

EMPREENDEDORISMO A menina do Vale - livro é inspiração para empreendedores de sucesso

SERVIÇOS Receitas Federal e Estadual a um clique

SILVANA MARIA DALLA VECCHIA KUSTER, a empresária que "empodera" pessoas



Edição 59 Ano 5 Setembro 2012 Uma publicação da Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava

ACiG

CAPA

DIA DO CLIENTE ALERTA PARA AÇÕES QUE DEVEM SER DIRECIONADAS À CLASSE CONSUMIDORA

SEM CLIENTES, OS NEGÓCIOS SIMPLEMENTE NÃO EXISTEM. NO ENTANTO, SÓ A PARTIR DA ÚLTIMA DÉCADA É QUE SE PASSOU A FALAR DELES DE FORMA MAIS SIGNIFICATIVA E COMEÇOU-SE A PERCEBER A IMPORTÂNCIA DO CLIENTE PARA A EMPRESA



**IMOBILIÁRIA
CONSTRUTORA
GASPAR**
CRECI J2155

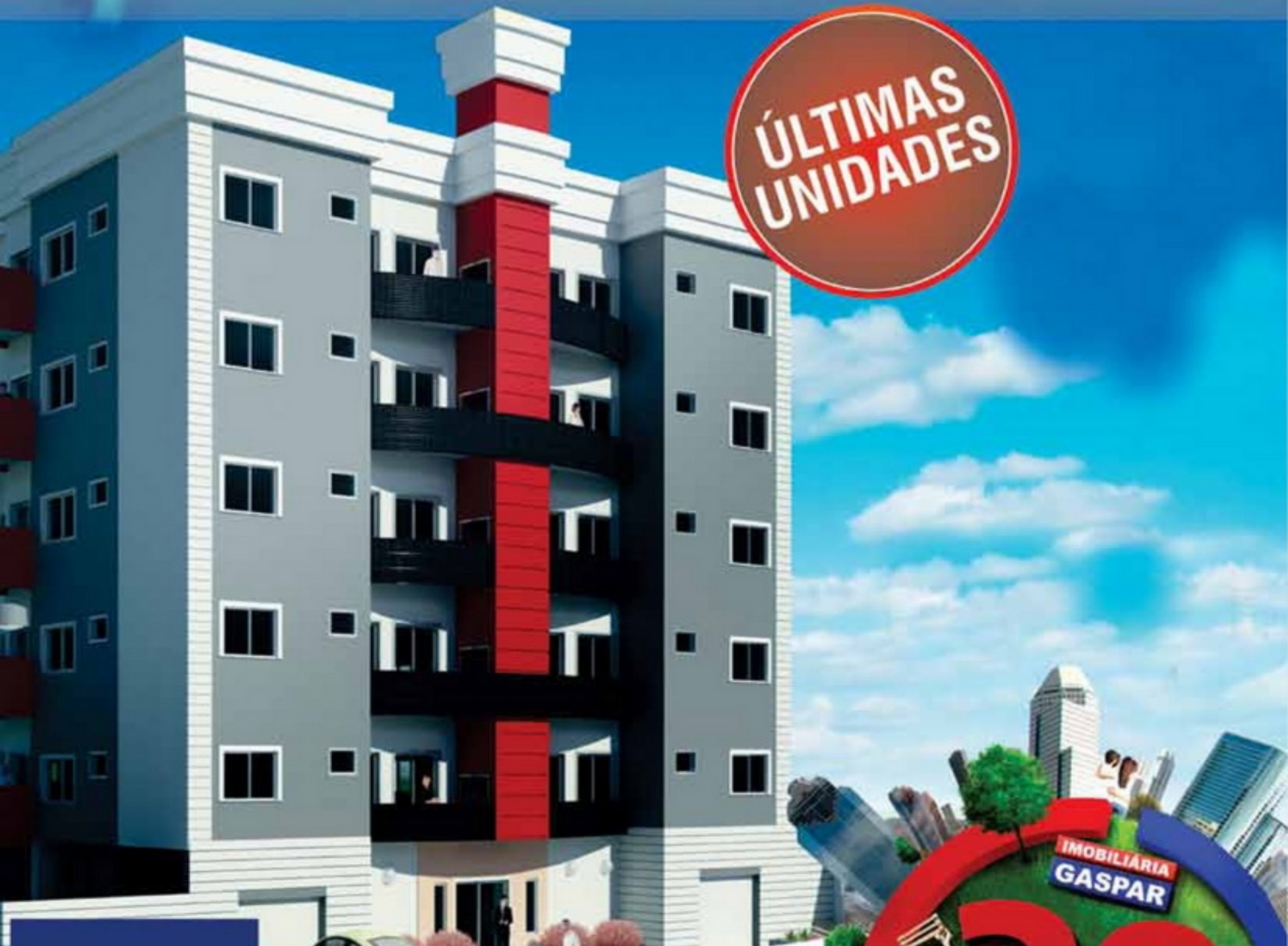
e-mail: gaspar@imobiliariagaspar.com.br

FONE: 3623-4074

RUA PADRE CHAGAS, 3636

**ADQUIRA O SEU APARTAMENTO COM ENTRADA
A PARTIR DE R\$ 14.000,00**

**ÚLTIMAS
UNIDADES**



**CORRESPONDENTE
IMOBILIÁRIO**

Rua Saldanha Marinho
Nº 40 - Trianon

CAIXA

www.imobiliariagaspar.com.br

38
anos

Poupança para conquistar depois, Crédito para realizar agora.

Com o Sicredi você cresce e o mundo ao seu redor também.



Invista em quem reinveste na sua região.

A partir de R\$ 20,00, você já pode abrir uma Poupança Sicredi. E, além de investir no seu futuro, contribui para o crescimento da sua região. Porque o Sicredi é uma cooperativa de crédito que reinveste seu dinheiro no Crédito para as comunidades onde atua. Passe agora mesmo na unidade do Sicredi mais próxima abra uma Poupança e conheça nossas linhas de Crédito. Porque no Sicredi gente que coopera constrói um mundo melhor.



15 DE SETEMBRO, DIA DO CLIENTE E VOCÊ, O QUE TEM FEITO PELO SEU?

CAPA

16

"SEM CLIENTES, OS NEGÓCIOS SIMPLEMENTE NÃO EXISTEM. NO ENTANTO, PARECE QUE ELES FORAM DESCOBERTOS APENAS RECENTEMENTE. JÁ QUE SÓ A PARTIR DOS ÚLTIMOS DEZ OU 15 ANOS COMEÇAMOS A FALAR DELES DE FORMA MAIS SIGNIFICATIVA. HOJE EM DIA, FRASES COMO SERVIÇO TOTAL AO CLIENTE, MERCADO DIRIGIDO PELO CLIENTE, ÍNDICES DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE, CULTURA ORIENTADA PARA O CLIENTE, VENDAS CENTRADAS NOS CLIENTES E CUIDADOS COM O CLIENTE VIVEM NA BOCA DE PESSOAS DE NEGÓCIOS - ESPECIALMENTE DE CONSULTORES." (DO LIVRO "RECLAMAÇÃO DE CLIENTE? NÃO TEM MELHOR PRESENTE... USANDO O FEEDBACK DO CLIENTE COMO UMA FERRAMENTA ESTRATÉGICA, DE CLAUS MÖLLER E JANELLE BARLOW)



Jaqueline Ribeiro

FEIRA

ACIG CERTIFICA EXPOSITORES DO PAVILHÃO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DA 37ª EXPOGUA

10

SERVIÇOS

RECEITAS FEDERAL E ESTADUAL QUEREM FACILITAR O TRABALHO DO CONTADOR E SE APROXIMAR DO CONTRIBUINTE

22

EMPREENDEDORISMO

A MENINA DO VALE

24

ARTIGO

COOPERATIVISMO: DESENVOLVIMENTO POR MEIO DA COOPERAÇÃO

26

SEÇÕES

08 COLUNA EMPRESARIAL
OS ACONTECIMENTOS DO MEIO EMPRESARIAL

12 EMPREENDEDOR
SILVANA MARIA DALLA VECCHIA KUSTER, A EMPRESÁRIA QUE "EMPODERA" PESSOAS

15 CEME
GRUPO DE EMPRESÁRIAS VOLUNTÁRIAS AGE EM PROL DA CLASSE EMPRESARIAL DE GUARAPUAVA

29 NOTAS
NOTÍCIAS E ACONTECIMENTOS DA NOSSA ACIG

NOVOS SÓCIOS **09**
A ACIG RECEBE SEUS NOVOS ASSOCIADOS

CONJOVE **14**
IMPOSTOS: VOCÊ SABE QUANTO PAGA?

ACIG **21**
ANIVERSARIANTES

ÍNDICES **28**
NÚMEROS RELEVANTES AO EMPRESARIADO

SEBRAE **30**
DAVI CONTRA GOLIÁS



SICOOBNET

TECNOLOGIA PRÁTICA E SEGURANÇA USADA A SEU FAVOR

Com ele, você pode realizar consultas e movimentações financeiras com toda a comodidade que somente o SICOOB pode lhe oferecer.

Cadastre-se na sua cooperativa e acesse:

www.sicooobnet.com.br



SICOOB

ASSOCIADO A VOCÊ.

PALAVRA DA DIRETORIA

A Acig é uma entidade forte porque tem empresas associadas fortes. É com esta bagagem e experiência que a nova diretoria assumiu a gestão para comandar os rumos de 2012 a 2014.

Nossa gestão é comprometida com as necessidades de nossos associados, criando cursos e palestras de aperfeiçoamento para que os empresários e seus colaboradores participem, se reciclando. Ao mesmo tempo, estamos abertos a ideias e críticas para que nossa gestão seja participativa e conheça os anseios e dificuldades da classe empresarial.

Também queremos sair a campo para conhecer melhor nossos associados, e já disponibilizamos toda a estrutura da Acig a eles, tornando esta parceria cada vez mais forte.

Acig não é só serviço "SPC"; oferecemos diversos serviços e vantagens ao empresário. E estamos de portas abertas para apresentá-los quantas vezes for necessário. Procure nossos atendentes, e explore uma associação que também é sua.

Nós lhe esperamos em nossa sede, e queremos sua participação para que a classe empresarial se desenvolva ainda mais.

O associativismo é o futuro do nosso país. Unamos nossas mãos e, juntos, chegaremos lá!

Rudival Kasczuck,
vice-presidente da Acig

ERRATA

Na edição de agosto da Revista Acig publicamos erroneamente o nome de uma de nossas novas associadas. O correto é **Juliana Verza Tronbim**, da Diesel Propaganda.

Também na edição de agosto da Revista Acig, na matéria sobre a Santa Maria, publicamos erroneamente o nome de um dos dirigentes da empresa. O correto é **Marcelo Podolan Lacerda Vieira**.

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.

