

ELES QUEREM LHE DAR OS
PARABÉNS!
CONHEÇA OS RESPONSÁVEIS PELOS
CARTÕES DE ANIVERSÁRIO DA ACIG

CONJOVE
GANHADORES DO PRÊMIO
MÉRITO EMPRESARIAL SERÃO
CONHECIDOS ESTE MÊS

EMPREENDEDOR
EMERSON JOSÉ PASSOS,
O EMPRESÁRIO DE FORÇA DE VONTADE E FÉ



Edição 67 Ano 6 Julho 2013 Uma publicação da Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava

ACiG

SUA MARCA AQUI!

CAPA

PUBLICIDADE: GASTO OU INVESTIMENTO?

O DEBATE É ANTIGO E EXISTEM MUITOS FATORES A SER CONSIDERADOS. PROFISSIONAIS DA PUBLICIDADE ACREDITAM QUE O DINHEIRO QUE O EMPRESÁRIO DESTINA À PROPAGANDA SE TRATA DE INVESTIMENTO. PORÉM, SEM UM PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO, ELE PODE SE TORNAR MAIS UM GASTO



**IMOBILIÁRIA
CONSTRUTORA
GASPAR**

CRECI J-2155

A TRANQUILIDADE DE RESOLVER

TUDO EM UM LUGAR SÓ

**PAGUE AS SUAS
CONTAS SEM
FILAS!**

**Empréstimos
Consignados
com facilidade.**

TODAS AS FACILIDADES DA



DIRETO NA GASPAR!

**AGILIZAMOS
A APROVAÇÃO
DO SEU CRÉDITO,
TORNANDO
MUITO MAIS RÁPIDO
TODO O PROCESSO DE
FINANCIAMENTO
DO SEU IMÓVEL.**

- Pré-abertura de contas;
- Financiamento Imobiliário;
- Empréstimos;
- Consórcios;
- Cartão de Crédito;
- Pagamentos;
- Recebimentos;
- Saque;
- Depósitos.



e-mail: gaspar@imobiliariagaspar.com.br

FONE: 3623-4074
RUA PADRE CHAGAS, 3636

Seguro Residencial

mais tranquilidade.

Oferecemos soluções mais adequadas para
você proteger tudo que é importante na
sua vida.



Sicredi
Terceiro
Planalto



VOCE
PODE
GANHAR
CAMINHONETE
L200

Promoção Faça parte dessa história!

**GENTE
QUE
COOPERA
CRESCER.**



Procure uma unidade de atendimento.

sicredi.com.br

PUBLICIDADE: GASTO OU INVESTIMENTO?

CAPA
16

PROPAGANDA É GASTO OU INVESTIMENTO? PODE SER MAIS UM GASTO; OU PODE SER UM EXCELENTE INVESTIMENTO, SE O EMPRESÁRIO CONTAR COM PROFISSIONAIS PREPARADOS QUE IDEALIZEM E COLOQUEM EM PRÁTICA UM PLANO DE COMUNICAÇÃO ADEQUADO ÀS NECESSIDADES DA EMPRESA



EU AMO MINHA MÃE
CONHEÇA OS GANHADORES DA
CAMPANHA DE DIA DAS MÃES ACIG

15

CONJOVE
VENCEDORES DO PRÊMIO MÉRITO EMPRESARIAL
SERÃO CONHECIDOS ESTE MÊS

20

CEME
CONSELHO EMPRESARIAL DA MULHER EXECUTIVA DE
GUARAPUAVA SEGUE ATUANTE

23

ASSOCIATIVISMO
ACIG PARTICIPA DE MISSÃO TÉCNICA NA ARGENTINA

24

INCLUSÃO SOCIAL
ELES QUEREM LHE DAR OS PARABÉNS!
CONHEÇA OS RESPONSÁVEIS PELOS CARTÕES DE
ANIVERSÁRIO DA ACIG

26

ASSOCIADO EM DESTAQUE
EMPRESA ASSOCIADA DA ACIG RECEBE
PREMIAÇÃO INTERNACIONAL

28

SEÇÕES

ACIG 07
INTEGRACIG MAIO

COLUNA EMPRESARIAL 08
OS ACONTECIMENTOS DO MEIO EMPRESARIAL

NOVOS SÓCIOS 09
A ACIG RECEBE SEUS NOVOS ASSOCIADOS

VOCÊ, EMPRESÁRIO 10
MINHA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO

ACIG 11
NOVOS SÓCIOS E ANIVERSARIANTES
DO MÊS DE JUNHO

EMPREENDEDOR 12
EMERSON JOSÉ PASSOS,
O EMPRESÁRIO DE FORÇA DE VONTADE E FÉ

ACIG 19
NOVOS SÓCIOS E ANIVERSARIANTES
DO MÊS DE JULHO

ACIG 30
INTEGRACIG JUNHO



SoftGRAF®

Cursos avançados e informática

Apresenta treinamentos em:

Autodesk Revit



- ◆ Desenvolva os seus projetos com mais vida e realismo
- ◆ Apresente seu projeto em 3D e encante seus clientes

Microsoft Excel

Aumente o controle da sua empresa, gerencie com maior precisão e torne sua empresa mais lucrativa



- ◆ Controle de caixa e financeiro
- ◆ Controle de metas
- ◆ Controle de estoque

(42) 3035-4290

www.softgraf.com

Rua Barão do Rio Branco, 1152 - Centro - 42 3035-4290 - Guarapuava PR

Autodesk

Centro Certificador

Agende sua certificação

PALAVRA DA DIRETORIA

Há mais de 10 anos participo da Acig e, em todos esses anos, foram notórias as mudanças que ocorreram em nossa entidade. Até pouco tempo, o objetivo maior da associação era unir o comércio pelo SPC para minimizar as perdas com as vendas a prazo. Hoje, com sede própria, treinamentos constantes de seus colaboradores, número de associados crescendo todos os dias, vários cursos e treinamentos oferecidos através de parceiras com entidades e institutos, a Acig tem sua administração voltada para você, associado. Procuramos atender todos os aspectos que sua empresa necessita, ajudando principalmente o pequeno e o microempresário a alavancar e a desenvolver seu negócio.

Hoje, a Acig é referência no estado, possuindo representante na Federação das Associações Comerciais e Empresárias do Paraná; teve participação relevante na construção das marginais da BR-277, fazendo reuniões com políticos e empresários de nossa cidade; participa de vários conselhos de nossa cidade como Comutra, Concejug, Conseg, Conselho dos Consumidores de Energia Elétrica da Rede Força e Luz do Oeste, dentre outros.

Mas, em todos esses anos, algumas coisas não mudaram, como a participação dos empresários e da sociedade. Em todos os conselhos de que a Acig participa é comum encontrarmos pessoas que participam em dois, três ou mais conselhos e, constantemente, tenho que responder perguntas como: “O que você ganha participando da Acig?”. Parece que as pessoas não acreditam que fazemos um trabalho voluntário, sem pensar em retorno financeiro. Temos de mudar a mentalidade de que devemos levar vantagem em tudo. Como empresário, questiono o que é que nós estamos fazendo para melhorar esta situação? Será que estamos remunerando corretamente nossos colaboradores? Estamos tratando nossos clientes da forma que eles merecem, com produtos de qualidade, sem juros abusivos? E a concorrência? Será que vemos como nossos “inimigos” ou como nossos motivadores para cada vez mais nos superarmos, buscando nosso aperfeiçoamento? E quanto à sociedade? Será que não temos o que contribuir? Devemos esperar que outras pessoas busquem as mudanças por nós? Enfim, vivemos um momento de reflexão, um momento em que todos nós devemos rever nossos valores.

Oronil Oliveira Júnior,
Vice-diretor de Finanças e Orçamento



DIRETORIA EXECUTIVA

PRESIDENTE	Eloi Laércio Mamcasz
1º Vice-Presidente	Ruival Kasczuk
2º Vice-Presidente	José Fernando Brecaillo 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	Oronil 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

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

CONSELHO DO JOVEM EXECUTIVO

PRESIDENTE	Emanuel Rosetti
CONSELHEIROS	
Davisso Westphal	Flávio Antonio Sichelero
Eduardo Christ	Lúcio Zanco Júnior
Emerson Theodorovicz	Marcos Borges
Fernando Volanin	Marcos Henrique Adriano

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

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 Positiva

PROJETO GRÁFICO
Rogério Zangelmi

TIRAGEM DESTA EDIÇÃO
1.500 exemplares

CAPA
Pulsar Propaganda

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
acig@acig.com.br

CONTATO COMERCIAL
Kelly Aparecida Soares
(42) 3621-5575
comercial@acig.com.br

Guarapuava - Paraná

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

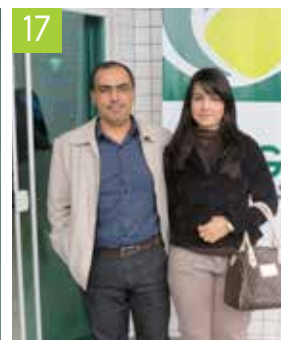
Fale com a ACIG:

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 MAIO** A ACIG RECEBEU ASSOCIADOS PARA UM CAFÉ DA MANHÃ COM A DIRETORIA, CONSELHEIROS E GERENTES. O **INTEGRACIG** É OFERECIDO TODO MÊS ÀS EMPRESAS ANIVERSARIANTES E NOVOS SÓCIOS. VEJA QUEM ESTEVE PRESENTE E FOI FOTOGRAFADO.

- 1 - Alice Bilek Sell e Jacson Sell (Auto Peças Bonsucesso)
- 2 - Ana Paula Spak (Guarapet)
- 3 - Guaracy Ribas (Evolução) e Esthela Leal (SuperInformado)
- 4 - Karina Hartinger Kulka (Kamack Metalúrgica)
- 5 - Maria Inês Guiné e Kerlim Zimmer (Revista + Saúde)
- 6 - Osmar Keller, Eunice Keller (Floricultura Haus Hom), Sandra Hyczy e Leni Cunico (Sandra Hyczy Fotografia)
- 7 - Mauri Pedroso (MP Corretor de Imóveis), Maria Inês Guiné e Paulo Reckziegel (Datasiqa)
- 8 - Marcos de Paula e Bruno M. Aggio (Unimed)
- 9 - Davisson Westphal (Hawes Comercial)
- 10 - Emerson Jose Passos (Cachorrão Prensado)
- 11 - Flavio Antonio Sichelero (Epax)
- 12 - Maria Inês Guiné e Cristina Esteche (Rede Sul de Notícias)
- 13 - Helena Kruger e Luciana Queiroga Bren (Sindicato Rural)
- 14 - Maria Inês Guiné e Rosana Obal (Protec)
- 15 - Loren D'Angelo (Vico Farma)
- 16 - Eloi Mamcasz e Cecilio Max Lira Batista (Pizza Rock)
- 17 - Alessandro Rodrigues e Aline Cristina Mariano (Comercial Greenmatic)
- 18 - Mauro Roza (Musa) e Eloi Mamcasz

Fotos: ACIG





EVENTOS EM DESTAQUE

1 - EM JUNHO, A DPASCHOAL COMEMOROU 64 ANOS DE ATIVIDADES

2 - EM MAIO O SENAP RECEBEU O SELO DE QUALIDADE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO. A PREMIAÇÃO ACONTECEU EM CERIMÔNIA SOLENE NA SOCIEDADE HEBRAICA DE SÃO PAULO

3 - MARIA ALICE MOLENDAS PROPRIETÁRIA DA D'ALICE CHOCOLATES, ESTEVE PRESENTE COM SUAS DELICIOSAS TRUFAS, NA INAUGURAÇÃO DA BOUTIQUE DE FLORES.

