

PRÊMIO DIVAS 2014  
CONHEÇA AS GANHADORAS

ACIG  
TRABALHO DA ENTIDADE SE  
FORTELECE A CADA DIA

MARIA ALICE,  
FAZENDO HISTÓRIA  
COM CHOCOLATE



Edição 73   Ano 7   Abril 2014   Uma publicação da Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava

# ACiG



CAPA

## GUARAPUAVA EM NÚMEROS

PESQUISA INÉDITA ENCOMENDADA PELA RPC TV AO INSTITUTO IPSOS MARPLAN  
REVELA O PERFIL GUARAPUAVANO

Em meio a tantas novidades, em breve a Imobiliária Gaspar trará mais uma...

# RESIDENCIAL ANA PAULA

Um super investimento para você, próximo a supermercado, hospital, posto de combustível material de construção e escola.

- \* Plantas com 2 e 3 quartos
- \* 1 Vaga de garagem
- \* 2 elevadores
- \* Área de Lazer

Rua Quintino Bocaiúva, 2064 - Centro



**Gaspar**  
**Imobiliária**



**IMOBILIÁRIA**  
**GASPAR**  
CRECI - J-2153

Rua Pe. Chagas, 3636 - Centro  
Guarapuava PR  
42 3623 4074

[www.imobiliariagaspar.com.br](http://www.imobiliariagaspar.com.br)



\*Imagem meramente Ilustrativa



**INVISTA**  
 E CONCORRA A  
**R\$ 30 MIL\*** POR SEMANA  
 EA **R\$ 250 MIL\***  
 NO FINAL DA PROMOÇÃO.



**R\$ 200**  
em depósitos a prazo

ou

**R\$ 300**  
em poupança

=

**2**  
números  
da sorte

\*Título da modalidade de incentivo emitido pela Lactu Capitalização S.A. CNPJ nº 24.297.170/0001-73. Processo SUSEP nº 15414/00130/2013/82. A aprovação deste título pelo SUSEP não implica, por parte da Autoridade, incentivo ou recomendação à sua aquisição, representando, exclusivamente, a adequação às normas em vigor. Serviço de Informação ao Cidadão SUSEP (800 024 84 84) (das 9h às 17h) ou www.susep.gov.br. Ouvidoria Lactu Seguros (800 288 0047). Fundo de Investimento em Direitos de Crédito com a garantia do administrador do fundo, do gestor da carteira, de qualquer mecanismo de proteção do investidor em caso de inadimplência do emissor. Produto e seu preço sujeitos à disponibilidade da sua cooperativa e a rede. Para informações sobre produtos e serviços e condições de contratação, dirija-se a uma de nossas unidades de atendimento. Premios pagos em moeda corrente nacional e líquidos de impostos. SAC SICREDI - (800) 724 2527 / Deficientes Auditivos ou de Fala - (800) 724 0525; Ouvidoria SICREDI - (800) 646 2519.



GENTE  
QUE  
COOPERA  
CRESCER



Confira outros produtos e formas de acumular números em [sorteemcamposicredi.com.br](http://sorteemcamposicredi.com.br)

## GUARAPUAVA EM NÚMEROS

CAPA

16

PESQUISA INÉDITA ENCOMENDADA PELA RPC TV AO INSTITUTO IPSOS MARPLAN REVELA O PERFIL GUARAPUAVANO



CEME

PARABÉNS, DIVAS!

19

ACIG

TRABALHO DA ENTIDADE SE FORTALECE A CADA DIA

22

ASSOCIATIVISMO

EMPRESÁRIOS SE UNEM NA BUSCA POR MAIOR LUCRO, MAIS CLIENTES E MELHOR CAPACITAÇÃO

24

ENTREVISTA

EMPRESÁRIO, CONSULTOR E PROFESSOR DEFENDE TESE DE DOUTORADO SOBRE CONTINUIDADE E DESCONTINUIDADE DE PROJETOS E PROGRAMAS DE CRIAÇÃO DE EMPRESAS

26

CONJOVE

ACIG DÁ INÍCIO A NOVA TURMA DO EMPRETEC EM GUARAPUAVA

28

ARTIGO

OS 7 ERROS CAPITAIS DO GERENTE DE VENDAS

30

## SEÇÕES

INTEGRACIG 07  
COMEMORAÇÕES MARÇO

COLUNA EMPRESARIAL 08  
OS ACONTECIMENTOS DO MEIO EMPRESARIAL

NOVOS SÓCIOS 09  
MINHA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO

VOCÊ, EMPRESÁRIO 10  
MINHA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO

EMPREENDEDOR 12  
MARIA ALICE,  
FAZENDO HISTÓRIA COM CHOCOLATE

ACIG 15  
ANIVERSARIANTES DO MÊS DE ABRIL



Quem Ajuda

Amigo é!

Nosso Hospital precisa de você!  
Colabore com a reforma  
das alas do Hospital São Vicente.  
Conheça a lista de materiais e contribua  
com aquilo que puder doar.

 Hospital  
**São Vicente**

DOAÇÕES VIA DEPÓSITO: FAVOR ENTRAR  
EM CONTATO COM O HOSPITAL  
PELO TEL.: (42) 3621-7800 - C/ ADRIANE  
LISTA DE MATERIAIS ESTÁ DISPONÍVEL  
NA GUARAFER TINTAS, RUA XAVIER DA SILVA, 1983.  
MAIS INFO. TEL.: (42) 3621-8000

  
**GUARAFER**  
TINTAS

## PALAVRA DA DIRETORIA

Caros associados,

A Acig tem crescido muito nesses últimos anos. Já somos, praticamente, 900 associados e gostaríamos que você conhecesse melhor a nossa entidade.

Fomos premiados no Programa Capacitar como a melhor Associação Comercial da região central do Paraná – programa que faz o diagnóstico organizacional interno. Quando assumimos a atual gestão, estávamos com uma avaliação positiva de 44% e, agora, passamos para 79%. Isso representa 80% de acréscimo – o maior crescimento entre todas as Associações Comerciais da nossa região, que compreende 14 municípios. Um dos maiores crescimentos do estado do Paraná.

Fizemos em 2012 o Programa Limpe Seu Nome – campanha de conscientização da utilização consciente do crédito. Foi um sucesso tão grande que a campanha criada na ACIG será utilizada em todo o estado do Paraná no 2º semestre de 2014.

Temos mudado muito nossa casa para melhor recebê-lo. Mudamos, nesses dois últimos anos, os desenhos dos setores e preparamos, muito mais, nossa equipe para melhor atendê-lo.

Passamos a escutar mais o associado e oferecer a ele as soluções que ele mesmo indicou. Por isso crescemos tanto em número de serviços e de produtos oferecidos. O produto mais conhecido de todos é o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), mas oferecemos, também, cursos, palestras, treinamentos, programa de estágio regulamentado (DEA) e Núcleos Setoriais, entre tantos outros.

O associativismo é importante porque coloca juntos empresários que, apesar de concorrentes, possuem as mesmas dificuldades e podem construir formas mais efetivas para resolvê-las.

Parabéns por ser um defensor do Associativismo!

Obrigado por ser Acig!



José Fernando Brecailo Junior,  
(2º vice-presidente da Acig)

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  
Taysa Yasmim dos Santos  
Giselle Juliana do Amaral

IMPRESSÃO  
Midiograf

PROJETO GRÁFICO  
Rogério Zangelmi

TIRAGEM DESTA EDIÇÃO  
1.500 exemplares

CAPA  
Pulsar Propaganda

FALE COM A REDAÇÃO  
Taysa Yasmim dos Santos  
(42) 3621-5515

Envio de releases, informações, sugestões de pauta e comentários: [imprensa@acig.com.br](mailto:imprensa@acig.com.br)

PUBLICIDADE - ACIG  
Rua XV de Novembro, 8040 -  
Centro - (42) 3621-5566  
[acig@acig.com.br](mailto:acig@acig.com.br)

COMERCIAL ACIG  
(42) 3621-5575  
[comercial@acig.com.br](mailto:comercial@acig.com.br)

Guarapuava - Paraná

## DIRETORIA EXECUTIVA

PRESIDENTE	Eloi Laércio Mamcasz
1º Vice-Presidente	Rudival Kasczuk
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	Arival Ribas Cramer Junior
Diretor Administrativo	Paulo Reckziegel
Vice-Diretor Administrativo	Eduardo Plestch
Diretor de Finanças e Orçamento	Marco Aurélio S. S. de Meirelles
Vice-Diretor de Finanças/ Orçamento	Elaine S. S. de Meirelles
Diretor para Assuntos SCPC	Abrão Nassar
Diretora 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 Kuster 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	Eduardo Christ
CONSELHEIROS	
Emerson Theodorovicz	Ana Paula Assis
Marcos Henrique Adriano	Thiago Belin
Emanuel Rosetti	André Lopes
Marcos Borges	Raphael Santini
Flavio Antonio Sichelero	Ison Marcos
Davisson Westphal	Carlos Augusto Araujo
Cecilio Max Batista	Gilliard Obal
Douglas Vieira	Lucas Ponchon
Franciele Zanette	

## CONSELHO DA MULHER EMPRESÁRIA

PRESIDENTE	Maria Inês Guiné
CONSELHEIRAS	
Elaine Scartezini S. De Meirelles	Julieta Cordeiro
Rosângela Alves	Geovana Casagrande
Katya Santos	Kerlin Zimmer
Elizabete Machado	Marcela Mendes
Lara Cerize Sganzerla	Danielle Dalzotto
Cleuza Meira De Godoi	Claudete Bastian
Giselle De Mattos Leão Abdanur	Rosana Obal
Tatiana Cordeiro Ferro	Loren D'Angelo

**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

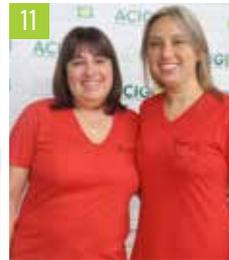
Fale com a ACIG:

