

Revista ACIG

Edição 56 | Ano 5 | JUNHO 2012 | Uma publicação da Associação Comercial e Empresarial de Guapuava

Capa

Acig adota banco de dados com abrangência nacional

QUEM UTILIZA A BASE DA ACIG AGORA TEM ACESSO AO SPC BRASIL, SERASA E BASE CENTRALIZADORA DO PARANÁ

MAQUININHAS DE CARTÃO, VOCÊ OFERECE?

ASPECTOS GERAIS PARA QUEM QUER INVESTIR

Pra quem anda namorando
um bom apartamento...

edifício residencial

DONALEILA

Apartamentos de 2 e 3 quartos.*

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

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

CRECI J-2155

IMOBILIÁRIA
GASPAR

38
anos

Sicredi **seguro**

Residencial



É o amor que faz a sua
família mais segura.
A gente só dá uma força.

Seja dono desta força. Faça um Seguro Residencial no Sicredi.

sicredi.com.br



CORRETORA DE SEGUROS SICREDI



Seguro garantido por MAPFRE Vera Cruz Seguradora S.A., CNPJ 11.074.175/0001-33, processo SUSEP nº 15.414.004192/2004-71. A MAPFRE Vera Cruz Seguradora S.A. é proprietária de Titulos de Capitalização emitidos pela MAPFRE CAPITALIZAÇÃO S.A., CNPJ 09.382.299/0001-00, processo SUSEP nº 15.414.000961/2004-95. O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua comercialização. Seguro intermediado por Corretora de Seguros Sicredi Ltda., CNPJ 04.026.752/0001-92, registro SUSEP nº 10.041.237. SAC Sicredi - 08007247220 / Dedicado a estudantes ou de País - 08007240525. Ouvidoria Sicredi - 0800 646 2519.

Acig opera com nova base de dados

16



VILMAR LIMA: O PIONEIRO DA
"LOJA DE SEGUROS"

08



CONVITES PARA A 2ª EDIÇÃO DO
JANTAR DO EMPRESÁRIO ESTARÃO A
VENDA NO FINAL DE JUNHO

11



"PASSA CARTÃO?"

12



ACIG ENTREGA PRÊMIOS DA
CAMPANHA "EU AMO MINHA MÃE"

14



COMÉRCIO ELETRÔNICO: UMA
PERSPECTIVA EMPRESARIAL

20



CONHECIMENTO TRAZ
MELHORES RENDIMENTOS

22



PALESTRAS SOBRE E-COMMERCE
SUPERA EXPECTATIVAS

23



O IMPASSE DAS SACOLINHAS
DE PLÁSTICO

25



ALIMENTAÇÃO: É UMA OBRIGAÇÃO OU
UMA ESCOLHA DO EMPREGADOR?

26



DIA DOS NAMORADOS ONLINE

27



NOTAS ACIG

30



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

publicpropaganda.com.br



tng

INDEX

zincolZn

CARLOSBRUSMAN

Carmim

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

EDITORIAL

A inadimplência segue crescendo no Brasil. Em maio deste ano, o indicador Serasa Experian de Inadimplência do Consumidor revelou que, em comparação anual, a inadimplência aumentou 23,7%. É o retrato do consumidor que solicita crédito sem conferir sua capacidade pagamento. Ou ainda, é surpreendido por situações cotidianas que o impedem de arcar com suas dívidas. Esta representação reforça a importância de que o lojista, empresário e prestador de serviços adotem um banco de dados para conhecer o cliente antes de conceder crédito.

Trouxemos este panorama na edição de dezembro de 2011 da Revista da Acig. Na matéria de capa, "O Dragão da Inadimplência", dentre outras alternativas, mostramos como um banco de consultas SPC é importante neste sentido. O serviço SPC oferecido aos associados é a principal bandeira da Acig. Após mudança nas bases de dados já existentes, a entidade foi cautelosa ao optar por qual base escolheria, a fim de oferecer o melhor para o associado. A Base Centralizadora do Paraná, adotada em maio pela entidade é o banco de consultas mais completo que o empresário pode dispor hoje. Quem embarcou nessa com a Acig percebeu e aprovou as mudanças.

As orientações da associação comercial em relação ao bom uso do SPC colaboram para que o cadastro de inadimplentes seja atualizado com frequência, beneficiando o empresário, e, porque não, também o inadimplente. O primeiro é favorecido pela prevenção proporcionada pelo SPC; o segundo, após incluso no cadastro, tem a possibilidade de renegociar suas dívidas junto ao Procon. É seguindo este caminho que a entidade pretende continuar assistindo não só à classe empresarial, mas também à economia do município.

expediente

Coordenação
ACIC
Editorial
Guilherme Nitar - MT 67-62
Colaboração
Jaqueline Ribeiro da Costa de Souza
Capa
Fular Propaganda
Projeto Gráfico
Fular Propaganda
Diagramação
Rogério Langoni
Revisão
Fular Propaganda
Impressão
Gráfica Midialog
Tiragem desta edição
1500 exemplares
Fale com a Redação
Guilherme Nitar - (42) 3621-5566 ou (42) 9128-1076
Em caso de dúvidas, informações, sugestões de pauta e comentários
acig@acig.com.br ou guilhermenitar@gmail.com

Publicidade - ACIC
Rua XV de Novembro, 8040 - Centro - (42) 3621-5566
Guampavaq'FF -
Contato Comercial - Kelly Aparecida Soares

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

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 Cesar 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
Abraão 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

Emanuel Rosetti
Marcos Roberto Nunes
Diogo Vezzaro
Marcelo Edling

CONSELHO DA MULHER EXECUTIVA

Presidente
Loren D'Angelo

1º Vice-presidente
Maria Inês Guiné

Conselheiras
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) 36 21-5566 | fax 3621-5573 | www.acig.com.br | acig@acig.com.br



“CONCRETIZAMOS A PARCERIA COM A FACIAP, POIS COMPROVAMOS QUE, EM TERMOS DE AVALIAÇÃO DE CRÉDITO, A BASE CENTRALIZADORA DO PARANÁ HOJE EM DIA É O QUE HÁ DE MELHOR PARA OS EMPRESÁRIOS PARANAENSES. QUEREMOS QUE NOSSO ASSOCIADO ESTEJA CIENTE DE QUE AS MUDANÇAS PROPOSTAS NA ENTIDADE SÃO FEITAS COM E PARA ELE.”



▲ José Divonsil da Silva
Presidente da Acig

O mês de maio foi marcado pela transição completa de nosso banco de dados para consultas SPC. Estamos operando com um sistema novo, porém, mais completo, com informações detalhadas e maiores do que as de outros bancos de dados. A Base Centralizadora do Paraná foi uma iniciativa da Faciap (Federação das Associações Comerciais e Empresariais de Guarapuava) em parceria com as principais Associações Comerciais do Paraná. A adesão foi tamanha que todo o interior do estado já opera com esse sistema. É um sistema seguro e tem abrangência nacional, pois, além de conter informações da Base Centralizadora do Paraná, apresenta informações do SPC Brasil e Serasa. É importante frisar que outros bancos de dados não têm nossa informação. Os únicos que possuem as mesmas informações que nós são as Associações Comerciais também parceiras da Faciap.

Concretizamos essa parceria com a Federação, pois comprovamos que, em termos de avaliação de crédito, a Base Cen-

tralizadora do Paraná hoje em dia é o que há de melhor para os empresários paranaenses. Mais uma vez, nossa decisão foi pautada em benefício ao nosso associado. Neste sentido, resgato a missão da Acig, que é “representar, defender, assistir e capacitar a classe empresarial, atendendo à expectativa dos associados.” Queremos que nosso associado esteja ciente de que as mudanças propostas na entidade são feitas com e para ele.

Aproveito este espaço para convidar você associado e toda a comunidade guarapuavana a prestigiar a 20ª edição do Jantar do Empresário, dia 21 de julho. O Jantar é o maior evento empresarial que temos em Guarapuava. Será a oportunidade de conhecer as propostas da nova diretoria. Além disso, iremos conhecer os ganhadores do Prêmio Mérito Empresarial, empresas modelos de gestão no município. Diversas autoridades também devem prestigiar o evento. Então, contamos com sua presença para fazer parte do evento que, com certeza, mais uma vez será destaque no município. 🇧🇷



Vilmar Lima: o pioneiro da “Loja de Seguros”

QUEM VÊ O PATRIMÔNIO QUE VILMAR TEM HOJE, NÃO IMAGINA QUE O EMPRESÁRIO FOI PARAR OCASIONALMENTE NO RAMO DE SEGUROS. ELE NÃO ENTENDIA NADA SOBRE O ASSUNTO, MAS, NO DECORRER DE SUA CAMINHADA ENCONTROU AS PESSOAS CERTAS. FORAM ELAS QUE DESPERTARAM EM VILMAR A PAIXÃO EM SER CORRETOR. O EMPRESÁRIO INAUGUROU EM GUARAPUAVA A PRIMEIRA CORRETORA DE SEGUROS INDEPENDENTE. ELE CONTA QUE DEIXOU MLEGADO NO MUNICÍPIO. “CREIO QUE JÁ FAÇO PARTE DO CONTEXTO DE GUARAPUAVA E, DIFICILMENTE, DEIXAREI ESTE CAMINHO.”

Como começou sua história como empreendedor?

Eu tinha 23 anos e não fazia ideia do que era o mercado de seguros. Fui convidado para uma palestra por um representante de uma seguradora que estava no mesmo hotel que eu. Lá, conheci e conversei com pessoas do ramo. Foi aí que conheci Sérgio Montenegro e Silva, um corretor muito importante no ramo de seguros. Ele simpatizou com minhas ideias e me convidou para trabalhar com ele. Eu disse que não entendia nada de seguros, mas Silva apostou em mim e disse que eu iria entender. Ele me convidou para ir à sua casa, e lá eu fui muito bem recebido. Silva tinha uma ótima qualidade de vida e força de vontade. Isso me motivou muito.

Para entrar no mercado de seguros você teve que fazer algum tipo de curso?

Silva me indicou um curso no Bamerindus (companhia seguradora). Fiquei 30 dias fazendo curso e trabalhando na corretora dele. Lá aprendi todos os ramos de seguros que operavam no mercado paranaense e brasileiro. Passado algum tempo, Silva me deu a gerência da corretora, aí comecei a trabalhar diretamente com seguros.