4 - MODAS JOLIE PRESTOU HOMENAGEM ÀS MÃES COM DESFILE DA COLEÇÃO OUTONO INVERNO 2013, QUE ACONTECEU EM UM CHÁ BENEFICENTE

5 - NO DIA MUNDIAL DO MEIO AMBIENTE, ALUNOS DO COLÉGIO ADVENTISTA ENTREGARAM FLORES AOS VIZINHOS

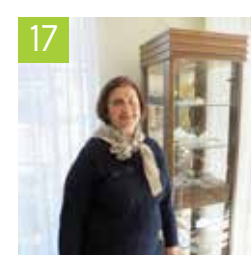
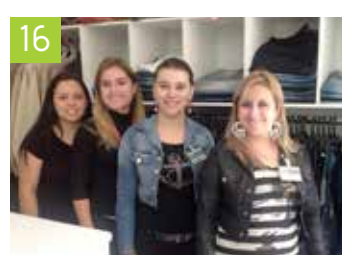
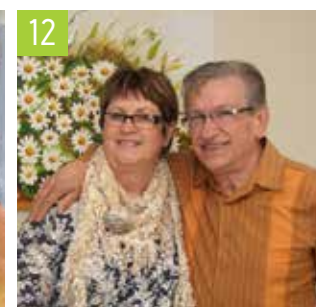
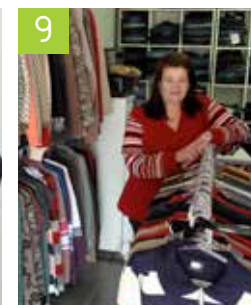
6 - PARA COMEMORAR OS 10 ANOS DE ATIVIDADES, A SCARPE INAUGUROU, EM MAIO, O 'ESPAÇO EXTERNO SCARPE'



ESTES SÃO OS MAIS NOVOS ELOS DE NOSSA CORRENTE ASSOCIATIVISTA.

SEJAM TODOS BEM-VINDOS À ACIG!

- 1 - EQUIPE DO CACHORRÃO PRENSADO
- 2 - KASSIAN HENRIQUE HORST (REALIZA VEICULOS)
- 3 - ALINE E ALESSANDRO (COMERCIAL GREENMATIC)
- 4 - RODOLPHO LUIZ WERNECK BOTELHO (SINDICATO RURAL)
- 5 - LUCAS LETÍCIA E GRAÇA (LOJA REALIZA)
- 6 - KERLIN ZIMMER (REVISTA + SAÚDE)
- 7 - JULIANE DE FÁTIMA KAMINSKI MIERZVA E ADRIANO BONETTI (BOUTIQUE DE FLORES)
- 8 - CAROL VIRTUOSO (ASSESSORIA E CERIMONIAL DE EVENTOS)
- 9 - SUELI (ÊXITO MODAS)
- 10 - GISELI MATTOS, LOREDANA VIERA, ROSANGELA PANKIEWICZ, JANAINNE MAITO, RENATA LEAL (HMA JEANS)
- 11 - MARCOS (PANIFICADORA VITÓRIA)
- 12 - MARIA ALICE E JOSÉ (D'ALICE CHOCOLATES)
- 13 - SUELI, MARILENE, GLACI, MARTA, LUCY, LUCIANA, JOÃO, DANIEL, NELSON, RUBENS, LARISSA (LUCY DECORAÇÕES)
- 14 - MARIA JOSÉ METZ (PURO RECHEIO)
- 15 - JOÃO MARCELO DE RAMOS, GABRIELA BONA E JULIANO PARTEKA (MOB PLUS)
- 16 - SANDRA, MARCELA, MARGARETH, DAIANE (TOP JEANS)
- 17 - TEREZINHA HAUAGGE ZIELINSKI



Fotos: Daiani Palinski e Aline Bittar



MINHA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO

Por Ronaldo Boese

“A história do Van Gogh começou em 1995, como um restaurante familiar. Nessa época, eu tinha certa participação no restaurante, mas somente em 2002 passei a administrá-lo sozinho. Nesse período, iniciei duas faculdades, mas não me formei em nenhuma, porque alguns acontecimentos relacionados à minha família me levaram a tomar a decisão de assumir a administração do restaurante. Essa nova fase para mim começou em 2002, quando meu pai passou o restaurante para mim e meus irmãos, e eu comprei a parte deles. Eu era recém-casado, então minha esposa me deu apoio em todo o processo de reestruturação do Van Gogh.

Na época em que meus pais administravam o restaurante, ele era bem diferente do que é hoje. Nem sempre a essência foi a alta gastronomia, pois ele foi criado para ser uma espécie de restaurante popular. Desde o começo, eu já tinha uma ideia de como queria transformar o Van Gogh porque, quando assumimos algo, queremos transformar aquilo no melhor que possa ser.

Hoje, estou um pouco mais afastado da cozinha porque houve a necessidade de dedicar maior tempo à área administrativa. Ao longo do tempo, descobri que não é preciso ser cozinheiro para ser dono de restaurante, mas que é preciso ser administrador, e eu não era administrador, tive de buscar aprendizado. Não importa o tamanho da empresa, o que importa é o modelo administrativo implantado. O objetivo é ter um empreendimento rentável e autossustentável. Então, minha política de administração é fazer com que todos saibam desempenhar todas as funções, para que, caso ocorram imprevistos, o desfalque na equipe não comprometa o trabalho. Trabalho das 8h até a meia-noite, só fechamos no Natal e no ano novo.

Tenho orgulho de dizer que sou formado na primeira turma do curso de Tecnologia em Gastronomia da Faculdade Guairacá, porque fui eu quem deu a ideia do curso ao professor Joares Soares, proprietário da faculdade. Somos amigos de longa data, eu atuava como chef sem ter formação e, numa conversa que tivemos em uma das visitas de Soares, sugeri a criação do curso, porque a gastronomia estava crescendo no país. Dentre outros motivos, minha ideia era que, com a criação do curso, haveria mão-de-obra qualificada inclusive para eu contratar. Tanto que fui a primeira empresa em Guarapuava a dar emprego para um formado na primeira turma do curso Tecnologia em Gastronomia. Foi um processo especial para mim e para o professor Soares, pois nos permitimos sonhar e concretizar este sonho.

Não sei se as pessoas nascem com o dom para cozinhar, ou desenvolvem isso, só sei que comigo aconteceu, e isso hoje é minha vida. Minhas fontes de criação são inúmeras, mas o grande segredo está na inspiração, na capacidade de saber que a mistura de determinados produtos pode resultar em algo bom.

Hoje, o empreendimento chegou a uma proporção que eu não esperava. A responsabilidade de manter a qualidade do serviço é maior do que o trabalho para aumentá-lo, pois não adianta apenas expandir e perder qualidade. Manter um restaurante não é fácil, algumas tarefas exigem muito dos administradores. Creio nos designios de Deus, então procuro não questionar o passado, pois hoje ele não agrega nada. Então, eu vivo o hoje e um pouco do amanhã. Utilizo o passado como aprendizado, não como arrependimento. Passei metade da minha vida trabalhando com o Van Gogh, então, transformei isto em minha paixão.”



COMEMORAÇÕES

JUNHO

EMPRESA	FUNDAÇÃO	EMPRESA	FUNDAÇÃO	EMPRESA	FUNDAÇÃO
1 ANO		9 ANOS		21 ANOS	
Rede cash	29/06/12	Casa das Mangueiras	28/06/04	Supermercado Parteka Pq. Árvores	02/06/92
Fábrica dos Óculos	28/06/12	Confira Mat. de Constr. - Ponto Forte	01/06/04	Loja Central	01/06/92
Programa Acontece	22/06/12	11 ANOS		22 ANOS	
Daico Móveis Planejados	15/06/12	Cereal Beneficiamento	17/06/02	Grisauto Escapamentos	27/06/91
Vanessa Pereira	12/06/12	Mourão Pneus	15/06/02	23 ANOS	
Comercial Bsd Guarapuava	06/06/12	Refrigeração Dorigon	15/06/02	Michelleto Madeiras	18/06/90
2 ANOS		12 ANOS		Repinho	18/06/90
Augustin	21/06/11	Supermercado Bom Preço	11/06/01	Eva Schran de Lima - Contadora	18/06/90
Ajís Confeccões	10/06/11	13 ANOS		Di Bom Tom	01/06/90
Óticas Precisão	01/06/11	Prê Moldados Irmãos Fiuza Ltda	15/06/00	24 ANOS	
3 ANOS		LSR - Escritório de Engenharia	14/06/00	Panificadora Alvorada	02/06/89
Confira Mat. de Construção - Lj. 03	28/06/10	Mservice	13/06/00	25 ANOS	
Pereira de Paula Sociedade de Advog.	23/06/10	Refriauto	13/06/00	Academia de Danças Romani	23/06/88
Ritmo Fashion	22/06/10	Lado a Lado Modas	06/06/00	28 ANOS	
Intersites	21/06/10	Lupis Tecnologia e Sistemas	01/06/00	J. Losso Ass. Imobiliária Ltda	14/06/85
Portal do Escritório	08/06/10	15 ANOS		Esq. de Ferro Centro Oeste	01/06/85
Aromas e Sabores	06/06/10	Bicicletaria Veneza	25/06/98	32 ANOS	
Luciano Ortiz	06/06/10	CRPL - Coop. Reg. Prod. Leite	08/06/98	Show Modas	01/06/81
Praisce Capital	01/06/10	Falcão Monitoramento Ltda	05/06/98	Jamalito Confeccões	01/06/81
4 ANOS		Supermercado Rotonis	01/06/98	35 ANOS	
Besha	17/06/09	16 ANOS		Conteza	30/06/78
Construfácil	08/06/09	Promissor Seguros	18/06/97	36 ANOS	
Honda Saikon Veiculos	01/06/09	Trevo Materiais de Construção	10/06/97	Rolmaq	10/06/77
5 ANOS		La Fontes Modas	04/06/97	37 ANOS	
Buzz - Espaço Inteligente	10/06/08	Scartezini e Meirelles Ltda	02/06/97	Carrocerias Aeroporto	01/06/76
João e Maria Buffet Infantil	03/06/08	Peixaria Trianon	02/06/97	38 ANOS	
6 ANOS		17 ANOS		Erva mate 81	01/06/75
Tratorcase S/A	04/06/07	Odontocenter	14/06/96	Gráfica Impresst	01/06/75
7 ANOS		18 ANOS		40 ANOS	
Reptec Tecnologia	19/06/06	Visual Propaganda	18/06/95	Agroboi	20/06/73
Moda Bellissima	07/06/06	20 ANOS		64 ANOS	
8 ANOS		Imobiliária Gralha Azul	28/06/93	Coamig	10/06/49
Alfa Automação Comercial	28/06/05	Fisk Guarapuava	25/06/93		
D'valore Contadores e Consultores	17/06/05	B Milk	01/06/93		
Imperium Imóveis	08/06/05				
Crestani Peças e Serviços	01/06/05				

