensino superior, de educação profissional, de ensino médio, da educação especial e dos anos finais do ensino fundamental, ou na modalidade profissional da educação de jovens e adultos. Não é possível estagiar em caso de supletivos.

Estágio significa aprendizado. Ato educativo escolar supervisionado e desenvolvido no ambiente de trabalho faz parte do projeto pedagógico do curso. O estágio possibilita não apenas preparação para o trabalho produtivo do educando, mas, acima de tudo, para uma vida cidadã. Estagiar deixou de servir como complementação da carga horária imposta pelas Instituições de Ensino, para atuar como um paralelo à educação.

Hoje os estagiários ganharam alguns direitos que se assemelham, em parte, aos destinados aos aprendizes. Têm direito a férias, seguro contra acidentes pessoais e carga horária determinada pela própria legislação em seu artigo décimo.

Para auxiliar na contratação de estagiários a Acig possui departamento de estágios próprio. O DEA atua desde 2008 junto à associados ou não à entidade. O departamento cresce ano após ano e, devido à grande procura dos estudantes e empresas, está se reestruturando para melhor atender. Agora possui facebook e twitter para estar diretamente ligado ao público-alvo, atraindo cada vez mais perfis para banco de dados.

O site também passa por reestruturação. Em breve estará de cara nova. 🌱



Conheça o DEA:
twitter.com/estagiosacig
facebook.com/DeaAcig
www.estagiosacig.com.br
3621-5588

Especial

Bonsucesso, bairro independente

O BONSUCESSO É O BAIRRO MAIS INDEPENDENTE DE GUARAPUAVA. SAIBA POR QUE A OPINIÃO DE MORADORES E COMERCIANTES SOBRE O LOCAL EM QUE VIVEM .

A impressão que se tem, ao chegar ao Bonsucesso, é de que se trata de um segundo centro de Guarapuava, mas poderia ser uma cidade independente. O bairro está abastecido em vários serviços. São mercados, farmácias, escolas, agências bancárias, postos de gasolina, lojas de confecções que parecem dar vida própria e au-

tossuficiência ao local.

Segundo os dados do Ceplug (Centro de Planejamento Urbano de Guarapuava), o Bonsucesso é o terceiro bairro com mais empreendimentos estritamente do comércio. São 62 unidades, apenas uma a menos que Dos Estados. Mas o Bonsucesso fica na frente quando considerado os espaços mistos, que servem também como residência.

O Bonsucesso está longe de ser o bairro mais habitado de Guarapuava. Tem apenas 1.945 imóveis edificadas. Mas é um dos que possui maior relação entre imóveis e estabelecimentos. De cada 100 imóveis, 10 são mistos, comércio ou voltados à prestação de serviços.

Seu principal concorrente, mais uma vez, é Dos Estados, que possui relação alguns décimos acima (10,8 a cada 100). Há, contudo, uma diferença: Este está muito mais próximo ao Centro,

Jaqueline Ribeiro



Número de Unidades imobiliárias de acordo com a sua ocupação – cadastro técnico urbano										
Bairro	Comércio	Residencial	Misto	Prestação de Serviço	Industrial	Público	Religioso	Educacional	Saúde	Esporte / Lazer
CENTRO	651	1.675	1.354	121	0	12	20	19	22	4
DOS ESTADOS	63	1.289	75	19	10	1	6	4	0	2
BONSUCESSO	62	1.734	120	20	2	1	7	5	2	5
CONRADINHO	51	1.810	110	29	1	2	10	2	2	1
ALTO DA XV	39	1.116	50	12	3	6	4	4	1	0
TRIANON	37	1.306	34	18	1	6	5	5	2	6
VILA BELA	27	2.626	63	14	6	2	16	4	1	7
VILA CARLI	25	2.171	83	14	2	9	15	3	3	1
INDUSTRIAL	23	1.943	44	12	32	3	13	3	1	1
SANTACRUZ	23	1.980	72	14	0	15	5	13	3	7
PRIMAVERA	21	1.379	75	33	11	1	13	3	1	0
BATEL	20	1.169	56	7	13	3	9	5	0	2
BOQUEIRÃO	20	3.559	96	7	9	6	20	7	2	8
MORRO ALTO	16	2.303	57	7	9	7	9	5	2	4
SANTANA	14	1.996	72	6	2	8	21	6	1	5
SÃO CRISTOVÃO	12	1.752	61	10	5	3	5	4	1	3
JARDIM DAS AMÉRICAS	10	727	25	9	2	2	4	1	1	0
OLARIAS	9	180	6	1	9	0	1	0	0	0
CASCADEL	7	381	4	3	1	0	0	1	1	0
IMÓVEL MORRO ALTO	6	576	9	0	33	3	4	1	0	0
ALDEIA	4	102	3	0	0	0	0	0	0	0
ALTO CASCADEL	4	409	14	1	0	0	2	1	1	0
VASSOURAL	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ARAUCÁRIAS	2	2	0	0	1	0	0	0	0	7
JORDÃO	0	29	1	1	0	0	1	0	0	0

