

REVISTA

ACIPG EM AÇÃO

Dez 2014 | Ed. 27 | Ano 03



Natal 0 km



Campanha sorteia automóvel dia nove de janeiro

Mais de 176 empresas de diferentes segmentos, somando mais de 230 pontos, aderiram à campanha 'Natal 0 km', que promete aquecer as vendas natalinas

SEU NOME, SEU PATRIMÔNIO!

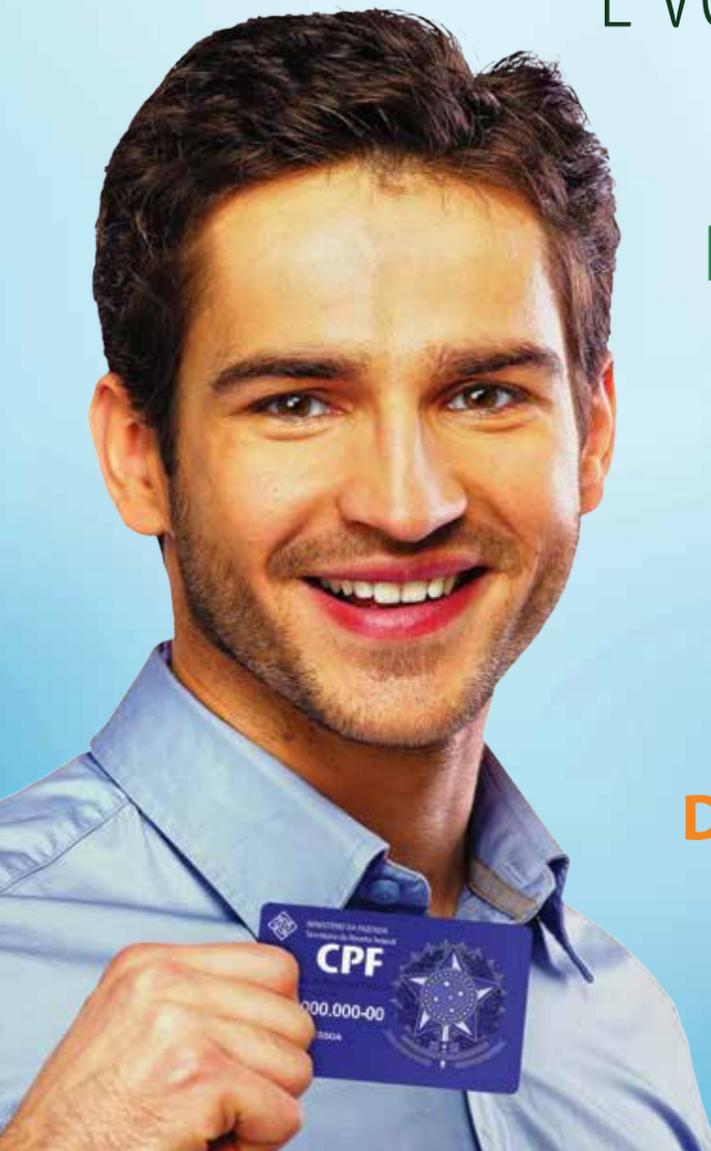
RENEGOCIE SUAS DÍVIDAS E VOLTE A TER CRÉDITO.

PROCURE AS LOJAS PARTICIPANTES E CONHEÇA AS CONDIÇÕES ESPECIAIS PARA REGULARIZAR SEUS DÉBITOS.

MAIS INFORMAÇÕES NA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL.

De 17 de novembro
a 20 de dezembro

Informações:
SPC da ACIPG: 3220-7236 ou spc@acipg.org.br



Palavra do Presidente



Nilton Antônio Fior
Presidente da ACIPG

Em novembro, a Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) iniciou três campanhas para atender seu associado e o empresário da cidade, seguindo a premissa do slogan da gestão 'Vivo aqui, invisto aqui!'