NOVOS ASSOCIADOS

EMPRESA	ADESÃO	EMPRESA	ADESÃO	EMPRESA	ADESÃO
Evolução	24/04/13	MR Bueno Comércio de Ferramentas	08/05/13	Elizete Aparecida Lima	15/05/13
Revista + Saúde	24/04/13	Ramiro Gonçalves dos Santos	08/05/13	F.C Lavouras	15/05/13
Loja Realeza	24/04/13	Êxito Modas	09/05/13	Carolina Zukovski Virtuoso	22/05/13
Sindicato Rural	24/04/13	Tomo Center	09/05/13	Au-Au	22/05/13
Comercial Greenmatic	24/04/13	Besha	09/05/13	Pontual Calçados	22/05/13
Lava car Auto Brilho	24/04/13	Top Jeans	09/05/13	Padaria Vitória	29/05/13
H.M.A. Jeans	24/04/13	Puro Recheio	08/05/13	Guaratel	29/05/13
Realiza Veiculos	08/05/13	Lucy Decorações	09/05/13	Parada Obrigatória Espetinhos	29/05/13
Dale Carnegie Course	08/05/13	Araucária Sesmt	15/05/13		
MB Acessórios	08/05/13	Terezinha Hauagge Zielinski	15/05/13		



EMERSON JOSÉ PASSOS, O EMPRESÁRIO DE FORÇA DE VONTADE E FÉ

OS 15 ANOS DE HISTÓRIA DE EMERSON JOSÉ PASSOS COMO EMPREENDEDOR PARECEM NÃO TER FIM. DUAS PÁGINAS SÃO INSUFICIENTES PARA REGISTRAR A TRAJETÓRIA RELATADA PELO HUMILDE MORADOR DO BAIRRO XARQUINHO QUE, DESDE PEQUENO, SENTIA QUE ALGO GRANDIOSO ESTAVA À SUA ESPERA. AINDA JOVEM, EMERSON SE AVENTUROU NO ESTADO DE SÃO PAULO EM BUSCA DE OPORTUNIDADE PARA TRABALHAR E CONSEGUIR SEU SUSTENTO, PARA ENFRENTAR TEMPOS DIFÍCEIS APÓS A SEPARAÇÃO DOS PAIS. ANOS DEPOIS, COM A FORÇA DE VONTADE E EXPERIÊNCIA ADQUIRIDA EM TRABALHOS ÁRDUOS, O EMPREENDEDOR QUEBROU PARADIGMAS TRAZENDO A GUARAPUAVA UM FORMATO DE LANCHONETE DIFERENTE DO QUE OS GUARAPUAVANOS ESTAVAM HABITUADOS. EMERSON PASSOS NÃO É APENAS DONO DO CACHORRÃO Prensado; ELE É DONO DE UMA FÉ INABALÁVEL E DE UMA INSTINTIVA VONTADE DE EMPREENDER.

QUEM ERA EMERSON JOSÉ PASSOS ANTES DE SE TORNAR PROPRIETÁRIO DO CACHORRÃO Prensado?

Antes de ser empreendedor, eu era um batalhador e sonhador, sonhava em construir algo meu. Desde adolescente, tinha a ideia fixa de criar um empreendimento, pois, ao assistir a um filme, fiquei instigado com a fala de um dos personagens que ressaltava a importância de se criar algo que pudesse ser interessante a todo tipo de público. Comecei a trabalhar muito cedo. Aos 14 anos, fui auxiliar de cozinha em uma pizzaria em São Paulo. Eu trabalhava muito e tinha disposição para isso, afinal, eu morava na pizzaria, então até minha moradia dependia de meu esforço. Só vim a conhecer pizza nessa época, porque minha família não tinha dinheiro para comprar, então não tínhamos acesso. Em seguida, trabalhei de garçom no Hotel Atalaia e entregador de pizzas na Pizzeria Bonna Bonnye, em Guarapuava. Paralelamente, trabalhei como motoboy de cobrança para conseguir uma renda extra. Meus trabalhos me agregaram muito conhecimento, pois pude aprender noções de atendimento ao cliente e de manipulação de alimentos.

POR QUE INVESTIR EM CACHORRO-QUENTE?

Minha relação com o cachorro- quente começou na gestação de minha esposa, quando ela teve desejo de comer e saímos para procurar em Guarapuava. Há 15 anos, a qualidade desse lanche no município deixava a desejar, pois eles eram vendidos em carrinhos, geralmente sem muita preocupação com higiene e o atendimento ao cliente era fraco. Então, nesse dia, eu enxerguei a oportunidade de criar um empreendimento que oferecesse um diferencial ao guarapuavano. A experiência nos locais alimentícios que trabalhei também me deu várias ideias, afinal, eu tive contato com vários tipos de ingredientes, e queria colocá-los em meus lanches.

DE ONDE SURTIU A IDEIA DE ABRIR O TRAILER?

Certo dia, me falaram sobre um formato diferente de lanchonete no norte do Paraná e fui conhecer pessoalmente. Na época não havia trailer de cachorro- quente em Guarapuava, por isso imaginei que seria uma boa ideia trazer esta novidade. Tive que ter muita fé durante o processo, pois até alcançar a vitória, o sofrimento foi grande. Logo no início enfrentei desafios, pois eu queria comprar um trailer, mas não tinha dinheiro. Felizmente,

minha mãe acreditou em minha ideia e me ajudou com o dinheiro que ela tinha. Consegui dar entrada no trailer, mas assumi parcelas maiores do que o salário que eu ganhava como funcionário dos Correios. Isso significa que, a partir dali, eu teria de fazer o empreendimento dar certo para que, com o lucro, eu pudesse honrar o compromisso financeiro que assumi. Hoje, vejo o quanto fui ousado, e acredito que hoje eu não teria essa coragem [risos]. Graças a Deus, consegui honrar todos os cheques ao fornecedor, tanto que até hoje é dele que eu compro meus trailers. Inclusive, pretendo atualizar o atual trailer no final deste ano. Hoje, trabalhamos com um de duas chapas e eu quero comprar um trailer com três, para otimizar ainda mais o atendimento ao cliente.

ERA VOCÊ QUEM FAZIA OS LANCHES OU NA ÉPOCA JÁ CONTAVA COM AUXILIARES PARA ISSO?

No começo era eu. Na primeira vez que abri o trailer, finalmente parei para refletir se saberia ou não fazer um bom lanche, pois eu achava que era fácil, mas nunca tinha feito. Então, antes de oferecer aos clientes, contei com a ajuda de um garoto que passava perto do Cachorrão. Fiz um lanche para ele e pedi para que ele me dissesse se faltava alguma coisa e se estava bom. Segundo ele, o cachorro- quente estava ótimo, mas ainda assim eu não acreditei, afinal ele poderia ter dito isso só porque ganhou o lanche [risos]. Mas, os resultados falaram por si. Como parei o trailer perto de um evento da igreja, as pessoas acabaram comprando bastante.

O GUARAPUAVANO SE ADAPTOU RÁPIDO À SUA IDEIA DO TRAILER?

Não. Foi um período de luta, o guarapuavano não era acostumado a comer lanche de rua, pois se trata de um povo exigente por natureza. Então, não adiantava eu ter um trailer bonito, pois as pessoas não vinham até mim comprar cachorro- quente. Quando vinham, reclamavam do preço, porque meu preço era mais alto devido à qualidade dos produtos, mas as pessoas não entendiam. Algumas me diziam: “Você acha que eu vou pagar mais caro no seu cachorro- quente só porque seu trailer é bonito?”. Quando o empreendimento começou a deslançar, eu vendia oito lanches por dia, passei a vender cerca de 20 e, ao alcançar a marca de 30 lanches no dia, fiquei extasiado. Hoje em dia, este número está ‘n’ vezes maior, mas isso eu não revelo, é meu segredo de estado [risos].



O trabalho do Cachorrão Prensado não está restrito ao trailer. Na casa de Emerson há um espaço dedicado exclusivamente para a preparação e armazenamento dos ingredientes utilizados nos lanches



Emerson faz questão em ressaltar que todos os seis funcionários do Cachorrão são registrados em carteira. Para ele, esta foi uma conquista

O PONTO ESCOLHIDO PARA FIXAR O TRAILER FOI O PRINCIPAL FATOR PARA QUE O EMPREENDIMENTO SE DESENVOLVESSE?

Não. Quando iniciei as atividades, eu tinha uma sócia. Nosso ponto era ao lado do Colégio Carneiro Martins, e a prefeitura nos autorizou a trabalhar também na Praça Cleve. Então, investimos em dois trailers para otimizar os resultados. A Rua XV já era movimentada, então acreditávamos que venderíamos muito bem. Porém, teve um domingo em que, mesmo com o movimento, vendemos apenas um cachorro quente, justamente porque as pessoas não tinham o hábito de comer esse tipo de alimento na rua. Tempos depois, devido a divergências ideológicas, eu e minha sócia resolvemos separar a sociedade e acordamos que ela ficaria com o trailer e o ponto ao lado do colégio e eu ficaria na Praça Cleve. Mais uma vez me vi diante de um grande desafio, pois, apesar de a praça ser movimentada, não existia o Boliche XV, nem a Faculdade Guairacá, então, o movimento de antigamente nem se compara ao que é hoje. Era praticamente um ponto morto.