▲ Esta lista foi atualizada em 11/2010.

Fonte: CEPLUG - Centro de Planejamento Urbano de Guarapuava

e às vezes acabam se confundindo, assim como o Bonsucesso se confunde com o Conradinho, o quarto em número de estabelecimentos comerciais, o que reforça a independência da região nordeste. Bairros potencialmente universitários, como o Santa Cruz e a Vila Carli têm autossuficiência bem inferior, como é possível constatar no box acima.

De acordo com o engenheiro do Guaratran, Cesar Ramão Sanchez, a expansão do Bonsucesso deve-se à política de desenvolvimento urbano adotada na cidade, que visa a descentralização e a maior autonomia dos bairros.

Dessa forma, diminui-se o fluxo de pessoas no Centro, conforme incentiva o Plano Diretor. Algumas medidas apontadas por Sanchez favoreceram a independência da região, como a instalação da sede do Detran e da Rodoviária Municipal e abertura de ligações viárias.

O engenheiro destaca também a atuação dos empresários do local, que tomaram frente no desenvolvimento e aproveitaram o estímulo induzido pela

legislação. “A partir do momento que as forças vivas da comunidade começam a tomar ações no sentido de que se concretizem esses objetivos do Plano Diretor, a contrapartida é dar suporte a esse crescimento”.

A região Norte da cidade – formada por uma gama maior de bairros – se expandirá ainda mais a partir da instalação da UTFPR. Não é toa que muitos falam em nova Guarapuava, já que o Centro – antigo – não tem mais condições estruturais para se expandir.

Empresários e moradores

Os moradores e comerciantes do Bonsucesso atestam o dinamismo. Tereza Santos Silivi, proprietária de uma loja de roupas e presentes, afirma que o bairro onde mora há 18 anos tem praticamente tudo. “O Bonsucesso é hoje uma outra Guarapuava”. Na opinião dela, o crescimento do local deve-se, principalmente, à presença do Detran. “Aqui havia muitos terrenos grandes. O pessoal foi comprando, trabalhando e foi dando certo. Logo quando inaugurei a loja lucrámos muito bem. Pude perceber que ha-

“O BONSUCESSO É HOJE UMA OUTRA GUARAPUAVA”.

▲ Tereza Santos Silivi, comerciante



Jaqueline Ribeiro

◀ Maria Solange Kintof, comerciante do bairro, observa o processo de alargamento da Avenida Sebastião de Camargo Ribas, iniciado este mês.

via escolhido o ponto certo”.

Há 9 meses, Elizeu Martins Nogueira abriu uma distribuidora de cosméticos e esmalte e já pensa até em comprar o terreno ao lado para ampliar o empreendimento.

As cabeleireiras Marinei Gonçalves Carvalho e Marizel Coradaz são suas vizinhas e escolheram o ponto justamente pela logística, pois utilizam produtos da distribuidora.

Os comerciantes sentem falta basicamente de um item: agências bancárias, embora nas proximidades haja unidade do Bradesco, em breve, possivelmente uma da Caixa. Alguns apontam também a necessidade de mais lanchonetes.

Na questão de infraestrutura, a reivindicação é por melhorias no asfalto

da avenida principal - Sebastião de Camargo Ribas. O recapeamento asfáltico está no projeto da prefeitura que usará recursos emprestados junto à Sedu para aplicar em pavimento em vários pontos da cidade.