Em parceria com o Sindicato do Comércio Varejista de Ponta Grossa (Sindilojas), apoio da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), Granvel e patrocínio do Sistema de Crédito Cooperativo (Sicredi), a ACIPG realiza até dia 29 de dezembro a campanha 'Natal 0 km'. A ação tem o objetivo de estimular as vendas no comércio com o sorteio de um automóvel Sandero zero quilômetro completo. O vendedor da loja que sair o cupom ganhador do carro, no sorteio do dia 09 de janeiro, receberá um vale-compra no valor de R\$ 500, que poderá ser utili-

zado nas lojas que aderiram à campanha.

Em parceria com Diocese de Ponta Grossa e Associação de Ministros Evangélicos (AME), a ACIPG também realiza o concurso de vitrines e fachadas 'Em cada gesto de amor fraterno nasce Jesus: É Natal'. Resgatar e dar ênfase ao nascimento de Jesus e a gestos de amor no cotidiano da sociedade são objetivos do projeto. Em 2014, as categorias são Residências, Comércio (micro e pequenas), Comércio (médias e grandes), Prestação de serviços (micro e pequenas), Prestação de serviços (médias e grandes).

E a terceira campanha é o 'Seu nome, seu patrimônio,' realização do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) da ACIPG. Até 20 de dezembro, a ação, realizada anualmente sempre em conjunto com o comércio local, tem como objetivo colaborar com

a reativação do crédito dos clientes, oferecendo ao comércio a recuperação do saldo de inadimplência.

A diretoria da entidade deseja um feliz Natal e próspero 2015!

Gestão 2014-2016

DIRETORIA

Presidente
Nilton Antônio Fior

Diretor de Relações Públicas
Flávia Maria Barrichello

Diretor de Assuntos Comunitários
Luiz Eduardo Pilatti Rosas

Diretor Secretário
Amarildo Pramio

Diretor Financeiro
Rodrigo Baron Martins

Diretor Jurídico
Eduardo Salamacha

Diretor de Assuntos Econômicos
Wellton da Silva Barreiros

Diretor de Comércio
Bruno Italo Ronchi

Diretor de Indústria
Jarbas Góes

Diretor Rural
Sandra Camargo Queiroz

Diretor de Turismo
Daniel Wagner

Diretor de Prestadores de Serviços
Juliano Kobellache

Diretor de Comércio Exterior
Oswaldo Malta Callegari

Diretor de Produtos
Miller José Oliveira

Diretor de Fomento
Joel José Pavesi

Diretor de Eventos
José Carlos Loureiro Neto

Diretor de Planejamento Urbano
Marcus Vinicius Caldeira Baggio

Diretor de Capacitação Profissional
Paulo Roberto Veiga

Diretor de Responsabilidade Social
Osni Mongruel Junior

Diretor de Shopping Center
Milane Aparecida Fadel Barbur

Diretor de Bairros
Neymar de Meira Albach

Diretor de Saúde
Moacir dos Santos

Diretor de Associativismo
Marcos Rogério Dombrowski

CONSELHOS
Presidente Conjove
Wagner Gil Denck

Representante Conjove
Paulo Henrique Mariano

Presidente CEME
Iliana Busnardo

Representante CEME
Sandra Laroca

Câmara Técnica do Meio Ambiente
Caroline Schoenberger

Câmara Técnica do Polo Industrial
Leonardo Puppi Bernardi

CONSELHO DE REPRESENTANTES

Efetivos
Sérgio Leopoldo
Jordão Bahls de Almeida Neto
Ireneu Czepula
Douglas Fanchin Taques Fonseca
Ana Elizabeth O. Bueno

Suplentes

Mário Nami Filho
Hudson da Cunha Zanoni
João Carlos Glapinski
Sylvio Cybulski
Paulo Roberto Bahls de Almeida