COORDENAÇÃO
ACIG

DIAGRAMAÇÃO
Gabriel Junqueira Rossetto

EDITORA-CHEFE
Ediane Battistuz - MTB 6287

REVISÃO
Pulsar Propaganda

COLABORAÇÃO
Jaqueline Ribeiro

IMPRESSÃO
Gráfica Midlograf

PROJETO GRÁFICO
Rogério Zangelmi

TIRAGEM DESTA EDIÇÃO
1.500 exemplares

CAPA
Foto - Jaqueline Ribeiro
Modelo - Fernanda Camargo

FALE COM A REDAÇÃO
Jaqueline Ribeiro
(42) 3621-5515

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

PUBLICIDADE - ACIG
Rua XV de Novembro, 8040 - Centro - (42) 3621-5566 - Guarapuava/PR
acig@acig.com.br

CONTATO COMERCIAL
Kelly Aparecida Soares

DIRETORIA EXECUTIVA

PRESIDENTE	Eloi Laércio Mamcasz
1º Vice-Presidente	Rudival Kasczuck
2º Vice-Presidente	José Fernando Brecailo Jr.
Vice-Presidente Comércio	Loren D'Angelo
Vice-Presidente Indústria	Vilmar Domingues da Luz
Vice-Presidente p/Ass.Prest. de Serviço	José Carlos Sovrani
Vice-Presidente Agrícola	Leandro Bren
Diretor Administrativo	Paulo Reckziegel
Vice-Diretor Administrativo	Luiz Manoel Oliveira Martins
Diretor de Finanças e Orçamento	Marco Aurélio S. S. de Meirelles
Vice-Diretor de Finanças/ Orçamento	Ornil Oliveira Junior
Diretor para Assuntos SPC	Abrão Nassar
Diretor de Relações Públicas	Ernesto Odilo Franciosi
Diretor de Promoções e Eventos	Andre Rudek
Diretor de Crédito Cooperativo	Cledemar Antonio Mazzochin

CONSELHO DELIBERATIVO

CONSELHEIROS

Renato Kuster Filho	Célio Teixeira Cunha
Rui Sergio Primak	Sergio C. Zarpellon
Arnaldo Stock	Serlei Antonio Denardi
Evaldir Cordeiro Belo	Valcenor Leopoldo Fleck
Ires Salete Previatti	José Divonsil da Silva
Julio Cezar Pacheco Agner	

CONSELHO DO JOVEM EXECUTIVO

PRESIDENTE ————— Marcelo Edling

CONSELHEIROS

Diogo Vezzaro	Luiz Fernando Blaszkowski
Emanuel Rossetti	Marco Aurélio Scartezini Meirelles
Emerson Theodorovic	Marcos Henrique Adriano
Fernando Volanin	Marcos Meirelles
Flávio Sichelero	Oamis Paulo Aqsenen
Glauber Ricardo da Silva	Tioce Blanka Botelho
Kátia Soares	

CONSELHO DA MULHER EXECUTIVA

PRESIDENTE ————— Maria Inês Guiné

CONSELHEIRAS

Adriane T. Hasse	Elizabeth Machado
Katya Santos	Esthela Leal
Claudete Neske Bastian	Lara Mena Sganzerla
Cleuza Meira	Loren D'angelo
Elaine S.S de Meirelles	Rosângela Alves

ACIG 
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE GUARAPUAVA

 CACB
CONFEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES
COMERCIAIS E EMPRESARIAIS DO BRASIL

 FACIAP
FEDERAÇÃO DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E
EMPRESARIAIS DO ESTADO DO PARANÁ

 CACICOPAR
COORDENADORIA DAS ASSOCIAÇÕES COMERCIAIS E INDUSTRIAIS DO
CENTRO-OESTE DO PARANÁ

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



DIA 24 DE AGOSTO, A ACIG RECEBEU ASSOCIADOS PARA UM CAFÉ DA MANHÃ COM A DIRETORIA E GERENTES.

O **INTEGRACIG** É OFERECIDO TODO MÊS A EMPRESAS ANIVERSARIANTES E NOVOS SÓCIOS. VEJA QUEM PRESTIGIOU O EVENTO

1 - Romilda Monteiro, Áurea da Silva e José Divonsil da Silva - Modas Jolie (25 anos)
 2 - Francisca Mendes e Talita Mendes - Family Confecções (4 anos)
 3 - Thailieli Almeida, Monika Hikeda, Pricilla Wiczorkowski e Matjda Fontes - Sicredi (29 anos em Guarapuava)
 4 - Adriana Caldas - Marqart (41 anos)
 5 - Douglas Luis Limberger - Beijo Baiano (18 anos)
 6 - Irene Michelz e Michelle Michelz Beitel - Escola Bimbo (25 anos)
 7 - Joelma Wirinierwi e Celso Juzio Primo - Arte Vision Propaganda
 8 - Aline Genud - Acig e Osmar Krueger - Dimasa Pr (50 anos)
 9 - Marcelo Edling, Maria Inês, Loren D'Angelo e Maira Niedermaier, conselheiros e secretária da Acig
 10 - Empresários cantam "parabéns" em homenagem às empresas aniversariantes
 11 - Doralice de Souza e José Souza - JV Vidraçaria (12 anos)

Fotos Kelly Soares





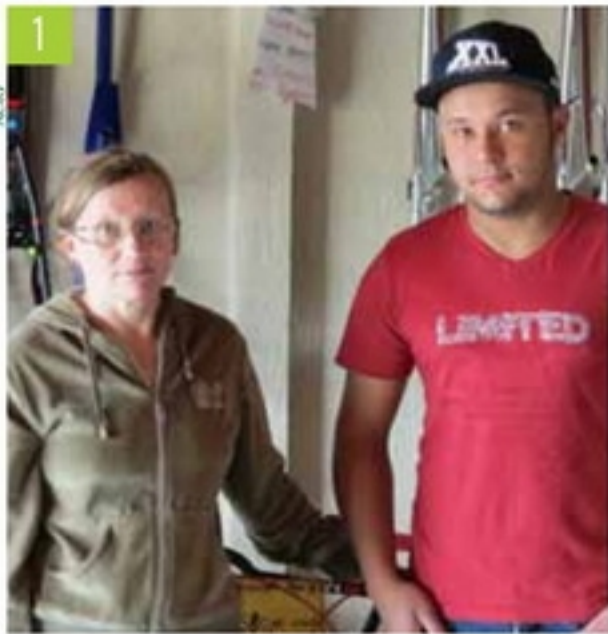
EVENTOS EM DESTAQUE

- 1- COMEMORAÇÃO AO DIA DA VOVÓ NA MODAS JOLIE
- 2- FESTA JULINA NA MONTANA, REALIZADA NO DIA 28 DE JULHO. QUADRILHA ANIMADA SÔ...
- 3- EMPLOYER NA CONAHR 2012, 38º CONGRESSO NACIONAL SOBRE GESTÃO DE PESSOAS
- 4- LANÇAMENTO DA COLEÇÃO PRIMAVERA VERÃO EXPRESSIVA MODAS
- 5- INAUGURAÇÃO DA NOVA TRAJANO SÃO CRISTÓVÃO, REALIZADA NO DIA 04 DE AGOSTO.
- 6- LUCIANA, BEATRIZ, ELISSA E MARIANA EM LANÇAMENTO DA COLEÇÃO PRIMAVERA VERÃO LINDA FLOR
- 7- A RÁDIO CULTURA REUNIU CERCA DE 400 OUVINTES PARA UM CHÁ NO SALÃO DA CATEDRAL DIA 09 DE AGOSTO

QUER VER SUA EMPRESA NA COLUNA EMPRESARIAL DA REVISTA ACIG?
 Envie-nos uma foto de algum evento realizado em setembro para joqueito@gmail.com
 Os eventos de setembro serão divulgados na edição de outubro, e assim sucessivamente.

Fotos enviadas pelos associados





ESTES SÃO OS MAIS NOVOS ELOS DE NOSSA CORRENTE ASSOCIATIVISTA. SEJAM TODOS BEM-VINDOS À ACIG!

- 1 - CAIO DA SILVA E DAGMAR DA SILVA - BICICLETARIA VENEZA
- 2 - EDER FERREIRA - EMAQ LOCAÇÃO DE EQUIPAMENTOS
- 3 - SILVANA TONON E JOELMA OLIVEIRA - JOELMA OLIVEIRA CENTRO DE BELEZA
- 4 - ROSELI BUHALI - ART E FESTAS - FOR KIDS
- 5 - EUNICE KELLER E OSCAR KELLER - FLORICULTURA HAUS HOM
- 6 - DENILSON FERREIRA E GABRIELA FERREIRA - PNEUMANIA
- 7 - RAFAEL BLANC - MARIA BONITA - LOJA 2



ACIG CERTIFICA EXPOSITORES DO PAVILHÃO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DA 37ª EXPOGUA

A Acig foi parceira da Sociedade Rural de Guarapuava na realização de mais uma edição da Expogua (Exposição Feira Agropecuária e Industrial de Guarapuava), gerenciando o Pavilhão da Indústria e Comércio. O espaço, ampliado para melhor receber os visitantes, acomodou 53 expositores de diversos segmentos, de Guarapuava e de outros municípios paranaenses. De acordo com a Sociedade Rural de Guarapuava, 110 mil pessoas circularam pelo Parque de Exposições Lacerda Werneck durante a Feira e R\$ 26 milhões foram movimentados em negociações comerciais. Em ato

inédito, a Acig certificou os expositores do Pavilhão da Indústria e Comércio para agradecer a confiança depositada na entidade, responsável pelo pavilhão.

Segundo Eloi Mamcasz, presidente da Acig, a valorização destas pessoas é fundamental. "Sem esses empresários, aquele espaço não acontece", frisou. Para consolidar esta parceria, a entidade irá oferecer, ainda este mês, café da manhã para confraternização entre esses expositores. Será um encontro para ouvir a opinião dos participantes e uma pré-venda de estandes para a Expogua 2013. 🇧🇷

CONHEÇA OS EXPOSITORES

Fotos: Jaqueline Ribeiro



Água Azul Poços Artesianos



Angelsom



Apcenter Imóveis



Azel Parabólicas



Bookafê



Bordados Mais Você



Bortolanza Esquadrias de Alumínio



Capital Pisos



Casacos Florense



Chuvisco Antenas



Cia dos Calçados



Continental Ar Condicionado



Deliciare Doces Finos



DW Inox



Edemar Fantoques



Empório do Vinho



Erva Mate 81



Espaço Teen



Estilo Daico Móveis Planejados



Fiep



Fisiomedic



FlordeLis Aromas e Encantos



Guarapet



Guarasat



Honda Lobo Motos



Imperium Imóveis



João do Morango



KLS Jateamento Decorativo



Langaros Calçados e Confeccões



Lobo Pré Vestibulares



Lojas Real



Luar Acessórios



MB Jóias



Móveis Bima



Mservice



Mundo das Antenas



Odontomais



Parafusos Guarapuava



Recitech



Recruta Zero



Red Car Auto Center



Resistelha



Revista Mais Saúde



RMR Purificadores de Água Europa



Rossi Sistemas de Segurança



Sachê Hair



SS Climatize



Suicide BMX



Supermercado Parteka Parque das Árvores



Viamar



Vision Jeans



Yas Sthefani



SILVANA MARIA DALLA VECCHIA KUSTER, A EMPRESÁRIA QUE “EMPODERA” PESSOAS

AOS 16 ANOS DE IDADE, SILVANA JÁ DAVA AULAS DE INGLÊS EM CURSINHOS E UNIVERSIDADE. AMANTE DA LÍNGUA INGLESA E APAIXONADA POR ENSINAR, CURSOU LETRAS-INGLÊS NA UNICENTRO (UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE) ENQUANTO MINISTRAVA AULAS PARTICULARES DE INGLÊS. TRÊS ANOS DEPOIS DE FORMADA, DEU AQUELE QUE SERIA O PASSO DE SUA VIDA: ABRIU O CCBEU, ESCOLA DE LÍNGUAS LIGADA À EMBAIXADA AMERICANA. HOJE, SILVANA CONHECE O MUNDO. E SEU OBJETIVO É FAZER COM QUE SEUS ALUNOS TAMBÉM CONHEÇAM, ATRAVÉS DO INGLÊS, IDIOMA QUE, PARA A EMPRESÁRIA, UNE NAÇÕES. “SOU UMA EMPRESÁRIA QUE ACREDITA QUE APRENDIZADO É PODER, POR ISSO EU BUSCO EMPODERAR AS PESSOAS QUE ESTÃO A MEU LADO”.