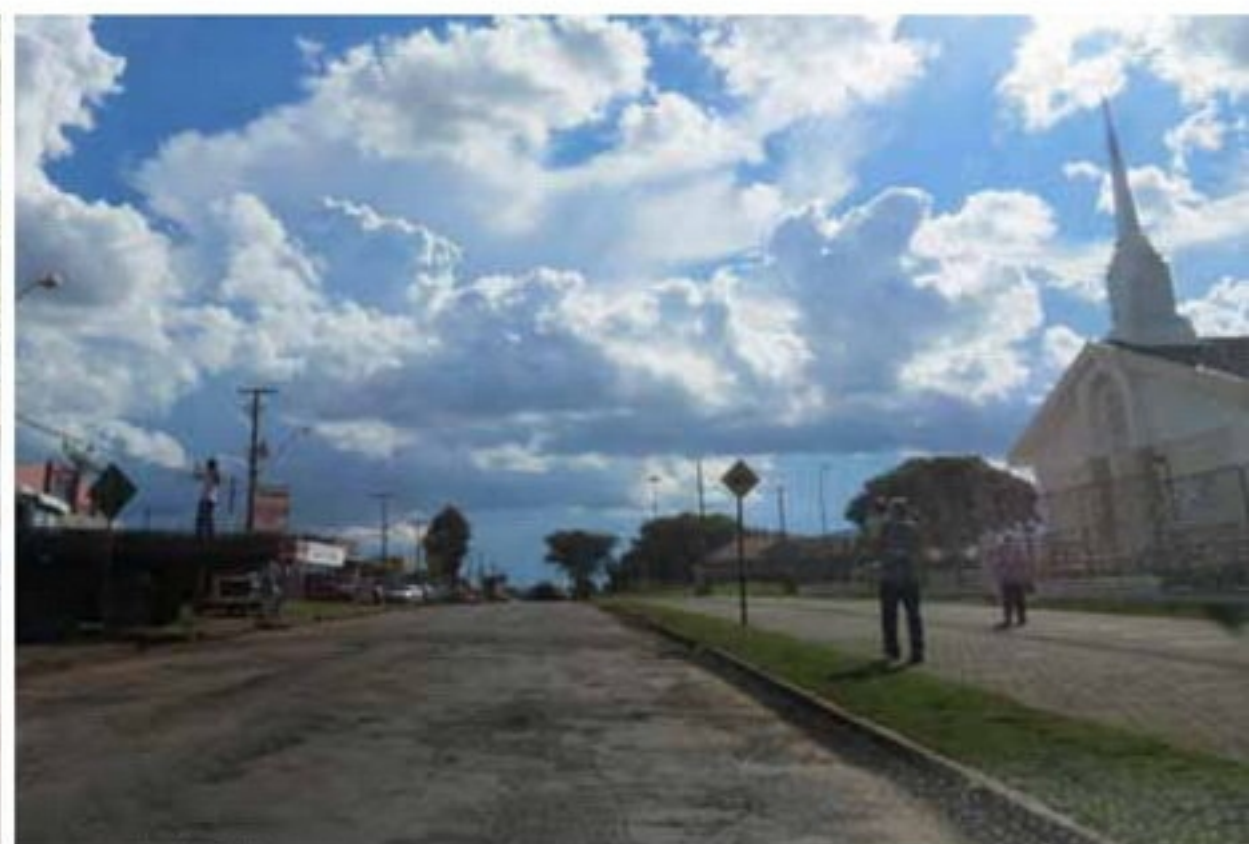
“O movimento de carro é muito grande. Principalmente nos horários de pico. Felizmente vão aumentar a avenida principal”, afirma a sócia-proprietária de uma loja de pneus, Maria Solange Kintof, há 3 anos instalada no local. “Gostamos muito. Pretendemos continuar no bairro porque além de ser tranquilo, as pessoas são ótimas”.

Outro anseio é por mais segurança. Na opinião do proprietário de locadora, Hamilton Luiz Pacheco Júnior o poder público deveria investir mais na área, e instalar um posto policial. É o que

O asfalto é uma das principais reclamações dos moradores do bairro. Em trecho da Avenida Sebastião Ribas de Camargo o problema é evidente. ▼



Jaqueline Ribeiro



Jaqueline Ribeiro



Jaqueline Ribeiro

pensa também a proprietária de uma loja de roupas, Sandra Andréia Marques. “O que falta é mais segurança. Até tem, mas às vezes falha. Devido ao crescimento do bairro deveria ser dada maior atenção para essa questão”.