Por que veio para Guarapuava?

Visitando uma das seguradoras do portfólio da corretora em que eu atuava, fui convidado pelo diretor dessa corretora para vir para Guarapuava. Ele achou interessante minha maneira de falar de igual para igual com os técnicos da empresa. O diretor disse que queria alguém representando sua marca em Guarapuava e eu disse: “Faça a proposta”. Ele fez o projeto, me apresentou as especificidades do município, e eu aceitei. Vim para Guarapuava em 1983.

E como se desenvolveu esse projeto?

Não investi em nada, porque eu era funcionário da seguradora. De corretor, passei a ser funcionário da seguradora, com ênfase em corretor, trabalhando nos dois segmentos. Dois anos depois, pedi para sair e não me deixaram. A empresa abriu uma filial em Ponta Grossa, que era uma extensão do escritório de Guarapuava. Nesse meio tempo, ministramos palestras na Associação Comercial de Guarapuava e passamos a conscientizar o empresário sobre uma maneira diferente para contratar seguros. Antigamente, não havia tanta preocupação em escolher o seguro adequado. Após as palestras, praticamente “explodiu” nossa produção. Eu fechava em dois meses as metas que tinha para o ano. De qualquer maneira, nesta época, minha ideia era criar minha própria corretora de seguro. Já baseado no que eu havia visto em Curitiba.

Qual era a ideia para criar sua própria empresa?

Eu via a necessidade de uma criar uma empresa para atender especificamente o cliente. Em uma empresa, é comum observar que os interesses da mesma são os mais defendidos. E, muitas vezes, o cliente fica carente com relação à assessoria. Então, minha ideia era essa, criar algo direcionado ao cliente, para defender os interesses deles da mesma forma que faria com a seguradora. Mas, eu ainda não era corretor formado. Então, convidei Elias Melhem, corretor de seguros credenciado à Susep em Guarapuava, para meu sócio. A partir desta parceria começamos a atender como corretores de seguros. Três anos depois, em 1990, eu criei a Sul Brasil Corretora de Seguros. Já são mais de 22 anos de empresa.

“SE EU VOLTASSE NO TEMPO, TERIA O SONHO DE SER CORRETOR DE SEGURO. É ALGO QUE EU TENHO PRAZER EM FAZER. BUSCAR SATISFAÇÃO PESSOAL E QUALIDADE DE VIDA, TRABALHAR NO QUE GOSTA E TER UM RESULTADO FINANCEIRO POR ISSO, É O SONHO DE TODAS AS PESSOAS.”



▲ A Sul Brasil está em sua segunda sede. Com amplo espaço e estacionamento próprio para clientes, Vilmar faz questão de garantir conforto a seus clientes.

A Sul Brasil trouxe algum diferencial para o ramo de seguros?

Eu criei a primeira corretora independente, que representava várias seguradoras. O diferencial começou aí. Poderíamos oferecer ao cliente várias opções de contratação de serviço. Era como se reuníssemos várias companhias seguradoras num só escritório. Antigamente não havia corretora denominada “independente”. Só haviam corretores que representavam seguradoras.

O que é uma Loja de Seguros?

Além do termo “corretora independente”, costumo dizer que também criei o termo “Loja de Seguros”. Foi uma denominação criada para aproximar o cliente, pois a palavra “loja” dá a impressão de um local onde existem opções a serem escolhidas. E esta era a proposta da Sul Brasil. Montei um portfólio com várias seguradoras para que o cliente pudesse escolher a companhia que melhor atendesse às suas necessidades.

Sua empresa tem franquias?

Em 2000, eu criei, em Curitiba, uma loja de seguros no modelo da Sul Brasil. Era praticamente um sistema de franquia. A loja durou oito anos. Ela ainda existe, mas é uma nova empresa. Para mim, Curitiba não deu certo. A logística e a responsabilidade do corretor de seguros perante as apólices e prestação de serviços administradas pelo sistema é muito grande. É por isso que temos muito cuidado em relação a isso. Se a pessoa responsável pela franquia errar em alguma coisa, a responsabilidade é do corretor. O ideal é ficar em Guarapuava por enquanto no futuro pensaremos em expansão para outras cidades.

Porque corretor de seguros é uma carreira de sucesso?

Hoje, nós temos uma área muito interessante, Guarapuava está crescendo muito. Quando eu cheguei em Guarapuava, o município tinha apenas vinte mil veículos. Hoje já são oitenta mil. O consumidor está consciente, praticamente não faz seguro sem um corretor formado. 95% de quem fazia seguros eram os bancos. O corretor detinha 5% do mercado

de Guarapuava. Hoje se inverteu. 90% é praticado somente por corretores de seguros. O restante é o banco que trabalha. Nenhum seguro no Brasil pode ser feito sem a figura do corretor. Por exemplo, se alguém comprar um seguro do banco, o corretor é da sede do banco. A vantagem em trabalhar com um corretor de Guarapuava é que a assessoria dada ao cliente é maior do que quando feita por um banco, ou um serviço de 0800 (SAC).

A Sul Brasil atende somente Guarapuava?

Nossa ideia é atender bem a região de Guarapuava, pois fica mais fácil para o cliente. Mas, clientes que moravam aqui continuam fazendo seguro conosco. Também tenho cliente no Rio de Janeiro, em Brasília, Rio Grande do Sul, que, por conhecer e aprovar nossos serviços continuam conosco. Hoje, o atendimento é online, então, é possível prestar uma ampla assessoria.

Qual a diferença entre seguradora e corretora?

Seguradora é aquela que garante o seguro. Aquela que detém o prêmio que é pago pelo segurado. Corretor é quem administra. É o intermediário legal entre o segurado e a seguradora.

O que é preciso para se consolidar como corretora de seguros no mercado?

Sempre procuramos fazer algo diferenciado para o cliente. Não é simplesmente vender um produto. Nós procuramos encantar o cliente. Não vendemos preço, vendemos benefício. O grande diferencial da Sul Brasil é a prestação de serviço. Realmente atender o cliente na hora em que ele mais precisa. Ele pode ligar às três horas da manhã, pois sabe que será atendido. Nós temos estrutura para atender o cliente 24 horas por dia. Em qualquer lugar que ele esteja do Mercosul. Não é à toa que estamos há 22 anos no mercado.

Qual o papel do corretor de seguros?

O principal papel do corretor é ser consultor. Não é simplesmente abrir uma empresa e dizer “Vamos vender seguro”. É preciso dar consultoria ao cliente. Não é só vender o que o cliente quer. Nós temos obrigação de apresentar a verdade. ▶



Vilmar investe na capacitação de seus colaboradores, porque considera fundamental que saibam a funcionalidade do serviço que oferecem aos clientes.

do mercado. Esta é a grande sacada. O corretor precisa ser profissional, formado e habilitado pela Susep (Superintendência de Seguros Privados) e ter a carteirinha profissional. Não basta abrir uma empresa. Assim como a seguradora é regulamentada pela Susep, corretor e Corretoras de seguro também são regulamentados. Se feita uma pesquisa com os empresários, é possível perceber que a maioria nem sabe quando vence seu seguro. Mal sabe quando vence, quais são as garantias... E o corretor de seguro está aí para mostrar isto. Para conscientizar o empresário do quanto ele paga por ano, quando vence... É preciso vender o que é preciso, desde que a verdade seja dita ao cliente. Desde que se apresente e se cumpra o projeto a longo prazo.

O suporte fica disponível 24 horas para o cliente. Mas, e o corretor?

Estamos 24 disponíveis, porque temos suporte especializado. Se o cliente precisar da presença do corretor no momento do "sinistro" (ocorrências, acidentes) ele estará presente. Damos um jeito e nos encaminhamos até o local. É quase como o serviço de um médico. É preciso ter estrutura para atender a nível de Mercosul.

Quais as responsabilidades em estar à frente de uma corretora?

É um empreendimento sério, pois estamos lidando com o patrimônio (e maiores bens) de outras pessoas. É um trabalho que deve ser pautado em confiança. Por isso, garantimos o que vendemos. Pesquisamos o que comercializamos para que a segurança do produto seja idônea. Nós procuramos as melhores seguradoras do mercado para oferecer ao cliente. É preferível pagar mais caro, mas ter tranquilidade quando precisar do seguro.

De que forma a estrutura da empresa influencia nos resultados?

Para atender melhor o cliente, de modo que ele fique à vontade. É preciso ter acesso fácil e boa localização. Ainda mais tendo em vista as más condições de estacionamento que temos hoje no município... Nós defendemos o cliente à medida em que haja um equilíbrio entre interesse de cliente e da seguradora. Não posso pensar em investir meus rendimentos apenas no meu particular. É preciso investir

no bom atendimento ao cliente. Constantemente melhorar o ambiente de atendimento ao cliente e dar treinamentos aos nossos funcionários. Em 1990, eu criei a empresa. Em 1995, estávamos com uma sede própria de quase 200m². Para mim, o desenvolvimento de um projeto precisa ser atualizado a cada cinco, dez anos. Estamos na segunda sede, com os melhores espaços e estacionamento próprio.

Como você planeja o desenvolvimento da empresa?

O mundo é feito de números. Existem empresas que gastaram fortunas para se envolver num projeto que, no final, ficou só no papel. Nós mostramos início, meio e fim. Apresentamos o resultado. Ainda tenho todas as planilhas que desenvolvi há dez anos, para chegar onde cheguei hoje. Os projetos a longo prazo precisam existir. Costumo pensar: "Aonde a Sul Brasil vai estar daqui há dez anos?" "Aonde o Vilmar vai estar com a Sul Brasil?" "Quem é a Sulbrasil dentro de Guarapuava?"

Que tipos de serviços sua empresa oferece?

Seguros de modo geral: plano odontológico, previdenciário, financeiro até consórcio. Nós temos um forte portfólio de produtos para suprir as necessidades dos clientes.

Você não tinha planos de atuar como corretor de seguros. Disse que nem tinha conhecimento no ramo. Hoje, após anos atuando no mercado de seguros, dá para dizer que encontrou seu lugar?