“ EU ACREDITO QUE MEU CONCORRENTE SOU EU MESMA. NÓS DEVEMOS DESAFIAR A NÓS MESMOS, NÃO DESAFIAR O QUE ESTÁ LÁ FORA. NÓS SOMOS NOSSOS PRÓPRIOS DESAFIOS. ”

COMO INICIOU SUA CARREIRA PROFISSIONAL?

Eu sempre adorei o idioma inglês. Gosto tanto, que sempre fui autodidata. Dar aula veio como consequência, pois sinto como se fosse um dom recebido de Deus. Antes de entrar na faculdade, eu já era fluente em inglês. Aos 16

anos eu lecionava inglês para cursinho, depois para universidade. Fiz faculdade de letras-inglês em Guarapuava e fiz cursos em outros países. Além disso, fiz todos os cursos necessários da embaixada americana para abrir um CCBEU em Guarapuava.

PARA VOCÊ, O QUE HÁ DE ESPECIAL EM ENSINAR INGLÊS?

Minha paixão sempre foi fazer com que o aluno falasse inglês e fosse para o mundo. Não quero apenas vender um curso, quero fazer com que o curso seja uma ferramenta que o ajude a mudar sua vida, viajando, fazendo intercâmbios...

QUAL O DIFERENCIAL DO CCBEU?

O CCBEU é uma escola da embaixada americana, então seguimos os padrões da embaixada. O nome CCBEU pertence à coligação dos BNCs (Centros Binacionais Brasil-Estados Unidos). Escolhi este método porque é o mais atualizado, muda a cada três anos. A cada três anos, somos avaliados pela embaixada americana, e precisamos ter pré-requisitos para continuar operando

dentro desta coligação. Como nós temos objetivos acadêmicos fortes, é uma vantagem poder ter acesso a toda essa tecnologia e poder mudar, evoluir. Ao decidir abrir uma escola de línguas, não escolhi franquias porque, na época, as franquias tinham uma visão voltada para vendas, e meu foco não era comercial, era acadêmico. Por isso, escolhi uma instituição com foco acadêmico. Acredito que fiz a escolha certa, pois, por não ser uma franquia, o CCBEU tem uma flexibilidade e objetivos acadêmicos fortes. Nossa metodologia é aberta, temos a possibilidade de aplicar métodos que acompanhem toda a evolução da tecnologia atual.

O CCBEU GUARAPUAVA POSSUI UMA SEDE EXPRESSIVA. AINDA EXISTE ALGUM APRIMORAMENTO A SER FEITO?

O investimento que nós temos na estrutura física e em nossa identidade é o símbolo da minha intenção em relação à escola. Em 2013 vamos aumentar a sede, criar um espaço específico para crianças e implantar mais tablets.

QUAL SUA FORMA DE GERENCIAR?

Estou sempre preparada para o que precisar. Se meu aluno merece um espaço melhor, eu vou lá e faço. Se eu sei, e posso, por que não vou fazer? Acredito que primeiro nós damos, depois recebemos. Todas as empresas de sucesso fornecem um valor agregado dez vezes maior àquilo que o aluno paga. Essa é nossa filosofia. ▶

ALÉM DE ADMINISTRAR O CCBEU VOCÊ CONTINUA MINISTRANDO AULAS DE INGLÊS?

Hoje não ministro aulas, só administro a escola. Sinto falta de dar aulas, mas o empreendimento tomou grandes proporções que exigem a minha atenção enquanto administradora. Além disso, participo de muitos cursos. Eu não paro de estudar, faço cursos de gestão fornecidos pela própria embaixada, faço cursos de coaching e liderança. Também ajudo meu marido na administração do Kuster Hotel e tenho alguns imóveis para locação.

QUE TIPO DE EMPRESÁRIA É SILVANA KUSTER?

Sou uma empresária que busca a verdade na hora de entregar o produto para o cliente. Uma empresária que considera que aprendizado é poder, por isso eu busco empoderar as pessoas que estão a meu lado.

COMO VOCÊ ENCARA A CONCORRÊNCIA?

Eu não acredito em concorrência e não trabalho por ela. Apesar de ser difícil, pois vivemos numa realidade onde vários universos competem por recursos, eu acredito que todos os recursos podem ser compartilhados. Existe espaço para todos. Eu acredito que meu concorrente sou eu mesma. Nós devemos desafiar a nós mesmos, não desafiar o que está lá fora. Nós somos nossos próprios desafios.

QUAIS OS DESAFIOS DE UM EMPREENDEDOR?

Buscar o centramento diário é um desafio. É preciso trabalhar o autoconhecimento e o lado espiritual. O mercado está muito volúvel. Se o empresário não for coeso, a chance de cair na volatilidade negativa é maior. Para ter uma visão consistente, não dá para cair na volatilidade. O centramento garante para a instituição um equilíbrio emocional para fazer com que as pessoas tenham bons resultados, e para que a empresa e a instituição continuem saudáveis. Você só expressa seu máximo se você for saudável, se estiver equilibrado. Exploramos isso na empresa para que as pessoas possam alcançar seu máximo.



O staff do CCBEU é composto somente por mulheres

QUAL O PRINCIPAL DESAFIO DAS ESCOLAS DE INGLÊS?

O principal desafio do mercado de cursos de línguas é tangibilizar resultados. O mercado é muito flutuante neste ramo. Abrem e fecham muitas escolas. Apesar de não sermos atingidos, é preciso se manter forte, pois o mercado é flutuante. O desafio é ter saúde para estar firme dentro dos altos e baixos do mercado.

E OS PLANOS DE SILVANA PARA O FUTURO?

Apesar de amar a cidade e investir aqui, talvez eu não esteja mais em Guarapuava nos próximos anos. E não sei se a instituição terá uma sequência familiar, mas gostaria que ela permanecesse viva, e que a pessoa responsável mantivesse o mesmo espírito. Mas eu, enquanto empresária, quero estar empoderando pessoas de uma forma diferente. Não como presidente, chefe ou proprietária de uma empresa, mas compartilhando mais do que eu recebi, através de outros serviços.

ONDE O CCBEU GUARAPUAVA QUER ESTAR NOS PRÓXIMOS 26 ANOS?

O plano para os próximos 26 anos é poder acompanhar a mudança no mundo, e ser um vetor de mudança através do conhecimento. O objetivo é participar dos três C's: conexão, comunicação e consciência. É difícil fazer planos para 26 anos, mas é possível se manter ancorado em sua verdade como instituição. É isso o que vai te segurar nesse tempo. O nosso objetivo é poder continuar empoderando as pessoas, independente do que aconteça. 🌱



Silvana investe constantemente na estrutura do CCBEU. Para a empresária, é preciso oferecer tudo o que o aluno merece


IMPOSTOS: VOCÊ SABE QUANTO PAGA?

NO FEIRÃO DO IMPOSTO, O CONSELHO DO JOVEM EXECUTIVO DA ACIG MOSTRA QUANTO VOCÊ PAGA DE IMPOSTO, PARA ONDE VAI ESTE DINHEIRO, COMO PODERIA SER BEM APROVEITADO E QUE PROPOSTAS EXISTEM PARA MELHOR APLICAR ESTES RECURSOS

Em agosto, o Impostômetro, contador que marca o valor total de impostos pagos no ano, registrou R\$ 1 trilhão pagos pelos brasileiros em impostos federais, estaduais e municipais desde 1º de janeiro deste ano. É um recorde de arrecadação, desde que ela passou a ser registrada com a criação do Impostômetro, em 2005. Nos oito primeiros meses de 2012, cada brasileiro pagou mais de R\$ 5 mil em impostos.

Por este motivo, Conselhos do Jovem de todo o país mostram à população a quantidade de impostos pagos sobre produtos e bens de consumo, para que o clamor pela reforma tributária ganhe força. O projeto surgiu em 2003, em Joinville (SC), através do Núcleo de Jovens Empresários da Associação Empresarial de Joinville (Acij). E, por iniciativa do Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina (Cejesc), o Feirão do Imposto se tornou uma ação nacional,

realizada anualmente através da Confederação Nacional dos Jovens Empresários (Conaje).

Em Guarapuava, o Feirão do Imposto, realizado pelo Conjove (Conselho do Jovem Executivo) da Acig, aconteceu na manhã do dia 15 de setembro, em um estande montado na rua XV de Novembro e outro na Saldanha Marinho. "O Conjove firmou parceria com outras entidades de classe para que essa movimentação sensibilizasse a população. A presença em dois estandes este ano deixa claro o quanto estamos empenhados em lutar por uma causa que é de todos", ressalta Marcelo Edling, presidente do Conjove. Com a campanha deste ano, o Conjove espera que os empresários passem a disponibilizar em suas etiquetas e cupons fiscais o valor que é pago de imposto nos produtos, para que o cliente esteja ciente da carga tributária embutida. 

COM A ARRECADAÇÃO DE IMPOSTOS ATÉ AGOSTO SERIA POSSÍVEL...

- Comprar mais de 800 milhões de notebooks
- Construir mais de 21 milhões de postos policiais equipados
- Construir mais de 11 milhões de quilômetros de redes de esgoto
- Construir mais de 3 milhões de postos de saúde equipados
- Construir mais de 29 milhões de casas populares de 40 m²
- Contratar mais de 76 milhões de professores do ensino fundamental por ano
- Construir mais de 890 mil quilômetros de estradas asfaltadas
- Comprar mais de 37 milhões de carros populares

O CONJOVE EM AGOSTO



MARCELO EDLING, PRESIDENTE DO CONJOVE, ESTEVE NO INTEGRACIG, CAFÉ DA MANHÃ COM EMPRESAS ANIVERSARIANTES E NOVAS SÓCIAS DA ACIG, PARA APRESENTAR AS AÇÕES DO CONSELHO E CONVIDAR OS EMPREENDEDORES A PARTICIPAR.



CONJOVE REALIZA MAIS UMA EDIÇÃO DO CASES DE SUCESSO, ENCONTRO ENTRE GANHADORES DO PRÊMIO MÉRITO EMPRESARIAL E ESTUDANTES DE CURSO TÉCNICO PARA APRESENTAR A RECEITA DE BOA GESTÃO EMPRESARIAL.



REUNIÃO PÚBLICA REALIZADA PELO CONJOVE NA 37ª EXPOGUA. O OBJETIVO ERA APRESENTAR O CONSELHO AOS EXPOSITORES DO PAVILHÃO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO, DESPERTANDO O INTERESSE DOS EMPREENDEDORES EM PARTICIPAR DO CONSELHO.

GRUPO DE EMPRESÁRIAS VOLUNTÁRIAS

AGE EM PROL DA CLASSE EMPRESARIAL DE GUARAPUAVA

EM AGOSTO, O CONSELHO DA MULHER EXECUTIVA DA ACIG TROUXE A GUARAPUAVA DOIS CURSOS MOTIVACIONAIS E CAPACITATÓRIOS BASEADOS EM PROGRAMAÇÃO NEUROLINGUÍSTICA. EM SETEMBRO HAVERÁ MAIS DOIS EVENTOS E NÃO PARA POR AÍ

É fato que a mulher conquistou seu espaço no ramo empresarial, um mundo antes dominado pelos homens. Mas, não contentes em apenas alcançar bons cargos e se tornarem empreendedoras, elas tomaram frente às lutas em prol da classe empresarial e da comunidade.

Em Guarapuava, por exemplo, um grupo de empresárias motivadas por indicação de amigas ou simplesmente por abraçar a causa se reuniram no Ceme (Conselho da Mulher Executiva da Acig). O Ceme é uma entidade sem fins lucrativos e de natureza privada, ligado à Acig (Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava). É um instrumento para que as lideranças femininas discutam seus problemas e apresentem propostas. Além disso, é estímulo à participação da mulher no ambiente empresarial, defendendo e reivindicando melhorias para a economia estadual e regional, dentro de princípios éticos com vistas à paz e à justiça social.