De acordo com dados da PM, a criminalidade no Bonsucesso está estável. O número de furtos e roubos caiu, nos dois primeiros meses deste ano comparado a igual período de 2011, de 25 para 20. Para a PM, os dados mostram que, apesar do bairro ser um centro comercial, o índice de ocorrências tem sido baixo, mesmo nos meses de janeiro e fevereiro, período de férias e de compras voltadas para o retorno às atividades escolares. 🇧🇷

TRÂNSITO

De acordo com o coordenador do Guaratran, Altair Bonassa, o Bonsucesso está se tornando um pólo independente da área central, o que requer investimentos específicos no trânsito que estão programados. “A tendência é que ocorram, por exemplo, congestionamentos que não ocorriam antes. Para amenizar o problema, já existe projeto de alargamento da rua Sebastião Ribas, para fazer com que o fluxo de veículos melhore”. Mas ele afirma que, apesar da grande circulação de veículos, o bairro traz poucos problemas. “Está dentro da normalidade”.

Ainda segundo ele, as equipes do Guaratran realizam fiscalização constante no bairro, para contribuir com a disciplina e organização do trânsito. “Fiscalizamos principalmente o excesso de velocidade na avenida, os locais onde é proibido estacionar”.



O CLIENTE PODE DIZER NÃO

“A FALTA DE FAMILIARIDADE COM O NÃO PODE SER EM FUNÇÃO DA QUANTIDADE EXCESSIVA DELES QUE A MAIORIA DAS PESSOAS OUVIU NA INFÂNCIA OU QUALQUER OUTRO MOTIVO.”

Uma indagação recorrente nos cursos de atendimento e vendas é como saber lidar com o cliente.

Por vezes a energia se concentra mais em desvendar os mistérios do outro do que estudar seu próprio comportamento. Porém o autoconhecimento é prioritário para os profissionais da área de atendimento e vendas. O caminho é mais penoso se decidimos conhecer e entender os outros, sem antes descobrir pequenos detalhes que impactam negativamente a nós mesmos e que podem abalar todo o comportamento no dia a dia de trabalho.

Em uma transação básica de atendimento temos, de um lado, alguém demonstrando um produto ou serviço que pode ou não se adequar naquele momento àquele consumidor. De outro lado um consumidor desejoso de encerrar sua busca e sentir o conforto de ter feito uma boa negociação que pode ou não estar naquele momento, sendo-lhe apresentada.

Dessa forma a negativa através do Não, deveria ser muito natural e muito previsível num processo negocial, mas essa palavrinha tão curta faz terrorismo em muitas situações de atendimento e vendas, mesmo naqueles profissionais mais experientes e dedicados em seu trabalho. Que efeito assustador e demolidor essa simples palavra pode provocar, ao ponto de destruir a possibilidade de alguém continuar a exposição de um produto ou fazer um consumidor virar as costas para um vantajoso negócio?

Parece claro que há uma difi-

culdade em ouvir e também em dizer o Não.

Imaginemos uma situação básica, onde o vendedor ao expor seu produto ouve o cliente dizer categoricamente que Não gosta daquele modelo ou daquele produto ou mesmo daquele preço ou condições de pagamento ofertada. Na maioria das situações semelhantes, o que se verifica é o desaparecimento do sorriso na face do vendedor e a perda da serenidade demonstrada até aquele ponto. Se essa reação for sentida pelo cliente, ali pode ser o fim da magia do encontro.

A falta de familiaridade com o Não pode ser em função da quantidade excessiva deles que a maioria das pessoas ouviu na infância ou qualquer outro motivo. Mas independente da origem é preciso vencer essa barreira e procurar entender o real significado de cada um deles que ouvimos.

Esse não que vem do cliente, pode ter um sem número de significados e quase nunca é para ofender o vendedor e menos ainda para desqualificar o produto ou serviço. Ao cliente é permitido ocultar suas razões para uma negativa. Encarar isso com normalidade pode permitir maior leveza na negociação e avançando um pouco mais, até brincar com o não, perguntando, por exemplo, se ele é definitivo ou se poderá voltar a ter chance de ofertar o mesmo produto em outra ocasião.

A disciplina, o exercício e o foco farão qualquer pessoa harmonizar o “não” em sua vida rotineira, conseguindo resultados benéficos em relacionamentos pessoais e profissionais.