VOCÊ FALOU SOBRE UM EMPREGO NOS CORREIOS. QUER DIZER QUE AO ABRIR O CACHORRÃO PENSADO VOCÊ TINHA OUTRO EMPREGO FIXO?

Eu era funcionário concursado dos Correios, ou seja, pelo menos ali eu tinha uma renda garantida. Eu trabalhava das 7h às 15h sem almoço. Foi um acordo que fiz com a chefia para que eu pudesse sair mais cedo e me dedicar ao Cachorrão. Ao encerrar o expediente nos Correios, eu trabalhava das 16h à meia-noite no trailer. Permaneci cerca de dois anos dessa forma, até sentir segurança para deixar o cargo nos Correios e me dedicar exclusivamente ao meu empreendimento. Minha esposa foi fundamental no processo, pois ela cuidava da preparação dos ingredientes para que no quiosque estivesse tudo pronto e eu pudesse manusear os lanches.

DEVIDO À PROPORÇÃO QUE O EMPREENDIMENTO CHEGOU, VOCÊ TEVE DE BUSCAR AJUDA PARA ADMINISTRAR E COORDENAR SEUS COLABORADORES?

Tenho a felicidade de poder contar com um grande colaborador e amigo que é o Douglas Ribeiro. Ele trabalha comigo há 14 anos, desde que tinha 16. Na minha ausência, é ele quem resolve tudo. Tenho total confiança em seu trabalho. Mais uma vez, me sinto agraciado por Deus por ter colocado ao meu lado um verdadeiro companheiro, um grande homem. Fico feliz por ter colaborado com o crescimento pessoal e profissional do Douglas e, principalmente, por ter oferecido oportunidade para que ele pudesse conquistar uma melhor condição financeira para dar à sua família.

O TRABALHO DO CACHORRÃO PENSADO ESTÁ RESTRITO AO TRAILER?

Não. Temos uma cozinha exclusiva para a prévia preparação dos

ingredientes usados nos lanches. Construímos um espaço para isso em nosso quintal, que atende a todas as exigências da Vigilância Sanitária.

CITE UM ACONTECIMENTO DOS MAIS MARCANTES DA HISTÓRIA DO CACHORRÃO PENSADO?

No começo, eu não tinha carro para transportar o trailer, então eu dependia de táxi. Certo dia, precisei de um táxi, mas não havia nenhum disponível com engate, então tive de puxar o trailer do Colégio Carneiro Martins até a Praça Cleve. Haveria um evento na praça e eu não poderia perder a oportunidade de trabalho. Neste dia pensei que eu fosse morrer, pois eu não tinha preparo físico para realizar uma atividade como esta. Eu transpirava da cabeça aos pés, o que chamou a atenção de uma gari que estava próxima ao local. Ao ver minha situação, ela disse a alguém: “Leve meu carrinho, eu não estou aguentando ver o sofrimento daquele homem”. Então, ela me ajudou a carregar o trailer até o destino final. A caridade daquela mulher me marcou muito. Quem vê o que o Cachorrão é hoje não imagina a quantidade de sofrimento necessário para consolidá-lo em Guarapuava. Felizmente, hoje temos o reconhecimento dos guarapuavanos.

HOJE, VOCÊ OLHA COM ORGULHO PARA O EMPREENDIMENTO QUE CONSEGUIU CONSOLIDAR EM GUARAPUAVA. HÁ PLANOS DE EXPANDI-LO OU INVESTIR EM NOVAS IDEIAS?

Meu sonho e de minha esposa é, em longo prazo, montar um restaurante diferente de tudo o que existe em Guarapuava. Já estamos investindo na capacitação dela em um curso de Gastronomia, porque é uma área com que ela sempre se identificou. Ela sempre gostou de cozinhar, então nossos sonhos e projetos estão em sintonia. Quanto ao Cachorrão Prensado, não tenho planos de deixar o projeto. Sou apaixonado por aquilo, amo o que eu faço, como meus lanches até hoje e não enjoo.

DIANTE DE SUA TRAJETÓRIA COMO EMPREENDEDOR, VOCÊ ACREDITA QUE NASCEU PARA ISSO?

Acredito que os empreendedores já nascem com a vontade de empreender, uma inquietação que só passa quando você consegue criar algo. Hoje, eu tenho certeza que sempre fui empreendedor, mas não sabia disso. Muitas pessoas tentaram me prejudicar, tentaram tirar o Cachorrão do lugar, desdenharam de minhas ideias, mas eu não desisti. Acreditar, ter fé e trabalhar muito são os ingredientes para que um projeto dê certo. Tenho orgulho de minha trajetória, afinal comecei de baixo e tive a perseverança de chegar até onde cheguei e poder dar à minha família uma boa condição de vida. Poder proporcionar isso a quem amamos não tem preço. 🇧🇷

Bitdefender

Qualquer Coisa a Menos, é o Segundo Melhor!



A Bitdefender ficou em 1º lugar em proteção antivírus, baseado nas análises de laboratórios conceituados pelo mundo. Temos hoje a melhor taxa de detecção do mercado e a ferramenta mais rápida também, segundo CRN,VB e AV-comparatives.

Não se trata apenas de um antivírus, mas uma suíte completa, que gerencia 100% a segurança de sua rede: Endpoints, Servidores, Mail e File Servers e Gateways. Além de:

- ✓ Gerenciamento Centralizado do Produto
- ✓ Relatório de Hardware e Softwares
- ✓ Instalação e customização do pacote
- ✓ Políticas de segurança
- ✓ Bloqueio WEB
- ✓ Bloqueio de Aplicativos
- ✓ Configuração de DLP
- ✓ Detecção de Maquinas (NAC)
- ✓ Relatórios personalizados



É a sua empresa. Defenda-a!

E o sucesso continua... COMPRE 2 ANOS E LEVE 3!!

Em parceria com a Bitdefender, a Advantage proporciona o Upgrade mais competitivo do mercado!



advantage@advantage.inf.br
www.advantage.inf.br

(42) 3036-0686
(42) 9108-2614

Distribuído por

 **ADVANTAGE**
CONSULTORIA EM T.I.

CONHEÇA OS GANHADORES DA CAMPANHA DE DIA DAS MÃES ACIG



TREZE CONSUMIDORES DO COMÉRCIO LOCAL FORAM CONTEMPLADOS

Eles foram sorteados em meio a 120 mil cupons distribuídos no comércio local. Treze consumidores dos mais variados segmentos foram premiados por prestigiar o comércio guarapuavano. Este ano, a campanha “Eu Amo Minha Mãe” foi válida de 8 de abril

a 17 de maio e sorteou dez vales-compra de R\$ 500,00 e três TV's de LED 32”. Os ganhadores das TV's receberam os aparelhos dia 3 de junho na Acig e os ganhadores dos vales-compra poderão trocá-los nas 85 empresas que aderiram à campanha. Conheça os sortudos:



Abegair de Souza (San Rio Modas)



Jeneci Amaral Fonseca (Modas Jolie)



Jacir F. Ramos (Posto Samambaia II)



Joelma da Silva Penteado (Maxi Esportes)



Maria Rosilda Lopes (Mercado Pague Pouco)



Clarice Cristina Javorivski (Sak Som)



Rosimeri Ap. Louris Rocha (Casa Modelo)



José Alaor Ortiz da Fonseca (Loja Morcat)



Ivone Batista (Auto Posto Saldanha)



Neuza Niczai de Araujo (Lacerda Materiais de Construção)



Bernadete Cercina (Century Sports)



Rosana França (Loja São Pedro)



Rozane P. de Lima (Supermercado Superpão)

PUBLICIDADE: GASTO OU INVESTIMENTO?

O DEBATE É ANTIGO E EXISTEM MUITOS FATORES A SER CONSIDERADOS. PROFISSIONAIS DA PUBLICIDADE ACREDITAM QUE O DINHEIRO QUE O EMPRESÁRIO DESTINA À PROPAGANDA SE TRATA DE INVESTIMENTO. PORÉM, SEM UM PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO, ELE PODE SE TORNAR MAIS UM GASTO.

É de lei, quando um empreendimento vai mal das pernas: uma das primeiras coisas que o empresário resolve cortar são os custos com publicidade. Isso quando este investimento é feito, porque, apesar de a mentalidade dos empresários em relação à publicidade estar mudando, ainda existe o pensamento de que propaganda é gasto, não investimento. Segundo Maicon Cury, proprietário de uma agência de publicidade em Guarapuava, o erro está justamente em cortar o que deveria ser aumentado. Ele afirma que, nas situações de crise, as empresas devem reforçar a presença nas mídias. “Se uma empresa não está indo bem, é porque outra está. Quem não é visto, não é lembrado, por isso é importante se fazer presente”, pondera. Há quatro anos no mercado publicitário, Cury observou que a cultura guarapuavana tende a valorizar mais as empresas que estão presentes nas mídias. Estudo feito pelo Departamento de Análise de Mercado da Divisão de Informações da Central Globo de Marketing afirma que “a propaganda pode desempenhar um efeito estabilizante para uma marca em períodos de queda da atividade econômica. Há pesquisas norte-americanas que afirmam que empresas que mantêm a atividade

de propaganda durante um período de recessão obtêm uma melhor performance no período pós-crise”.

Ainda segundo estudo da Central Globo de Marketing, “muitos profissionais de propaganda acreditam que a experiência de comer no Mc Donald’s ou beber uma Coca-Cola é desenvolvida pelas expectativas que a propaganda tem criado e constantemente relembrado nos consumidores. Afinal, em nossa cultura, objetos não são simplesmente objetos. Assim sendo, o valor que os consumidores percebem num produto é diretamente proporcional à eficácia da comunicação deste produto, sendo também diretamente proporcional à disposição do consumidor em comprá-lo e à quantia em dinheiro que este está disposto a gastar”. O estudo também afirma que a propaganda possibilita aos consumidores reconhecerem mais facilmente suas necessidades nos produtos anunciados, então a propaganda ativa as necessidades que irão motivar um consumidor a comprar um produto ou serviço comunicando seus benefícios funcionais e emocionais. Após reconhecer uma necessidade, o consumidor elabora um processo de pesquisa interna através das informações acumuladas em sua me- ▶



Para as irmãs Previatti promover coquetéis para os clientes também é uma forma eficiente de fixar a marca

mória como resultado de repetidas exposições a uma campanha publicitária. Se o consumidor nunca comprou uma determinada marca e não tem nem mesmo consciência da existência desta, ficam reduzidas as possibilidades de compra da mesma, diz o estudo.