Quando vi o mercado de seguros, fiquei encantado. É algo bacana, que me propicia bons momentos, inclusive ao lado de minha esposa. A parte cultural, de relações humanas que vem junto com esse mercado, também me agrada. Eu falo com diretores de empresas, presidentes de empresa. É preciso estar preparado para isto. É preciso ir além da consultoria técnica. Algumas pessoas têm o sonho de ser médico, mas, às vezes não conseguem, e acabam se tornando dentistas, por exemplo. Se eu voltasse no tempo, teria o sonho de ser corretor de seguro. É algo que eu tenho prazer em fazer. Muitas pessoas fazem o que não gostam, apenas para sobreviver. Buscar realizar um desejo do coração para satisfazer o ego, ter satisfação pessoal e qualidade de vida, trabalhar no que gosta e ter um resultado financeiro por isso, é o sonho de todas as pessoas. Fazer um multiplicador e deixar um legado. Eu tenho certeza que estou deixando um legado para Guarapuava como sociedade. Fui o primeiro corretor de seguro independente; a primeira loja de seguros do Paraná, do Brasil. Depois disso vieram outras nomenclaturas, mas a essência da loja de seguros fui eu quem trouxe. É preciso vender benefício, não preços.

Que tipo de empresário você se considera?

Pelo caminho que trilhei me considero um empresário de sucesso. Alcancei muitas vitórias, e estou apenas começando. [risos]

Convites para a 20ª edição do Jantar do Empresário estarão à venda no final de junho


O EVENTO SERÁ MARCADO PELA POSSE DE ELÓI MAMCASZ COMO PRESIDENTE DA ACIG E REALIZAÇÃO DA 20ª EDIÇÃO DO PRÊMIO MÉRITO EMPRESARIAL.

Este ano, o Jantar do Empresário será realizado dia 21 de julho, no Buffet Vitri. Os lugares são numerados, por isso é importante adquirir o convite com antecedência. Eles poderão ser retirados na secretaria da Acig a partir do final de junho. Custam R\$50,00 para sócios ou não da entidade.

O Jantar do Empresário já faz parte da história de Guarapuava. Há 20 anos consolidou-se como o maior evento empresarial do município. O Prêmio Mérito, que faz parte do Jantar, é realizado pelo Conjove da Acig (Conselho do Jovem Executivo), e reconhece as micro, pequena, média e grande empresas modelo de gestão em Guarapuava. Empresas de todo o município inscreveram-se gratuitamente através de um questionário, agora passam por avaliação por membros do Conjove e consultores do SEBRAE. Independente do resultado, todas as empresas inscritas recebem um gráfico-radar, documento que

aponta como a empresa está em termos de gestão. Segundo o presidente do Conjove, Marco Aurélio Scartezini Meirelles, o principal incentivo que o Conjove traz aos associados para que participem é retornar gratuitamente um panorama do que está bom e o que pode ser melhorado nos empreendimentos.

Haverá ainda cerimônia da posse do novo presidente da Acig, Elói Mamcasz. Ele foi eleito em abril em votação aberta a associados da entidade. Haverá também homenagem às empresas associadas que completam decênios de fundação. "Participar do jantar é a oportunidade de conhecer a nova diretoria, as propostas do novo presidente e confraternizar com empresários do município", ressalta José Divonsil da Silva, atual presidente da Acig.

Após o jantar, haverá baile com a banda Playlist, tocando todos os ritmos. Participe! 



Jaqueline Ribeiro

▶ Mais de 500 pessoas prestigiaram o Jantar do Empresário em 2011.

“Passa Cartão?”

Se você nunca ouviu esta frase de um cliente, certamente já foi autor dela. Isto porque, esta é a tendência do mercado: o dinheiro de plástico veio para ficar. Atualmente, cartões de crédito e débito são aceitos em todos os tipos de segmentos: restaurantes, postos de gasolina, lojas, padarias, dentistas, médicos, lan houses, quiosques... O cartão substitui dinheiro, cheque, e até mesmo o crediário. Em alguns segmentos eles são responsáveis por 75% dos pagamentos. Mas, apesar da comodidade e segurança oferecidas ao cliente, será que vale a pena disponibilizar mais esta opção para pagamento? Sim e não.

Para Nice Azevedo, proprietária de padaria, a única vantagem da maquininha é oferecer comodidade ao cliente. “Faz mais de 15 anos que eu tenho a padaria e há apenas 1 ano adquiri o equipamento. Os clientes pediram, mas a venda pelo cartão é pouca e não acredito que vá aumentar”, conta. Ainda assim, Nice acredita que as vendas seriam menores se não houvesse a maquininha. Por isso, pretende mantê-la na padaria.

A empresária Zenilda Lopes também acredita que o maior beneficiado é o

cliente, “porque, em caso de empresas de porte pequeno, onde o movimento não é grande, as taxas cobradas pelas operadoras da máquina de cartão oneram o faturamento.”

Clara Lúcia Loss nunca trabalhou com cartões. Ela administra um quiosque de lanches movimentado, mas não pretende disponibilizar o pagamento por cartões de crédito e débito. “Para nós não compensa ter maquininha de cartão, pois nossos produtos têm baixo custo. Se o cliente fosse pagar no cartão um pacotinho de pipoca, por exemplo, não compensaria, pois o valor é baixo. Desta forma, o lucro também seria, tendo em vista as taxas que devem ser pagas à operadora dos cartões. Além disso, compramos nossos produtos à vista, e vendendo no cartão, demoraríamos mais para receber.”

Mas, a economista Josélia Elvira Teixeira ressalta que “a aceitação também é grande porque os cartões proporcionam segurança tanto para o consumidor quando para o empresário”.

É o que observa Nardélio de Córdova Passos, gerente de uma loja de roupas. “Temos a loja há 40 anos, e há 6 resolvemos trazer as maquininhas. As trouxemos com o ▶



COMO OBTER A MAQUININHA DE CARTÃO

Qualquer Pessoa Física ou Jurídica pode solicitar o credenciamento RedeCard ou Cielo, desde que:

- Possua conta corrente;
- Tenha apresentação comercial adequada;
- Atue em um ramo de atividade compatível com a aceitação de cartões de crédito e débito na venda de produtos ou prestações de serviços;
- Infraestrutura que suporte a instalação do terminal: linha telefônica e energia elétrica.

O indicado é ir até seu banco e fazer uma proposta para seu gerente.

intuito de evitar vendas no crediário. É mais seguro receber pela máquina do que pela duplicata, com a qual trabalhávamos. Pagamos em torno de 95 reais por mês por cada máquina. Mais 3% por operação realizada através da maquininha. Ainda assim, achamos que compensa, porque não tem perda. Mesmo que o consumidor seja inadimplente, a operadora nos repassa o valor da operação todo mês. Além disso, quando não tínhamos a maquininha, os clientes reclamavam.”

A economista explica que a desvantagem para o empresário só acontece se o equipamento for usado inadequadamente. “O pequeno empresário que optar por receber pagamentos através dos cartões precisa ter capital de giro para realizar as transações. Se começar a vender no crédito e não tiver capital de giro para renovar o estoque de mercadorias no curto prazo, corre o risco de sair no prejuízo, pois o banco repassa o dinheiro no prazo de 24 horas a 45 dias, dependendo do tipo de operação (débito ou crédito).”

Fábio Esteves, dentista há 12 anos, considerou vantajoso implantar a maquininha de cartão. “Há 2 anos optamos por oferecer mais esta opção de pagamento, porque facilita para o cliente. Vejo vantagem porque muitas vezes ele não tem dinheiro, mas tem o crédito do cartão. Assim eu não perco o cliente que não tem dinheiro para pagar à vista, e ele tem um prazo maior para pagar a operadora do seu cartão.”

Em grandes cidades como Maringá e Londrina, o uso do cartão é tamanho que até taxistas possuem as maquininhas para os clientes. Mas, essa realidade não está muito distante da de Guarapuava. Uma operadora de maquininhas foi até os taxistas do município propondo taxas e porcentagens promocionais, para que os taxistas conhecessem o serviço. José Pacheco Cozechen não quis o equipamento. “Vieram nos oferecer as maquininhas sem fio para usarmos nos táxis. Alguns

pegaram, alguns não. Eu fui um dos que não quis utilizar a maquininha. Mesmo assim, quem pegou utilizou por pouco tempo e devolveu em seguida. Não funcionou porque ninguém utilizava. Quem anda de táxi já deixa o dinheiro separado. Quando acontece de o cliente ver que está sem dinheiro, nós vamos até o posto de combustível, abastecemos com o valor da corrida e o cliente paga com o cartão. Para nós, taxistas, não vale a pena, porque parar ter a maquininha tem custo. Aí não vale a pena, porque usamos muito pouco.”

O aluguel pela maquininha seria R\$180,00 por mês, mas, para que os taxistas se sentissem motivados a usar, a operadora ofereceu quase 50% de desconto nos três primeiros meses. “Mesmo assim, não deu certo. Após este período, todos que pegaram devolveram. Realmente para nós não funciona, não comporta a despesa. Teríamos que operar no mínimo R\$500,00 só na maquininha para que o aluguel de R\$180,00 compensasse, completa José”

Taxas

As taxas variam de acordo com o ramo de atuação, o volume de vendas e os termos contratados. Mas, entre os empresários entrevistados, o “aluguel” mensal das maquininhas gira em torno de R\$69,00 e R\$95,00. A porcentagem arrecadada pela operadora em cada operação varia de 2% a 5% por cento. Sendo menores as taxas de operações no débito e maiores no crédito. Em casos como o do restaurante de Adriane Chon Hamerski, se ela cumpre uma meta, não paga esta porcentagem. “A operadora da maquininha nos ofereceu uma meta de vendas no débito. Se atingirmos esta meta, não pagamos a taxa mensal. Se não atingirmos a meta, pagamos apenas R\$69,00 mensais.”



Acig entrega “Eu Amo



▲ Victorio Hauagge, ganhador do vale-compras de R\$2.000,00 (Editora Jurtli - Jornal Diário de Guarapuava)



▲ Silvana Aparecida Nascimento (meb), ganhadora da TV LCD 32" (Mil Malhas)

Dia 28 de maio, os ganhadores da campanha de Dia das Mães realizada pela Acig estiveram na entidade para receber seus prêmios. O sorteio aconteceu dia 18 de maio, também na sede da Acig.