▲
ROSILDA CORRÊA BUZZI

Economista, Pós Graduada em Marketing e Comunicação Empresarial; Palestrante, Consultora e Instrutora credenciada do SEBRAE nas áreas de Marketing, Comunicação Empresarial e Liderança, Coach Executivo e Empresarial.

Para todas as ocasiões: um estilo.
Para todos os estilos: Expressiva For Men.



Expressiva
FOR MEN



Rua Brigadeiro Rocha, 1936 - Centro | 3623 - 2028 / 3623 - 8076
www.expressivamodas.com.br

Água, um negócio

O MERCADO DA ÁGUA ESTÁ EM EXPANSÃO EM TODO BRASIL. COMERCIANTE FALAM SOBRE OS DIFERENTES SEGMENTOS EM GUARAPUAVA

A indústria da água vai muito além das companhias de abastecimento. São disk-entregas de galões do produto mineral, purificadores, além dos tradicionais filtros de cerâmica.

No dia 22 de março, Dia da Água, quem está dentro do setor tem o que comemorar. Apesar do produto fornecido pela Sanepar ser reconhecidamente de qualidade, os consumidores mais exigentes preferem água mineral ou purificada, que tem menos cloro. Os mais precavidos, investem em filtros e purificadores - afinal, não basta confiar no líquido fornecido, mas também na caixa d'água e encanamentos da residência.

Segundo o trabalho acadêmico "O mercado brasileiro da água", de Rodrigo Auricchio e Friedhild Manolescu, a produção brasileira de água mineral manteve-se estável até a década de 1970, e desenvolveu-se a partir daí com o lançamento de novas embalagens, possibilitando a ampliação do mercado e inserindo um novo consumidor: a empresa. Somando-se a esse fator, a entrada no mercado de marcas com fortes campanhas de marketing contribuíram para o boom

que se verificou no setor a partir de 1972. O ritmo de crescimento ganhou velocidade e a indústria engarrafadora brasileira chegou aos anos 90 produzindo algo além de água mineral ou potável de mesa: o binômio embalagem/produto.

Em 2001 a produção brasileira de água mineral atingiu a marca de 5 bilhões de litros. Em 1995, essa cifra girava em torno de 1,5 bilhão contra 795 milhões de litros, em 1990. Desde 1995 o consumo per capita obteve um salto de 9,8 litros para 25 litros no início deste milênio. Um salto e tanto, mas nada ainda comparado a países como Itália (143 litros/ano per capita), França (117 litros per capita), Espanha (99,6 litros per capita) ou ainda a Grécia (36,8 litros per capita). No entanto, o potencial de crescimento do setor, que já vem registrando índices em torno de 20% ao ano, tem tudo para alterar esse panorama.

Com tamanho crescimento esse mercado se tornou atração para grandes empresas do setor alimentício com tradição em mercados distintos, e abriu caminho para que pequenos e médios empreendedores ganhassem seu espaço.



imagem shutterstock

Comerciantes

Luiz Carlos Vida é um deles. Ele comercializava gás e, há seis anos, resolveu investir também em um disk entrega. Ele afirma que, apesar da forte concorrência, é um produto com mercado satisfatório, principalmente no verão.

É o mesmo caso de Salmo Luis Zeni, que ampliou sua atividade, antes resumida ao gás, para a água. “É um ramo que vale a pena porque vende bem. Acredito que daria para me sustentar apenas comercializando água”.

Além das vendas satisfatórias, ele afirma que outra vantagem é divulgação

simultânea, a cada galão vendido, do serviço de entrega de gás. “Principalmente em prédios, onde é possível distribuir o imã de geladeira nos outros apartamentos”.

Outro proprietário de disk-água e gás, Alexandre Navarro, conta que a água é uma segunda fonte de renda. De acordo com ele, não seria possível se dedicar apenas ao setor por causa das temperaturas, que caem bastante no inverno. “Parece que as pessoas não têm sede no inverno”. Mas segundo ele, o cliente do produto é exigente. “É preciso que nossos entregadores estejam sempre com boa aparência e que os garrafões sejam bem higienizados”.

22 DE MARÇO, DIA MUNDIAL DA ÁGUA

A ONU (Organização das Nações Unidas) criou o dia da água dia 22 de março de 1992 para dedicar um dia 'inteiro' a debater atitudes de conscientização do uso que o homem faz da água.