O cenário atual é de um mercado onde consumidores detêm o poder de escolha, diferentemente de épocas em que o maior critério da compra era o produto de menor preço. Por isso, a fixação da marca é de extrema importância, o que demanda um projeto de divulgação para que ela se consolide. O fortalecimento de uma marca pode ser crucial no momento de escolha do consumidor, porque cria uma relação de confiança entre cliente e empresa. É o que afirma Renata Todescato, gerente de Atendimento Individual e Marketing do Sebrae/PR, na Revista Soluções do Sebrae: “É bastante comum consumidores, num momento de escolha entre produtos e serviços com preços semelhantes, optarem por aqueles cuja marca lhe passa, naquele momento, maior sensação de segurança ou satisfação”, afirma. Ou seja, na hora da compra, é mais do que evidente que a marca é a principal referência que o consumidor possui.

Rogério Bonilha, diretor do Instituto Bonilha, que há 17 anos realiza a pesquisa Top of Mind (marcas mais lembradas pelo consumidor), alerta para o desafio em fazer com que uma marca seja fixada na mente do consumidor. Também na revista do Sebrae o especialista afirma que são poucas as marcas que conseguem se fazer lembrar no momento da escolha na compra do consumidor. Todos esses

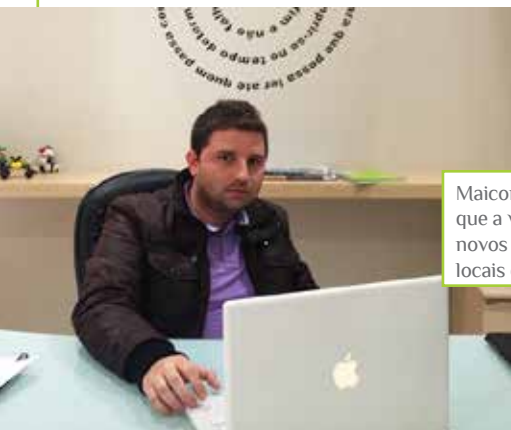
desafios apontam para a necessidade de criação de um planejamento de mídia que venha ao encontro do trabalho da empresa, também fundamental para a fixação de uma marca. “Afinal, é preciso ter em mente que investimento em publicidade não trará retorno se os produtos e serviços de determinado empreendimento deixam a desejar. A verdadeira força da marca é sua performance, representada por um conjunto de fatores, como a qualidade do produto e serviço, a prestação de assistência técnica, um trabalho de pós-venda, um atendimento satisfatório, dentre outros”, assinala a gerente de Atendimento e Marketing do Sebrae.

Ciente da importância de tais fatores, Cecílio Max Lira, proprietário de uma pizzaria em Guarapuava, busca consolidar o empreendimento que, há sete meses, abriu na cidade. Ele deparou-se com um cenário desafiador, onde o tradicionalismo é um dos fatores principais na hora de os guarapuavanos escolherem onde pedirão pizza. Max realizou ampla pesquisa de mercado e público-alvo e, junto à consultoria de uma agência de publicidade, traçou um plano de mídia que evidenciasse a empresa, ainda que em meio a tantas outras opções de pizzarias. “Desde a abertura da empresa procuramos estar presentes em diversos veículos de comunicação. Porém, devido ao nosso público-alvo, o investimento em determinadas plataformas é maior. Periodicamente, mensuramos o resultado advindo da divulgação em cada meio veiculado e o que não dá resultado é imediatamente revisto”, conta o empresário. Ele garante que, independente da situação que o empreendimento venha a enfrentar, existe ▶

“
É BASTANTE
COMUM
CONSUMIDORES,
NUM MOMENTO
DE ESCOLHA
ENTRE
PRODUTOS
E SERVIÇOS
COM PREÇOS
SEMELHANTES,
OPTAREM POR
AQUELES
CUJA MARCA LHE
PASSA, NAQUELE
MOMENTO,
MAIOR
SENSAÇÃO DE
SEGURANÇA OU
SATISFAÇÃO.

”

Renata Todescato
(Gerente de atendimento
Individual e Marketing do Sebrae/PR)



Maicon Cury, proprietário de uma agência de publicidade, acredita que a vinda de grandes empresas a Guarapuava traz ao mercado novos conceitos relacionados à publicidade, e que os empresários locais devem acompanhar esse cenário

uma verba pré-destinada para a divulgação da marca, pois considera fundamental manter em evidência o nome da empresa.

Neusa Previatti, empresária do ramo de confecções, compartilha do pensamento de Max. Segundo Neusa, no planejamento anual, traçado pelos sócios proprietários da loja, determinado valor já é destinado à publicidade. “Nosso objetivo é fixar a marca”, explica a empresária que, atualmente, divulga a empresa em vários meios de comunicação no município. Neste caso, um dos canais que mais dá retorno à loja é a fanpage da empresa no Facebook, alimentada diariamente com informações, fotos de lançamentos, notícias e tendências do mundo da moda e eventuais promoções.

Por se tratar de uma plataforma gratuita e que pode trazer muitos benefícios à empresa, redes sociais como o Facebook são um dos canais de divulgação mais utilizados atualmente. Contudo, ao utilizar a rede social para divulgar uma empresa, é importante atentar para alguns aspectos importantes que serão considerados pelo público. De acordo com informações publicadas pelo Sebrae/PR na Revista Soluções, é preciso disponibilizar na página informações detalhadas a respeito da empresa; criar um plano de mídia social que defina, por exemplo, qual será a linha de informações compartilhadas no perfil; ouvir e procurar solucionar queixas enviadas por meio da fanpage; atentar para o linguajar utilizado na comunicação ao cliente, seja em relação à gramática, pontuação ou informações incorretas; interagir com os clientes; reservar orçamento para utilizar as formas de publicidade na rede social; e respeitar as regras da Política de Promoções do Facebook. Além disso, é preciso realizar pesquisa para saber se o público que se pretende atingir está e/ou faz uso frequente da rede social.

O empresário Irand Fialho não utiliza o Facebook para divulgar sua lavanderia, porém, anuncia em jornal impresso e tevê, além

dos ímãs de geladeira que distribui aos clientes após a prestação de serviço. A lavanderia também conta com site próprio, que dispõe basicamente de informações sobre a empresa e serviços prestados. Diferente dos casos anteriormente citados, o empresário não conta com a consultoria de uma agência de publicidade, então as ações de marketing ficam a seu critério. “Apesar de não ter contratado uma agência de publicidade, sei da importância de divulgar minha marca. A empresa tem mais de 40 anos de mercado, por isso conta com uma boa carteira de clientes, mas isso não significa que eu não precise mais divulgá-la. Quero minha marca sempre em evidência, por isso faço questão de investir em publicidade”, ressalta Fialho.

Para empresários que nunca destinaram recursos à propaganda, o publicitário Maicon Cury orienta buscar auxílio de profissionais para que a publicidade não se torne um gasto. “Nem sempre o que o cliente quer é o ideal para sua empresa. O publicitário é o profissional apto a realizar uma pesquisa de campo para indicar em quais canais a divulgação integrada deve ser feita. Não adianta querer matar uma formiga com um canhão”, alerta. O empresário ressalva que não se trata apenas da divulgação de uma marca, mas da construção ou desconstrução de um nome, por isso é importante ter cuidado ao confiar tal trabalho “ao filho do amigo que entende de programas de edição”. É o que a consultora Márcia Beatriz do Sebrae reforça: “Existe aquele velho ditado, “às vezes o barato sai caro”. A publicidade da empresa é como a empresa vai se mostrar ao mercado e se for de uma forma caseira, muitas vezes sem qualidade, vai transmitir isso”. De qualquer forma, Cury garante que o resultado de uma publicidade bem feita tarda, mas não falha. Então, se o empresário deseja ser visto, reconhecido e lembrado, precisa repensar a forma com que vê o custo destinado à disseminação de sua marca. 🌱



COMEMORAÇÕES

JULHO

EMPRESA	FUNDAÇÃO	EMPRESA	FUNDAÇÃO	EMPRESA	FUNDAÇÃO
1 ANO		9 ANOS		22 ANOS	
Exclusiva Castor	12/07/12	Yazigi	22/07/04	Colcci	30/07/91
Mercado Mais Você	01/07/12	Kruga Comércio de Alimentos	21/07/04	Beneficiadora de Batatas Guará	11/07/91
2 ANOS		Renovadora de Veículos Adrifer	19/07/04	23 ANOS	
Plano Serviços Contábeis	29/07/11	Farmácia Nato Farma	06/07/04	Plante Mudas	17/07/90
Boutique de Rua	28/07/11	Bocchi acessórios	01/07/04	Master Shop	10/07/90
Laserstar	28/07/11	10 ANOS		Agrogen	10/07/90
Gabriela Cravo e Canela	18/07/11	Moto Center	29/07/03	Kori's Fotografias	02/07/90
Super Informado Notícias	14/07/11	Estacionamento e Papelaria Marechal	16/07/03	Expressiva Modas	01/07/90
Vitafarma - Farmaútil	14/07/11	Lobo Pré Vestibulares	01/07/03	24 ANOS	
Hering Store	11/07/11	Requite Estofados	01/07/03	Boudoir	07/07/89
Maria Flor	01/07/11	11 ANOS		26 ANOS	
3 ANOS		Corujão Mat. Construção	19/07/02	Super Dalpazzo	01/07/87
Loja das Fábricas	25/07/10	Vetvitta Centro Médico Veterinário	18/07/02	29 ANOS	
Oops Fashion	20/07/10	Cebrac - Centro Bras. de Cursos	12/07/02	Senai	17/07/84
Algo Assim Modas 02	15/07/10	12 ANOS		Sesi Guarapuava	17/07/84
Guaraprint Impressão Digital	05/07/10	Covsom Film e Acessórios	31/07/01	34 ANOS	
Mercado de Calçados	02/07/10	Marttery Com. de Maq. e Eq. de Info.	11/07/01	92 Fm	17/07/79
4 ANOS		13 ANOS		35 ANOS	
Babysol	29/07/09	Gleyne Jeans	27/07/00	Ótica e Relojoaria Diamante Azul	25/07/78
Datasiga Telemática	02/07/09	Faculdades Guarapuava	18/07/00	Loja Morcath	15/07/78
5 ANOS		Vega Music Store	01/07/00	36 ANOS	
Magrass	24/07/08	Torfresa Ltda	01/07/00	Elétro Dinamos Helmuth	01/07/77
Basic Store	22/07/08	House Keeping Consultores Associado	01/07/00	37 ANOS	
Prime Design em Gesso	09/07/08	14 ANOS		Flabel Construção Civil	13/07/76
Plataforma Computadores	04/07/08	Pavicon - Blocos e Pavimentos	08/07/99	38 ANOS	
6 ANOS		Tony Jackson Thimoteo - Dentista	01/07/99	Escalada Imobiliária	31/07/1975
Dom Henrique Empório e Delicatessen	24/07/07	Neri Auto Peças	01/07/99	41 ANOS	
Estética Bela Forma	20/07/07	15 ANOS		Supermercado Superpão	18/07/72
Art Flama	18/07/07	Posto Serviços Brasil Master	23/07/98	Restaurante Guairacá	05/07/72
Donau Comunicações	15/07/07	Mecânica R P V	01/07/98	44 ANOS	
7 ANOS		Diagmax Diagnóst. por Imagem	01/07/98	Coamig	14/07/69
Neuroclínica Santa Fé	25/07/06	W Produções	01/07/98	50 ANOS	
Prime Celulares	25/07/06	17 ANOS		Auto Peças Batel	15/07/63
Casa Forte Mat. Construção	19/07/06	Uni Modas	17/07/96	52 ANOS	
J R Motos	19/07/06	Forrovel Madeiras Ltda	15/07/96	Fornecedora de Parafusos Ltda	06/07/61
Posto Plus	18/07/06	Brasinha Presentes	15/07/96	64 ANOS	
Metalkit	01/07/06	Zico Motosserras	04/07/96	Casas Pernambucanas	01/07/49
8 ANOS		19 ANOS		70 ANOS	
Simão Pneus e Serviços	08/07/05	Betel Digitação Contábil	14/07/94	Terezinha Hauagge Zielinski	23/07/43
Fortcar Rodas	06/07/05	20 ANOS			
Ponto Forte Supermercado	05/07/05	Vitalar Móveis	01/07/93		
O Boticário	01/07/05				