Os prêmios deste ano eram: seis vales-compras de R\$500,00 cada, um vale-compras de R\$2.000,00, uma TV LCD 32", um forno elétrico e um refrigerador frost free. A campanha movimentou 70 estabelecimentos do comércio guarapuavano, distribuindo mais de 90 mil cupons.

Jose Carlos Amaral, Alessandra Lemos, Cassia Matos, Rosalba M. Delenora, Inete L. B. Jack e Maria Aparecida K. foram os ganhadores dos vales-compras de R\$500,00, que podem ser trocados em uma das mais de 60 lojas participantes da campanha; O forno elétrico ficou com Joseana Aparecida Spen-

gle; Já a TV LCD 32" foi para Silvana Aparecida Nascimento; Luciane Fraga foi a ganhadora do refrigerador Frost-free; e o advogado Victorio Hauagge foi o grande ganhador dos R\$2.000,00.

Hauagge conta que quem preencheu o cupom foi sua secretária. "Ela foi honesta, pois poderia ter preenchido em seu nome. Por esse motivo, pretendo dividir os vales-compras com ela e alguma entidade beneficente de Guarapuava", explica.

O presidente da Acig, José Divonsil da Silva reforça que o objetivo de campanhas como esta é fortalecer o comércio do município através de incentivos ao consumidor. "Desta forma o dinheiro circula em Guarapuava, gerando mais empregos e motivando empresários a manter seus produtos e serviços atualizados para o consumidor. Todos ganham." ■

A campanha de Dia das Mães "Eu Amo Minha Mãe" foi autorizada pela Caixa Econômica Federal através do certificado nº6-0242/2012.

prêmios da campanha "Eu Amo Minha Mãe"



Luciane Fraga (melão), ganhadora do refrigerador frost-free (Cleyne Jeans)



Maria Aparecida K. Pedrosa, ganhadora do vale-compras de R\$ 500,00 (Variedades Malhas)



Joseana Aparecida Spengler, ganhadora do forno elétrico (Esquínio Saldanha)



Cassia Matos (melão), ganhadora do vale-compras de R\$ 500,00 (Marta Maria Mbx)



Rosalba M. Delenora, ganhadora do vale-compras de R\$ 500,00 (Imobiliária Gaspar)



Jose Carlos Amara, ganhador do vale-compras de R\$ 500,00 (Lacerda Mat. de Construção)



Alessandra Lemos, ganhadora do vale-compras de R\$ 500,00 (Superão)



Inete L. B. Jack, ganhadora do vale-compras de R\$ 500,00 (Comtudo Mat. de Construção)

Acig opera com nova base de dados

A BASE CENTRALIZADORA DO PARANÁ ESTÁ MAIS COMPLETA. AGORA, OFERECE INFORMAÇÕES DO SPC BRASIL E SERASA

Em abril, a Acig adotou o mais novo banco de dados nacional para consulta ao cadastro de inadimplente. A Base Centralizadora do Paraná foi criada em fevereiro deste ano pela Faciap (Federação das Associações Comerciais do Paraná) a pedido de várias Associações Comerciais do Paraná que viam a necessidade de um banco de dados mais autônomo. Segundo José Divorsil da Silva, presidente da Acig, a adoção do novo banco de dados significa melhora considerável na informação. "É um banco de dados completo, com informações mais detalhadas do que antes. Hoje é o melhor banco de dados do Brasil." Associados da Acig que utilizam o sistema aprovaram a mudança. "Achamos ótimo. As

informações do Serasa nos ajudam muito na análise do crédito. A base de dados está muito mais completa. Em uma consulta que fizemos apareceu até o valor do financiamento que o cliente tinha em determinado banco", conta Patrícia Michele Schorf, proprietária de uma empresa de equipamentos comerciais. Empresas guarapuavanas que atendem clientes de fora do município também consideram importante a consulta ao cadastro de inadimplente. Juliana Trevisan Barbosa da Silva é empresária, e afirma que "conhecer o cliente é fundamental antes de conceder uma venda à prazo."

Mudou

De acordo com Gilmar Denck, coordenador da Base Centralizadora do Paraná, as associações comerciais do Paraná eram reunidas na base Renic (Rede Nacional de Informações Comerciais). A Renic foi uma construção que ao longo dos anos reuniu as associações comerciais do Paraná, e, mais tarde, agrupou todas as associações comerciais do Brasil.

Em 2000 a Renic se uniu com o SPC Brasil (Serviço de Proteção ao Crédito), que era a base das CDLs (Câmara de Dirigentes Lojistas). "Ficou um banco nacional completo. Estava muito bom para os lojistas", afirma Denck. Nessa época, havia dois "bureaus de crédito" no país: A Renic (que unia as Associações Comerciais e CDL) e a Serasa (antes pertencente aos bancos, hoje pertencente à Experian (Bureau de Crédito Americano).

Já em 2010, Equifax (Bureau de Crédito) e ACSP (Associação Comercial de São Paulo) montaram a BVS (Boa Vista Serviços) ►



Jago Dias/Infoc

▲ A consulta SPC é uma das melhores ferramentas para concessão segura de crédito

A FUNÇÃO DO “BUREAU DE CRÉDITO” É REDUZIR OS RISCOS DE INADIMPLÊNCIA ENQUANTO FAVORECE O AUMENTO DAS VENDAS

Gilmar Denck, coordenador da Base Centralizadora do Paraná

com o objetivo de absorver a Renic (que pertencia às Associações e CDL's), tornando-a uma empresa de caráter particular de acionistas.

A partir disto, o SPC Brasil saiu da Renic. Gilmar Denck conta que, com a dissolução da Renic, a base de dados utilizada pelas ACE's ficou fragilizada, pois a essa altura, só contava com informação das próprias Associações Comerciais. Então, das 11 bases estaduais que faziam parte das ACE's da Renic, 7 saíram e voltaram a se associar com a SPC Brasil. O Paraná foi uma delas.

Entretanto, algumas ACE's paranaenses queriam um banco de dados autônomo. “O banco de dados antigo não estava suprimindo o que as entidades queriam. Elas pediram para que a Faciap (Federação das Associações Comerciais do Paraná) sediasse esta rede”, explica Divonsil.

Então, a Faciap, em conjunto com as principais associações comerciais do Paraná, visitou as demais associações do estado. Das 270 que operavam com o SPC, 255 se manifestaram dispostas a integrar o novo banco de dados que atrelaria SPC Brasil e Serasa. Tudo foi feito via Faciap. No início de maio deste ano, a Base Centralizadora do Paraná já era utilizada por 220 ACE's do Paraná. Ao fi-

nal do mesmo mês, 270 estavam incorporadas à base. “Este número pode ser ultrapassado, pois estamos em negociação com mais algumas ACE's do estado”, ressaltou Denck. O presidente da Acig afirma que praticamente todas as ACE's do interior do Estado estão com o banco de dados da Faciap.

Abrangência

As informações são centralizadas na Faciap e a Base Centralizadora do Paraná está incorporada ao SPC Brasil e ao Serasa. Ou seja, a abrangência da base é nacional. Segundo Maria Adriane Messias Kulka, gerente SPC da Acig, hoje, esta é a base mais indicada para o Estado, pois contém informações do Paraná, SPC Brasil e Serasa (maior banco de dados do país). O coordenador da Base Centralizadora do Paraná ressaltou ainda que o sistema atual está mais completo, seguro, e mais fácil de operar.

Utilizar um banco de dados

“Não basta consultar, é preciso induzir o inadimplente no cadastro de devedores.” É o que afirma Adriane. Segundo a gerente SPC, a consulta é o primeiro passo, mas a

NÚMEROS ESTATÍSTICOS COMPROVAM QUE COM A INCLUSÃO FEITA ATÉ O SÉTIMO DIA APÓS A INADIMPLÊNCIA, A TAXA DE RETORNO CHEGA A 70%. ENQUANTO QUE QUANDO REGISTRAM APÓS 30 DIAS DA INADIMPLÊNCIA, ESSA TAXA DE RETORNO CAI PARA 20%.

inclusão do inadimplente é o segundo passo extremamente importante, pois é através dela que o associado vai “alimentar” e bloquear a inadimplência na Base Nacional. A inclusão do inadimplente é necessária para auxiliar na análise e concessão de crédito. Divonsil vai além: “Hoje quem vende a prazo ou aceita cheque precisa conhecer o cliente. Porque ele está concedendo crédito, e precisa saber se a pessoa pode vir a ficar inadimplente com ele ou não.” Ambos concordam que o uso dos “bureaus de crédito” também são uma excelente ferramenta para que o empresário recupere dívidas. Em caso de inclusão de inadimplente, o empresário tem apenas o custo da carta de notificação que é enviada ao devedor.

Números estatísticos comprovam que, com a inclusão feita até o sétimo dia após a inadimplência, a taxa de pagamentos chega a 70%. Enquanto que quando registram após 30 dias da inadimplência, essa taxa de retorno cai para 20%.


“O empresário precisa entender a função do “bureau de crédito”. Sua função não é oferecer garantia quanto ao recebimento, mas reduzir os riscos de inadimplência, enquanto favorece o aumento das vendas”, defende Denck.

Segundo o coordenador da Base Centralizadora do Paraná, o cartão de crédito oferece garantia de recebimento, mas não favorece o aumento de vendas, porque o quando o empresário vende parcelado pelo cartão, ele fideliza o cliente ao cartão e não à sua loja. “Esse é o primeiro prejuízo que o empresário tem com a venda pelo cartão.”

Estudos comprovam que 95% dos brasileiros compram por impulso. Se o cliente voltar à loja 10 vezes, aumenta a possi-

bilidade de venda em 10 vezes. Essa é a grande vantagem defendida por Denck pelo bom uso do “bureau de crédito”. “Se o empresário souber usar corretamente um “bureau de crédito”, tanto na hora da consulta quanto na hora da inclusão, ele terá vantagens em relação ao uso do cartão de crédito.”

NOVIDADES

- Pacotes de consulta com preços reduzidos;
- Score de crédito concedido (comprometimento de renda);
- Localização de CPF através do nome e dados complementares da pessoa;
- Inclusão no sistema com apenas 15 dias do vencimento da dívida;
- Maiores níveis de segurança com senhas de acesso específicas e validade de 90 dias; 

ALERTA

O presidente da Acig alerta para que associados estejam atentos às propostas duvidosas de outros bancos de dados que têm surgido no município. “Às vezes o preço é convidativo, mas nenhum outro banco de dados tem informações abrangentes como a de nossa Base. Esse tipo de informação em Guarapuava somente nós temos. O que pode acontecer é terem alguma de nossas informações, mas, não as terão na totalidade como nós temos.”