Em 10 de dezembro de 2002, o senado brasileiro aprovou o dia nacional da água através do projeto de lei do deputado Sérgio Novais (PSB-CE). O texto destaca que esse deverá "oferecer à sociedade brasileira a oportunidade e o estímulo para o debate dos problemas e a busca de soluções relacionadas ao uso e à conservação dos recursos hídricos."

A ONU elaborou um documento com medidas cautelosas a favor desse bem natural, trazendo também informações para garantir a cultura de preservação ambiental e a consciência ecológica em relação à água.

Purificadores

Quem também tem boa aceitação no ramo são revendas de purificadores de água. Isso porque, segundo o franqueado Pedro Dubiela, os equipamentos permitem que se obtenha uma água mais pura. Ele faz a propaganda. "A água tratada pela Sanepar é uma água potável, porém são utilizados mais de cinquenta tipos de produtos químicos para a purificação da água. Nenhuma companhia de água consegue tratar a água com menos produtos do que isso. Nosso organismo é feito para que tomemos água [como se fosse] da fonte".

Ele ainda aponta a má conservação de caixas d'água e tubulações como um argumento para se recorrer aos purificadores. "Esses canais de distribuição na maioria das vezes estão contaminados. É preciso que as casas tenham um bom reci-

piente de filtragem para que a pessoa tome água pura".

Marcelo Azarias, também proprietário de franquia, afirma que é importante ter água de qualidade para preparar alimentos, higienizar frutas, legumes e verduras, por isso, mesmo em temperaturas baixas, as vendas caem pouco, apenas 10%

A divulgação do produto é feita, basicamente, de porta em porta, embora se utilizem métodos publicitários. "Temos três equipes na cidade e estamos fazendo um trabalho bem forte".

Segundo a Whirlpool, empresa que conglomera várias marcas, em 2009, o segmento de purificadores registrou crescimento de 9,8% em relação a 2008. Para 2010, o potencial de geração de receita gira em torno de US\$ 243,5 milhões. O produto está presente em 20% dos lares brasileiros.



Sanepar

Segundo a Sanepar, a água consumida pelos guarapuavanos é de qualidade, seguindo as resoluções técnicas. Para garantir a pureza do produto, a companhia realiza análises químicas a cada duas horas.

O manancial de captação do Rio das Pedras, utilizado pelo município, tem capacidade para abastecer 341 mil habitantes.

O consumo residencial médio mensal é de 451.442.750 litros, equivalente a 2.725 litros mês/habitante (91,67litros diários por habitante).

Aumento

A tarifa de água e esgoto da Sanepar terá um reajuste de 16,5% nas contas com vencimento a partir de abril. A Tarifa Social, que beneficia famílias de baixa renda, não será reajustada. 🟢

O QUE PRECISAMOS SABER SOBRE A ÁGUA?

- Que devemos ser responsáveis com a economia de água, pois essa é condição essencial de vida;
- Que ela é um patrimônio mundial e que todos nós somos responsáveis pela sua conservação;
- Que a água potável deve ser utilizada com economia, pois os recursos de tratamento são ainda lentos e escassos;
- Que o equilíbrio do planeta depende da conservação dos rios, mares e oceanos, bem como dos ciclos naturais da água;
- Que devemos ser responsáveis com as gerações futuras;
- Que precisamos utilizá-la tendo consciência de que não devemos poluí-la ou envenená-la;
- Que o homem deve ser solidário, evitando o seu desperdício e lutando pelo seu equilíbrio na natureza.

Fonte: ONU

Inadimplência fecha em 7,8% em fevereiro de 2012

Em fevereiro, a inadimplência fechou em 7,8%. Alto índice, se comparado ao mesmo período do ano passado (2,8%). O número reforça a necessidade de que

empresários utilizem banco de dados como SCPC para conhecer o perfil dos consumidores.

Sociedade Garantidora de Crédito do Centro-Sul (SGC) elege conselhos administrativo e fiscal

José Divonsil da Silva foi eleito como presidente e Wilceu Leonarczyk Kotrich vice-presidente do Conselho de Administração. Ernesto Odilon Franciosi foi nomeado para a presidência do conselho fiscal. Como suplente de Odilon, ficou designado Milton Luiz

Vandresen. A votação foi realizada dia 1º de março na sede da Acig. O próximo passo deverá ser a abertura da SGC, que beneficiará empresas de 28 municípios na obtenção de crédito.