Atualmente, o Ceme é presidido pela empresária e cerimonialista Maria Inês Guiné. Ela assumiu a presidência do conselho em julho, mas já participava ativamente como conselheira. “O conselho está mais ativo do que nunca, e é uma alegria muito grande ver a motivação de todas as empresárias em prol de causas que beneficiam a todos”.

Rosângela Alves Gutubir, empresária, foi convidada há um ano por Claudete Neske Bastian, já conselheira do Ceme, para participar. Ela veio até o conselho para contar sua história profissional, dando seu exemplo de motivação e superação. “Na visita ao Ceme, me identifiquei muito com as conselheiras. São profissionais que deixam seus compromissos a cada 15 dias em prol

de algo grandioso, para fazer a diferença em nossa cidade e região”, relata Rosângela. A empresária conta que o apoio da Acig e do Conjove (Conselho do Jovem Executivo da Acig) é fundamental para que o Ceme se fortaleça a cada dia. “Sozinhos iremos mais rápido, mas juntos com certeza iremos mais longe”, define.

AÇÕES

Este é um dos anos mais ativos do Ceme em Guarapuava. Em agosto, o conselho foi um dos patrocinadores e participante do 1º Seminário Regional de Aleitamento Materno. As conselheiras participaram de reunião pública junto aos membros do Conjove na 37ª Expogua. Também, realizaram dois cursos baseados em Programação Neurolinguística (PNL) e participaram de painel com candidatas a prefeito de Guarapuava, realizado pelo Conselho Municipal da Mulher. Além dessas ações eventuais, o Ceme se reúne quinzenalmente na Acig para discutir erros e acertos das práticas, e traçar novas ações.

Para setembro, o conselho já organiza a 11ª edição do Encontro das Secretárias, comemorado em prol do Dia das Secretárias, 30 de setembro. É um evento realizado em parceria com o Sindicato Rural de Guarapuava. Em outubro e novembro, o Ceme realiza mais uma edição do curso PNL aplicado em vendas, ministrado por Marcos Sousa, especialista em PNL. Para os próximos meses, o conselho trará, em parceria com o Grupo GRPCOM, palestra sobre pró-atividade no mercado de trabalho. Para participar do Ceme basta estar à frente de seu empreendimento, ter a empresa associada à Acig e frequentar as reuniões quinzenais do conselho. 🇧🇷



Sucesso no 1º Spa do Sucesso realizado pelo Ceme em parceria com Marcos Sousa



Ceme marca presença no 1º Seminário Regional de Aleitamento Materno



Conselheiras em Painel com candidatas a prefeito

15 DE SETEMBRO, DIA DO CLIENTE: E VOCÊ, O QUE TEM FEITO PELO SEU?

"SEM CLIENTES, OS NEGÓCIOS SIMPLEMENTE NÃO EXISTEM. NO ENTANTO, PARECE QUE ELES FORAM DESCOBERTOS APENAS RECENTEMENTE, JÁ QUE SÓ A PARTIR DOS ÚLTIMOS DEZ OU 15 ANOS COMEÇAMOS A FALAR DELES DE FORMA MAIS SIGNIFICATIVA. HOJE EM DIA, FRASES COMO SERVIÇO TOTAL AO CLIENTE, MERCADO DIRIGIDO PELO CLIENTE, ÍNDICES DE SATISFAÇÃO DO CLIENTE, CULTURA ORIENTADA PARA O CLIENTE, VENDAS CENTRADAS NOS CLIENTES E CUIDADOS COM O CLIENTE VIVEM NA BOCA DE PESSOAS DE NEGÓCIOS - ESPECIALMENTE DE CONSULTORES." (DO LIVRO "RECLAMAÇÃO DE CLIENTE? NÃO TEM MELHOR PRESENTE... USANDO O FEEDBACK DO CLIENTE COMO UMA FERRAMENTA ESTRATÉGICA, DE CLAUS MÖLLER E JANELLE BARLOW)



Oscilação do mercado, impostos, queda nas vendas, problemas de caixa, de gestão, inadimplência, concorrência... São tantos obstáculos na trajetória de uma empresa que, muitas vezes, o empresário acaba esquecendo do principal: o cliente. Ainda que o mercado não oscile, que a carga tributária diminua, que o caixa esteja bom e que não haja concorrência, se ele não mantiver um bom nível de atendimento, o consumidor passará longe de seu estabelecimento.

Infelizmente, o atendimento ao cliente é um dos principais problemas do setor varejista. E o cliente está bastante exigente. Muitas vezes deixa de comprar algo que precisa pelo simples fato de ter sido mal atendido. E com razão, pois algumas empresas esquecem de uma verdade: não é o cliente que precisa delas, elas é que precisam do cliente.

"Se determinada loja é a única que possui o produto que eu preciso, mas sou mal atendida, eu fico sem, mas não compro lá. Prefiro comprar pela internet, de forma 'fria', onde não existe atendimento direto, do que ser mal atendida", diz Fernanda Camargo, consumidora. Ana Carolina Assunção, estudante e

consumidora, sente falta da receptividade de vendedores e atendentes no comércio. "Perdi a conta de quantas vezes entrei em um estabelecimento e os vendedores ficaram me olhando, sem tomar iniciativa". Outra atitude que irrita a consumidora é a expressão de descaso dos vendedores quando o cliente prova diversos produtos, mas não fica com nenhum.

O 'não' do cliente deveria ser algo natural no processo de negociação, mas, o que observamos na maioria dos casos é o desaparecimento do sorriso no rosto do vendedor e a perda da serenidade observada até aquele ponto. Entretanto, a economista Rosilda Corrêa Buzzi explica que o 'não' do cliente pode ter vários significados, mas que quase nunca é para ofender o vendedor ou para desqualificar o produto ou o serviço. Rosilda defende: "encarar o 'não' com normalidade pode permitir maior leveza na negociação e, avançando um pouco mais, é possível 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".

No livro "Reclamação de cliente?" *Não tem melhor presente... Usando o feedback* ▶



OS AUTORES TAMBÉM DESTACAM COMO SE PORTAR DIANTE DE UMA RECLAMAÇÃO DO CLIENTE:

- Dizer 'obrigado'.
- Explicar por que você apreciou a reclamação.
- Pedir desculpas pelo erro.
- Prometer que alguma medida será tomada imediatamente.
- Pedir a informação necessária.
- Corrigir o erro – imediatamente.
- Verificar se o cliente está satisfeito.
- Prevenir erros futuros.

do cliente como uma ferramenta estratégica (Editora Futura, 1996), os autores Claus Möller e Janelle Barlow relatam que um cliente mal atendido multiplica sua indignação para até 15 pessoas, contra bem menos indicações após um bom atendimento. Eles garantem que até mesmo um cliente considerado chato pode ser muito valioso para a empresa. “Para considerar reclamações como presentes, primeiro temos que aceitar a noção de que clientes sempre têm o direito de reclamar – mesmo quando achamos que suas reclamações sejam tolas, irracionais ou que causem inconveniências”, diz o livro.

Para controlar a propaganda de boca em boca negativa, as empresas precisam assegurar-se de que problemas pequenos e médios não acabem explodindo como grandes insatisfações, e a melhor maneira de se conseguir isso é encorajando reclamações e as administrando eficazmente. Também é importante atentar para as reclamações online. “Uma conversa de ponto de ônibus entre conhecidos não pode, de forma alguma, ser comparada com o estrago que um único consumidor irado pode produzir hoje em dia pela internet. No mundo de câmeras de vídeo, redes de computadores e comunicações instan-

tâneas em que hoje vivemos, é realmente impossível se esconder”, alertam os autores.

Segundo Norberto Rotter, consultor do Sebrae, a cada dez lojas visitadas pelo órgão, nove resistem à utilização de pesquisas para se aproximar às vontades, expectativas e julgamentos dos consumidores. “Algumas aplicam pesquisa, mas sem a metodologia e o comprometimento necessários. E, sem resultados, logo desistem deste recurso de vendas tão poderoso”, conta Norberto.

Para o consultor, a pesquisa é o melhor ‘gerente’ que a loja pode ter, pois uma pesquisa bem aplicada tem a capacidade de estar com todos os clientes, o tempo todo. “A pesquisa é fundamental”, defende Norberto. Ele afirma que o empresário precisa ter algum instrumento que o permita traçar como o cliente está percebendo seus produtos, seu estabelecimento, seu atendimento e suas novidades. “É preciso ouvir o cliente para fazer suas adaptações com base no que ele está dizendo. Outra forma de se manter atualizado é observar as tendências do mercado através de grandes feiras e eventos para se antecipar às necessidades do cliente”, reforça. ▶

“O PRODUTO EM SI O CLIENTE JÁ CONHECE, POR ISSO É PRECISO ESTABELECEER UM VÍNCULO DE CONFIANÇA E CREDIBILIDADE. QUANDO O CONSUMIDOR VAI ATÉ A LOJA, ELE JÁ PESQUISOU E JÁ SABE O SUFICIENTE SOBRE O PRODUTO. O QUE ELE PRECISA ENTÃO É SE SENTIR SEGURO COM O VENDEDOR QUE IRÁ REPASSAR A MERCADORIA.”

Gilberto Kesserle,
consultor do Sebrae em Curitiba

PERFIL DO CLIENTE

O perfil do cliente muda com a dinâmica existente no mundo atual. À medida que as pessoas têm mais acesso à informação e à tecnologia, as necessidades de consumo mudam. Hoje em dia, as pessoas conseguem saber em tempo real sobre lançamentos e novas tendências.

Mas o consumidor não tem um perfil único. A tendência é de que seja um consumidor mais informado, atualizado e que não gosta de perder tempo, pois valoriza muito o tempo que tem. São pessoas que compram para satisfazer sua necessidade e que não gostam de enrolação. É o que aponta Gilberto Kesserle, consultor do Sebrae em Curitiba. Cada segmento tem seu público, mas, ser bem atendido é uma exigência de todos.

“O produto em si o cliente já conhece, por isso é preciso estabelecer um vínculo de confiança e credibilidade. Quando o consumidor vai até a loja, ele já pesquisou e já sabe o suficiente sobre o produto. O que ele precisa então é se sentir seguro com o vendedor que irá repassar a mercadoria”, afirma o consultor.

Outro fator importante é este: o empresário precisa tornar sua loja atrativa. O consumidor irá entrar em uma loja que chame atenção, cuja vitrine seja renovada periodicamente. Eventualmente, a loja pode usar o marketing olfativo, apostando em um cheiro peculiar. Ao longo do dia é possível aplicar diferentes ambientes de acordo com o momento do dia, através de diferentes iluminações. “Além do atendimento, o consumidor precisa estar em um lugar onde ele seja motivado, ins-



tigado a consumir”, aconselha Kesserle.

O marketing sensorial é algo novo, que está chegando aos estabelecimentos para trabalhar com o olfato e audição dos clientes. É um complemento que pode fazer toda a diferença. “Dá certo porque os cheiros são característicos e, ao consolidar determinado cheiro em seu estabelecimento, dificilmente o cliente irá esquecer. Se o cheiro for bom, com certeza ele voltará até pelo simples fato de se sentir bem naquele ambiente”, finaliza o consultor.