NOVOS ASSOCIADOS

EMPRESA	ADESÃO	EMPRESA	ADESÃO	EMPRESA	ADESÃO
Du Truck Autopeças	05/06/13	Mobplus Ambientes Planejados	05/06/13	Comércio de Pneus Vila Bela	12/06/13
Fortcar Rodas	05/06/13	Ezecar Auto Elétrica	05/06/13	Armazém do Rock	12/06/13
D'alice Chocolates	05/06/13	Aliança Contabilidade	12/06/13		

GANHADORES DO PRÊMIO MÉRITO EMPRESARIAL SERÃO CONHECIDOS ESTE MÊS

QUATRO EMPRESAS NAS CATEGORIAS MICRO, PEQUENA, MÉDIA E GRANDE SERÃO HOMENAGEADAS POR SEU MODELO DE GESTÃO

Após 12 meses de trabalho, o Conselho do Jovem Executivo da Acig (Conjove) vive as etapas finais do Prêmio Mérito Empresarial 2013. Desde a realização do prêmio em 2012, os conselheiros trabalham no aprimoramento da maior premiação empresarial de Guarapuava. Com a implantação do questionário online, o número de inscritos cresceu 70%. Este novo formato foi criado justamente para possibilitar a participação de mais empresários, pois o questionário impresso, aplicado nos anos anteriores, demandava mais tempo para ser preenchido.

O questionário deste ano continha perguntas sobre gestão estratégica, inovação, atitude socioambiental, marketing, pessoas e finanças. Cada questão tinha um valor que, somado, gerava a pontuação final da empresa. As cinco empresas melhor classificadas de cada categoria receberam a visita de um consultor do Sebrae para validar os dados respondidos no questionário. Após a visita, o Conjove se reuniu com o Sebrae para conhecer a micro, a pequena, a média e a grande empresas vencedoras do Prêmio Mérito Empresarial 2013.

“O que podemos adiantar é que as ganhadoras têm gabarito para ter conquis-

tado o Prêmio Mérito Empresarial 2013. O questionário foi arduamente pensado para que a premiação tenha total credibilidade. Inclusive, para reforçar a transparência do prêmio, arquivamos todos os dados para o caso de necessidade de eventuais consultas”, frisa o conselheiro Emerson Theodorovicz.

Segundo Theodorovicz, devido ao grande número de inscrições deste ano, o Conjove estuda a possibilidade de segmentar o prêmio em mais categorias para que mais empresas possam ser contempladas. Apesar de esta intenção estar em estudo, o Conjove já se programa para ações relacionadas ao Prêmio Mérito, que deverão ser realizadas ainda este ano. O vice-presidente do conselho, Fernando Volanin, afirma que, após o prêmio, serão realizados encontros com empresários para orientá-los a respeito da importância em participar de premiações como esta. “Será um trabalho em conjunto, no sentido de aprimorar o trabalho dos empreendedores locais”, explica Volanin.

Após o Prêmio Mérito 2013, o Conjove também deverá promover cursos baseados nos pontos fracos das empresas locais, observados no questionário de participação. 🌱

Prêmio Mérito Empresarial 2013

Sua empresa ganha.
Todos ganham.

ACIGO

Jantar:
20/07/13 às 20h

Local: PAHY Centro de Eventos
Traje: Passeio Completo

Animação:



BEEGEES
One Cover

MISSA EM AÇÃO DE GRAÇAS

Data: 19/07/13 às 19h

Local: Catedral Nossa Senhora de Belém



Realização

ACIGO
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL EMPRESARIAL DE GUARAPUAVA

CONJOVE
Conselho do Jovem Empresário

Informações: (42) 3621-5566

Patrocínio Master

Patrocinadores



CONSELHO EMPRESARIAL DA MULHER EXECUTIVA DE GUARAPUAVA SEGUE ATUANTE

É CRESCENTE O NÚMERO DE AÇÕES E EVENTOS PROMOVIDOS PELAS EMPRESÁRIAS



Mesmo com forte chuva, empreendedoras de oito municípios se reuniram na Acig em junho

O Conselho Empresarial da Mulher Executiva da Acig (Ceme) nunca esteve tão próximo das empreendedoras de Guarapuava e região. As conselheiras têm realizado frequentes encontros com a classe empresarial para fomentar o desenvolvimento das empreendedoras.

Em maio, o conselho realizou um café da manhã em homenagem às ganhadoras e parceiros do Prêmio Divas 2013. O encontro reuniu cerca de 30 pessoas na sede da Acig. Os participantes deram pequenos depoimentos em relação à conquista do prêmio e sobre a atuação de suas empresas no município. Além disso, aproveitaram a presença de empreendedores locais para aumentar sua rede de contatos. O empresário e membro do Conselho do Jovem Executivo (Conjove), Flávio Sichelero participou do café da manhã e declarou total apoio ao Ceme. Segundo Sichelero, o Ceme é uma das inspirações do Conjove, pois as integrantes são “vitoriosas e unidas”. Para Milene Fortkamp Gartner, uma das ganhadoras do Divas 2013, “o café estava maravilhoso e o reconhecimento do trabalho é algo indescritível, por isso é uma honra ser Diva”.

Em junho, o Ceme promoveu o 1º Encontro Regional do Conselho da Mulher Empresária, reunindo, mesmo com chuva, empreendedoras de oito municípios da região. Segundo Maria Inês Guiné, presidente do conselho, o papel do Ceme também é fortalecer a região, tornando-a mais representativa. “Cientes desta responsabilidade, estamos agindo em prol da causa. Temos muito trabalho pela frente”, afirma a presidente. Para ela, o sorriso no rosto das participantes demonstrou quão proveitoso foi o evento. Há meses, o Ceme estudava uma articulação regional buscando o fortalecimento dos conselhos da mulher, daí surgiu a ideia de integrar as conselheiras em um encontro para troca de ideias. A principal pauta do evento foi a campanha a favor do aleitamento materno, pois o Ceme participa ativamente do comitê que está preparando a campanha de arrecadação de frascos para o banco de leite, que deverá ser realizada em agosto. A ideia era apresentar a importância do aleitamento materno para que as conselheiras abraçassem a causa e levassem a proposta para seus municípios. “Foi um dia histórico para os conselhos presentes”, resume Juliane Cruz, do conselho da mulher de Palmital.

Os próximos meses também deverão ser movimentados para o Ceme. O conselho irá colaborar com a realização do Prêmio Mérito Empresarial 2013, irá participar da Expogua para disseminar as ações do órgão e angariar novas conselheiras, além de promover capacitações previstas no planejamento estratégico anual. “Veja ao lado, nas fotos, quem esteve presente no evento.” 📸



MBA em:

CARGA HORÁRIA: 456 horas/aula

MARKETING | CURSOS EM UM FINAL DE SEMANA POR MÊS

Conceitos e ferramentas de Marketing aplicados à gestão empresarial, com foco no desenvolvimento da visão estratégica e na busca por melhores resultados.

PÓS GRADUAÇÃO em:

CARGA HORÁRIA: 432 horas/aula

ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

Noções dos fundamentos da administração voltados aos profissionais que buscam um diferencial competitivo no mercado de trabalho.

DIFERENCIAIS DO ISAE

- ▶ **NETWORK**
Amplie suas conexões com o universo corporativo.
- ▶ **EDUCAÇÃO RESPONSÁVEL**
O ISAE é uma Instituição signatária do Pacto Global das Nações Unidas e do PRME (Principles for Responsible Management Education).
- ▶ **CONCEITOS NORTEADORES**
Liderança, empreendedorismo, ética, inovação, governança e sustentabilidade.

www.isaebrasil.com.br
42 3621.5575



ACIG PARTICIPA DE MISSÃO TÉCNICA NA ARGENTINA

VICE-PRESIDENTE DA ENTIDADE FEZ PARTE DA COMITIVA QUE PASSOU QUATRO DIAS EM MISIONES

Em abril deste ano, o Sebrae deu início a uma integração produtiva e comercial entre Brasil e Argentina, visando desenvolvimento tecnológico e comercial entre os países. Na primeira fase do processo, Guarapuava recebeu uma comitiva composta por representantes do Governo Estadual de Misiones e de autoridades do município de Aristobulo del Valle, dirigida pelo prefeito municipal Eldor Anibal Hut. De acordo com relatório do Sebrae, a comitiva veio conhecer o processo de transformação e ativação do “carvão ativado” da empresa Brascarbo, referência no mercado nacional brasileiro. Em seguida, a comissão conheceu a sede do Sebrae em Guarapuava e esteve na Prefeitura Municipal para conversa com o prefeito Cesar Silvestri Filho.

Num segundo momento, foi a vez de Guarapuava visitar a cidade de Aristobulo del Valle em uma missão técnico-empresarial. O objetivo era reconhecer o potencial turístico

e produtivo das serrarias localizadas em um raio de aproximadamente 90 quilômetros da cidade. O grupo, formado por consultores do Sebrae, Acig, Prefeitura Municipal e representantes da Brascarbo, também visitou o Instituto Nacional de Tecnologia Agropecuária (Inta) para conhecer os resultados reais dos estudos realizados. Eles também participaram de um evento onde o governo municipal apresentou seus projetos de desenvolvimento social e econômico.