A entidade reforça que as siglas SPC e SCPC têm significados diferentes. A primeira, Serviço de Proteção ao Crédito é a atual base utilizada pela Acig. Reúne informações do Brasil inteiro. Já SCPC (Serviço Central de Proteção ao Crédito) contava apenas com uma parte das informações do SPC. Hoje esta rede não existe mais.

COMPOSIÇÃO DOS NOVOS PRODUTOS

SPC MIX

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas

SPC MIX MAIS

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Estadual

SPC MIX MAIS + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + participação societária (Serasa)

SPC MIX MAIS + AÇÃO

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + ação executiva (Serasa)

SPC MIX MAIS + AÇÃO + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + ação executiva (Serasa) + Participação Societária

SPC MIX MAIS + SCORE 3 MESES

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + Score 3 meses

SPC MIX MAIS + SCORE 12 MESES

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + Score 12 meses

SPC MAXI

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + Pefin e Refin

SPC MAXI + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + Pefin e Refin + Participação Societária

SPC MAXI + AÇÃO

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + Pefin e Refin + Ação

SPC MAXI + AÇÃO + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas,

Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + Pefin e Refin + Ação + Participação Societária

SPC MAXI + SCORE 3 MESES

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + Pefin e Refin + Score 3 meses

SPC MAXI + SCORE 12 MESES

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto Nacional + Pefin e Refin + Score 12 meses

SPC RELATÓRIO

Relato (Serasa) + SPC + Confirmação de dados cadastrais + consultas realizadas + Consulta SPC mix dos sócios

SPC RELATÓRIO + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS

Relato (Serasa) + SPC + Confirmação de dados cadastrais + consultas realizadas + Consulta SPC mix dos sócios + Participação societária em outras empresas

SPC RELATÓRIO + RISKCORING 6 MESES

Relato (Serasa) + SPC + Confirmação de dados cadastrais + consultas realizadas + Consulta SPC mix dos sócios + Riskcoring 6 meses (Serasa)

SPC RELATÓRIO + RISKCORING 12 MESES

Relato (Serasa) + SPC + Confirmação de dados cadastrais + consultas realizadas + Consulta SPC mix dos sócios + Riskcoring 12 meses (Serasa)

SPC RELATÓRIO + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS + RISKCORING 6 MESES

Relato (Serasa) + SPC + Confirmação de dados cadastrais + consultas realizadas + Consulta SPC mix dos sócios + Participação societária em outras empresas + Riskcoring 6 meses

SPC RELATÓRIO + PARTICIPAÇÃO EM EMPRESAS + RISKCORING 12 MESES

Relato (Serasa) + SPC + Confirmação de dados cadastrais + consultas realizadas + Consulta SPC mix dos sócios + Participação societária em outras empresas + Riskcoring 12 meses

SPC TOP JURÍDICO

Confirmação dos dados cadastrais + Registro de inadimplência de SPC, Cheques incluídos por usuários do sistema SPC Brasil, Consultas realizadas, Crédito, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas, Protesto (Serasa) Nacional + participação societária (Serasa) equivalente a SPC TOP Física (quando sócios PF)

SPC CHEQUE ANALÍTICA

Confirmação dos dados cadastrais, CCF, Cheque Lojista, Cheque Sustado, quando informado, Contumácia da Alinea 21, Contra-ordem, Consultas Realizadas

SÓ CHEQUE

Confirmação dos dados cadastrais, Alerta de Documentos e CCF (cheques sem fundo)

CONFIRME PF

Confirmação dos dados cadastrais do documento consultado, Alerta de Documentos, Confirmação do telefone

CONFIRME PJ

Confirmação dos dados cadastrais do documento consultado, Alerta de Documentos, Participação societária, Confirmação do telefone

SPC BUSCA

Identificar o número do CPF a partir do nome, sobrenome e dados complementares

COMÉRCIO ELETRÔNICO: Uma Perspectiva Empresarial

O crescimento do varejo via Internet vem sendo alimentado pelo aumento do número de conexões de banda larga disponíveis e pelo aparecimento de novos sites, fáceis de navegar, que encorajam o uso da Internet e as compras on-line. Sites mais atraentes, com utilização melhor de imagens que permitam que os consumidores estudem os detalhes dos produtos, ajudaram a garantir a alta nas vendas online em diversos setores. A possibilidade de se realizar compras pela Internet oferece um conjunto bastante amplo de benefícios para todas as partes envolvidas no negócio, sejam consumidores ou empresas. Para as empresas podemos destacar um conjunto de benefícios, independentemente se atuam como compradoras ou como vendedoras.

São benefícios em relação à comodidade na hora das compras, tranquilidade para escolher um produto, possibilidade de comparação de preços, disponibilidade de horários, entrega rápida e garantida no endereço escolhido. Os consumidores contam ainda com as vantagens e a facilidade de diversas formas de pagamentos oferecidos pelas lojas virtuais.

Há conveniência na compra, serviço 24 horas por dia, especialização, customização e personalização, o que permite às empresas justificarem preços superiores em determinados produtos e serviços. Também facilita o encontro e a negociação entre compradores e vendedores. A localização deixa de ser um fator fundamental, desta forma simplifica a cadeia de distribuição e as atividades internas de compra. A tecnologia da internet também fomenta o marketing e a distribuição das empresas reduzindo o poder negocial do canal de distribuição, uma vez que possibilita às empresas chegarem diretamente aos consumidores finais.

Obviamente, existem grandes barreiras a se cruzar no e-commerce, como o caso de empresas que operam puramente no mercado virtual circunscrivendo algumas funções que reduzem os meios de reforçar a imagem e estabelecer relacionamento com o cliente. O fato de não se poder tocar ou experimentar os produtos, tal como acontece nas lojas convencionais, poderá ser um travão à compra de alguns produtos on-line. A concorrência entre empresas virtuais e empresas físicas conturba muito o mercado, sendo vantagem para uma e desvantagem para outra e viceversa. Isto ocorre, até mesmo, com empresas do mesmo grupo que possuem ambos os canais mencionados e disputam o mercado entre si, praticando uma espécie de canibalismo comercial.

Um dos maiores cuidados do e-commerce é a Logística. Para que todos os processos realizados dentro do e-commerce funcionem corretamente, um bom planejamento logístico é o diferencial na qualidade do

atendimento online, ou seja, garantir que o produto vendido chegue ao cliente na quantidade desejada, na hora certa e faturado corretamente. A diferença logística entre uma empresa convencional e uma empresa baseada no e-commerce é o constante fluxo de informações a serem gerenciadas. Por exemplo, a atividade de venda e compra (fechamento do pedido) é muito mais rápido por um site do que um pedido efetuado pessoalmente, implicando obrigatoriamente que o restante das atividades que agregam valor ao processo tem que acompanhar o mesmo fluxo no qual as informações ocorrem. Uma boa opção para empresas que atuam no e-commerce é a terceirização de toda sua cadeia logística, desde o gerenciamento dos estoques e as necessidades dos materiais, até o transporte do produto final ao cliente.

No Brasil, entre as principais empresas no segmento de comércio eletrônico, na liderança de mercado está sozinho o grupo B2W, que é proveniente da junção das empresas Submarino e Americanas.com, que tem o faturamento na casa dos muitos milhões de reais por mês, representando 54% de todo faturamento de varejo on-line Brasileiro. Em comparação ao Brasil os EUA onde o Amazon.com é o maior e-commerce mundial e detêm menos de 10% do mercado americano. No Brasil, o ranking das empresas de e-commerce que possuem os faturamentos mais altos:

- 1º - B2W (Submarino e Americanas.com)
- 2º - Magazine Luiza.com
- 3º - CompraFacil.com
- 4º - Ponto Frio.com
- 5º - Extra.com

Numa perspectiva generalista pode-se afirmar que os maiores problemas para empresas que buscam a implantação do e-commerce: a falta de profissionalismo no canal e a falta de preparação física para o atendimento ao mercado eufórico, que busca produtos com entrega quase que imediata. Em nível de planejamento e organização muitas empresas tem que investir em setores estratégicos para antecipar as decisões. Outro grande problema é quanto à baixa segurança para quem compra, tanto quanto a garantia da entrega dos produtos e também quanto ao risco de roubo de cartões de crédito, principal mecanismo de pagamento em compras efetuadas pela internet. Também não se pode deixar de fora o investimento na otimização do website de e-commerce, pois sem tal ferramenta a loja virtual pode se tornar um grão de areia em meio ao deserto, ou seja, é preciso ser encontrado pelo potencial cliente. Em linhas gerais observa-se que no comércio eletrônico não há espaço para o amadorismo.

“A TECNOLOGIA DE INTERNET PROPORCIONA MAIS OPORTUNIDADES PARA AS EMPRESAS ESTABELECEM POSICIONAMENTOS ESTRATÉGICOS DISTINTIVOS, OU SEJA, OBTÊM VANTAGENS COMPETITIVAS SUPERIORES ÀS QUE QUALQUER GERAÇÃO ANTERIOR DE TECNOLOGIA PERMITIU.”

SISTEMA FIEP REPRESENTATIVIDADE QUE GERA RESULTADOS

A Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep) é a entidade de representação da indústria paranaense e o braço político institucional do Sistema Fiep, também composto pelo Sesi, Senai e IEL.

A Fiep representa cerca de 46 mil indústrias de 20 setores, que são responsáveis por 30% do PIB do Estado e geram mais de 820 mil postos de trabalho.

www.fiepr.org.br



Conhecimento traz melhores rendimentos

▲ Por Juliane Maculan e Lucas Ponchon (Agentes de Investimentos autorizados pela CVM – Praisce Capital)

O mundo da renda fixa (investimento com remuneração pré estabelecida) ainda é muito apreciado pelos brasileiros devido às altas taxas de juros, porém este é um cenário que está sendo modificado. A taxa básica de juros, Selic, deve marcar recorde absoluto de baixa, impensável há poucos meses. Hoje, ela está em 9% ao ano. Só este ano, teve redução em 2,5%, com previsões de maiores quedas e nova política de remuneração da poupança, o que no mundo de investimentos em renda fixa representa menores rentabilidades.