AÇÕES QUE DÃO CERTO

Desde a fundação de sua empresa, a Modas Jolie, o público-alvo era formado por amigos de José Divonsil da Silva e Áurea da Silva, proprietários da loja. Por este motivo, em praticamente todas as datas comemorativas, eles realizam coquetel para os clientes. Há 25 anos no comércio guarapuavano, a loja consolidou parceria com diversas empresas, o que permite também realizar várias promoções voltadas aos clientes. Eles já estão sendo convidados para a festa em comemoração ao dia do cliente e aos 25 anos da loja, que será realizada em outubro. Não bastasse a realização de eventos e promoções, os empresários fazem questão de divulgar na mídia local a participação ativa dos clientes. “O nosso marketing é divulgar as ações que realizamos para o cliente. Essa atenção ao nosso público é marca registrada de nossa loja”, ressalta Áurea.

A loja Linda Flor também segue a tendência dos coquetéis comemorativos, realizando eventos em várias datas festivas, para se aproximar do cliente através da visita dele à



Do início da loja até hoje, a Modas Jolie faz questão de confraternizar com seus clientes



Frequentemente a loja Linda Flor sorteia brindes e mimos para os clientes

loja para os eventos. Mariana Weber, uma das proprietárias, conta que o atendimento personalizado transforma a relação cliente-empresário para “de amigo para amigo”. A Linda Flor tem clientes de outros estados que vêm à loja não só pelos produtos oferecidos, mas pela relação de confiança nascida entre ambos. “Tenho clientes do interior da Bahia e de outros

estados. Nunca ouvi a voz delas, nunca as vi pessoalmente, mas já desenvolvemos uma relação de amizade muito grande, pois conversamos diariamente nas redes sociais”, completa Luciana. Citando novamente os autores Möller e Barlow, fica uma frase para que o empresário reflita: “Não é fácil conquistar a fidelidade de um cliente, embora seja fácil perdê-la”. 🌱

ALGUMAS QUESTÕES QUE OS AUTORES DO LIVRO “RECLAMAÇÃO DE CLIENTE?” NÃO TEM MELHOR PRESENTE SUGEREM QUE O EMPRESÁRIO FAÇA A SI PRÓPRIO, PARA REFLETIR:

- Quantos de seus clientes que reclamam voltam a comprar de sua empresa? Os seus empregados fazem algum esforço especial para reconquistar os clientes que reclamam?
- Os seus empregados entendem que, quando uma falha de serviço ocorre, a sua empresa tem uma oportunidade de manter a lealdade do cliente ao satisfazer a sua necessidade?
- Como sua empresa utiliza o princípio da reciprocidade? O que você oferece a seus clientes quando há uma falha no serviço?
- Qual sistema sua empresa adota para garantir que uma vez que uma reclamação tenha sido registrada, ela é passada adiante para a pessoa certa e resolvida de forma rápida?
- Sua empresa cria relações de dependência com os clientes que podem desencorajar as reclamações?
- Sua empresa tem algum exemplo de falha em produto ou serviço que acabou resultando em laços mais estreitos com o consumidor?
- Todos os empregados tentam vender uma imagem positiva de sua empresa enquanto estão resolvendo problemas dos clientes? Você mede regularmente estes custos e os divulga internamente para toda a empresa?
- Que informações você precisa de seus clientes para aju-

- dálos com os problemas que apresentam? Há alguma pergunta que você faz aos clientes que reclamam que poderia deixar de ser feita? Alguma de suas perguntas irrita os clientes?
- Com que frequência você telefona para os clientes que fizeram alguma reclamação para verificar se estão satisfeitos com a solução que a empresa apresentou? Quem mantém os registros dessa atividade?
- Seu pessoal tem treinamento adequado para lidar com clientes visivelmente enfurecidos? Eles sabem como não levar o comportamento acusatório dos clientes para o lado pessoal?
- As pessoas que atendem no caixa entram em sintonia com toda a fila que se forma à sua frente? Como é seu pessoal em relação à personalização do comportamento com os clientes?
- As pessoas em sua empresa usam o feedback umas das outras como base para o crescimento e desenvolvimento pessoais? Quanta energia é gasta nos conflitos entre empregados simplesmente porque eles não se sentem confortáveis ao lidar com críticas pessoais?
- A cultura de sua empresa estimula as pessoas a pedirem desculpas?

VOCÊ DEIXARIA ALGUÉM QUE NEM CONHECE FAZER MAU USO DO SEU DINHEIRO, DURANTE 4 ANOS?

pulsepropaganda.com.br

Isso é votar.

Quando você vota, seu candidato ganha o poder de fazer o que bem entender com o dinheiro público, que também é seu. Então pense, analise e conheça bem seu representante e, se eleito, cobre dele, é direito seu.

Vote consciente para não se arrepender.

CORRIGE

CONFIRMA



Realização

ACIG 
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE GUARAPUAVA

ANIVERSARIANTES - SETEMBRO

EMPRESA	FUNDAÇÃO	EMPRESA	FUNDAÇÃO	EMPRESA	FUNDAÇÃO
ACADEMIA VIGOR	01/09/1994	GOLDEN TREE	01/09/1999	PIETROBON E CIA LTDA	01/09/2008
ADVANTAGE CONSUL. EM INFORMÁTICA	25/09/2003	GRAFITE PAPELARIA	26/09/2011	PNEUFORTE RECAPAGENS LTDA	16/09/1995
AGRÍCOLA ESTRELA	01/09/1987	GUARAVEL RENT A CAR	14/09/1992	POSTO CIDADE	01/09/2001
ANGEL SOM LTDA	09/09/1996	HARBOR BARONI GUARAPUAVA	14/09/2011	PRISMA IMOBILIÁRIA	02/09/2010
ANJO SAPECA - BERÇÁRIO E ED. INFANTIL	16/09/2008	HOTEL VALE DO JORDÃO	01/09/1995	R. RAMOS	09/09/2009
ANTOMAD	15/09/1991	IANIKI COSMÉTICOS	12/09/2011	RÁDIO T FM	20/09/2004
ATALAIA PALACE HOTEL	11/09/1970	IMOBILIÁRIA D.M. LTDA	01/09/1983	REFRICENTRO - REFRIG. CENTRO OESTE	01/09/1996
AUTO ESCOLA BARÃO	10/09/2003	JOÃO BATISTA GOUVEIA-COR.IMÓVEIS	16/09/1997	SEVEN VÍDEO LOCADORA	03/09/2003
AUTO PEÇAS NOVO MILÊNIO	02/09/1999	KOPANSKI COM. BICICLETAS	01/09/1976	SIMEX MÁQUINAS AGRÍCOLAS	26/09/1995
BABUSKA MODAS	01/09/1992	KUKA MALUKA	10/09/2002	SÔNIA T. PAZ -CONTADORA	01/09/1988
BELLA	01/09/2001	L. G. DISTRIBUIDORA	01/09/1994	SUPER TELA	29/09/1998
BELLA DIVA LINGERIE	10/09/2007	LEVE CALÇADOS	01/09/2000	SUPERMERCADO EDINARA	03/09/1973
BROT E CAFÉ	02/09/2008	LFG REDE DE ENSINO LUIZ FLÁVIO GOMES	01/09/2003	T & T SEDUÇÃO	11/09/1995
CARTUCHOS.COM	23/09/2002	LOJA CAMPONESA	01/09/2000	TELHAS MADRI	21/09/2010
CASA DAS PERSIANAS	23/09/2011	LOJA IZE MODAS E CONFECÇÕES	01/09/2001	TORRE FORTE - SEG. E MEDICINA DO TRAB.	15/09/2009
CATU MÓVEIS	14/09/2006	LOJA NSA. SRA. APARECIDA	23/09/1975	UNIMAX SUPERMERCADO	15/09/1979
CCBEU	26/09/1986	MECÂNICA PAMELI LTDA	14/09/1987	VESTE BEM	21/09/2010
CELPAC IND. E COM. LTDA	23/09/1980	MECAR PEÇAS E SERVIÇOS	17/09/1993	WORLD TENNIS GUARAPUAVA	14/09/2010
CENTRAL CARTUCHOS	20/09/2001	MEGASUL	01/09/1996		
COMERCIAL OESTE S/A	09/09/1960	MH EVENTOS	28/09/2011		
CURSO FMB GUARAPUAVA	30/09/2010	MINI PREÇO	15/09/2005		
D'AZ UTILIDADES	02/09/1996	MIX SUPERMERCADO	15/09/2009		
EDITORA PÃO E VINHO	01/09/1998	MÜLLER MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	01/09/1992		
ELCCO - MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO	25/09/1989	ODONTO ART	08/09/2009		
EMAQ LOCAÇÃO DE EQUIPAMENTOS	05/09/2011	ODONTO EXCELLENCE	01/09/2009		
ESPECTRO SHOP	11/09/2007	ORANGE	23/09/2008		
ESTRELA MATERIAIS CONSTRUÇÃO	01/09/1992	ÓTICA OCULAR	01/09/1986		
FACULDADES CAMPO REAL	24/09/1998	PANIFICADORA CRISTAL	22/09/2006		
FIAT VERITÀ	20/09/2005	PARAÍSO COSMÉTICOS	01/09/2000		
GAÚCHA PNEUS	19/09/1984	PENÉLOPES MODAS E ACESSÓRIOS	27/09/2011		

NOVOS ASSOCIADOS - AGOSTO - 2012


EMPRESA	ADESAO
ART E FESTAS - FOR KIDS	15/08/2012
ARTEVISION COMUNICAÇÃO VISUAL	18/07/2012
BICICLETARIA VENEZA	08/08/2012
BODEGÃO TEM TUDO	01/08/2012
EMAQ LOCAÇÃO DE EQUIPAMENTOS	15/08/2012
FLORICULTURA HAUS HOM	08/08/2012
JOELMA OLIVEIRA CENTRO DE BELEZA	22/08/2012
MARIA BONITA - LOJA 2	01/08/2012
PNEUMANIA	01/08/2012

Uma grande empresa se faz com muita energia, conheça a nossa.


▲ Instalação ▲ Projetos ▲ Consultoria



Iluminação Industrial e comercial



Construção e manutenção de redes de distribuição



Cabines semi-enterradas



Subestações Reabradas

▲ Av. Sebastião de Camargo Ribas, 1737 - Bonsucesso
(42) 3624-2748 | www.megasul.net | Guarapuava-Pr



MEGASUL
ENERGIA • INSTALAÇÕES E MATERIAIS



RECEITAS FEDERAL E ESTADUAL

QUEREM FACILITAR O TRABALHO DO CONTADOR E SE APROXIMAR DO CONTRIBUINTE

Muita gente não sabe, mas pode resolver pendências e fazer serviços junto à Receita Federal através da internet. A Receita Federal de Guarapuava atende a 15 municípios da região e, devido à falta de conhecimento sobre todos os serviços oferecidos online, muitas pessoas se deslocam até a agência para realizar o que poderia ter sido feito pela internet, de qualquer lugar. Além disso, a Receita tem percebido a necessidade de os empresários saberem acessar processos relacionados à sua empresa, sem depender do trabalho do contador, pois se trata de um assunto de seu interesse. A Receita Estadual compartilha desta ideia. Por isso, em reunião realizada na Acig pelo Conjove Guarapuava (Conselho do Jovem Executivo), as Receitas sugeriram uma parceria para a divulgação dos serviços oferecidos online, facilitando o dia-a-dia de todos.

“Devido à importância que os serviços oferecidos no portal alcançaram, atualmente todos os contabilistas o conhecem e o utilizam. Agora, a Receita Estadual tem trabalhado para despertar o mesmo interesse no empresariado, oferecendo serviços

voltados para sócios”, conta José Clodoaldo Munhoz, auditor fiscal da Receita Estadual em Guarapuava. A Receita quer que os empresários acompanhem a situação da empresa perante o fisco estadual e, para isso, os incentiva para que se tornem usuários do ambiente restrito, chamado Receita PR.