Segundo Rudival Kasczuk, primeiro vice-presidente da Acig, um dos aspectos mais interessantes da visita é em relação às semelhanças entre Misiones e Guarapuava. Kasczuk conta que a região lembra Guarapuava na época em que a principal atividade econômica do município era a madeira. Além disso, o vice-presidente ressalta o fato de que Misiones possui uma boa localização geográfica, assim como Guarapuava. “Foi uma experiência muito válida. Fomos bem recebidos pelos argentinos e trouxemos boas experiências para compartilhar com os empreendedores locais”, relata. O empresário também afirma ter ficado impressionado com a cultura associativista de Misiones que, segundo ele, é bem abrangente. Ele acredita que ter contato com lugares onde o associativismo é rico alimenta a vontade de fomentar a prática em locais onde as pessoas ainda não valorizam este tipo de cultura.

“A Acig se sentiu honrada em ser convidada para mais uma missão do Sebrae. Entendemos que, de uma forma ou de outra, isso repercutirá em nossas ações futuras em benefício da classe empresarial de Guarapuava. O contato com outras culturas é fundamental para refletirmos acerca do que promovemos no município”, finaliza Kasczuk. 🇺🇵



O vice-presidente da Acig afirmou que a comitiva foi muito bem recepcionada pelos argentinos

SUPERINTENDÊNCIA REGIONAL DO SICREDI EM GUARAPUAVA SEDIA O PROGRAMA “GESTÃO EMPRESARIAL PARA ASSOCIADOS”

Noventa associados do Sicredi e pessoas jurídicas deverão participar do programa “Gestão Empresarial para Associados” lançado em junho pela Central Sicredi. O programa foi lançado em parceria com o Sescop (Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo) e a EBS (Estação Business School) de Curitiba com o objetivo de contribuir para a qualificação dos gestores de empresas de pequeno e médio porte associadas ao Sicredi.

Guarapuava, Cascavel e Londrina sediam os encontros regionais. Em Guarapuava, o encontro foi realizado nos dias 10 e 11 de junho na Superintendência Regional Terra dos Pinheiros PR/SC.

O programa conta com uma carga total de 48 horas, divididas em três módulos de 16 horas. Os primeiros módulos já realizados traba-

lharam “Marketing e Vendas”, e “Liderança, Negociação e Gestão de Conflitos”. O módulo “Gestão de custos e Finanças dos Negócios” está previsto para os dias 15 e 16 de julho.

Segundo o presidente do Sicredi Terceiro Planalto, Adilson Primo Fiorentin, “o programa de gestão empresarial é uma forma de valorização de quem diariamente ajuda o Sicredi a crescer de modo significativo”. Para Fiorentin, o esforço que fizeram para participar do programa em breve se transformará em resultados positivos para os empreendimentos.

Em toda a área de abrangência da Central PR/SP, em parceria com o Sescop, o investimento total será superior a R\$ 200 mil, o que demonstra a preocupação do Sicredi com a qualificação desses empresários”. 🇺🇵

Disque Entrega

(42) 3036-0007
De Segunda a Quarta-Feira



De Segunda a Quarta-Feira,
Escondidinho e Caldos com desconto.
Consumo no local.



Música ao vivo

Quinta, Sexta e Sábado.

Doce Cantinho

O espaço de recreação da criança.



Sabores do Brasil

ELES QUEREM LHE DAR OS PARABÉNS!

CONHEÇA OS RESPONSÁVEIS PELOS CARTÕES DE ANIVERSÁRIO DA ACIG



Graças aos cartões da Acig, a aluna Lucia da Apadevi, descobriu seu talento para pintar. Hoje, além dos cartões ela pinta telas

Com uma mente criativa e um sorriso no rosto, há oito meses eles aceitaram um pedido especial da Acig: confeccionar cartões de aniversário para os associados da entidade. A ideia partiu de Eloi Mamcasz, logo que assumiu a presidência da entidade, em julho de 2012. O objetivo era humanizar os cartões de aniversário enviados aos associados e, ao mesmo tempo, gerar renda extra para as instituições parceiras do projeto. “O foco de nossa gestão são as pessoas, reconhecer o que elas significam para a Acig. E este projeto vem ao encontro disso, pois nos permite valorizar mais um ano de vida de nossas empresas associadas, como também permite dar oportunidade para que as crianças mostrem seu talento à comunidade”, explica o presidente.

A primeira instituição parceira foi a Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae). Segundo Elisandra Schroeder, diretora geral da associação, foi a primeira vez que a instituição recebeu esse tipo de proposta. Ela conta que a Apae foi receptiva ao projeto, principalmente, porque oportuniza pôr em prática a tão falada inclusão social. “Gostamos muito da proposta, porque ajuda a divulgar o trabalho da Apae, valoriza a produção dos alunos e o trabalho desenvolvido pelos professores. Esta é a verdadeira inclusão so-

cial, pois se fala muito nesse processo, mas pouco se evidencia o trabalho das nossas crianças especiais”. Elisandra conta ainda que, graças a essa ideia proposta pela Acig, a Apae cogita a implantação de um curso livre específico para confecção de cartões, para que mais alunos tenham acesso à atividade e possam ser certificados ao final do treinamento. Ela afirma que o curso deve ser implantado ainda este ano, pois sua regulamentação está em andamento.

Grande parte da manutenção da Apae é feita com verba de doação. A instituição conta com o apoio do governo municipal e estadual, mas essa ajuda é direcionada aos profissionais, merenda e transporte escolar. Por isso, a entidade busca recursos através da Central de Doações, responsável por entrar em contato com empresários e a população em busca de doação de qualquer valor em dinheiro. Interessados em colaborar com a Apae podem ligar para o telefone (42) 3623-2544 e solicitar a visita de um motoboy devidamente identificado para recolher o dinheiro. Também é possível fazer depósito em conta no Banco do Brasil, agência 0299-2, conta corrente 80011-2. A diretora alerta para que, nos casos da coleta feita pelo motoboy, é importante conferir a identificação do mesmo, pois já houve ▶



casos em que pessoas de má fé se passaram por representantes da Apae para arrecadar dinheiro. Atualmente, a Apae atende 435 alunos nas áreas de educação, saúde e assistência social, possui duas escolas e atende 2,6 mil procedimentos de saúde por mês.

Quem também abraçou o projeto foi a Associação de Pais e Amigos de Deficientes Visuais (Apadevi). No início, apenas uma professora aplicava aos alunos a atividade de confeccionar cartões. Hoje, são três. Segundo a professora Kelly Furlaneto, os alunos ficaram tão empolgados com a atividade que as professoras acrescentaram a disciplina de pintura em tela, para que eles possam desenvolver ainda mais suas habilidades. As telas para pintura são compradas com o dinheiro pago pela Acig pelos cartões. Lúcia é uma das alunas mais empolgadas da turma. Sempre sorridente, ela relata ter encontrado grande felicidade na confecção dos cartões. “Estou juntando minhas telas para vendê-las de uma vez e comprar um iate”, brinca. Diferentemente da Apae, a Apadevi atende somente deficientes visuais. A instituição atua há 24 anos e segue um cronograma de aulas similar ao dos colégios convencionais. Além das aulas, os alunos recebem orientação em relação à realização de atividades como higiene pessoal,

cuidados com a casa, culinária, artesanato, dentre outros. A associação conta com 138 alunos e também sobrevive de doações. Os funcionários são pagos pelo Governo do Estado e pela prefeitura, mas a manutenção fica por conta da renda advinda de doações ou arrecadada em feiras de artesanato dos produtos fabricados pelos alunos. Interessados em fazer doações para a Apadevi podem realizar depósito nas agências do Banco do Brasil, agência 0299-2, conta corrente 24001x.

Outra instituição parceira do projeto é a Escola São José. Para a diretora, Jaqueline Fontoura, esta é uma oportunidade que a escola tem de mostrar a habilidade dos alunos. Na Escola São José praticamente todos os alunos confeccionam cartões, não somente os portadores de necessidades especiais, e a renda é revertida em material pedagógico. “Já nos primeiros trabalhos identificamos habilidades até então desconhecidas. A partir daí, passamos a desenvolvê-las através da confecção de cartões com materiais e formas diferenciadas”, relata a diretora. Assim como nas demais instituições parceiras, ela afirma que o projeto agregou muito à escola e trouxe novo ânimo para os alunos. 🇧🇷



EMPRESA ASSOCIADA DA ACIG RECEBE PREMIAÇÃO INTERNACIONAL

EM MAIO, A COMERCIAL OESTE SE DESTACOU DENTRE AS 600 CONCESSIONÁRIAS VOLKSWAGEN DO BRASIL



Não foi a primeira vez que a Comercial Oeste foi premiada pela Volkswagen. Em 2011 a empresa conquistou o Prêmio Alta Performance Prata dentre as concessionárias nacionais

Empresas associadas da Acig continuam sendo destaque em premiações. Em janeiro, a Revista Acig trouxe matéria sobre premiações que a Editora Pão e Vinho e o Senap receberam na época. Agora foi a vez da Comercial Oeste que, em maio, recebeu duas premiações, uma a nível nacional e outra internacional. Tratam-se dos prêmios Alta Performance Ouro e Golden Pin, ambos promovidos pela Volkswagen para reconhecer o trabalho das filiais.

O troféu Alta Performance Ouro é concedido às concessionárias que vendem entre 50 e 200 carros por mês. Também são avaliados o volume de peças, acessórios e veículos, metas alcançadas e o índice de satisfação dos clientes na área de vendas e pós-vendas. A avaliação é feita pela própria marca que, periodicamente, envia questionário de avaliação para os clientes das concessionárias Volkswagen. Nesta categoria, a Comercial Oeste conquistou o 9º lugar dentre as 230 concessionárias avaliadas. Angelo Scheidt, diretor da empresa, recebeu a premiação no lançamen-

to da Saveiro, em maio, na Praia do Forte, na Bahia. Em 2011, a concessionária havia sido contemplada na categoria prata.

A premiação internacional veio direto da Alemanha. O Golden Pin é concedido às concessionárias com boa atuação em venda de veículos, peças, assistência técnica, investimento em recursos humanos, treinamento dos colaboradores, engajamento e alinhamento com os valores da marca. A Comercial Oeste concorreu com 600 concessionárias Volkswagen do Brasil, sendo uma das 7 premiadas do país.