Não fique de fora dos cursos FGV 2012!

Ainda há vagas para turma de pós-graduação em administração de empresas, que inicia em agosto. Além da pós, estão previstos dois GBA's (cursos de curta duração) para os próximos meses: Gestão Financeira e

Liderança e Desenvolvimento de Equipes. Há desconto para sócios e/ou grupo de colaboradores da mesma empresa. Para inscrições e mais informações: 3621-5575, com Márcia Bittar.

Acig está com horários disponíveis para validação do certificado digital

Para adquirir a certificação é necessário acessar o site www.progerecs.com.br/cert/guarapuava e seguir os passos indicados.

No site, o cliente deverá escolher qual tipo de certificado é o mais adequado, seja para pessoa física ou pessoa jurídica, e a forma de pagamento. A geração

do desconto, se associado da Acig, depende do produto escolhido. Após esse procedimento será possível agendar, pelo próprio site, horário para o atendimento presencial.

Para mais informações: (42) 3621-5513, falar com Giseli.

condomínio residencial

PIEMONTE

SEGURANÇA E CONFORTO
A CINCO MINUTOS DO CENTRO.

Imagens meramente ilustrativas.



MALUCELLI
TOZETTO
EMPREENHIMENTOS
IMOBILIÁRIOS



EXCLUSIVIDADE
DE VENDAS



42 3621 7100 / RUA VICENTE MACHADO 1360 - CENTRO
IMPERIUMIMOVEIS.COM.BR
PLANTÃO DE VENDAS 42 9129 7478

PORTABILIDADE SALARIAL



Servidor Público estadual, agora você pode optar por transferir, sem custo, seus vencimentos para a instituição financeira de sua preferência.

Faça já sua portabilidade para o Sicoob.

 **SICOOB**
ASSOCIADO A VOCÊ.

Bem-vindos à Acig

EMPRESAS ASSOCIADAS À ACIG, DE 15/02/11 A 15/03/12.