A Receita Federal também considera importante que empresários estejam a par de seus processos. “Por mais que não seja o empresário que faça as operações, ele pode acompanhar se a empresa dele está com débito, acompanhar certidão negativa para alguma licitação, coisas desse gênero. Também pode pedir restituição, despacho rescisório, retirar cópia de declaração, solicitar parcelamento de débitos e consultar débitos inscritos em dívida ativa da União”, explica Roberto Cubas Cesar, analista tributário da Receita Federal. Cubas conta ainda que a tendência, principalmente com relação à pessoa jurídica, é de que o atendimento presencial diminua drasticamente, porque a Receita pretende, futuramente, que não haja mais atendimento presencial para os serviços disponíveis na internet. ▶

RECEITA FEDERAL

O Portal ECAC (Centro de Atendimento ao Contribuinte Eletrônico) funciona 24 horas por dia, sete dias por semana. A pessoa física pode entrar através de um código de acesso. Não é necessário possuir certificado digital, mas o serviço é limitado. Para gerar o código de acesso, é preciso cadastrar algumas informações para preservar o sigilo fiscal. São informações como CPF, data de nascimento, número do recibo das declarações e outras. A pessoa jurídica optante pelo lucro real ou presumido só pode acessar os serviços do ECAC, obrigatoriamente, através de certificação ou procuração digital.

Pelo portal ECAC, além de verificar a situação da pessoa jurídica, é possível visualizar processos tributários, tirar cópia de declaração de pessoa jurídica, ou de imposto de renda. Também é possível acessar o cadastro, alterar o endereço, fazer cadastro de INSS, conseguir comprovante de situação fiscal para saber se tem débito perante a justiça federal e consultar processos digitais. Caso queira, o contribuinte pode deixar de receber os avisos

pelo correio para receber via e-mail.

Os serviços disponíveis pelo ECAC são os não previdenciários, mas a tendência é de que estes serviços sejam incluídos no ECAC. Atualmente, os serviços previdenciários estão disponíveis em outro sistema.



Home do site da Receita Federal

RECEITA ESTADUAL

Na área pública do portal, onde não há necessidade de acesso especial, estão disponíveis os serviços de parcelamento de IPVA, emissão de guias de ICMS, IPVA, ITCMD e taxas, Certidão Negativa, downloads de programas, consultas à legislação, a protocolos e ao cadastro de empresas. Na área com acesso mediante chave e senha, empresários e contabilistas podem realizar serviços como consultas e cálculo de débitos de ICMS, solicitação de impressão de documentos fiscais e emissão de notas fiscais avulsas, pedidos de inscrição e alterações cadastrais, parcelamentos de ICMS e preenchimento online de declarações e demonstrativos.

Para ter acesso a todos os serviços, o interessado deverá se tornar usuário do Receita PR, nome dado ao portal de serviços da Receita Estadual. O cadastro é feito na internet, mediante o preenchimento de um formulário eletrônico e posterior encaminhamento, pelo correio, do termo de adesão devidamente assinado. Após homologada a solicitação, o usuário receberá uma chave e senha para acesso aos serviços. O cadastro é feito no endereço <http://www.fazenda.pr.gov.br>, menu de serviços "ReceitaPR", sub-menu "tornar-se usuário".

Segundo o auditor fiscal da Receita Estadual em Guarapuava, o órgão tem se empenhado para que somente em casos específicos seja necessária a presença do contribuinte em uma repartição fiscal. Em ambos os portais o linguajar é acessível.



Home do site da Receita Estadual



Arquivo Pessoal

A MENINA DO VALE

BRASILEIRA BEL PESCE REVELA EM SEU LIVRO RECÉM-LANÇADO COMO O VALE DO SILÍCIO, NOS ESTADOS UNIDOS, É INSPIRAÇÃO PARA EMPREENDEDORES DE SUCESSO

Duas graduações e três cursos compactos pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT), passagens pelo Google e Microsoft e hoje dona da própria empresa, no Vale do Silício, reduto da tecnologia mundial. Bel Pesce, com apenas 24 anos, é a dona do currículo invejável. E é justamente a pouca idade que a paulistana radicada nos Estados Unidos pretende desmistificar no primeiro capítulo do seu livro, *A menina do Vale – Como o empreendedorismo pode mudar sua vida*, lançado este ano.

Para Bel Pesce, não importa idade se a pessoa realmente quer empreender. Ela dá exemplos de empresários bem-sucedidos que começaram seus negócios em diferentes fases da vida, como Ray Croc que, aos 52 anos, iniciou a expansão da Rede Mc Donald's; os irmãos Catherine e Dave Cook, que criaram (quando ainda estavam no ensino médio) o aplicativo My Year Book, adquirido depois pela rede social Quepasa por cem milhões de dólares.

A trajetória de Bel Pesce é surpreendente, principalmente quando se leva em conta a forma inusitada como ingressou no MIT, o principal instituto de tecnologia dos Estados Unidos. Garota de classe média paulistana, apaixonada por matemática, ganhou bolsa de estudos para fazer o ensino médio em uma boa escola particular de São Paulo. Sonhava em estudar no Instituto Tecnológico da Aeronáutica (ITA), quando descobriu que não era preciso ser cidadão americano para se

candidatar a uma vaga no MIT.

Faltavam apenas 20 dias para encerrar o prazo de um processo que demora meses e envolve várias etapas, como entrevista, cartas de recomendação, provas de matérias, redação. A chance era mínima, mas para ela, se há uma probabilidade, mesmo que seja pequena, vale a pena tentar. Era 2006 e a menina passou na primeira tentativa, depois de enfrentar situações de forte estresse, como convencer um brasileiro representante do MIT a entrevistá-la mesmo depois de terminado o prazo.

A moça descobriu onde o ex-aluno da universidade americana morava, colocou em uma caixa todos os seus diplomas e certificados que, acreditava, ajudariam no processo e ficou por 20 minutos em frente à porta do homem convencendo-o a ajudá-la. Obviamente, ele cedeu aos apelos da jovem. “Naquela hora eu aprendi: nunca desista, tem sempre um jeito”, afirma.

A aprovação no MIT, o tempo que passou no campus da conceituada instituição e o trabalho no Vale do Silício serviram de inspiração para uma frase que Bel Pesce faz questão de estampar com destaque na sua página na internet e que lhe serve como um mantra: “Sonhe o impossível. Faça acontecer”. A jovem trabalhou no próprio MIT para pagar a universidade e aproveitou intensamente a vida acadêmica. Conseguiu duas graduações, Engenharia Elétrica e Ciências da Computação, e três diplomas de cursos compactos: Administração, Economia e Matemática. Além de fazer aulas bem inspiradoras e dife-▶



rentes dos outros estudantes de Engenharia, como Japonês, Coreografia e Música.

Conquistar um currículo como esse no MIT exigiu grande esforço, pois, enquanto um aluno do instituto faz em média quatro matérias por semestre, ela chegou a fazer 13 disciplinas por semestre. “Não tenho nada de especial. Só determinação e iniciativa”, justifica.

FAÇA ACONTECER

Foi graças a um trabalho no MIT que Bel Pesce descobriu a paixão pelo empreendedorismo. Aos 19 anos, ela participou de uma competição em equipe chamada MIT 100K, concorrendo com um projeto para aumentar a cobertura de telefonia celular na área rural da África. A proposta não ganhou prêmio, mas a moça descobriu como era bom criar um produto, formar e motivar um time e trabalhar duro e com entusiasmo para fazer acontecer.

Ainda na faculdade, Bel trabalhou em empresas que fazem parte do sonho de muita gente: Microsoft e Google. Na Microsoft, a brasileira trabalhou quando tinha apenas 19 anos, fazendo parte de um setor que se dedica a inovações relacionadas à produtividade. Chegou a liderar uma equipe e administrar projetos do começo ao fim. No Google, atuou no setor de pesquisas para inovar os sistemas do Google Translate.

Essa experiência a ajudou a formatar seu próprio grande sonho: empreender no Vale do Silício, região da Califórnia, Estados Unidos, que reúne empresas com inclinação para inovar em tecnologia. “Sou doida por esse lugar. É apaixonante”, resume. Com os diplomas do MIT na mão, desistiu de um mestrado para trabalhar na Ooyala, plataforma de vídeo digital. Depois, aos 23 anos e em sociedade com dois empresários latino-americanos, fundou a empresa Lemon, que produz um aplicativo de telefone celular utilizado para organizar as finanças. Após três meses do lançamento, a Lemon já contava com um milhão de usuários.

Para Bel Pesce, empreender envolve “trabalhar pesado, se possível com muito amor”. A trajetória de sucesso em tão pouco tempo não tira a humildade da paulistana. “Estou construindo a minha história. Preciso aprender muita coisa”, diz. Mas ela quer transmitir as lições que aprendeu no MIT e no Vale do Silício e esse desejo virou mais um empreendimento, o e-book *A menina do Vale – Como o empreendedorismo pode mudar sua vida*, disponibilizado gratuitamente pela internet. Com ele, Bel espera ajudar jovens (ou não tão jovens) a buscar inspiração e soluções para a carreira. Na opinião dela, as lições que o Vale do Silício ensinaram podem ser aplicadas em qualquer lugar do mundo. 📖

(Texto produzido pela jornalista Adriana De Cunto para a Revista Soluções, do Sebrae/PR)

LIÇÕES VALIOSAS

A menina do Vale – Como o empreendedorismo pode mudar a sua vida é dividido em 18 capítulos. Qualquer pessoa pode baixá-lo gratuitamente pela internet acessando o site www.ameninadovale.com. A seguir, alguns trechos das lições inspiradoras de Bel Pesce:

IDADE – “Se você realmente sonha em empreender, a sua idade não importa. O que importa é ser extremamente apaixonado por solucionar problemas e melhorar as vidas das pessoas, e estar disposto a trabalhar arduamente para fazer as coisas acontecerem. O que importa é entender que, às vezes, nem tudo sairá como você espera, e estar sempre pronto para aprender e tentar novamente.”

INSPIRAÇÃO – “Ao longo da sua vida, ter a quem admirar ajuda a se manter focado nas conquistas que realmente importam. Além disso, pessoas admiráveis em geral mostram horizontes muito amplos e fazem com que você não limite as suas ambições. (...) Pessoas que admiro me ajudam a ver que posso e devo sonhar alto. Ao entender o que eu admiro nelas, acabo conhecendo-me muito melhor e entendendo o que realmente importa para mim.”

DIFICULDADES – “Começar uma empresa é uma experiência emocionante, mas não é fácil. Constantemente, você estará dormindo poucas horas, trabalhando intensamente e, ainda assim, as coisas, muitas vezes, não sairão conforme o planejado. (...) Algo que ajuda muito nesses momentos de agonia é simplesmente conversar com outras pessoas (...). Se você pedir opiniões para as pessoas certas, é bem possível que alguém que tenha tido um problema semelhante ao seu possa ajudá-lo a seguir na direção certa.”

EQUIPE – “A importância de ter uma boa equipe é inestimável. As ideias vêm e vão. Você pode encontrar dezenas e dezenas de novas ideias em questão de horas. (...) Os membros de sua equipe precisam ser extremamente apaixonados por construir uma empresa.”

EXPERIÊNCIA – “Recentemente, aprendi que, juntamente com trabalho árduo e paixão, há algo que faz com que você cresça muito mais rapidamente: conselhos pertinentes. (...) Vale muito a pena procurar pessoas que passaram por algo semelhante ao que você está vivenciando agora. Encontre-se com essas pessoas, conte a sua história e alguns de seus planos para elas. Peça conselhos. Não tenha medo de mandar e-mails para pessoas que você ainda não conhece pessoalmente. Além disso, certifique-se de manter contato e cuidar muito bem desses seus mentores.”