A caderneta de poupança é o investimento preferido dos brasileiros, seguida dos títulos de capitalização, entre a população com renda mensal acima de R\$ 800,00. E quanto maior a renda, maior a porcentagem de investidores em poupança, afirma a Revista Exame, a partir de um estudo realizado pela Fractal (empresa especializada em pesquisas de mercado).

Muitos dos investidores investem na poupança buscando segurança, mas, por medo e falta de informação acabam deixando de ter melhores rentabilidades. A poupança é garantida pelo FGC (Fundo Garantidor de Crédito) até R\$ 70.000,00 por instituição e CPF. Ou seja, se a instituição que você tem poupança “quebrar” você terá um ressarcimento até R\$ 70.000,00. Acima desse valor estará sujeito a riscos, independente da bandeira do banco. Porém, o que poucos investidores conhecem é a existência de outros títulos com a mesma segurança (garantido pelo FGC) e com melhores rentabilidades, por exemplo, a LCI (Letra de Crédito Imobiliário) e o CDB (Certificado de Depósito Bancário). Ou até investimentos em Tesouro Direto, considerado o investimento mais seguro, pois é garantido pelo governo.

Já os títulos de capitalização, se assemelham mais a um sorteio do que a um investimento, e é considerado uma das piores formas de aplicação, segundo Celso Grisi, diretor-presidente do Instituto de Pesquisas Fractal.

Como boas alternativas de investimento em renda fixa, tem-se: os títulos do Tesouro Direto (LFTs, LTNs e NTNs), um bom fundo de investimento, um plano de previdência moderado, um LCI, ou ainda um CDB bem negociado, que podem pagar algo próximo de 1% ao mês. A rentabilidade real (descontando as taxas cobradas, o IR e a inflação) desses investimentos ao mês pode ser três vezes maior que da poupança.

Os investidores devem ficar atentos a taxas abusivas e produtos que não condizem ao seus objetivos de investimentos. Muitas vezes, os produtos oferecidos são apenas “metas” de instituições, com baixíssimas rentabilidades e altos custos, camuflados entre

prêmios e grandes propagandas publicitárias. Os altos spreads bancários (diferença entre a taxa de captação dos bancos e a cobrada dos clientes) foram comentados pela presidente Dilma Rousseff no programa de rádio “Café com a Presidenta” do dia 07 de maio de 2012. “Os nossos cidadãos têm uma arma poderosa para negociar. Fazer os depósitos de sua renda naqueles bancos que vão cobrar as menores taxas de juros, quando eles precisarem de empréstimos. Ouvinte, isso é um direito seu! Quando você vai à feira ou quando vai comprar uma geladeira ou uma TV, você faz uma pesquisa para saber onde o produto está mais barato, não é mesmo? Com os bancos, tem que ser do mesmo jeito”, disse.

Para quem não está satisfeito com as rentabilidades da suas rendas fixas, a alternativa é buscar melhores taxas em renda fixa ou uma carteira de investimentos com o seu perfil de investidor. Investir em ações é uma alternativa para quem aceita correr riscos em troca de melhores rentabilidades. Quando você compra uma ação de uma empresa, você se torna sócio dela, tendo direitos, como os dividendos que são a distribuição dos lucros gerados. Hoje 50% da população norte americana investe em ações, por terem expectativa de lucros no longo prazo. Esse número no Brasil é de apenas 0,5% devido principalmente à falta de informação, medo de perdas no curto prazo e pensamento de que Bolsa de Valores é apenas para pessoas “ricas”.

Não há mínimo para investir em bolsa de valores, mas, devido a alguns custos, é aconselhado investir diretamente em ações no mínimo R\$ 3.000,00. Porém, existem fundos de ações a partir de R\$ 100,00, então qualquer pessoa tem acesso a esse mercado. A XP Investimentos possui área de análise, para mostrar as melhores oportunidades para o investidor, para cada objetivo, desde investimentos a longo prazo quanto para especulações. Qualquer pessoa física ou jurídica tem acesso a essas oportunidades e informações sobre investimentos, basta abrir seu cadastro gratuito na corretora, e ter acesso a plataforma de operações e uma gama de produtos das mais diferentes marcas.

A Praisce Capital de Guarapuava empresa associada a Xp Investimentos (maior corretora independente do Brasil e maior Shopping Center Financeiro na América Latina), possui diversas soluções de investimentos, com a política de bandeira branca, trabalhando com os mais variados produtos, marcas e bancos em um único lugar. A Praisce investe em educação financeira, atendimento personalizado e através de cursos, palestras gratuitas e reuniões leva conhecimento e oportunidades para quem busca melhores rentabilidades e bons resultados. ■

Palestra sobre e-commerce supera expectativas

PROMOVIDA PELO CONSELHO DA MULHER EXECUTIVA DA ACIG (CEME), EM PARCERIA COM CRISTIANO FICHER, A PALESTRA SOBRE E-COMMERCE (COMÉRCIO ELETRÔNICO) SUPEROU AS EXPECTATIVAS DE PÚBLICO: APROXIMADAMENTE 70 PESSOAS PRESTIGIARAM O EVENTO. O ENCONTRO FOI REALIZADO EM MAIO NA ACIG

Segundo Loren D'Angelo, presidente do CEME, o segredo do sucesso da palestra foi o trabalho em equipe. "Eu jamais tiraria o mérito do CEME. Levei uma ideia, amadurecemos juntas um foco, firmamos compromissos unidas e vi que juntas produziríamos muito mais. Agradeço a cada uma das membros do conselho pelo apoio e prestígio", ressalta Loren.

Cristiano Ficher é analista de sistemas e proprietário da CFW Agência de Internet. Atua há 13 anos em Guarapuava com desenvolvimentos e projetos web. Ele apresentou dados atuais sobre o comércio eletrônico e deu um panorama geral sobre a utilização de email marketing, redes sociais, e outros "macetes da rede".

"A participação do público também foi superior ao que imaginávamos. Eles trouxeram bastante questionamentos, deu para perceber que o interesse pelo E-Commerce é grande", conta Ficher. Ele disse estar satisfeito com a parceria realizada com o CEME, pois além de o conselho reunir um grande número de empresários, ofereceu toda a infra-estrutura para a realização da palestra. "Eu só tive o trabalho de montar o material e apresentar. Assim fica fácil. É satisfatório ver que as mulheres do Conselho abraçaram minha causa."

A nutricionista Mariana Scorsin participou do evento a convite de uma amiga. Ela se interessou pelo tema porque tem interesse em divulgar a fábrica de bolos da mãe. "Para mim a internet é a melhor ferra-

menta de divulgação. Então é importante ter noções básicas de E-Commerce."

Cleuza Meira de Godói é empresária e conheceu o E-Commerce através de Ficher. "Já faz um tempo que somos orientados por ele. Vim até a palestra para prestigiá-lo e aproveitar para absorver novidades. O E-Commerce é um serviço barato, e que nos dá o retorno esperado", explica Cleuza.

O CEME está aberto a parcerias para realização deste tipo de evento. Empresários interessados podem entrar em contato com membros do conselho através das reuniões que acontecem quinzenalmente na Acig.



O público foi composto por diversos perfis. Mais uma prova de que a palestra era destinada a todo tipo de público

O impasse das sacolinhas de plástico

A distribuição de sacolas plásticas nos mercados tem sido pauta em alguns municípios do Brasil. Em São Paulo, por exemplo, algumas cidades tentaram implantar leis municipais que proíbem a prática. Em contrapartida, outros municípios implantaram leis que vetam a proibição. O que gerou alvoroço não só dos clientes "ecologicamente corretos", mas também de mercados que haviam abolido a entrega de sacolas plásticas e foram obrigados a voltar a distribuí-las.

Em Guarapuava, o tema é debatido de forma tímida. Vereadores tentaram discutir a questão, mas, no município, o assunto se depara com o hábito cultural da população em reaproveitar sacolinhas plásticas como sacos de lixo. Outro obstáculo diz respeito à relatividade do que é menos danoso ao meio ambiente. Ainda que exista a sacola oxí-biodegradável (se decompõe mais rápido que a normal), estudos apontam deficiência na decomposição do plástico de ambas.

Segundo Márcia Berbet, diretora do departamento do meio ambiente, os "benefícios" da sacola oxí-biodegradável não se aplicam à Guarapuava. "A oxí-biodegradável tem um aditivo que faz o plástico desmanchar, mas o componente químico do plástico continua presente. Além disso, o aditivo funciona a 40°C, 'desmanchando' a sacolinha. Mas, em uma cidade como Guarapuava, que nunca atinge 40°C, ela vai demorar praticamente como a sacola de plástico comum para se decompor. A sacolinha precisaria ser enterrada e abafada, para aí então entrar no processo de decomposição. Os estudos são relativos. Ainda não há um consenso, porque de um jeito ou de outro, ainda é plástico."

Hoje, é possível encontrar nos

mercados três tipos de sacolas: a sacolinha tradicional, a oxí-biodegradável e a sacola retornável. Esta última não é distribuída gratuitamente. Custa entre R\$2,00 e R\$15,00. Caixa de papelão é uma boa alternativa para quem possui veículo, e também é oferecida gratuitamente. Uma dica para quem tem carro é deixar sacolas retornáveis dentro do veículo. Desta forma o cliente não irá esquecer de pegá-las quando for ao mercado, e não precisará pegar várias sacolas plásticas para carregar as compras.

"Nunca cogitamos retirar as sacolinhas plásticas do mercado. Proibir a distribuição de sacolas não resolve o problema. Deveriam existir campanhas de esclarecimento e conscientização sobre o consumo exagerado das sacolas. É preciso passar isto para as crianças, pois elas ainda estão formando suas idéias. É mais difícil mudar os adultos", explica Etevirino Del Grossi, proprietário de um supermercado. Segundo Etevirino, o mercado ainda não oferece sacola retornável para a venda, porque no caso deles não existe demanda.