Rua XV de Novembro, 8040 - Centro | Caixa Postal 474 | CEP 85010-100  
Fone (42) 3621-5566 | fax 3621-5573 | [www.acig.com.br](http://www.acig.com.br) | [acig@acig.com.br](mailto:acig@acig.com.br)

Dia **14 DE MARÇO** 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 - Rita Dias (Chocolates Aliança)
- 2 - Ana Cecília Messas, Claudineia Silva, Jessica Martine e Tatiana de Paula (Vip Dog)
- 3 - Gilmar Lemos e Alfredo Lemos (Retificadora Guaramotores)
- 4 - Adhemar Karpinski (Carioca Corretor de Imóveis)
- 5 - Guilherme e Karina Czelusniak (Namastê Empório Natural)
- 6 - Suelen Santos e Alaércio Beltrão (Loja das Persianas)
- 7 - Thiago Lima (Dacoregio Automotivo)
- 8 - Marcelo Kwaczynski (Eletrônica Servilar)
- 9 - Antonio Zanco e Lucas Gabriel (Luke Moto Peças)
- 10 - Leticia dos Santos, Lucas Balena e Fernanda Mattos (Escritório Precisão)
- 11 - Ana Maria Borrato e Mariana Borrato (Cupidos Lingerie)
- 12 - Monica Iatskiv (MM Contabilidade)
- 13 - Sandra Chass (Bonny)
- 14 - Cristiane Kubiok e Patricia Verenka (Cresol)
- 15 - Odenir Rech (Exclusiv Móveis e Decorações)
- 16 - Albaray Pedroso e Karine Martini Pedroso (Haloma Madeiras)
- 17 - Cleusa M. Pimentel (Estilo e Formas)
- 18 - Marcela Abreu e Luis Gabriel dos Santos (Sicoob)
- 19 - Ilvo Guaragni (Grande Hotel)
- 20 - Lucas Lima Maciel e Marcia Schotten (Achieve Languages)
- 21 - Ricardo Lubacheski (Organização Contábil e Jurídica Lubacheski)
- 22 - Haroldo Brogjalto (Dumas Peugeot)
- 23 - Onofre Carioca (Carioca Corretor de Imóveis)
- 24 - Paulo Opuchkevich e Lilian Presotto (Icavel)
- 25 - Eric Martins (Sicredi)
- 26 - Sirlei Cordeiro e Fernanda Pollyak (Imobiliária Evidência)
- 27 - Mari Laura Kwaczynski, Maria Inês Kuszniar e Joyce Bini (Sicredi)

Fotos: ACIG





## EVENTOS EM DESTAQUE

- 1 - Expressiva For Men realizou happy hour para clientes e amigos
- 2 - Segunda edição da Feira Ponta de Estoque Detona Guarapuava é lançada oficialmente
- 3 - Imobiliária Gaspar comemora 40 anos de fundação
- 4 - A Colcci de Guarapuava está em novo endereço com um ambiente mais conceitual e moderno
- 5 - Exclusiva Castor recebe novos produtos para 2014
- 6 - reinauguração da Linda Flor Mulher
- 7 - Modas Jolie celebrou o Dia Internacional da Mulher com as clientes com um coquetel em uma tarde festiva

Fotos tiradas pela Acig e/ou cedidas pelos próprios associados. Enviem também fotos do seu evento para [imprensa@acig.com.br](mailto:imprensa@acig.com.br)



ESTES SÃO OS MAIS NOVOS ELOS DE NOSSA CORRENTE ASSOCIATIVISTA.

# SEJAM TODOS BEM-VINDOS À ACIG!

1 - MOÇA BIJU (ADEMILSON PEREIRA BARBOSA E JAQUELINE HARUMI SHIMIZU)

2 - ONLY CARTUCHOS E INFORMÁTICA (RAFAELA ALVES, SUANI SILVA E COLABORADORES)

3 - COMPANHIA DA SEGURANÇA (JORGE HOSSNI JUNIOR E MIGUEL WOUK)

4 - SOB MEDIDA MÓVEIS (JOSIAS DE OLIVEIRA)

Fotos: Acig





Carlos Alberto Moliani e sua esposa Fabiana Moliani

## MINHA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO

Por Carlos Alberto Moliani – Cartuchos.com e Guarafest

“Comecei minha vida profissional aos 14 anos no Banco Noroeste, agência de Guarapuava, onde trabalhei por dois anos. Em 1991 fui embora para Cascavel e entrei no Banco Bamerindus (hoje HSBC), onde fiquei até 1998. Até que recebi um convite para trabalhar na Xerox do Brasil. Aceitei mais este desafio e fui embora novamente, desta vez para Maringá.

Sempre tive vontade de abrir meu próprio negócio, por isso, no ano de 2000 fui para Rondonópolis-MT, Tatuí-SP, São Gotardo-MG, entre outras cidades, sempre em busca de algo novo para fazer. Mas, dois anos depois, resolvi voltar para Guarapuava e montar a minha empresa. Na época, recebi um convite do meu tio e atual sócio, Paulo Chemin, e também do meu primo, Geovani Armiliatto. Juntos abrimos a Cartuchos.com. Encarei este desafio, principalmente pelo apoio e força que recebi de meus pais.

Para montar a loja, em outubro de 2002, alugamos uma salinha de 50m<sup>2</sup> no centro da cidade. Neste mesmo período comecei a bater de porta em porta, comprando cartuchos vazios e tentando convencer os clientes a recarregar os seus, pois naquele tempo diziam que os cartuchos remanufaturados estragavam as impressoras. Graças à minha persistência consegui convencê-los do contrário. Eu explicava que a empresa teria economia com a recarga.

Aqueles foram tempos difíceis; passava os finais de semana enchendo cartuchos e arrumando impressoras, para deixar tudo certo para o decorrer da semana. Este foi um tempo de bastante aprendizagem. Hoje eu sei que, antes da diversão, tem o trabalho para que sejamos recompensados.

No ano seguinte a empresa deu um salto, pois começamos a atender uma grande rede de farmácias. Graças a esta referência, outras portas foram se abrindo. Nosso trabalho aos poucos estava sendo reconhecido.

Em 2009 resolvemos expandir nossos serviços e começamos a trabalhar também com informática em geral: venda de computadores, tablets, assistência técnica, entre outros. Neste momento, a empresa ganhou um novo sócio e ficou evidente o crescimento da loja. Atualmente, contamos com 17 colaboradores.

Após dez anos trabalhando na Cartuchos.com, resolvi mudar de ares e investir também em uma nova área, juntamente com a minha esposa. Em junho de 2012 abrimos a Guarafest, uma loja de artigos e adereços para festas em geral.

Começamos em uma sala pequena, de 60m<sup>2</sup>. Este início foi bastante complicado, porém encaramos o desafio. Em dezembro de 2012, uma semana antes do Natal, resolvemos dar mais um passo e mudamos para uma sala maior. Com isso, nosso principal objetivo foi encher a loja, as gôndolas, buscar novidades, e mais colaboradores.

Com confiança, determinação e sempre pensando em nossos clientes, estamos em busca de tornar a loja referência no segmento em que atua, assim como a Cartuchos.com. Agradeço a todos os colaboradores, amigos e clientes de Guarapuava e toda a região que nos prestigiam. Graças a vocês estamos colaborando para uma Guarapuava melhor, com mais empregos e desenvolvimento”.

# Encomenda rodoviária a rodoviária.



## 10h00 | Sede da Neodent

A empresa paranaense Neodent, com sede em Curitiba, é especializada em implantes dentários e atende clientes em todo o território nacional.

## 11h30 | Produção da Neodent

As embalagens contendo os implantes dentários saem da linha de produção e precisam de uma logística de transporte que garanta a entrega rigorosamente no prazo.



## 13h00 | Embarque no Prinex

As embalagens são levadas até o guichê da rodoviária para embarque com todo o cuidado e pontualidade. Por isso, a Neodent escolheu o Prinex, serviço de encomendas expressas da Princesa dos Campos como parceira.

## 16h00 | Chegada do volume no destino final

Como as encomendas do Prinex seguem pelo ônibus, dentro da agenda normal de viagens, o tempo de transporte é otimizado. O produto foi tratado com todo o cuidado e está pronto para seguir ao seu destino final.



0800 42-1000

**PRINEX** É FÁCIL E RÁPIDO

A encomenda expressa do Paraná.



Foto: Estúdio Cipriano

# MARIA ALICE, FAZENDO HISTÓRIA COM CHOCOLATE

HÁ 30 ANOS, MARIA ALICE MOLENDAS TRABALHA COM CHOCOLATES. DESDE 2004 ELA ESTÁ À FRENTE DA D'ALICE CHOCOLATES, ENCANTANDO SEUS CLIENTES COM O BOM GOSTO, REQUINTE E SABOR DOS PRODUTOS. CASADA E MÃE DE UMA FILHA, RECENTEMENTE A *CHOCOLATIER* ENCAROU O DESAFIO DE REFORMULAR TODA A LOJA, PARA DEIXAR O AMBIENTE MAIS CÔMODO E ATRATIVO. A PARTIR DE AGORA, ALÉM DE ATENDER DURANTE O NATAL E A PÁSCOA, A EMPRESA ABRE DIARIAMENTE E OFERECE TAMBÉM DOCES FINOS E MESA DE CAFÉS PARA EVENTOS.

“

AS PESSOAS  
CONSEGUEM  
SENTIR A  
DIFERENÇA  
EM NOSSOS  
PRODUTOS.  
TRABALHAMOS  
COM CHOCO-  
LATES FINOS  
DE MARCAS  
CONCEITUADAS

”

MARIA ALICE

## VOCÊ NÃO É DE GUARAPUAVA, CERTO?

Nasci em São Paulo. Mas, me considero guarapuavana, pois foi aqui que me casei e formei minha família. Foi aqui também que tive oportunidades de crescimento na minha carreira profissional.