CONSELHO SUPERIOR
Alcy Antônio Marochi
Calixto Abrão Miquel Ajuz
David Pilatti Montes
Douglas Fanchin Taques Fonseca
Edilson Luiz Carneiro Baggio
Helvio Frederico Hess
Jordão Bahls de Almeida Neto
Leodgar Pedro Correa
Renato Gomes Napoli
Ovídio Gasparetto
Hilário Devicchi
Raílda Alba Francisca Schiffer
Marcio Pauliki
Sérgio Leopoldo

EXECUTIVO

Ariane Wiesniewski Festa
Rafael Lizieri

Jornalista Responsável:

Thais Helena F. Neto Oliveira
MTB 6868

Edição, Textos e Fotos:

Thais Helena F. Neto Oliveira
MTB 6868

Capa e Projeto Gráfico:

Shinken - Comunicação

Diretor de Arte e Diagramação:

Fábio Ricardo Pereira da Silva

Tiragem:

2500 exemplares

Anuncie na Revista
ACIPG em Ação
comercial@acipg.org.br

Sugestões, críticas e comentários
thaiselena@acipg.org.br

ACIPG

Rua Comendador Miró, 860
(42) 3220-7200

É permitida a reprodução
parcial ou total do conteúdo das
matérias desta Revista,
desde que obedecidos os créditos.

Parceiros



Sumário

- 09 ELEIÇÕES**
ACIPG conversa com candidatos eleitos
- 16 FUNREBOM**
Lei é considerada inconstitucional
- 22 AGENDA**
ACIPG lança Agenda Empresarial
- 34 DESTAQUE EMPRESARIAL**
Colégio Sepam
- 36 CAPACITAÇÃO**
Semana de Qualificação Profissional
- 38 EMPREENDER**
2º Simpósio dos Núcleos
- 40 PREMIAÇÃO**
Opium Motel e Hotel Planalto
- 42 NOVOS SÓCIOS**
ACIPG recebe 48 novos sócios



O clima de Natal tomou conta das lojas PontaFlex e Sleep Home.

Neste Natal ajude a levar mais conforto para quem precisa.



A cada R\$ 1.500 em compras ganhe

2 travesseiros viscoelásticos exclusivos.

1 de presente para você e outro para doação.



Acredite no Papai Noel que existe em você!

PontaFlex
COLCHÕES E ACESSÓRIOS Sleep Home

Sleep Home
colchões

sleephome.com.br



Grupos de apoio do Rotary:
Ponta Grossa - Campos Gerais
e Curitiba - Curitiba Leste

PONTA GROSSA

Centro: (42) 3028-5790 | Av. Dr. Francisco Burzio, 583

Jd. Carvalho: (42) 3025-1976 | Av. Monteiro Lobato, 3420

Centro: (42) 3225-1035 | Av. Bonifácio Vilela, 155

Nova Rússia: (42) 3224-7599 | Av. Ernesto Vilela, 1135

SÃO JOSÉ DOS PINHAIS

Centro: (41) 3081-4004 | Praça 8 de Janeiro, 1319

CURITIBA

Batel: (41) 3079-1516 | Rua Carlos de Carvalho, 1251

Centro: (41) 3015-1051 | Rua Mariano Torres, 401

Jd. Social: (41) 3042-1111 | Rua Augusto Stresser, 1919

Portão: (41) 3042-4444 | Rua Cel. Airton Plaisant, 1864

Sleep Home By Simmons

Jd. Social: (41) 3042-2222 | Rua Augusto Stresser, 1916

Entrevista: Guido Bresolin Júnior

ACIPG conversa com o futuro presidente da FACIAP

O empresário Guido Bresolin Júnior assume a presidência da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (FACIAP) em janeiro de 2015. Ex-presidente da Associação Comercial e Empresarial de Cascavel (ACIC) e da Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Oeste do Paraná (Caciopar), Bresolin traz sua experiência no associativismo agora às Associações Comerciais e Empresariais do Estado.

ACIPG: Quais experiências herdadas da presidência da Associação Comercial e Empresarial de Cascavel (ACIC) e da Coordenadoria das Associações Comerciais e Empresariais do Oeste do Paraná (Caciopar) podem contribuir com sua gestão à frente da Faciap?