ANIVERSARIANTES - MARÇO

Empresa	Fundação	Empresa	Fundação	Empresa	Fundação
ASTRA VEÍCULOS	14/03/1995	FÁBIO ESTEVES - DENTISTA	01/03/2002	ÓTICA PRECISÃO	17/03/1982
AUTO ESCOLA GUARÁ	31/03/2005	FINO TRACTO NUTRISERVICE	15/03/2003	PAPIER HAUS	08/03/1994
AUTO POSTO MEZTRA	01/03/1991	FLORES E FESTAS	15/03/1984	PATRIS VIAGENS E TURISMO	29/03/2010
AZEL PARABÓLICAS	26/03/1993	FOTO MONICOLOR	16/03/2007	PETRICON	12/03/2001
BASIC KIDS	31/03/2011	GENTE BONITA MODAS	22/03/1993	PIJAMALÂNDIA	07/03/2005
BICHARA AUTO PEÇAS	04/03/2008	GLOBAL CONNECTION	04/03/2008	PINHO PAST	26/03/1959
BIG MÓVEIS STYLLUS	10/03/2009	GRANDE HOTEL	28/03/1963	PMM TUBOS DE CONCRETO	28/03/2001
CAIO	03/03/2004	HALOMA MADEIRAS	20/03/2003	PORTAL DO MARCENEIRO	28/03/2008
CASA DO ESCAPAMENTO	31/03/2009	HEY COMUNICAÇÃO E MARKETING	03/03/2009	PRISCILA RYZY - DENTISTA	22/03/2007
CASA DOS CALÇADOS	02/03/1970	HIGIÊNICA - PROD. E EQUIP. DE LIMPEZA	29/03/2007	RESTAURANTE CARISA	31/03/2006
CELLUTEL	01/03/1999	ICAVEL VEÍCULOS LTDA	30/03/2011	RETIFICADORA GUARAMOTORES	15/03/1996
CENTRO DAS TINTAS	19/03/2008	JECRI TELHAS	01/03/2000	SELETIVA INTERNET	07/03/2008
CENTURY SPORTS	19/03/2004	JORGE STOETZER E CIA LTDA	01/03/1995	SICOOB SUL	17/03/2005
CERVEJARIA BAHIA	20/03/1995	LA FEMME CONFECÇÕES	10/03/1996	SICREDI - SALDANHA	14/03/1984
CHOCOLATES ALIANÇA	31/03/2009	LEVE CONFECÇÕES	01/03/1998	SOCIEDADE RURAL DE GUARAPUAVA	15/03/1997
CONSÓRCIO COTA SUL	20/03/1989	LOJA DAS PERSIANAS	07/03/2005	SUPERMERCADO MIRANDA	15/03/1998
CÚPIDOS LINGERIE	18/03/2004	LUKE MOTO PEÇAS	26/03/1990	SUPERMERCADO POUP MAIS	15/03/2011
DACOREGIO PNEUS E RODAS	29/03/1994	MADECARBO	01/03/2001	SUPERMERCADO TODO DIA	11/03/2008
DAKOTA PNEUS	26/03/2002	MAKETUR	04/03/2004	ULIANA	01/03/1980
DERAGRO	02/03/2005	MATHEUS VEÍCULOS	06/03/2009	VALENGA PEÇAS E SERVIÇOS	21/03/1989
DESMANCHÃO COMÉRCIO DE PEÇAS	10/03/2006	MECÂNICA SANTOS	01/03/1990	YOGO WAY GUARAPUAVA	14/03/2011
DEZ MARCHAS AUTO PEÇAS	01/03/1989	MECÂNICA TEIXEIRA	29/03/2010		
DI MARIA MODA FEMININA	28/03/2011	MÉTODO	09/03/2009	NOVOS ASSOCIADOS - Fevereiro/2012	
DUMAS PEUGEOT	15/03/2006	MONICOLOR LAB. FOTOGRÁFICO	31/03/1992	Empresa	Adesão
ELETRÔNICA SERVILAR	27/03/1973	MÓVEIS JD	01/03/2003	BERÇÁRIO BAMBINI	08/02/2012
ELZ DISTRIBUIDORA	31/03/1986	MÓVEIS ARAUNA	17/03/1975	CENTRO DE EDUC. INFANTIL ALDEIA DO SOL	08/02/2012
ESPAÇO DAS TINTAS	13/03/2009	MULTI ASSIST CELULARES E ACESSÓRIOS	02/03/2007	DPASCHOAL	15/02/2012
EVIDÊNCIA EMP IMOBILIÁRIOS LTDA	18/03/1999	OI BOUTIQUE	19/03/1971	LOJAS REAL	15/02/2012
EXCLUSIV MÓVEIS E DECORAÇÕES	27/03/2008	ORG. CONT. JURÍD. LUBACHEVSKI	12/03/1968		

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


The logo for 'Aprendiz Legal' is located in the top right corner. It features a stylized hand icon with five fingers pointing upwards, followed by the word 'Aprendiz' in a bold, green, sans-serif font, and 'Legal' in a yellow, cursive script font below it.

Aprendiz Legal

A white banner with a slight shadow is positioned diagonally across the middle of the page. It contains the main headline in purple and a sub-headline in orange.

O Aprendiz Legal chegou a Guarapuava!

Responsabilidade social aliada à educação e ao trabalho.

A young man with short dark hair, wearing a black polo shirt with the 'Aprendiz Legal' logo, is shown from the chest up. He is smiling and looking towards the camera while holding an open book.

O Aprendiz Legal é um programa de aprendizagem voltado para a preparação e inserção de jovens aprendizes no mundo do trabalho, que se apoia na Lei 10.097/2000, a Lei da Aprendizagem.

Com o Aprendiz Legal, pretendemos contribuir para a formação de jovens autônomos, que saibam fazer novas leituras de mundo, tomar decisões e intervir de forma positiva na sociedade. Acreditamos que é responsabilidade compartilhada do Estado, da sociedade, da família e dos próprios jovens fortalecer sua autoestima e sua condição de cidadãos por meio do trabalho.

O Programa Aprendiz Legal, no Paraná, é uma parceria entre a Fundação Roberto Marinho e a Oscip Gerar, encaminhando jovens ao mercado de trabalho.

GOSTARIA DE CONTRATAR JOVENS PELO PROGRAMA APRENDIZ LEGAL?

Faça seu cadastro no site www.gerar.org.br
(no link do Aprendiz Legal), ou
entre em contato com: Futura Educação Profissional
Rua Senador Pinheiro Machado,
2328 - Centro - Guarapuava - Paraná
Fone (42) 3035-3131.

Apoio local:



Realização:



Implementação:



www.gerar.org.br

www.aprendizlegal.org.br