## COMO COMEÇOU SUA HISTÓRIA DE EMPREENDEDORISMO?

Eu comecei a trabalhar com chocolate há 30 anos. Na época, minha ocupação era em outro ramo, mas sempre gostei de inventar, sou muito curiosa para receitas. Foi assim que comecei a me interessar por chocolate. Acredito que este é o meu dom. Oficialmente, este ano, a empresa completou dez anos e me sinto muito realizada com tudo o que venho conquistando.

## RECENTEMENTE A EMPRESA FOI REESTRUTURADA. COMO FOI ESTA MUDANÇA?

Eu sempre senti a necessidade de ampliar

a loja e também os produtos oferecidos. Antes, a loja funcionava sazonalmente na Páscoa e também no Natal. Agora, estamos diariamente com as portas abertas. Pensando sempre em melhor atender nossos clientes reestruturamos todo o espaço e deixamos o ambiente ainda mais aconchegante. Além dos chocolates, bolachas, trufas e ovos de páscoa, estamos trabalhando, também, com doces finos e mesas de café para eventos.

## COMO ESTÁ A ACEITAÇÃO DESTE NOVO ESPAÇO PELOS CLIENTES?

Estou muito feliz. Sinto que os clientes estão bastante satisfeitos com esta mudança. Fizemos e estamos fazendo diversas festas de 15 anos, casamentos, eventos em geral. Contamos com um espaço diferenciado para apresentar nossos produtos. Quando o cliente agenda um horário preparamos a degustação dos doces, cafés, *capuccinos* e mostramos ▶

Foto: Estúdio Cipriano



Perto da Páscoa a produção de bombons e ovos aumenta ainda mais, com o objetivo de oferecer um produto de qualidade e diferenciado para o cliente

nossa apresentação digital. Nosso objetivo é auxiliar na escolha do cardápio e também na quantidade ideal.

### COMO ESTÁ A PREPARAÇÃO PARA A PÁSCOA?

Os preparativos para a Páscoa começam meses antes. Pensamos cuidadosamente em cada detalhe, desde o papel das embalagens, o laço, e principalmente o sabor e os recheios do chocolate. Sempre procuramos inovar. Queremos entregar o melhor produto para nosso cliente. Nesta época aumentamos também nossa equipe, para atender o público da melhor forma possível. O movimento é intenso diariamente, na sexta-feira santa trabalhamos internamente repondo os produtos de Páscoa, para ninguém ficar sem chocolate no domingo [risos].

### SE PUDESSE DEFINIR, QUE TIPO DE EMPREENDEDORA VOCÊ SE CONSIDERA?

Sou muito criativa. Nosso sucesso é um misto desta minha criação, juntamente com a dedicação das minhas colaboradoras, de acreditar e desenvolver os produtos que agradem nossos clientes.

### QUAL O DIFERENCIAL DA D'ALICE CHOCOLATES?

As pessoas conseguem sentir a diferença em nossos produtos. Trabalhamos com chocolates finos de marcas conceituadas e também com choco soy, diet, sem glúten e lactose. Nossos produtos são bem elaborados, com sabores aguçados, embalagens únicas e também com preços acessíveis para todos os consumidores. Agora, quando se pensa em D'Alice Chocolates, se pensa em brigadeiros gourmet frescos e deliciosos, doces finos, cupcakes, bem-casados, tudo com muito chocolate. 🍫

“

ALÉM DOS CHOCOLATES, BOLACHAS, TRUFAS, OVOS DE PÁSCOA, ESTAMOS TRABALHANDO TAMBÉM COM DOCES FINOS E MESAS DE CAFÉ PARA EVENTOS

”

MARIA ALICE

**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](http://www.sicoobpr.com.br)

# COMEMORAÇÕES

## ABRIL

EMPRESA	FUNDAÇÃO	EMPRESA	FUNDAÇÃO	EMPRESA	FUNDAÇÃO
<b>1 ANO</b>		Da Sappateira Calçados	05/04/07	Channel Vídeo	20/04/98
Dale Carnegie Course	16/04/13	<b>8 ANOS</b>		Mercado Pague Pouco	01/04/98
Millenium Motors	05/04/13	Toldos Farias	25/04/06	<b>17 ANOS</b>	
Nelson Mitio Ono Eirele	01/04/13	Projetar	11/04/06	Instituto do Pé	15/04/97
<b>2 ANOS</b>		Posto Petro Xv	06/04/06	<b>19 ANOS</b>	
Stúdio Labayadere	04/04/12	Topazyo Bijouterias	04/04/06	Zeagro	27/04/95
Lysenko Locação	02/04/12	Raiher Auto Peças Ltda	03/04/06	<b>20 ANOS</b>	
Objetiva Odontologia	01/04/12	<b>9 ANOS</b>		Foto Stúdio Cipriano	19/04/94
<b>3 ANOS</b>		Luflores Eventos	28/04/05	Visótica	04/04/94
Brustolin Máquinas e Equipamentos	27/04/11	Monna Malhas	25/04/05	Artplac	04/04/94
La Casa Imóveis	11/04/11	<b>10 ANOS</b>		<b>23 ANOS</b>	
Susana Pereira Martins	08/04/11	Wande Peças	26/04/04	Dstak Modas	04/04/91
<b>4 ANOS</b>		Dewmel Distribuidora de Alimentos L.	15/04/04	Eurolajes	01/04/91
QTI - Qualidade em Tecn. da Informação	27/04/10	Plug Teens Wear	08/04/04	<b>24 ANOS</b>	
Tevah Moda Masculina	16/04/10	Mil Malhas	01/04/04	Promoar Compressores e Bombas	18/04/90
Ampliar Materiais de Construção	16/04/10	<b>11 ANOS</b>		<b>25 ANOS</b>	
Odonto Master	15/04/10	Guarasat	14/04/03	CIEE - PR	14/04/89
Flessak	14/04/10	Eleetro Schulze	01/04/03	<b>26 ANOS</b>	
Criare Móveis Planejados	09/04/10	<b>12 ANOS</b>		Cedro	07/04/88
Lojão do Keima	08/04/10	Jamel Jeans Villier Multi-Marcas	29/04/02	<b>28 ANOS</b>	
Composee	01/04/10	Revista Visual Guarapuava	15/04/02	Gráfica Grafel	22/04/86
Au-Au	01/04/10	Estep Informática	10/04/02	<b>31 ANOS</b>	
<b>5 ANOS</b>		Super Mill Supermercado	08/04/02	Auto Mecânica Lorenci Ltda	18/04/83
La Portt	23/04/09	Vitrine Design	08/04/02	<b>32 ANOS</b>	
Arte Divina	14/04/09	Faraó Motos	02/04/02	Frederico E. W. Virmond - Médico	26/04/82
Vem Comunicar	13/04/09	<b>13 ANOS</b>		<b>34 ANOS</b>	
Luciene Martinazzo Cir. Dentista	11/04/09	Madeiraira Flor da Serra	26/04/01	Insignit	08/04/80
Oxy Marketing Comunicação Integrada	08/04/09	Matheus Calçados e Confecções Ltda	03/04/01	<b>35 ANOS</b>	
Revista + Saúde	07/04/09	Supermercado Parteka XV	02/04/01	Guaracal Vidraçaria	16/04/79
2W Ferramentas Elétricas	03/04/09	<b>14 ANOS</b>		Baterias Planalto	02/04/79
<b>6 ANOS</b>		RPCTV Guarapuava	20/04/00	<b>36 ANOS</b>	
Confira Mat. de Construção - Loja 2	30/04/08	Fau - Unicentro	12/04/00	Gouveia	28/04/78
Pé de Meia	23/04/08	Szabo Peças Serviços Ltda	03/04/00	<b>37 ANOS</b>	
Portal do Marceneiro	01/04/08	<b>15 ANOS</b>		Giovana Roman - Chef Chocolateira	14/04/77
João L. Agner Cordeiro-Imóveis	01/04/08	Prêmio Arketipo Agência de Propaganda	28/04/99	<b>42 ANOS</b>	
<b>7 ANOS</b>		Aggimotos Moto Peças	27/04/99	Sindicato Rural	23/04/72
Sudimaq	26/04/07	Laboratório Góes	15/04/99	<b>67 ANOS</b>	
Asa Delta Transportes Rodoviários	20/04/07	Casa Flor	15/04/99	Caixa Econômica Federal Ag. Guarapuava	09/04/47
Company Decorações	18/04/07	<b>16 ANOS</b>			
CFW Agência de Internet	16/04/07	Posto Vila Bela	20/04/98		

Av: Manoel Ribas, 1711 Centro Guarapuava-PR

(42) 3035-4477 (42) 3623-4478



- ESPECIALIZADA EM PEÇAS PARA VEICULOS GM - CHEVROLET.
- ORÇAMENTO SEM COMPROMISSO
- CONSULTORIA

montanapecas@yahoo.com.br

# Guarapuava

## em números

O QUE O SEU PÚBLICO-ALVO GOSTA DE CONSUMIR? VOCÊ SABIA QUE O GUARAPUAVANO É MUITO CUIDADOSO COM O DINHEIRO E DECIDE O QUE COMPRAR ANTES DE SAIR DE CASA? UMA PESQUISA INÉDITA ENCOMENDADA PELA RPC TV AO INSTITUTO IPSOS MARPLAN FEZ O MAPEAMENTO DAS VOCAÇÕES ECONÔMICAS DE GUARAPUAVA QUE, ALÉM DE ENTENDER O COMPORTAMENTO DEMOGRÁFICO DA POPULAÇÃO, MOSTROU TAMBÉM COMO ESSAS PESSOAS CONSOMEM, COMO TOMAM SUAS DECISÕES NO MOMENTO DA COMPRA E O QUE DESEJAM CONSUMIR

Um estado que oferece uma diversidade de oportunidades de negócios. Assim pode ser definido o Paraná, após o resultado da primeira pesquisa encomendada pela RPC TV ao Instituto Ipsos Marplan para conhecer melhor o perfil de hábito e comportamento dos consumidores de Guarapuava e demais regiões do estado, com um total de 10 pesquisas. Por meio da RPC TV é a primeira vez que um estado desenvolve esse tipo de levantamento com informações sobre os perfis de consumo das regiões que estavam carentes de informação estratégica.