A diretora do departamento ambiental também acredita que a discussão não deve girar em abolir ou não sacolinhas plásticas do mercado, mas, em conscientizar a população para que não pegue tanta sacolinha. "Não adianta tentar abolí-las de uma hora para outra. Ninguém quer abrir mão de pegar sua sacolinha para usar como saco de lixo depois. Isso é cultural das pessoas. Elas não querem ter que comprar saco de lixo se podem pegar gratuitamente as sacolinhas plásticas." De acordo com Márcia, o hábito precisa ser mudado gradativamente. "Se a pessoa precisa pegar sacola, seja para utilizar como saco de lixo depois, ou porque irá fazer o trajeto até sua casa a pé, ela até pode pegar as sacolinhas. Mas não precisa

exagerar na quantidade.”

Alguns mercados na cidade não oferecem sacolas. Nestes, é possível observar que as pessoas não reclamam, porque vão até lá conscientes de que não tem sacolinha. Em contrapartida, existem pessoas que simplesmente não vão até esses mercados, por não haver sacolas de plástico.

“A princípio optamos por não distribuir sacolas plásticas pela questão financeira. Por outro lado, desde a fundação do mercado, há mais de 20 anos, já consideramos também o impacto ambiental. Literalmente unimos o útil ao agradável. Os clientes não reclamam, pois já conhecem nossa política. Quem reclama é quem não nos conhece, geralmente quem vem de fora”, conta Amauri Dalposo sócio-proprietário de um supermercado do município.

Para quem faz separação de lixo reciclável, é indicado colocá-lo em caixas de papelão. Elas também são distribuídas gratuitamente pelos mercados e para o catador tem um valor maior que as sacolinhas na hora da venda, pois é feita por quilo. Em Guarapuava existem cerca de 500 catadores que vivem à custa de material reciclável.

Responsabilidade do fabricante

Em 2010 foi criada uma política nacional dos resíduos sólidos. Até 2010 não existia lei federal que determinasse qual a destinação correta dos resíduos sólidos. Essa lei exige a “logística reversa”, o fabricante é responsável por aquilo o que ele gera.

Depois que põe o produto no mercado, o fabricante costuma ignorar para onde vai. Pela nova lei, ele é responsável pela coleta e destinação adequada. Principalmente se for um produto tóxico, que tenha difícil destinação final. Alguns já se adequaram. Tanto que, em Guarapuava, existem os Ecopontos. Um deles, ocorre com o “Pneus”, através da associação Recidanip. Várias marcas de pneus se uniram, formaram uma associação e escolheram um ponto em cada cidade. Em Guarapuava é no Bairro Xarquinho, no Machadinho Pneus, e recolhe pneus usados do município inteiro. Após a coleta os pneus são colocados no caminhão e a Recida Nipe paga o frete para levar a carga até Curitiba. De lá, os pneus vão para a destina-

ção adequada, que são os fornos de cimento da empresa Votoran. “Preserva, porque não queima madeira, destrói os pneus que seriam transformados para a natureza, porque a borracha leva tempo indeterminado para decomposição, e, as cinzas que sobram, são incorporadas no cimento produzido pela Votoran. Quem faz toda essa logística é a empresa geradora. Outras empresas não querem assumir porque resulta em custo. É preciso ter uma equipe só para trabalhar com isso, mas as empresas, mais cedo ou mais tarde, terão que abraçar esta causa.” Corta Márcia. 🇧🇷



◀ Márcia Berbet, diretora do departamento do meio ambiente, acredita que a solução não é abolir, mas conscientizar o cliente para que pegue poucas sacolinhas

ECOPONTOS EM GUARAPUAVA

Farmácia Trajano (atrás do Colégio Belém) – recolhe medicamento vencido. Pomadas, comprimidos, xaropes, antibióticos entre outros. Não precisa nota fiscal, nem qualquer outro comprovante;

Banco Santander – recolhe pilhas;

Lojas de Celular – recolhem baterias, carregadores e celulares;

SOS Óleo Vegetal: espalhado por vários pontos do município, recolhe óleo vegetal usado;

Machadinho Pneus: recolhe pneus velhos e usados.



Alimentação: é uma obrigação ou uma escolha do empregador?

POR M&M CONTABILIDADE.

A alimentação, diferentemente do vale-transporte, não é uma obrigação legal imposta ao empregador, ou seja, não há lei que estabeleça que o empregador deva fornecer refeição ao empregado.

Não obstante, o art. 458 da CLT (Consolidação das Leis de Trabalho) dispõe que a alimentação fornecida pelo empregador ao empregado, está compreendida no salário:

Art. 458 da CLT: Além do pagamento em dinheiro, compreendem-se no salário, para todos os efeitos legais, a alimentação, habitação, vestuário ou outras prestações in natura que a empresa, por força do contrato ou do costume, fornecer habitualmente ao empregado. Em caso algum será permitido o pagamento com bebidas alcoólicas ou drogas nocivas.

§ 3º – A habitação e a alimentação fornecidas como salário-utilidade deverão atender aos fins a que se destinam e não poderão exceder, respectivamente, a 25% (vinte e cinco por cento) e 20% (vinte por cento) do salário-contratual.

Complementando alguns direitos dos trabalhadores estabelecidos pela CLT, os acordos individuais ou coletivos garantem ao empregado o fornecimento de alimentação in natura, ou mediante vales, também chamados de tickets refeição ou alimentação.

A Norma Regulamentadora nº 24 (NR-24) trata das condições sanitárias e de conforto nos locais de trabalho, ressalvadas as hipóteses descritas em seu item 24.3.15.3. Ass-

gura a existência de refeitório nos estabelecimentos em que trabalhem mais de 300 empregados, sendo que, naqueles com mais de 30 até 300 empregados, embora não seja exigido, deverão ser garantidas aos trabalhadores condições suficientes de conforto para a ocasião das refeições.

Conforme estabelece a NR-24, a obrigação legal, em razão do número de empregados, diz respeito às obrigações do empregador quanto ao local destinado à alimentação e não à obrigatoriedade em fornecê-la, ou seja, se o empregador optar por fornecer a refeição terá que seguir as exigências estabelecidas na referida NR.

O Ministério do Trabalho e Emprego instituiu pela Lei 6.321/76, regulamentada pelo Decreto 05/1991, o Programa de Alimentação do Trabalhador - PAT.

O PAT foi instituído com o objetivo de melhorar as condições nutricionais, a qualidade de vida dos trabalhadores, a redução de acidentes e o aumento da produtividade, tendo como unidade gestora a Secretaria de Inspeção do Trabalho/ Departamento da Saúde e Segurança no Trabalho.

É importante ressaltar que no PAT a parcela paga in natura pela empresa não tem natureza salarial, não se incorpora à remuneração para quaisquer efeitos, não constitui base de incidência de contribuição previdenciária ou do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS) nem se configura como rendimento tributável do trabalhador (art. 6º do Decreto 05/1991). ■

SÓ PENSANDO...

Com o crescimento da economia, o mercado de trabalho tomou uma dimensão gigantesca. Observamos, há muito tempo, que o trabalhador que ainda continua tendo suas refeições diárias na própria residência, no ambiente familiar é privilegiado. Além do que, ainda teria alguns inconvenientes, como o tempo despendido pelo empregado, comprometendo, conseqüentemente, o seu rendimento. É indiscutível que o fato não é apenas de uma questão legal ou não, mas da necessidade do próprio empregador que, num mercado competitivo, e que preza pela qualidade e a necessidade de atender seus clientes em tempo cada vez mais curto, necessitam que os empregados se ausentem o menor tempo possível da atividade laboral. Portanto, embora não haja previsão legal da obrigatoriedade em fornecer a alimentação, o empregador que concede este benefício acaba se beneficiando também de duas grandes vantagens, que são os incentivos fiscais e principalmente a satisfação do trabalhador, que terá como preocupação, a melhoria do rendimento do seu trabalho e não como irá fazer ou deixar de fazer uma refeição com qualidade.



imagem shutterstock



Dia dos Namorados Online

A internet é hoje uma das ferramentas mais baratas para divulgação de uma empresa. Além da criação de sites, que exige certo investimento, é possível criar um perfil gratuito, ou "fan page" nas redes sociais. De acordo com dados do Ibope NetRatings (empresa do Grupo IBOPE, líder mundial em medição de audiência de Internet), ao final de 2011, 79,9 milhões de brasileiros tinham acesso à internet. Levando em conta o acesso feito de casa, trabalho, escola, lan house, entre outros.


E os empresários estão de olho nessa tendência. No facebook, por exemplo, rede social hoje mais utilizada pelos brasileiros, a prática já tem até nome. É o "Facebook-E-commerce". Esta prática pode ser realizada como estimulador de vendas, pré-venda e venda completa diretamente através do perfil.

Além das já conhecidas promoções de Dia dos Namorados, descontos e presentes específicos para casais, algumas lojas vão além. Niviana Ross, gerente de uma loja de roupas para adolescentes, lançou na página da empresa no facebook a seguinte promoção: Postar uma foto do casal no mural do facebook da loja e divulgar para os amigos. O casal da foto mais "curtida" ganhará uma sessão fotográfica profissional. Niviana conta que algo semelhante foi feito em anos anteriores no antigo site da marca, mas, este ano, o objetivo é focar nas redes sociais. A ideia partiu de toda a equipe de colaboradores da loja. "As redes sociais estão em alta. E a moda está unida à fotografia. Por isso, pensamos em algo que relacionasse as duas coisas", conta a gerente. A promoção é válida até as 18h do dia 12 de junho. O resultado será divulgado também via facebook.

Uma franquia de roupas em Guarapuava também escolheu o facebook para focar sua campanha de Dia dos Namorados deste ano. A marca propõe que casais publiquem fo-

tos no mural da empresa, junto com uma frase que relacione amor e a marca. O autor da frase mais criativa ganhará R\$200,00 em compras na loja. "Com duas semanas de campanha, já havia bastante gente participando. A proposta de nossa marca é mostrar que as pessoas estão vivendo na época de expressar sentimentos através de redes sociais, e nossa empresa quer fazer parte disto", conta Sandra Chass, gerente da franquia. Paralelo à promoção online, a franquia criou camisetas a partir de R\$39,90, específicas para o Dia dos Namorados. Além disso, quem adquirir produtos da loja irá concorrer a uma noite a dois em um SPA de Guarapuava.