ERROS – “Mesmo as pessoas mais trabalhadoras e inteligentes ainda cometem vários erros. Aliás, em geral, as únicas pessoas que não cometem erros são aquelas que não estão correndo riscos suficientes. Como empreendedor, você terá que aprender a lidar com alguns fracassos. Muitos fundadores de sucesso são capazes de aprender rapidamente com os erros. Esta é a chave.”

NETWORKING – “O networking está no coração do Vale do Silício e é responsável por grande parte do que a região é hoje. Ser bom em conectar pessoas pode ajudá-lo a encontrar um parceiro de negócios, um mentor e um advogado.”

DESÂNIMO – “O maior risco é aceitar ‘não’ como resposta quando o ‘sim’ é uma possibilidade.”

ZONA DE CONFORTO – “As pessoas geralmente adoram comodidade, o que as faz continuar a viver a vida do mesmo jeito, dia após dia. Muitas pessoas evitam mudanças, e se apegam a seus hábitos diários, sempre fugindo do desconhecido. No entanto, ao fazer isso, elas acabam fechando as portas para aventuras emocionantes.”

INICIATIVA – “É ótimo conseguir tudo o que os outros esperam de você. Mas é sensacional quando você vai completamente além das expectativas. A melhor maneira de surpreender as pessoas é tendo iniciativa. Não tenha medo de pensar de modo diferente ou iniciar seus próprios projetos. Comece agora, não espere até alguém lhe pedir algo.”

COOPERATIVISMO: DESENVOLVIMENTO POR MEIO DA COOPERAÇÃO

JOSÉ SALVINO DE MENEZES - PRESIDENTE DO SICOOB CONFEDERAÇÃO



Uma alternativa para o desenvolvimento sustentável está em evidência no cenário mundial: o cooperativismo. A Organização das Nações Unidas (ONU) elegeu 2012 como o Ano Internacional das Cooperativas, com o slogan *Cooperativas constroem um mundo melhor*. O objetivo é despertar o interesse e sensibilizar o governo e a sociedade sobre o papel das cooperativas para o desenvolvimento socioeconômico e das comunidades onde atuam, bem como destacar a importância da criação de políticas que contribuam para o crescimento do setor.

O desenvolvimento do cooperativismo no Brasil e no mundo tem contribuído para a conscientização das pessoas sobre a importância da construção de uma sociedade mais equilibrada, sustentável e inclusiva. A cooperação mútua entre os indivíduos desempenha papel fundamental na consolidação de perspectivas para a redução das desigualdades e a promoção do crescimento econômico das localidades onde atuam.


Cerca de um bilhão de pessoas, em mais de cem países, estão inseridas no cooperativismo. O cooperativismo de crédito brasileiro, por exemplo, exerce importante papel na inclusão financeira de mais de cinco milhões de cooperados, proporcionando a oferta de crédito àqueles que não têm acesso a esses recursos nas instituições financeiras convencionais.

No Brasil, existem mais de nove milhões de associados e mais de 6.500 cooperativas atuantes em 13 ramos de atividades

econômicas. No cooperativismo de crédito são mais de 1.100 cooperativas que oferecem aos seus associados um amplo portfólio de serviços e produtos financeiros com vantagens competitivas em relação ao mercado.

As possibilidades e as vantagens oferecidas pelo segmento de crédito cooperativo têm contribuído para o crescimento contínuo do setor nos últimos anos. Uma das maiores vantagens é o retorno dos investimentos aplicados na cooperativa em prol dos seus associados e das regiões em que estão inseridos. Os serviços oferecidos pelas cooperativas de crédito possibilitam a democratização do acesso a recursos financeiros e a oportunidade de crescimento qualitativo das sociedades.

Outra grande vantagem do segmento é a valorização do capital humano, pois as cooperativas de crédito são organizações formadas por pessoas que não visam o lucro e têm o objetivo essencial de atender às necessidades sociais e econômicas de cada um dos indivíduos que compõem a instituição, considerados também como sócios do negócio e com direito de participar das decisões da cooperativa.

Este ano é especial para todos os cooperativistas do mundo. Para que o setor se consolide de forma plena, cabe a nós o engajamento, com o intuito de disseminar a cultura cooperativista no Brasil e promover o desenvolvimento sustentável do país. Dessa forma, poderemos sonhar com uma sociedade mais democrática e inclusiva para todos. 

“ OS SERVIÇOS OFERECIDOS PELAS COOPERATIVAS DE CRÉDITO POSSIBILITAM A DEMOCRATIZAÇÃO DO ACESSO A RECURSOS FINANCEIROS E A OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO QUALITATIVO DAS SOCIEDADES. ”

ENERGIA ELÉTRICA

CARLOS HENRIQUE SILVESTRI LUHM
OAB/PR 44.187

RICARDO DOS SANTOS MASSOQUETI
OAB/PR 52.958



Inúmeras são as informações controvertidas a respeito da legalidade de cobrança de valores nas faturas de energia elétrica, as quais, inclusive, são objeto de cobrança em várias demandas judiciais.

Assim, o presente texto tem o escopo de tratar sobre a possibilidade ou não do repasse do Programa de Integração Social (PIS) e também da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins).

A 1ª Seção do Superior Tribunal de Justiça (STJ), em decisão unânime, firmou o entendimento de que é legítimo o repasse das tarifas de energia elétrica, a serem pagas pelos consumidores, do valor correspondente ao pagamento da contribuição ao PIS e da Cofins, incidentes sobre o faturamento das empresas concessionárias.

Referida decisão seguiu o rito dos recursos repetitivos e, sendo assim, o julgado passa a ter aplicação nas demais instâncias da Justiça brasileira, ou seja, tanto os juízes de primeiro grau como os desembargadores, seguindo a nova sistemática processual, deverão seguir tal entendimento.

Diversos Tribunais, entretanto, já haviam pacificado o entendimento de que a cobrança do PIS e da Cofins era ilegítima, condenando as concessionárias de serviço público a procederem à devolução dos valores cobrados indevidamente, em alguns casos, até em dobro. Contudo, faltava o STJ manifestar-se sobre o tema. Ao manifestar-se pela legalidade, o Superior Tribunal de Justiça colocou uma pá de cal em todas as pretensões ajuizadas pelos contribuintes, já que as instâncias inferiores deverão seguir tal entendimento.

Isto trará um impacto negativo, pois, provavelmente todos os contribuintes que têm ações ajuizadas deverão ver suas demandas julgadas improcedentes e, ainda, serão condenados a pagar as custas processuais e honorários advocatícios de sucumbência.

O voto do relator do Egrégio STJ foi no sentido de que “a tese defendida pelo consumidor parte de um pressuposto equivocado, qual seja, o de atribuir à controvérsia uma natureza tributária, com o fisco de um lado e o contribuinte do outro”. Para o ministro do STJ, Teori Zavascki, “a relação que se estabelece é de consumo de serviço público, cujas fontes normativas são próprias, especiais e distintas da tributária”.

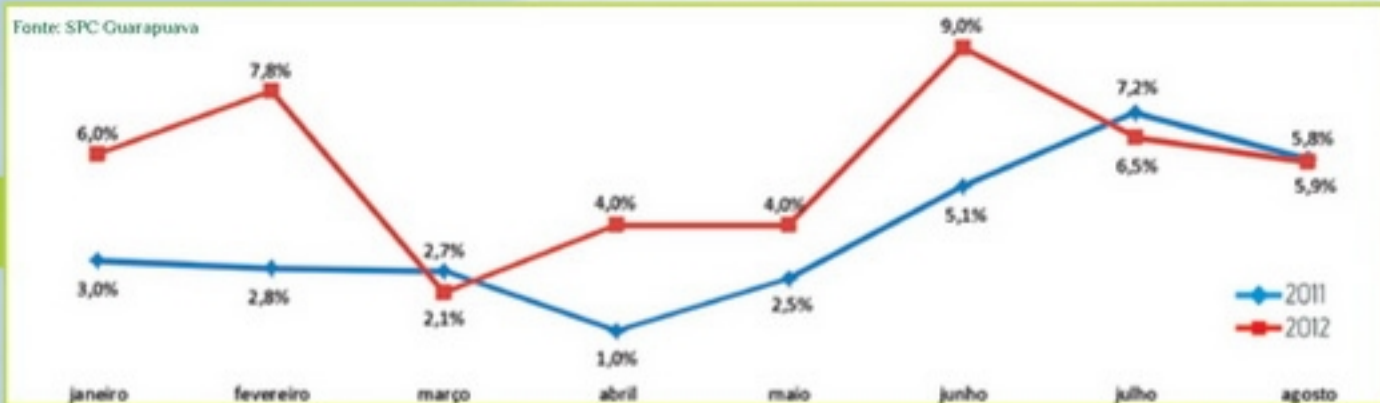
De acordo com o magistrado, “o que está em questão não é saber se o consumidor de energia elétrica pode ser alçado à condição de contribuinte do PIS e da Cofins – que a toda evidência não o é –, mas sim a legitimidade da cobrança de uma tarifa cujo valor é estabelecido e controlado pela Administração Pública e no qual foi embutido o custo correspondente àqueles tributos devidos ao Fisco pela concessionária”.

Em seu voto, o ministro, ao analisar o Recurso Especial n.º 1185070, ressaltou, ainda, o princípio contratual da manutenção do equilíbrio econômico-financeiro. O Ilustre Relator afirmou que alteração na forma de cobrança beneficia o consumidor, pois trouxe a possibilidade de que seus valores sejam fiscalizados não apenas pela Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel), mas por cada um dos consumidores, visto que passaram a ser cobrados de forma destacada nas suas faturas, a exemplo do que ocorre com o ICMS. 📌

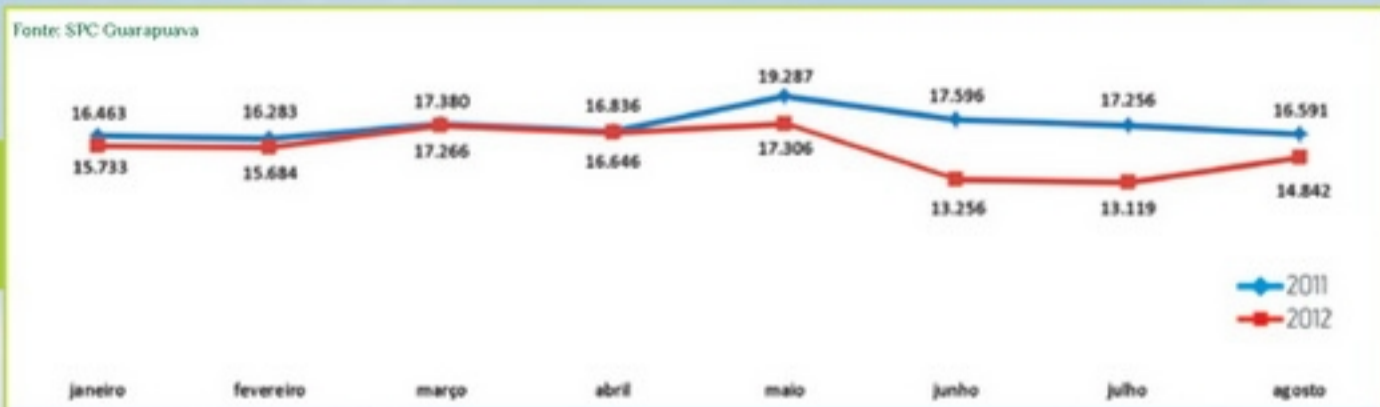
“
AO MANIFESTAR-SE
PELA LEGALIDADE,
O SUPERIOR
TRIBUNAL DE JUSTIÇA
COLOCOU UMA PÁ
DE CAL EM TODAS
AS PRETENSÕES
AJUZADAS PELOS
CONTRIBUINTES, JÁ
QUE AS INSTÂNCIAS
INFERIORES
DEVERÃO SEGUIR TAL
ENTENDIMENTO.
”