Identificar as oportunidades e quem são esses consumidores que moram no Paraná, pode ser determinante para o sucesso de uma campanha ou de um novo negócio. O objetivo da RPC TV ao realizar a pesquisa é fornecer uma base ampla de informações para clientes, agências e parceiros da emissora, gerar valor e estimular o conhecimento mercadológico da região e sua importância estratégica para tomadas de decisão, fomentando novos negócios. “A iniciativa faz parte da missão da RPC TV, já que contribui para o desenvolvimento do mercado local, incentivando o crescimento da representatividade de polos de desenvolvimento regionais por meio do conhecimento técnico”, afirma o gerente geral da RPC TV em Guarapuava, Rodrigo Libório.

A RPC TV tem acesso aos dados da pesquisa e disponibiliza aos seus clientes em forma de oportunidades comerciais, como: estudos setoriais, defesas de mídia, entre outros materiais que agregam informações para abertura de um novo negócio ou expansão dos já existentes. De acordo com o coordenador de Pesquisa e Informações da RPC TV, Fabio Medeiros, de posse dos dados, as entidades de classe, instituições e outras empresas têm a oportunidade de gerar mais negócios. “A maturidade com que essa pesquisa é desenvolvida é fantástica, pois leva informações de um instituto que realiza pesquisas no mundo inteiro e que agora, por meio da RPC TV, também é aplicada aqui no Paraná”, conta Medeiros.

Para Marcos Franco, diretor de Marketing da RPC TV, os resultados da primeira pesquisa RPC TV/Ipsos Marplan já apontam oportunidades em vários segmentos da economia a serem explorados. “A pesquisa oferece dados atualizados e confiáveis para que o empresário tenha informações seguras das oportunidades de negócios. É um suporte riquíssimo para o administrador que está interessado em conhecer melhor o seu público-alvo, seu potencial de consumo e saber quais são os negócios mais promissores para cada região”, completa Franco. ▶

CONFIRA ALGUNS DESTAQUES DA PESQUISA COM EXCELENTE OPORTUNIDADES DE NEGÓCIO PARA GUARAPUAVA:

OS GUARAPUAVANOS  
ADORAM VIAJAR!

54% Viajou nos últimos 12 meses pelo país  
A média das demais cidades pesquisadas no Paraná é de 51%.

60% Pretendem viajar pelo país nos próximos 12 meses  
A média das demais cidades pesquisadas no Paraná é de 56%.

Com a Pesquisa Marplan, a RPC TV conhece exatamente quem são esses guarapuavanos que adoram viajar: classe social, sexo, idade, gostos e costumes. Você sabia que, das pessoas que pretendem viajar, 47% são da Classe C?

GUARAPUAVA TEM  
CONSUMIDORES  
EXIGENTES, CONSCIENTES  
E CAUTELOSOS

86% Compram roupa pelo conforto e preço e não por moda

82% São muito cuidadosos com dinheiro

80% Decidem o que comprar antes de ir às compras

57% Fixam um valor máximo para compra mensal e não ultrapassam o valor

A PESQUISA REVELOU QUE 72% DAS MULHERES DE GUARAPUAVA DECIDEM AS COMPRAS DO LAR. A PESQUISA NOS PERMITE CONHECER TAMBÉM UM POUCO MAIS SOBRE O PERFIL DESTAS MULHERES. O QUE OS EMPRESÁRIOS PRECISAM SABER SOBRE ELAS?

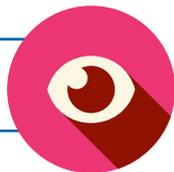
ELA VALORIZA SEU DINHEIRO E JÁ  
SAI DE CASA DECIDIDA!

89% São muito cuidadosas com o dinheiro

87% Decidem o que comprar antes de sair de casa

Por isso, quem leva a mensagem promocional antes, leva vantagem...

UMA BOA VITRINE TAMBÉM AJUDA!



60% das mulheres dizem que visitam várias lojas antes de comprar, contra 42% dos homens.

Boa mensagem e loja atrativa é uma combinação ideal!

Fonte: Estudos Marplan EGM - 4º Trimestre 2013 - Guarapuava - 13+ anos - Apenas Mulheres - Donas de Casa.

A POPULAÇÃO DE GUARAPUAVA APRESENTA UMA PREOCUPAÇÃO COM O MEIO AMBIENTE ACIMA DA MÉDIA DAS DEMAIS CIDADES PESQUISADAS.



74%  
fazem economia de  
água e energia

71%  
fazem reciclagem  
doméstica

66%  
têm interesse em assuntos  
ligados ao meio ambiente

Fonte: Estudos Marplan EGM - 4º Trimestre 2013 - Guarapuava - 13+ anos.

PRÓXIMAS COMPRAS: AUTOMÓVEIS



21 % das pessoas acima  
dos 18 anos querem  
trocar de carro

O que isso representa?

24 mil pessoas em Guarapuava e mais de  
89 mil pessoas na região de cobertura  
da RPC TV em Guarapuava

TOP 3

Aspectos  
Importantes  
na Decisão  
de Compra:

1 - CONSUMO  
2 - INTERIOR  
3 - MARCA

Fonte: Estudos Marplan EGM - 4º Trimestre 2013 - Guarapuava - 13+ anos.

## VOCÊ CONHECE O INSTITUTO IPSOS MARPLAN?

O Instituto Ipsos Marplan é a terceira maior empresa de pesquisa e inteligência de mercado do mundo. Fundado na França em 1975, conta hoje com 16 mil funcionários e está presente em 85 países. Sua pesquisa é amplamente reconhecida pelo mercado publicitário e chegou à 50ª edição em 2013. Os Estudos Marplan fornecem o perfil de

vários segmentos, reúnem informações que permitem processamentos cruzados, tanto em hábitos de consumo e uso de serviços, quanto em atitudes, hábitos de lazer, assuntos de interesse e mídia. Estes estudos, que abrangem várias cidades do interior do Paraná, inclusive Guarapuava, indicam claramente o comportamento dos *targets*, e permitem que seus clientes se conectem melhor com seus públicos e mercados.

## SAIBA COMO A PESQUISA FOI APLICADA EM GUARAPUAVA



## NA AMOSTRA PROBABILÍSTICA, TODAS AS PESSOAS TÊM CHANCE CALCULÁVEL DE PERTENCEREM À AMOSTRA. ELA É COMPOSTA POR TRÊS ETAPAS:



O questionário é composto por perguntas relacionadas à mídia; dados demográficos e posse de bens; consumo/uso de produtos e serviços; hábitos de lazer, comportamento, estilo de vida; e cesta de gastos.



O mesmo entrevistado responde a todas as questões, o que é chamado de Estudo Single Source, que significa 'fonte única'. Ele foi elaborado de forma a deixar o entrevistado de forma bastante confortável.

Com as informações colhidas, 20% do material gerado por cada entrevistador é checado mediante revista aos respondentes. Todos os dados são auditados pelo sistema de processamento adotado pela Ipsos para que as entidades, organizações e associações tenham em mãos, um estudo que é referência no mercado, que proporciona entendimento e a compreensão dos hábitos e comportamentos dos guarapuavanos e demais paranaenses.

### PRÓXIMAS EDIÇÕES

Até o mês de dezembro, a RPC TV vai contribuir, mensalmente, com dados exclusivos da Pesquisa Marplan sobre setores em evidência em Guarapuava. Na edição do mês de maio, o setor a ser abordado será o de materiais de construção. Além da participação ativa na Revista da ACIG, a RPC TV também apresenta os dados da pesquisa nas reuniões de núcleo setoriais mensais.

# Parabéns, Divas!

DURANTE UMA NOITE INESQUECÍVEL, NOVE EMPREENDEDORAS GUARAPUAVANAS FORAM HOMENAGEADAS. CONHEÇA AS DIVAS DE 2014

Para comemorar o Dia Internacional da Mulher, foi realizado no dia 8 de março o tradicional Prêmio Divas, promovido pelo Núcleo/Conselho da Mulher Executiva (Ceme) em parceria com o Jornal Diário de Guarapuava.

O evento reuniu cerca de 400 pessoas no Chai Hall. Seu ideal é valorizar e dar destaque às mulheres que tiveram uma grande história de empreendedorismo e uma atuação marcante no decorrer de suas carreiras.

Quem participou desta noite especial percebeu que todos os detalhes foram preparados com muito cuidado e dedicação pelas conselheiras do Ceme que, em apenas dois meses, se dividiram para buscar o apoio de diversos patrocinadores. “Todos os anos, a meta é fazer diferente e fazer melhor, assim foi ano passado, quando ousamos em espaço maior e outros ingredientes que fizeram a diferença. Este ano, demos sequência às inovações, deixando a festa temática”, conta a presidente do Ceme, Maria Inês Guiné.

Nesta edição, a festa teve como tema “deusas gregas”. As novidades começaram já na recepção: todos se encantaram com as estátuas vivas. A decoração deixou o evento mais encantador, com belos lustres e arranjos de flores. A conselheira Marcela Mendes, responsável pela produção do evento com o Studio La Bayadère, ressaltou que a festa superou todas as expectativas. “Foi maravilhoso. Foi muito gratificante ver em cada rosto emoção, surpresa e admiração pela festa deste ano. Dá recepção até a balada, tudo super animado e empolgante”.