Presentes

Presentear no Dia dos Namorados não é tarefa fácil. Os casais não querem presentear com itens individuais, mas, itens que, de alguma forma, remetam à história dos dois. São porta retratos, travesseiros, canecas e murais customizados. Para quem está com o orçamento limitado, existem canecas temáticas a partir de R\$3,50 em lojas de 1,99. Para os que se permitem gastar um pouco mais, há combinações de fragrâncias. Todo ano, uma marca de perfume lança duas fragrâncias específicas para o dia dos namorados. Elas "se completam", pois uma é feminina e a outra masculina. A fragrância para casais foi lançada em junho. Vem em edição limitada, apenas para o ciclo de Dia dos Namorados. Cada uma custa R\$79,90. 

Lays Pedernatti



DICAS PARA USO DO FACEBOOK-ECOMMERCE

- > Montar uma página da empresa no Facebook. É na página da empresa que a venda será iniciada e realizada.
- > Atrair e envolver seguidores.
- > Realizar campanhas para atrair seguidores no Facebook e envolver os usuários no processo de desenvolvimento de produtos e divulgação da loja e da marca.
- > Realizar Vendas. Em última instância o objetivo é sempre vender ou enviando os clientes para a loja externa ou fechando a venda no próprio ambiente Facebook.



O MELHOR DA VIDA É FEITO EM PARCERIA.

O **Sicoob Previ** é uma entidade fechada de previdência complementar que está absolutamente em sintonia com o espírito do cooperativismo.

Não objetiva lucro, e por isso possibilita mais benefícios aos participantes que aderirem ao plano.

Conheça outras vantagens do produto:

- Possui benefícios fiscais: dedução de IR;
- Plano completo que contempla aposentadoria, riscos de morte e invalidez;
- Mais segurança devido a proteção legal;
- Possibilita o planejamento sucessório;
- Menores taxas e histórico de melhor rentabilidade.

Procure ainda hoje a sua cooperativa e garanta um futuro tranquilo.

A PREVIDÊNCIA DO
COOPERATIVISMO BRASILEIRO.

www.sicoob.com.br | Central de Atendimento 0800 642 000

 **SICOOB**
Previ

Bem-vindos à Acig

EMPRESAS ASSOCIADAS À ACIG, DE 15/05/12 A 15/06/12.



Adquira seu estande no Pavilhão do Comércio da 37ª Expogua

A Acig é a responsável pelas vendas de estandes do Pavilhão do Comércio de mais uma edição da Expogua (Exposição Agropecuária e Industrial de Guarapuava). Eles já estão sendo comercializados e estão disponíveis nos tamanhos: 3x3m², 3x6m² e 3x9m². O número de estandes é limitado, adquira o seu com antecedência. A Expogua é considerada a maior feira agropecuária da região. Este ano acontece de 3 à 12 de agosto. Expor em um evento como este é a oportunidade não só de comercialização de produtos, mas tam-

bém da divulgação da empresa. "É uma das melhores ferramentas para se fazer conhecido. Além disso, se colocar na ponta do lápis, é uma das mídias mais baratas, porque aproximadamente 100 mil pessoas passam pelos estandes no decorrer da feira", conta Eliane Kosmos, consultora de vendas da Acig, responsável pela comercialização dos estandes. Interessados na compra de estandes devem entrar em contato com a Acig através dos telefones (42) 3621-5592 ou (42) 8403-3668, falar com Eliane.

Acig articula projeto "Guarapuava em Números"

O projeto é uma compilação de relatórios com dados atualizados de Guarapuava. Serão cinco relatórios estáticos: História: aspectos físicos e territoriais; População: demografia, taxa de crescimento e faixa etária; IDH: saúde, educação, habitação e metas do milênio; Infra-estrutura: abastecimento de água, saneamento, energia elétrica, rodovias e frotas de veículos; Aspectos econômicos: produção agrícola, pecuária, empre-

sas, emprego e renda, e finanças públicas. A primeira versão dos relatórios será bancada pelas entidades Acig, Sescap-Pr, Sicred, Sicoob, Faculdade Guarapuava, Sindusmadeira, Fiep. As atualizações do ano seguinte ficarão a cargo da Acig, que se comprometeu em arcar com os custos. A ideia foi proposta pelo empresário e conselheiro Sérgio Zarpelon com a diretoria da Acig. O relatório deverá ser finalizado até julho.

ANIVERSARIANTES - JUNHO

Empresa	Fundação	Empresa	Fundação	Empresa	Fundação
ACADEMIA DE DANÇAS RÔMANI	23/06/88	INTERSITES	21/06/80	ROLMAQ	10/06/77
AGROBOI	20/06/73	IVANIR MOREIRA DOS SANTOS	01/06/80	SCARTEZINI E MEIRELLES LTDA	02/06/97
ALFA AUTOMAÇÃO COMERCIAL	28/06/05	J. LOSSO ASS. IMOBILIÁRIA LTDA	14/06/85	SELARIA E SAPATARIA MAZURECHEN	01/06/72
ALPHACARBO INDUSTRIAL	19/06/05	JAMALITO CONFECÇÕES	01/06/81	SHOW MODAS	01/06/81
AROMAS E SABORES	06/06/10	JOÃO E MARIA BUFFET INFANTIL	03/06/08	SUPER MERCADO BOM PREÇO	11/06/01
AUGUSTIN	21/06/11	KI BARATO CONFECÇÕES	17/06/11	SUPER MERCADO PARTEKA PQ ÁRVORES	02/06/92
B MILK	01/06/93	LA FONTES MODAS	04/06/97	SUPER MERCADO ROTONIS	01/06/98
BUILDER ENGENHARIA	01/06/03	LADO A LADO MODAS	06/06/00	TRANS TEIXEIRA	11/06/08
BUZZ - ESPAÇO INTELIGENTE	10/06/08	LOJA CENTRAL	01/06/92	TRATOR CASE S/A	04/06/07
CARROCERIAS AEROPORTO	01/06/76	LSR - ESCRITÓRIO DE ENGENHARIA / E	14/06/00	TREVO MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	10/06/97
CASA DAS MANGUEIRAS	28/06/04	LUCIANO ORTIZ	06/06/80	VISUAL PROPAGANDA	18/06/95
CASA REAL	10/06/49	LUPITECNOLOGIA E SISTEMAS	01/06/00	XLUXA BIKE	22/06/06
CEREAL BENEFICIAMENTO	17/06/02	MICHELETO MADEIRAS	18/06/90		
CONFIRA MAT DE CONSTRUÇÃO - L J	28/06/10	MODA BELÍSSIMA	07/06/06		
CONSTRUFÁCIL	08/06/09	MOURÃO PNEUS	15/06/02		
CONTEZA	30/06/78	MÓVEIS BIMA	14/06/06		
CRESTANI PEÇAS E SERVIÇOS	01/06/05	MSERVICE	13/06/00		
CRPL COOP. REG. PROD. LEITE	08/06/98	ODONTOCENTER	14/06/96		
DI BOM TOM	01/06/90	ÓTICAS PRECISÃO	01/06/11		
DVALOR E CONTADORES E CONSULTORES	17/06/05	PANIFICADORA ALVORADA	02/06/89		
ERVA MATEBI	01/06/75	PEIXARIA TRIANON	02/06/97		
ESQ. DE FERRO CENTRO OESTE	01/06/85	PEREIRA DE PAULA SOCIEDADE DE ADVOG	23/06/80		
EVA SCHRAN DE LIMA - CONTADORA	18/06/90	PONTO FORTE MAT DE CONSTRUÇÃO	01/06/04		
FALCÃO MONITORAMENTO LTDA	05/06/98	PORTAL DO ESCRITÓRIO	08/06/80		
FISK GUARAPUAVA	15/06/93	PRAISCE CAPITAL	01/06/80		
GRÁFICA IMPRESSET	01/06/75	PRÉ MOLDADOS IR MAOS FIUZA LTDA	15/06/00		
GRISAUTO ESCAPAMENTOS	27/06/91	PROMISSOR SEGUROS	18/06/97		
HONDA SAIKON VEÍCULOS	01/06/09	REUPERADORA DE CRÉDITO GUARAPUAVA	30/06/96		
IMOBILIÁRIA GALHA AZUL	28/06/93	REFRILUTO	13/06/00		
IMPERIUM IMÓVEIS	08/06/05	REPINHO	18/06/90		
INST. DE DANÇA EGINÁSTICA - IDAG	02/06/10	REPTEC TECNOLOGIA	19/06/06		
INTER POLO HOLDING	01/06/00	ROCHA ELETRO TURBO DIESEL LTDA	01/06/93		

NOVOS ASSOCIADOS - maio/2012

Empresa	Adesão
ABRAO TRANSPORTE E LOGISTICA	23/05/12
ACADEMIA VIGOR	16/05/12
BROT E CAFE	02/05/12
CAFE ARAUCARIA	24/05/12
CINE MANIA	02/05/12
D'AZ UTILIDADES	16/05/12
FATHOTA MODAS	09/05/12
KROMATEL TELECOM	02/05/12
LUCIANO ORTIZ	23/05/12
METRO SOLUCOES PREDIAIS	30/05/12
MOTO SHOP PARTS	16/05/12
OTICAS PRECISAO	25/04/12
POLLYFRIOS	16/05/12
QSL AUTOPEÇAS	25/04/12
RESISTELHA	02/05/12
SACHE HAIR	25/04/12
VENUS CONSULTORIA EM TELECOM	09/05/12
VESTE BEM	25/04/12
ZEUS -EXCELENCIA EM SEGURANCA ELET	16/05/12



*Desenvolvido para atender profissionais
que precisam se aprofundar nas diversas áreas da gestão.*

MBA's da FGV em Guarapuava

Gestão Financeira, Controladoria e Auditoria

Gestão Estratégica de Agronegócios

Gestão Empresarial

Confira a programação completa no site

42.3621 5575
www.isaebrasil.com.br



IDE
• in company
• management
• online

7 ERROS

Mostre que você é atento aos detalhes encontrando as diferenças entre as duas fotos desse ambiente decorado.

REVENDEDOR EXCLUSIVO

SIERRA
MÓVEIS

REPRODUÇÃO



RUA PE. CHAGAS 3776 - TEL: (42) 3035 7008
www.exclusivinteriores.com.br

exclusiv
Interiores