ÍNDICES

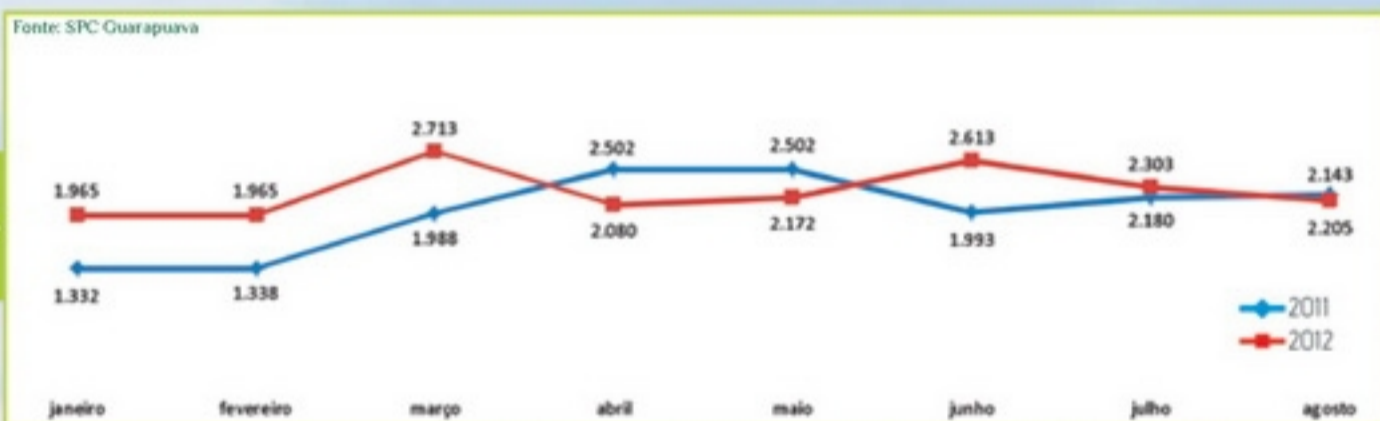
% INADIMPLÊNCIA
REF. BASE LOCAL



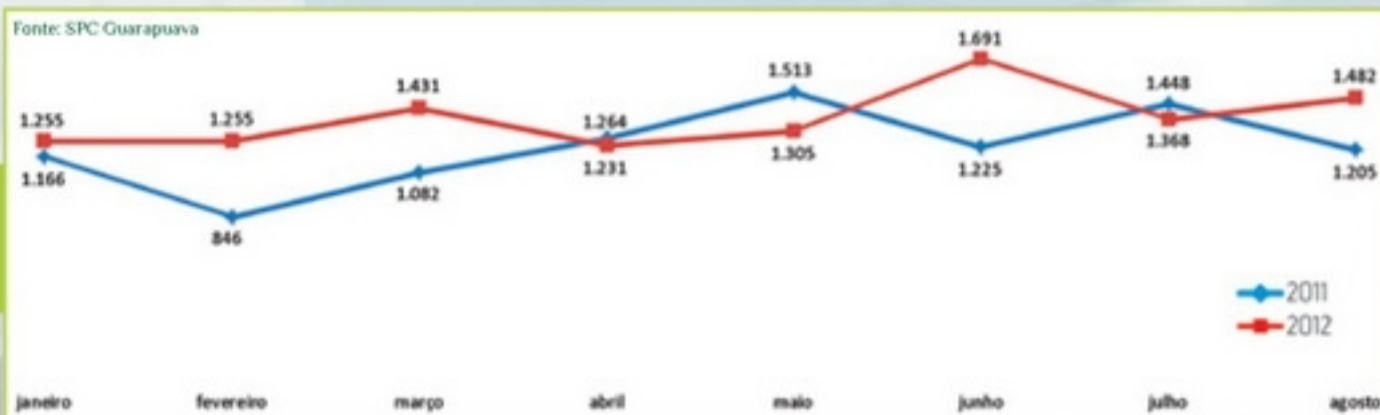
QUANTIDADE
CONSULTAS SPC
REF. BASE LOCAL



QUANTIDADE
INCLUSÕES SPC REF.
BASE LOCAL



QUANTIDADE
EXCLUSÕES SPC
REF. BASE LOCAL



CONSTITUIÇÕES DE
EMPRESAS E FILIAIS
EM GUARAPUVA



EXTINÇÕES DE
EMPRESAS E FILIAIS
EM GUARAPUVA



ACIG REALIZA PAINEL COM CANDIDATOS

Em agosto, Acig e Diário de Guarapuava, em parceria com Acig, Sociedade Rural de Guarapuava, Sindicato Rural de Guarapuava, Sistema Fiep, CDL (Câmara dos Dirigentes Lojistas), Concejug (Conselho de Cidadania, Ética e Justiça de Guarapuava), OAB e Lojas Maçônicas, organizaram um painel com os candidatos a prefeito de Guarapuava.

Em cinco blocos, os candidatos responderam a questionamentos do Diário de Guarapuava e das entidades sobre transporte, saúde, educação, estradas rurais, micro e pequenas empresas, dentre outros. O questionamento levado por Eloi Mamcasz, presidente da Acig, em nome da Acig e da CDL dizia respeito a Lei Geral da Micro e Pequena empresa, presente em 353 dos 399 municípios do Paraná. Guarapuava está entre as 46 cidades que ainda não regulamentaram esta lei.

Ao final dos questionamentos, as entidades entregaram uma carta com planos e sugestões aos candidatos, contendo as necessidades reais de cada classe. Alguns tópicos sugeridos pela Acig: compromissos para o desenvolvimento industrial, acessibilidade, combate ao comércio ilegal e a concorrência desleal das feiras de fora, avenidas marginais

em frente a BR 277, luta pela construção do ramal ferroviário de Guarapuava ao porto de Paranaguá, incentivo a microempreendedores. A carta de sugestões pode ser conferida na íntegra no site da Acig (www.acig.com.br)



Jaqueline Ribeiro

ACIG AGORA É PARCEIRA DA APRAS

A primeira palestra realizada por Acig e Apras (Associação Paranaense de Supermercados) serviu para consolidar parceria entre as duas entidades. A Apras já realizava palestras em todo o estado, e, a pedido de José Fernando Brecailo, presidente da Apras e segundo vice-presidente da Acig, firmou parceria com a associação comercial para que mais cursos sejam realizados no município.

Agora, Acig e Apras viabilizam palestra sobre gestão e controle de estoque, direcionada não só a mercadistas, mas a todo tipo de empresário. "Nós, da Apras, temos uma escola pronta, que existe há 12 anos dentro da área do varejo. O nível de nossas aulas é muito alto", afirma Andrea Luy, diretora da Academia Empresarial da entidade.



Jaqueline Ribeiro

ACIG ESTÁ NO FACEBOOK

Além de oferecer produtos e serviços para facilitar o dia-a-dia das empresas associadas, a Acig quer se aproximar cada vez mais dessas empresas. Nós já estávamos presente em sites de notícia, Diário de Guarapuava, em rádios e no site da entidade (acig.com.br), agora, marcamos presença também no facebook, rede social atualmente mais usada no Brasil. Lá você se mantém atualizado sobre nossos eventos, cursos e palestras, além de ter mais um canal direto para tirar suas dúvidas, nos dar sugestões e feedbacks sobre nossas ações. Adicione nosso perfil: facebook.com/GuarapuavaAcig e conheça nossas páginas: facebook.com/AcigGuarapuava e facebook.com/CursosAcig.





“AS PEQUENAS EMPRESAS POSSUEM VANTAGENS IMPORTANTES QUE PODEM E DEVEM SER USADAS EM SEU BENEFÍCIO.”

Allan Marcelo de Campos Costa é diretor-superintendente do Sebrae/PR

Davi contra GOLIAT

Tal como no episódio bíblico de Davi e Golias, imaginar que pequenas empresas podem sair vitoriosas na competição com grandes corporações pode parecer um objetivo inatingível à primeira vista. Entretanto, da mesma forma que o pequeno pastor derrotou o gigante usando inteligência e as condições existentes a seu favor, as pequenas empresas possuem vantagens importantes que podem e devem ser usadas em seu benefício. A seguir, cito algumas.

Velocidade – A estrutura enxuta e normalmente informal das pequenas empresas favorece enormemente a sua velocidade. Grandes empresas têm brutal dificuldade para reagir a mudanças no ambiente de negócios e para conseguir se posicionar, para aproveitar novas oportunidades. Pequenos negócios, ao contrário, podem se reposicionar rapidamente e estar prontos para “surfear novas ondas”, ou para explorar novas oportunidades em um piscar de olhos. O processo decisório é mais ágil e a disseminação das diretrizes por toda a empresa é mais efetiva.

Ambidestralidade – O conceito de empresas ambidestras é recente e, apesar da expressão difícil, simboliza empresas que conseguem, ao mesmo tempo, ser inovadoras e eficientes com processos estruturados. Parece simples, mas não é. Um dos pressupostos de organizações criativas e inovadoras reside num certo nível de caos e desorganização, já que este é um pré-requisito básico para a geração de ideias. Do outro lado, organizações que pretendem ser verdadeiramente eficientes precisam de processos formalmente estruturados, sistematizados e, geralmente, baseados em “melhores práticas”. Assim, fica evidente a dificuldade de conciliar as duas características. As grandes empresas têm investido milhões para se tornar ambidestras. Já nas pequenas, basta estar disposto. A concentração de funções em poucas pessoas,

característica de pequenos negócios, torna tudo mais fácil.

Colaboração – A realidade do ambiente competitivo torna quase impossível para grandes corporações colaborarem de forma efetiva. Salvo exceções, grandes empresas percebem empresas que atuam no mesmo setor como adversários mortais que devem ser, de alguma forma, aniquilados. No caso de pequenas empresas, existem várias oportunidades de colaboração com outras pequenas empresas.

Capacidade de improviso – Alguém consegue imaginar uma Toyota ou Coca-Cola improvisando? Controles rígidos e inflexíveis são uma característica inerente a grandes corporações, onde há, por natureza, uma certa aversão ao risco. Entretanto, o ambiente de negócios é cada vez mais dinâmico e apresenta desafios cada vez maiores e mais complexos. Aí está a oportunidade para os pequenos negócios.

Proximidade – Grandes empresas estabelecem relacionamento próximo com seus clientes na base dos call centers, em geral com atendentes mal preparadas e que apenas cumprem um papel “brilhante” no processo de afastar clientes. Aí está outra imensa oportunidade para pequenos negócios: criar intimidade e estabelecer um relacionamento verdadeiramente próximo com seus clientes.

As pequenas empresas não são vistas como receita de crescimento e competitividade nos países desenvolvidos por acaso. Entretanto, há um longo caminho a ser percorrido no Brasil. Se em países como Espanha e Itália a participação das pequenas empresas no PIB já atingiu índices de 50% e 55%, respectivamente, no Brasil ainda estamos estacionados em 20%. A observação e a exploração das oportunidades acima podem ajudar a contribuir para acelerar o desenvolvimento das nossas pequenas empresas. 🇺🇸

**Seu momento
é agora.**



faculdadeguairaca.edu.br | (42) 3622 2000

EXCLUSIV VAI SURPREENDER VOCÊ

18 DE SETEMBRO A PARTIR DÀS 10:00 HORAS DA MANHÃ

INAUGURAÇÃO da
SIERRA
MÓVEIS
em
GUARAPUAVA

exclusiv
interiores

RUA PE. CHAGAS 3776 - TEL: (42) 3035 7008
WWW.EXCLUSIVINTERIORES.COM.BR