O cerimonial também passou por reformulações. As divas foram apresentadas ao público por meio de vídeos. Em depoimentos, cada uma delas falou sobre sua carreira e também sobre a emoção de receber a homenagem. A empresária Madalena Remlinger, vencedora na Categoria Agricultura, falou sobre a importância do prêmio.

Foto: Estúdio Cipriano



Conselheiras do Ceme reconhecem o trabalho de mulheres de sucesso durante um bellissimo evento

“O Divas destaca o reconhecimento do meu trabalho de muitos anos e estou bastante feliz com isso. Quero que ele não represente apenas o meu trabalho, mas também a dedicação de todos meus colaboradores, família e amigos”.

Foto: Estúdio Cipriano



Há 14 anos as Conselheiras do Ceme em parceria com o Jornal Diário de Guarapuava realizam o Prêmio Divas

"REALIZAÇÃO DIVAS 2014"  
Agrária, Casa Flor, Chai Hall, Deliciare, Empório Dom Henrique, Exclusiv, Farmácias Trajano, Glax Vidros, Inviolável, Núcleo Produções, Pedrinho Moraes, Restaurante Casa Vecchia, Sensasom, Specialite, Studio de dança La Bayadère, To Dress, Vem Comunicar

Um dos momentos mais emocionantes foi quando o presidente da Acig, Eloi Mamcasz, quebrou o protocolo do cerimonial e parabenizou a presidente do Ceme. Ele ressaltou a importância do trabalho desenvolvido pelo Conselho e entregou a ela um buquê de flores, deixando-a bastante emocionada. "Este reconhecimento é para vocês, mulheres, que todas as quintas-feiras cedinho participam das reuniões do Ceme e ajudam a construir uma sociedade melhor. Muito obrigada", discursou Maria Inês Guiné.

Levando em consideração o tema do evento, as qualidades de cada homenageada tiveram como inspiração as deusas gregas. A empresária Anna Christina Rocha Venâncio, ganhadora na categoria Comércio Empreendedor e proprietária de uma floricultura, foi aliada à Deusa Perséfone, que representa as ervas, flores, frutas e perfumes. "Estou muito emocionada e feliz. Este ano a minha empresa completa 15 anos e estou recebendo este prêmio de reconhecimento", agradece.

A Deusa Hera, considerada protetora da vida e da mulher, foi relacionada à Diva Erisy Wolbert, que sempre trabalhou com causas sociais e, atualmente, faz parte da Associação Beneficente de Senhoras de Entre Rios e Clube So-



Trabalho do conselho da mulher empresária é reconhecido pelo Presidente da Acig

Foto: Acig

roptimista. "Para mim é uma honra, na idade em que eu estou, ser reconhecida pelos trabalhos que realizei e realizo. Estou muito contente", ressalta.

"Queremos enfatizar que as nove homenageadas da noite representam todas as mulheres de nossa Guarapuava, das que por diversos motivos não tiveram oportunidades, até aquelas que pelo seu esforço e competência conquistaram funções exponenciais na nossa sociedade", afirma a presidente do Ceme. Para a próxima edição, o compromisso das conselheiras é inovar ainda mais, pois o Prêmio Divas irá completar 15 anos de existência em 2015. ▶

Lançamento  
Imperium Imóveis

## EDIFÍCIO BRUNA ELOIZA

- 2 QUARTOS
- SACADA
- COZINHA
- ÁREA DE SERVIÇO
- BANHEIRO
- SALA / COPA
- GARAGEM

PLANTÃO  
DE VENDAS



RUA PROF. AMALIO PINHEIRO, 783

IMPERIUM  
IMÓVEIS

42 3621 7100

42 9129 7478

RUA VICENTE MACHADO, 1360 - CENTRO

WWW.IMPERIUMIMOVEIS.COM.BR

# PRÊMIO DIVAS 2014



Fotos: Estúdio Cipriano

Comunicação  
**Luciana de Queiroga**  
 (Sindicato Rural de Guarapuava)



Fotos: Estúdio Cipriano

Comércio Tradicional  
**Leni Terezinha Fleck**  
 (Loja Insign)



Fotos: Estúdio Cipriano

Comércio Empreendedor  
**Anna Christina Rocha Venâncio**  
 (Casa Flor)



Fotos: Estúdio Cipriano

Educação/ Cultura e Esporte  
**Elizabeth Maria Ribas de Quevedo**  
 (Alac)



Fotos: Estúdio Cipriano

Indústria  
**Marlene Martins Lech**  
 (Marmoraria São Thomé)



Fotos: Estúdio Cipriano

Prestação de Serviços  
**Terezinha Hauagge Zielinski**  
 (Atelie de Costura)



Fotos: Estúdio Cipriano

Agricultura  
**Madalena Remlinger**  
 (Simex Máquinas Agrícolas)



Fotos: Estúdio Cipriano

Saúde  
**Renata Cristina Araújo**  
 (ABO)



Fotos: Estúdio Cipriano

Categoria Especial  
**Erisy Wolbert**

# ACIG: TRABALHO DA ENTIDADE SE FORTALECE A CADA DIA

COM MUITO TRABALHO E DETERMINAÇÃO, DIRETORIA DA ACIG REALIZA UM TRABALHO VOLUNTÁRIO, CONTRIBUINDO PARA O CRESCIMENTO DA ENTIDADE E BUSCANDO VALORIZAR AINDA MAIS O ASSOCIADO



Todas as quartas-feiras membros da Diretoria Executiva se reúnem pela manhã na associação

Há quase dois anos a Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava (Acig) vem passando por diversas alterações. Ao iniciar sua gestão, Eloi Mamcasz priorizou uma adequação interna e todos os departamentos foram reorganizados. Com isso, as mudanças de dentro da associação refletiram-se externamente.

Neste processo, o Programa Capacitar foi fundamental, pois visa a excelência em gestão, e tem como objetivo estruturar e fortalecer as entidades para que elas tenham ainda mais representatividade e força em suas regiões. “Desde sempre buscamos ser uma associação comercial de referência regional. Cada vez mais queremos trazer o empresário para dentro da entidade”, ressalta o presidente da associação.

A Acig visa atender às principais necessidades do associado. O último ano foi consolidado como o que teve o maior número

de capacitações e treinamentos, nas mais diversas áreas: financeira, comercial, postura profissional, licitações, entre outros. “Cursos e treinamentos são destaques desta gestão, sem falar nos núcleos setoriais, então esperamos manter tudo o que já foi colocado em prática, e chegarmos aos mil sócios nos próximos dois anos”, afirma o primeiro presidente, Rudival Kasczuk.

O Programa Empreender, lançado no ano passado, foi também uma grande conquista para a entidade. Por meio de núcleos setoriais, os empresários do mesmo segmento trabalham juntos, em prol dos mesmos objetivos, fator que contribui diretamente para o crescimento da empresa. “Os núcleos são importantes ferramentas de desenvolvimento sustentável, pensar em grupo e buscar soluções em conjunto é fundamental para o crescimento da empresa”, ressalta Eloi Mamcasz.

O atual presidente da Acig começou sua trajetória na associação no Conselho do Jovem Empresário (Conjove), onde foi presidente entre 2006 e 2008. Nesse sentido, valorizar e apoiar os conselhos sempre foi uma das principais bandeiras. “Nesses dois anos de gestão a diretoria da Acig sempre apoiou as ações do Conjove e nos auxiliou no fechamento de parcerias, realização de eventos e nos deu uma grande autonomia, o que possibilitou o cresci- ▶



Certificado de reconhecimento foi entregue a todos os colaboradores e diretores da Acig

mento do conselho”, ressalta o presidente do Conjove, Eduardo Christ.

Este apoio é dado também ao Conselho/Núcleo da Mulher Empresária (Ceme). “Entrei para presidir o Ceme na gestão do presidente Eloi, que, ao assumir, imprimiu à Associação Comercial, em vários aspectos, um novo ritmo. Toda essa visualização que se tem procurado dar ao Conselho da Mulher tem atraído a participação de novas integrantes, o que nos alegra e nos mostra que estamos no caminho certo”, conclui a presidente do Ceme, Maria Inês Guiné.

Com o objetivo de incentivar as vendas no comércio local, anualmente a associação realiza as campanhas “Eu amo minha mãe” e “Natal Fantástico”. Na última campanha, ficou evidente o aumento da adesão das empresas. “É fundamental a participação do empresário, com isso a Acig vem se fortalecendo cada dia mais”, completa Rudival Kasczuk.

Esta gestão conta com uma diretoria ativa que, mesmo realizando um trabalho totalmente voluntário, demonstra total comprometimento com a associação em todos os sentidos, sempre buscando o crescimento da entidade. Para o primeiro presidente da Acig, uma gestão, para ter sucesso, precisa ter diretores comprometidos. “Temos em nossa equipe opiniões diversificadas, mas todos trabalham para um bem comum, que é o sucesso da nossa associação”.

Reconhecendo este trabalho diário realizado pelos diretores, foi entregue um

certificado, com o propósito de agradecer a dedicação deles, responsáveis pelo crescimento de 80% da Acig em 2013, número alcançado pela primeira vez na história da entidade. “Isso foi uma singela homenagem para todos que desempenham um papel fundamental para o crescimento da associação”, agradece Eloi Mamcasz.

Em 2015, a entidade celebra 60 anos e, para comemorar as seis décadas de atuação no município, a associação irá promover ações alusivas à data. A principal delas é um livro, que irá retomar os 60 anos da entidade, registrando toda a história da associação e também os acontecimentos marcantes de cada gestão, através de uma linha do tempo. A obra está sendo produzida pela Academia de Letras, Artes e Ciências de Guapuva (Alac), com o apoio do historiador doutor Ariel Pires e dois estagiários do curso de História.