“Só recebemos as premiações graças aos nossos colaboradores, pois o que fideliza o cliente é o bom atendimento dispensado pelos funcionários de uma empresa. Somos muito felizes pela equipe que temos. Não se tratam de premiações relacionadas somente a vendas. Trata-se de satisfação do cliente, e isso só pode ser conquistado com uma equipe engajada e competente, como a que nós temos”, comemora Egon Scheidt, proprietário da Comercial Oeste.



O Golden Pin de ouro só pode ser usado pelos empresários das concessionárias premiadas

A COMERCIAL OESTE

A história da empresa é longa. Data de mais de meio século, quando Guarapuava ainda não possuía nem asfalto. Egon Scheidt lembra com bom humor do complicado processo de compra de carros para revenda. Naquela época, o processo era demorado e havia fila de compradores à espera de veículos que vinham de São Paulo. Para buscar um veículo era necessário perder quase uma semana de viagem, pois eles eram trazidos um a um de maneira tradicional, literalmente rodando a estrada. “Nós vendíamos dois carros por mês, porque era difícil comprar o carro da fábrica, tínhamos de esperar a montadora preparar o veículo. Para se ter noção, hoje são vendidos cerca de 100 veículos por mês. Algumas pessoas chegavam a esperar mais de um ano para ter seu carro da Volkswagen. Quando havia um disponível, elas não se importavam com a cor, o importante era ter”, conta Scheidt. Nesta época, havia em Guarapuava concessionárias Ford e Chevrolet, porém, segundo Scheidt, elas comercializavam apenas caminhonetes e caminhões.

A ideia de abrir uma concessionária Volkswagen em Guarapuava partiu do tio de Egon. Em sociedade, o empresário já havia aberto uma concessionária em Irati e, dois anos depois, resolveu abrir em Guarapuava, pois a sociedade de Irati foi desfeita. Então, aos 22 anos, Egon foi convidado pelo tio a administrar a nova concessionária em Guarapuava. “Gostei muito da proposta, mas para mim seria um desafio, pois eu vinha da indústria madeireira e não conhecia o ramo automotivo”, relembra o empresário. Egon foi o responsável por construir tudo o que a empresa é hoje. “Meu tio só entrou com o dinheiro, ele não administrou a empresa nem por um dia. Tempos depois, acabei a comprando dele”.

Dos 60 anos da Volkswagen do Brasil, a Comercial Oeste participa de 53, sendo uma das concessionárias mais antigas da marca. Segundo Rodrigo Grisard, gerente

comercial, a empresa possui colaboradores que estão na empresa há 30 anos e outros chegaram a se aposentar na mesma, tendo a Comercial Oeste como primeiro emprego. “Eu mesmo estou na Comercial há 16 anos. Foi meu primeiro emprego, e permaneço aqui até hoje. Inclusive ocupo o lugar que era de meu pai, que também trabalhou muitos anos na empresa e só saiu para abrir seu próprio negócio”, conta o gerente. Para Grisard, a Volkswagen faz parte da vida de boa parte dos brasileiros, estando presente em vários momentos. “Somos uma marca forte e tradicional. Muitos aprenderam a dirigir num Volkswagen, iam para a escola em Kombis da marca ou tiveram como primeiro carro um Volkswagen”.

Egon Scheidt confessa admirar orgulhoso este cenário, pois garante não ter sido uma trajetória fácil. Aos 70 anos, com a mesma dedicação, continua à frente do empreendimento e hoje conta com a ajuda do filho Angelo. 🇺🇵



DIA 21 DE JUNHO A ACIG RECEBEU ASSOCIADOS PARA UM CAFÉ DA MANHÃ COM A DIRETORIA, CONSELHEIROS E GERENTES. O **INTEGRACIG** É OFERECIDO TODO MÊS ÀS EMPRESAS ANIVERSARIANTES E NOVOS SÓCIOS. VEJA QUEM ESTEVE PRESENTE E FOI FOTOGRAFADO.

- 1 - Marcelo Alves de Freitas (Alternativa Guarapuava)
- 2 - Fernanda Pollyak e João Maria Uchak (Imobiliária Evidência)
- 3 - Milene Ap. Gartner (Carrocerias Aeroporto)
- 4 - Lucas Fortes (Rede Cash)
- 5 - Valdineia Sovrani e Viviane Andrade (Montana Com. de Peças e Acessórios)
- 6 - Suelm Sostisso e Marcelo Amaral Nogueira (Tratorcase)
- 7 - Tatiana Cordeiro Ferro (VeVilta) e Julieta Cordeiro (Pensionato Fernanda)
- 8 - Ane Suellen de Souza e Morgana de Paula (J. Losso Imobiliária)
- 9 - André Kuczer Filho (Peixaria Trianon)
- 10 - Renata Maneira e Rosangela Maneira (Promissor Seguros)
- 11 - Emerson Theodorovicz (Reptec Tecnologia)
- 12 - Adriana Lopes e Simone Stora (Conteza)
- 13 - Juliane Santos e Edineia Bertonceolo (Casa Modelo)
- 14 - Priscila Schran Lima (Schran Contabilidade)
- 15 - Jacira G. Ferreira (Comercial BSD Guarapuava)
- 16 - Leonardo da Silva Rocha E Guilherme Gemin (Lsr - Escritório de Engenharia)
- 17 - Mariza Buch e Vera Grisard (Grisauto Escapamento)
- 18 - Anne Silva (Mb Acessórios)
- 19 - José Losso Neto (J. Losso Imobiliária) e Patrick Correa (Imobiliária Gralha Azul)
- 20 - Carolina Z. Virtuoso (Assessoria e Cerimonial de Eventos)
- 21 - Silvana (Mr Bueno Comercio de Ferramentas)
- 22 - Flavio Antonio Sichelero - Conjove
- 23 - Marco Borges - Conjove
- 24 - Lucio Zanco Junior e Eduardo Christ - Conjove
- 25 - Edson Rollwagem Filho (Cecob)
- 26 - Katya Santos, Maria Inês Guiné, Giselle Mattos Leao Abdanur e Loren D'Angelo - Ceme

Fotos: ACIG



**TRANSFORMAR
LIXO EM DESIGN
É PENSAR
DIFERENTE.**

**ESCOLHER UMA
INSTITUIÇÃO
FINANCEIRA QUE
RECICLA RECURSOS
NAS PRÓPRIAS
COMUNIDADES
TAMBÉM.**

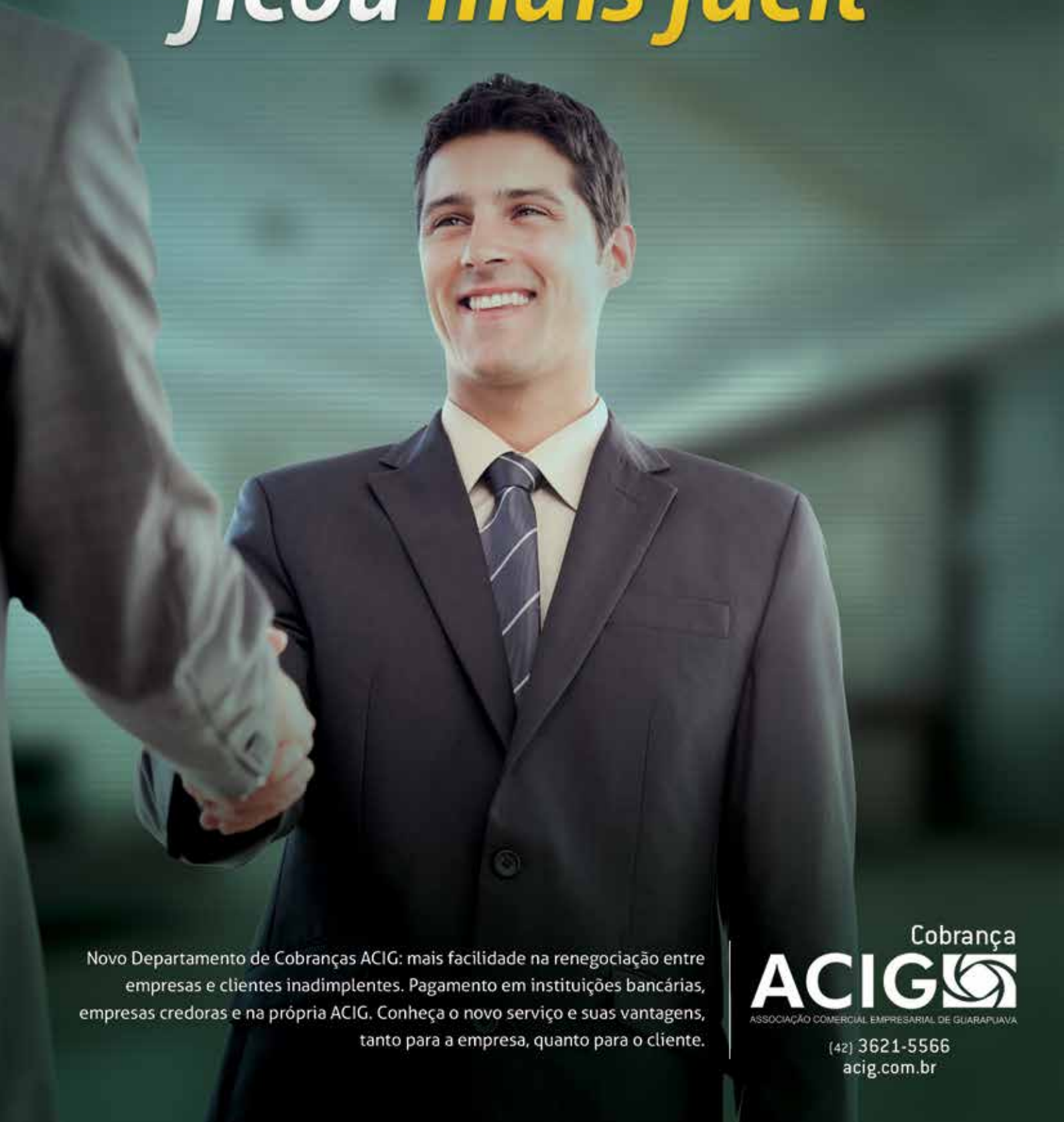


 **SICOOB**
ASSOCIADO A VOCÊ.

www.sicoobpr.com.br

Agora, *renegociar* ficou *mais fácil*

publinterpropaganda.com.br



Novo Departamento de Cobranças ACIG: mais facilidade na renegociação entre empresas e clientes inadimplentes. Pagamento em instituições bancárias, empresas credoras e na própria ACIG. Conheça o novo serviço e suas vantagens, tanto para a empresa, quanto para o cliente.

Cobrança
ACIG 
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL EMPRESARIAL DE GUARAPUAVA

(42) 3621-5566
acig.com.br