Continuar contribuindo para o crescimento da associação, dar continuidade aos programas e projetos já existentes e valorizar o associado são os principais objetivos da atual diretoria da Acig. “Sempre fui muito bem vindo na entidade. Acredito que a Acig é uma das associações mais influentes, me orgulho de fazer parte dela. Estar aqui é um ponto de segurança para todas as empresas”, afirmou empresário Aroldo dos Santos, durante o Integracig, evento que ocorre mensalmente para receber os novos sócios e comemorar os aniversários das empresas. 🇺🇵

“  
É FUNDAMENTAL A  
PARTICIPAÇÃO DO  
EMPRESÁRIO, COM  
ISSO A ACIG VEM  
SE FORTALECENDO  
CADA DIA MAIS  
”  
RUDIVAL KASCZUK

# EMPRESÁRIOS SE UNEM

## NA BUSCA POR MAIOR LUCRO, MAIS CLIENTES E MELHOR CAPACITAÇÃO

A MAIOR PARTE DOS EMPRESÁRIOS PARTICIPANTES DOS NÚCLEOS DO EMPREENDER ENTRARAM NO PROGRAMA EM BUSCA DE AUMENTO NO FATURAMENTO DA EMPRESA, COM UMA CONCORRÊNCIA SAUDÁVEL

A sobrevivência de empresas, principalmente quando se trata das de pequeno porte, é um dos grandes desafios de quem é empreendedor. Conforme uma pesquisa do Sebrae realizada em 2004, a taxa de mortalidade empresarial no Brasil, apurada entre as empresas constituídas e registradas nas juntas comerciais dos estados brasileiros nos anos de 2000, 2001 e 2002, mostra que 49,4% das empresas encerraram as atividades com até dois anos de existência, 56,4% com até três anos e 59,9% não sobrevivem além dos quatro anos.

Com o objetivo de ajudar empresários a diminuir este índice, a Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava (Acig) conta com o Empreender, programa que busca fortalecer empresas do mesmo segmento através de núcleos setoriais. No Paraná, o Empreender está presente em 41 cidades. São 166

núcleos setoriais, com a participação de 1.227 empresas formais. Atualmente, existem nove núcleos setoriais na Acig que realizam reuniões periódicas.

O programa tem também o papel de despertar na classe empresarial o associativismo. Pois, por meio de uma concorrência saudável, os empresários visam o fortalecimento dos respectivos segmentos. Eles levantam oportunidades e deficiências do seu ramo de atuação. Depois de identificados os problemas é feito um planejamento estratégico para estruturar o negócio. O objetivo é buscar caminhos que levem ao desenvolvimento e crescimento. “O programa visa a união, a força associativa. Os empresários estabelecem diretrizes para serem trabalhadas em conjunto”, explica a consultora do empreender da Acig, Anelise Boese.



Empresários se reúnem quinzenalmente para discutir principais desafios e dificuldades do segmento

## OBJETIVOS DOS EMPRESÁRIOS

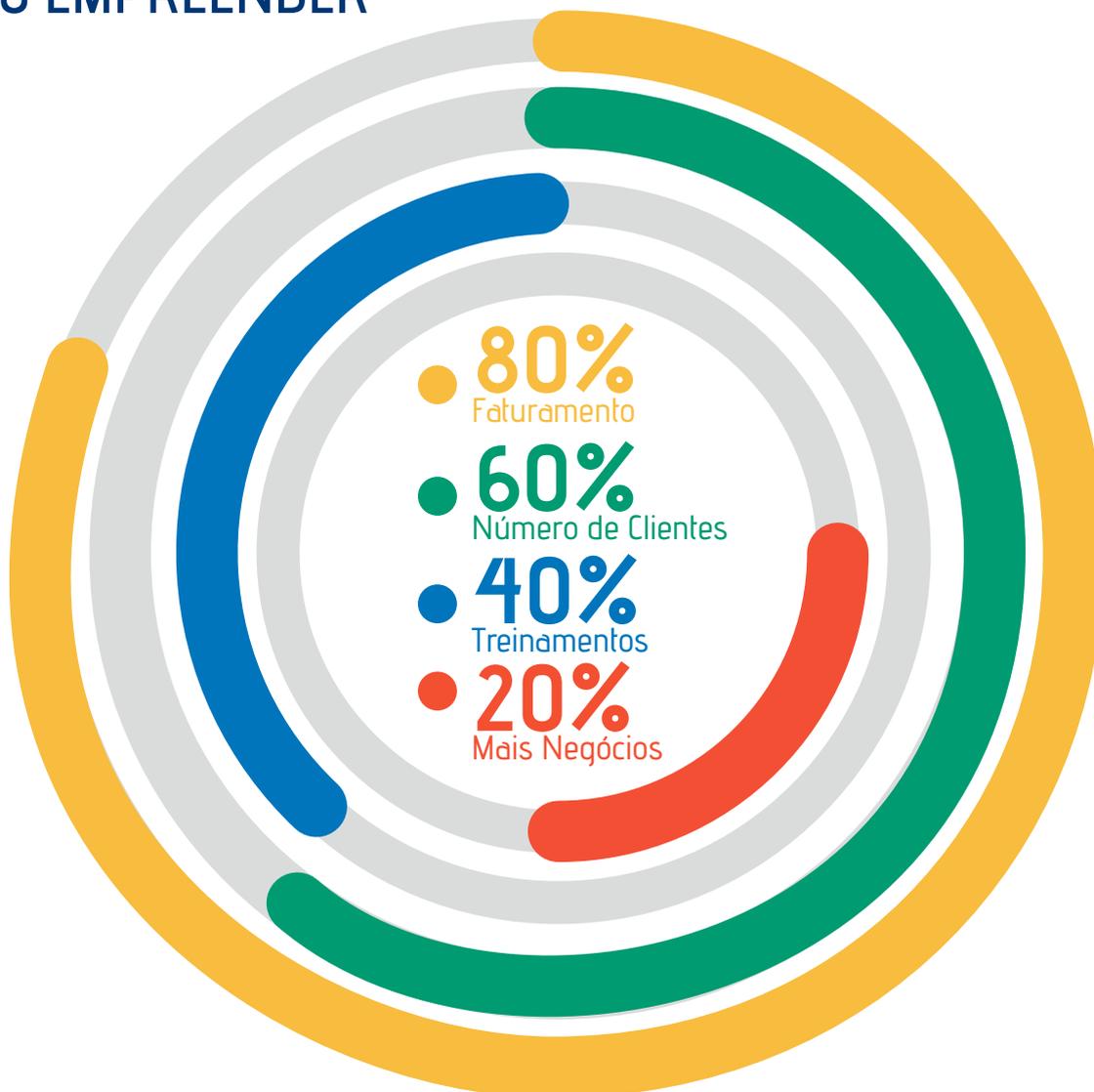
Buscando entender as principais necessidades dos núcleos, foi elaborado um gráfico que diz respeito aos resultados que os participantes buscam obter por meio do Empreender. Nesta pesquisa, percebe-se que 80% dos empreendedores estão em busca de faturamento e, com o programa, querem aumentar o lucro de suas empresas.

Com a visibilidade e troca de experiências que as reuniões proporcionam, 60% dos empresários buscam um maior número de clientes. A questão dos treinamentos é também um ponto importante para os empresários: 40% deles participam do Empreender procurando mais capacitações na área. Já

20% entraram no programa em busca de mais negócios.

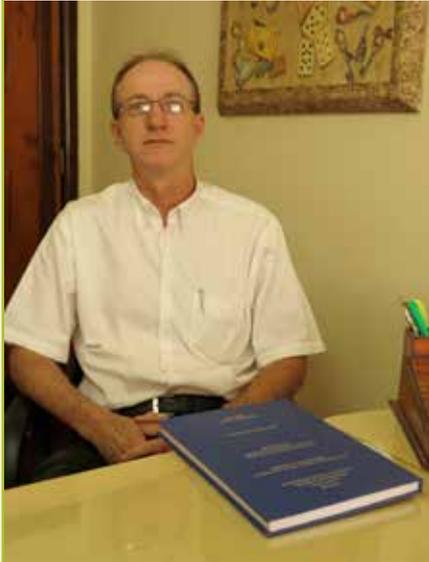
O Empreender é voltado para as empresas aumentarem a competitividade e fortalecerem seus mercados, promoverem o desenvolvimento, organizarem as demandas e as necessidades empresariais. A consultora do programa ressalta que todos os empresários podem participar, porém há a predominância de pequenas e micro empresas de Guarapuava e região. Além disso, futuramente, novos núcleos serão formados. “Está em discussão no Comitê do Empreender a possibilidade de abertura de novos núcleos no decorrer deste ano. Porém, hoje, estamos trabalhando na consolidação dos núcleos existentes”, afirma.

## RESULTADOS ESPERADOS COM O EMPREENDER



# EMPRESÁRIO, CONSULTOR E PROFESSOR

## DEFENDE TESE DE DOUTORADO SOBRE CONTINUIDADE E DESCONTINUIDADE DE PROJETOS E PROGRAMAS DE CRIAÇÃO DE EMPRESAS



SÉRGIO CRISTÓVÃO ZARPELLON É ADMINISTRADOR, CONSULTOR, EMPRESÁRIO E PROFESSOR UNIVERSITÁRIO, DOUTOR EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. FOI PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE GUARAPUAVA DE 1996 A 2000 E SECRETÁRIO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE GUARAPUAVA NO PERÍODO DE 2001 A 2004. NO INÍCIO DO ANO, ELE DEFENDEU SUA TESE DE DOUTORADO NA UNIVERSIDADE DE LA EMPRESA EM MONTEVIDÉU, NO URUGUAI, INTITULADA “PROJETOS DE CRIAÇÃO DE EMPRESAS NO ESTADO DO PARANÁ: CONTINUIDADE E DESCONTINUIDADE”. A TESE TRATOU, ESPECIFICAMENTE, SOBRE OS PROJETOS DESSA NATUREZA NO MUNICÍPIO DE GUARAPUAVA E SEUS OITO MUNICÍPIOS LÍMITROFES, ABRANGENDO AS INSTITUIÇÕES PÚBLICAS E A SOCIEDADE CIVIL ORGANIZADA. O EMPRESÁRIO E PROFESSOR É ENGAJADO EM PESQUISAS CIENTÍFICAS ECONÔMICAS E SOCIAIS E, COM ESTE TRABALHO, PRETENDE CONTRIBUIR PARA DISCUSSÕES VISANDO O DESENVOLVIMENTO E O FORTALECIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL DE GUARAPUAVA E REGIÃO

### POR QUE O TEMA DA TESE?

O foco do estudo foi porque ocorre a continuidade ou a descontinuidade de projetos e programas, por exemplo, quando ocorrem mudanças nas instituições políticas, como os governos, e nas organizações privadas, como associações comerciais, sindicatos, entre outros. Em Guarapuava e nos outros oito municípios que estudei, identifiquei todos os projetos e programas de criação de empresas em um período de dez anos, de 2000 a 2009. Escolhi este período porque houve mudanças nas prefeituras, nos governos estaduais e federal e, principalmente, nas associações comerciais e outras entidades privadas.

### COMO SURTIU O INTERESSE POR ESTE ASSUNTO?

Esta área me interessa muito. Está ligada diretamente à minha história como voluntário na comunidade. Por exemplo, desde 1990 estou envolvido na Acig. Durante quatro anos fui presidente da associação e também durante quatro anos fui secretário da Indústria e Comércio. Em função disso, já na minha dissertação de mestrado procurei resgatar o Programa Bairros em Ação, que criamos em Guarapuava em 2000, numa parceria entre Prefeitura/Acig/Sebrae/PR. Este programa teve reconhecimento nacional, foi premiado pelo Sebrae Na-

cional, servindo de exemplo a vários municípios do Brasil e até de outros países. Porém, quando saí da prefeitura no final de 2004, com a posse do novo prefeito, o programa simplesmente foi descontinuado. Assim, com essa experiência na Acig e na Secretaria em vários projetos e programas, como professor, pesquisador, isso me chamou a atenção para tratar do tema com enfoque científico, visando eliminar qualquer viés político.

### COMO FOI O PROCESSO DE PRODUÇÃO DA TESE DE DOUTORADO?

Em um trabalho científico, um dos primeiros passos é a formulação de hipóteses. Por exemplo, você procura responder por que ocorre tal problema. Neste caso, levantei quatro hipóteses, sendo uma principal e três secundárias. Na verdade, as hipóteses são respostas antecipadas ao problema identificado. Após isso, é necessário testar as hipóteses por meio da pesquisa científica em si. Daí, sim, é possível confirmar ou rechaçar as hipóteses levantadas. No caso da minha tese, as quatro hipóteses que levantei foram rechaçadas. É um processo científico; primeiramente, você pensa em uma coisa que lhe incomoda ou que lhe chama a atenção. Depois, vai para o estudo científico e vê, in loco, o que aconteceu, eliminando percepções, achismo, en-

tre outros, onde, não necessariamente, as hipóteses dos pesquisadores precisam ser confirmadas. Isso é um dos caminhos para se produzir ciência.

### QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS DIFICULDADES ENCONTRADAS DURANTE O PERCURSO?

A primeira coisa que eu verifiquei, com exceção do município de Guarapuava – pois eu já tinha uma boa documentação no meu acervo particular, foi a dificuldade em encontrar as informações sobre os projetos e programas de criação de empresas nos oito municípios limítrofes, pois, em alguns municípios, prefeituras e associações comerciais sequer sabiam da existência ou não se lembravam de projeto de criação de empresas em seus municípios em parceria com o Sebrae/PR. Como ocorrem mudanças nas instituições e nas organizações, para mim, as parcerias foram mal elaboradas, não ficando claros os deveres e os direitos de todos os envolvidos. Na verdade, muitas vezes, não se tem metas e objetivos claros, não há controle e cobrança de resultados, as pessoas perdem a motivação e os projetos caem no esquecimento. Enfim, essa é uma das receitas para descontinuidade de qualquer projeto ou programa.

### SEGUNDO A SUA TESE, COMO É A RELAÇÃO ENTRE OS MUNICÍPIOS?

A tese é bastante densa. Mas, em linhas gerais, posso dizer que existe muita rivalidade entre os municípios do universo da pesquisa. A pesquisa demonstrou que os municípios da região possuem ressentimentos ou mágoa com relação ao município de Guarapuava. Por exemplo, é sabido que, dos 399 municípios do Paraná, 199 já pertenceram a Guarapuava. Assim, principalmente nos municípios da região, que são os mais próximos, o processo de desmembramento foi como se se cortasse o “cordão umbilical”; esses municípios recém-emancipados sentiram-se abandonados pelo município “mãe”. Identificou-se também rivalidade política e territorial.

### ENTÃO, QUAIS FORAM OS PRINCIPAIS FATORES DE DESCONTINUIDADE DOS PROJETOS?

A pesquisa mostrou que não existe um diagnóstico econômico e social local e regional completo. Não existe um plano de desenvolvimento local e regional, não existe planejamento estratégico, nem local, e muito menos regional. A análise matemática demonstrou uma correlação muito forte entre diagnóstico, plano de desenvolvimento e planejamento estratégico. Um fator importante são as alianças estratégicas mal construídas, um individualismo fortíssimo em todas as comunidades e uma forte dependência política entre a prefeitura e o governo estadual e federal. Foi constatada, também, uma baixa participa-

ção dos empresários nas organizações patronais e baixa participação da comunidade em organizações sociais. O estudo apontou que uma das principais causas de descontinuidade dos projetos e programas é a troca de prefeito, principalmente em função de interesses políticos, isso porque os governantes que entram não querem dar continuidade a projetos dos seus antecessores, prevalecendo o viés político, independente da importância do projeto ou do programa para a comunidade.

### NESSE SENTIDO, QUEM PRECISA MUDAR?

A pesquisa demonstrou que são as pessoas que precisam mudar, antes de tudo. A mudança começa no indivíduo. Assim, mudando as pessoas, aumenta a probabilidade de ocorrerem as mudanças esperadas nas demais instituições e organizações de uma comunidade, município, estado ou país: associações, prefeituras, escolas, igrejas. Não há dúvidas de que temos potencial, temos recursos, mas a nossa principal carência está nas pessoas, no comportamento das pessoas, como, por exemplo, o individualismo e, como consequência, a falta de cooperação.

### QUAL ERA O PANORAMA DE GUARAPUAVA E REGIÃO EM RELAÇÃO AOS PROJETOS E PROGRAMAS DE CRIAÇÃO DE EMPRESAS?

Foram encontrados dez programas. Desses, três descontinuaram. Isso ocorreu porque todos tinham muita dependência da instituição prefeitura. Em outros, como já destacado, mesmo continuados, alguns municípios nem sabiam que existia o projeto ou programa em suas comunidades. Aliás, um dos meus próximos objetivos é fazer um artigo científico visando identificar como estão esses projetos e programas que tiveram continuidade, pois, de 2009 para 2014, já se passaram cinco anos e quero atualizar as informações da tese.

### O SENHOR CITARIA ALGUMAS DAS SOLUÇÕES OU SUGESTÕES APONTADAS NA TESE?

Existem várias, mas, por exemplo, para aumentar o índice de continuidade de programas e projetos, é preciso formar alianças estratégicas bem estruturadas, como detectar os possíveis sócios entre as instituições e organizações que podem agregar valor, identidade e resultados, definindo a missão, visão, valores. Também, deve-se determinar funções e direitos de cada participante e determinar objetivos e metas para ser alcançadas no curto, médio e longo prazo para cada programa. Ainda, deixar claro como se dará a tomada de decisão da aliança e identificar os fatores culturais e políticos. Por fim, desenvolver a cultura da cooperação para se contrapor à forte e predominante cultura do individualismo. 🌱

# ACIG DÁ INÍCIO A NOVA TURMA DO EMPRETEC EM GUARAPUAVA

REFERÊNCIA EM MAIS DE 30 PAÍSES, O EMPRETEC AJUDA EMPRESÁRIOS A IDENTIFICAREM SEU PERFIL EMPREENDEDOR E POTENCIALIDADES QUE PODEM FAZER A DIFERENÇA NA HORA DE ADMINISTRAR OS NEGÓCIOS

No mês de maio terá início na Associação Comercial e Empresarial de Guarapuava uma nova turma do Empretec, programa que já capacitou mais de 190 mil empresários em todo o Brasil. Ele é realizado pela Sebrae em parceria com o Núcleo/Conselho do Jovem Empresário (Conjove) da Acig.

O Empretec utiliza uma metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) voltada para o desenvolvimento de características de comportamento empreendedor e para a identificação de novas oportunidades de negócios. Dessa forma, são utilizadas dinâmicas de grupo, vivência e jogos empresariais para lapidar o processo de tomada de decisão do empresário.

A proposta é desenvolver um conjunto de características que compõem o perfil ideal de um empresário. “O programa trabalha as dez principais características de um empreendedor, que são a busca de oportunidade

e iniciativa, persistência, comprometimento, exigência de qualidade e eficiência, riscos calculados, estabelecimento de metas, busca de informações, planejamento, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança”, explica a consultora do Sebrae/PR, Marcia Beatriz da Silva.

O treinamento tem mais de 60 horas de capacitação durante seis dias de imersão total. Nesse período, são trabalhados os comportamentos do empresário, o que refletirá favoravelmente na condução dos negócios, e também no ambiente em que a empresa está inserida, ou seja, proporciona uma nova dinâmica no desenvolvimento local.

Segundo a consultora do Sebrae, os empresários que participam do Empretec passam por uma grande transformação comportamental. Por se tratar de uma capacitação vivencial e interativa, com jogos, exercícios, *cases*, atividades em sala e atividades extras, possibilita que o participante reflita sobre atitudes dele na vida pessoal e profissional. “O programa causa uma mudança profunda na forma de gerenciar o negócio, na tomada de decisões, respeito a prazos e padrões de qualidade e maior foco nos objetivos. As empresas dos “empretecos”, como são chamados os participantes do programa, crescem, faturam bem mais, contratam mais empregados, identificam novas oportunidades”.

No início de março foi realizada uma palestra de lançamento do programa. A partir de agora, todos os interessados preenchem um questionário de inscrição e passam por uma entrevista, que será realizada no começo de maio com horário agendado. Após a entrevista, estando apto a ingressar, o empresário faz a inscrição e participa de um seminário, no período entre 18 e 23 de maio. Para mais informações ou inscrições, basta entrar em contato com a Acig pelo 3621-5529 ou email [comercial@acig.com.br](mailto:comercial@acig.com.br). ▶



Sebrae e Conjove renovam parceria para a nova turma do Empretec

“

O PROGRAMA CAUSA UMA MUDANÇA PROFUNDA NA FORMA DE GERENCIAR O NEGÓCIO, NA TOMADA DE DECISÕES, RESPEITO A PRAZOS E PADRÕES DE QUALIDADE E MAIOR FOCO NOS OBJETIVOS

Márcia da Silva

”

## EU PARTICIPEI DO EMPRETEC!



MARCO AURÉLIO SCARTEZINI  
MEIRELLES

Participar do Empretec para mim foi muito produtivo, pois através dele consegui ver muitos erros meus e, principalmente, provar para mim o quanto sou capaz nos negócios. Para minha empresa, também foi fundamental; contribuiu muito para a organização. Além disso, estou montando mais quatro novos negócios, nunca podemos parar.

Minha experiência foi excelente. O Empretec mostrou o meu perfil e as características que eu deveria desenvolver para me tornar um empreendedor de sucesso. Posso dizer que existe um Eduardo antes e outro depois do treinamento. Hoje, os negócios fluem com maior tranquilidade, passamos a nos conhecer melhor e identificamos onde podemos melhorar. É realmente fantástico.



EDUARDO CHRIST



RAPHAEL SANTINI

Este programa é um curso que visa avaliar e aperfeiçoar as características de comportamento dos participantes. São seis dias de imersão total, em que o participante, ao longo do tempo, vai tendo contato, através de dinâmicas de grupo, com situações do dia a dia empresarial. O participante precisa ter uma semana para dedicação integral ao curso, pois, além das aulas, somos levados a uma constante busca por informações. Os interessados em participar do Empretec podem ter certeza de que irão retirar lições importantíssimas tanto para a vida empresarial como para a vida pessoal. 🌱

# OS 7 ERROS CAPITAIS DO GERENTE DE VENDAS



O INSTRUTOR MILTON BETTONI POSSUI MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL PELA FGV E É GRADUADO EM ADMINISTRAÇÃO MERCADOLÓGICA. POSSUI MAIS DE 15 ANOS DE EXPERIÊNCIA NA OPERAÇÃO E GESTÃO DE EQUIPES COMERCIAIS EM EMPRESAS DE MÉDIO E GRANDE PORTE

Ao longo da minha vivência profissional dentro da área comercial, tenho visto e acompanhado bons modelos de liderança e gestão aplicados por gerentes de vendas competentes. Mas, infelizmente, também me deparei com inúmeros casos em que esta pessoa de comando não possui as qualificações mínimas para exercer o cargo. Além de não gerar o resultado esperado pela empresa, um gestor sem as competências básicas também gera problemas que afetam diretamente a carreira e até a vida pessoal de seus liderados.

Foi pensando nesses maus exemplos em gestão e liderança, na área de vendas, que apresento o que considero ser “Os 7 Erros Capitais do Gerente de Vendas”.

## 1º NÃO DAR O EXEMPLO

Você já parou para refletir o que pensa uma equipe de vendas sobre um gerente que cobra comprometimento, mas que todo dia às 16h some, desliga o telefone e não aparece mais? Ou então daquele gerente que reclama da rentabilidade dos pedidos, mas ele é o primeiro a dar o desconto quando vai visitar um cliente para mostrar que tem poder? O que pensar de um gestor que cobra redução de custos, mas

que ele próprio gasta valores abusivos em hotéis e restaurantes quando viaja? Quando o líder não dá o exemplo, o principal impacto na equipe é a desmotivação e a falta de comprometimento, pois esta percebe que o discurso do líder não é coerente às suas atitudes. Lembre-se: com o passar do tempo, a equipe terá a cara do líder, tanto para os bons, quanto para os maus exemplos.

## 2º FICAR NA REDOMA DE VIDRO

Uma das funções do gerente de vendas é acompanhar o trabalho de campo da equipe de vendas, seja este trabalho externo ou dentro de uma loja. Ele deve destinar um tempo da sua agenda para visitar ou participar no atendimento dos principais clientes da empresa. Muitos, porém, ficam trancados dentro de suas salas e não prestam qualquer tipo de assistência em campo para sua equipe. Isso não quer dizer que ele deva participar de todas as negociações, mas, existem vendas perdidas que poderiam ser convertidas com a ajuda do gerente. Muitos vendedores reclamam que o gerente de vendas sequer tem tempo para atendê-los, e se questionam o que tanto faz um gerente de vendas trancado mês após mês dentro de sua sala. ►

### 3º NÃO TREINAR SUA EQUIPE

Não é novidade que estamos vivendo um momento de escassez de profissionais qualificados no mercado. As pessoas que contratamos não estão prontas. Mesmo aqueles com cinco ou dez anos de experiência em vendas precisam de reciclagem, porque as coisas mudaram. Um gerente de vendas que não treina sua equipe está sendo irresponsável, pois está colocando gente despreparada para lidar com um cliente que, hoje, é extremamente exigente, informado e tem várias opções de empresas para comprar. Hoje, é fácil treinar equipes através de livros, CDs, revistas, vídeos na internet, cursos, palestras, etc. Percebo que muitos gerentes não treinam sua equipe porque: a) Têm medo de passar conhecimento e o colaborador tomar seu lugar; b) Têm preguiça e impaciência para ensinar; c) Dizem que não têm tempo para treinar; d) Aham que o vendedor vem pronto; e) Dizem que, se treinar, vão perder o vendedor para a concorrência. Sobre esse último gostaria de dizer que é melhor treinar e correr o risco de perder o vendedor para a concorrência do que não treinar e ele continuar com você.

### 4º NÃO ACOMPANHAR INDICADORES DE DESEMPENHO DA EQUIPE

Imagine o painel de bordo de um avião. Dezenas de botões e instrumentos que indicam a performance da aeronave. Todos aqueles demonstradores são importantes, mas existem alguns essenciais e que o piloto não pode tirar os olhos, porque um problema colocará o voo em risco. Em vendas também é assim, muitos indicadores de desempenho podem ser medidos, mas existem aqueles de que o gerente não pode tirar os olhos. São eles: número de pedidos, faturamento, rentabilidade, quantidade de contato com clientes, clientes ativos, prospectados e inativos, produtos sem giro e inadimplência. Estes devem ser acompanhados diariamente.

### 5º DAR PRIVILÉGIOS

Se existe algo que quebra a confiança dos vendedores para com o gerente é a sensação de injustiça. Isso acontece quando o gerente usa “dois pesos e duas medidas” para lidar com as situações do dia a dia do

departamento. Por exemplo: dar advertência por escrito para um colaborador que chegou atrasado, mas não fazer nada com o outro que cometeu a mesma falha por ter mais tempo de casa, ou passar clientes que ligaram para a empresa para um único vendedor por questões de amizade pessoal, ou, ainda, aceitar que um vendedor não entregue relatórios porque vende mais que os demais. O gestor que dá privilégios pode estar colocando em risco todo um time em detrimento de um único jogador.

### 6º NÃO DAR FEEDBACK

Uma das reclamações que os vendedores mais fazem sobre a gerência é de que não sabem ao certo se o trabalho que estão executando está a contento ou não. Um exemplo é que muitos gerentes deixam pequenos problemas comportamentais da equipe se tornarem grandes e, depois, precisam tomar medidas mais drásticas. É injusto demitir um colaborador sem antes ter esclarecido em detalhes como gostaria que o trabalho fosse executado, e ter dado a chance de melhorar. Os feedbacks precisam acontecer com frequência, individualmente e devem ser por escrito, apontando os pontos de acerto (elogio) e os pontos que precisam ser melhorados (correção).

### 7º FICAR NO OPERACIONAL E ESQUECER A ESTRATÉGIA

Ao contrário dos gerentes que ficam na “redoma de vidro”, existem aqueles que focam todo seu tempo na operação de vendas. Acabam se tornando vendedores como o restante da equipe, e não executam atividades importantes, como criar novas estratégias de vendas, campanhas promocionais, análise da concorrência, análise de novos mercados e produtos, levantamento da satisfação de clientes, participação em feiras, entre outros. Talvez sua ida 100% para o campo também possa ser uma fuga, por não saber realizar ainda as atividades de estratégia. Melhor do que fugir seria buscar capacitação para executar essas atividades que são de extrema importância para o negócio.

E, para finalizar, deixo uma reflexão de Augusto Cury: “Inteligente é quem aprende com seus erros, sábio é quem aprende com os erros dos outros”. 🌱

“

INTELIGENTE É  
QUEM APRENDE  
COM SEUS  
ERROS, SÁBIO É  
QUEM APRENDE  
COM OS ERROS  
DOS OUTROS

”

AUGUSTO CURY

Recomendada pela FAPA, produzida pelos  
Cooperados e disponível para você!



**agraria**  
sementes

sementes@agraria.com.br  
(42) 3625 8527