Guido Bresolin Jr.: Após passar por essas presidências, cria-se um senso crítico muito grande, pois são várias as experiências adquiridas na sua condução. Eu acredito que o ponto principal é o saber liderar, é preciso entender e visualizar o que cada indivíduo pode contribuir para o melhor desenvolvimento do grupo e da entidade. Essa é a maior conquista, o maior benefício, que conquistei liderando estas duas entidades.

ACIPG: Como o senhor avalia que o cooperativismo e o associativismo podem colaborar com o desenvolvimento econômico, neste momento de enfrentamento de crise e desafios do mercado?

Guido Bresolin Jr.: Entendo que o cooperativismo e o associativismo são formas modernas de organização da sociedade, especialmente neste século, aonde se melhorou muito a qualidade de vida das pessoas, o custo de vida é relativamente menor e vive-se a busca por realizações pessoais, hoje mais importante e valorizada do que no passado. O cooperativismo e o associativismo podem reduzir os custos para a comunidade, fornecendo produtos e serviços de forma mais econômica e organizando o setor produtivo de modo a gerar qualidade de vida às pessoas.

ACIPG: Quais são os principais desafios e metas da nova gestão da Faciap? O que o senhor destaca no planejamento estratégico?

Guido Bresolin Jr.: Eu acompanho a FACIAP desde 2004, portanto são muitos anos e várias gestões. Percebo que o

principal caminho a trilhar é justamente melhorar a representatividade da Federação perante os empresários e Associações Comerciais e Empresariais (ACEs), assim como, diante da comunidade paranaense e brasileira, como um todo. A FACIAP deve ser líder nos processos de mudança que o momento atual e a modernidade exigem. O meu foco e maior desafio será este, colocar a FACIAP como líder dos processos de mudança do país.

ACIPG: Como a Faciap pode contribuir para tornar-se, ainda mais, agente de desenvolvimento regional?

Guido Bresolin Jr.: A FACIAP pode fomentar, qualificar e criar uma visão comum dos territórios paranaenses, de modo a conseguir sincronizar as ações, atitudes e atividades dessas comunidades em prol do desenvolvimento das regiões. Acredito que esse é o papel fundamental que a FACIAP deve desempenhar, diretamente, dentro das ACEs, ou a partir de

parcerias com demais instituições, como clubes de serviços e demais agremiações, tornar-se ferramenta de sincronização das ações de base, buscando benefícios reais a todos.

ACIPG: Como o senhor avalia que a Federação pode promover a competitividade entre o empresariado?

Guido Bresolin Jr.: Acredito que, para promover a competitividade entre o empresariado, a Federação deve promover ações, workshops, treinamentos, palestras e Convenções que visem agregar valor intelectual aos empresários. Formando líderes locais, para que estes, aprendam a gerir melhor os seus grupos de pessoas e suas empresas. Com isso, estes empresários estarão removendo as barreiras da competitividade. Pessoas unidas podem vencer dificuldades e melhorar a qualidade do empresariado.

ACIPG: Qual é o principal desafio para o fortalecimento das Associações Comerciais e Empresariais (ACEs)?

Guido Bresolin Jr.: Penso que os desafios estão além da profissionalização que já temos trabalhado durante anos na FACIAP. Neste ponto, continuamos avançando, mas é preciso fazer com que as ACEs consigam interagir ainda mais com as demais entidades de suas comunidades, de modo a conseguir aumentar sua representatividade junto a estas instituições. Quanto mais a ACE liderar este processo, mais voz e visão de futuro aquela comunidade terá, mais associados, mais desenvolvimento, mais qualidade para aquela população.

ACIPG: Como o senhor avalia a capacitação profissional e a geração de empregos no Estado? Qual a força das ACEs neste cenário?

Guido Bresolin Jr.: A capacitação profissional no Estado tem sido feita, principalmente, pelas Universidades Estaduais, e nos últimos anos, pelas grandes Universidades Privadas. Também houve, por parte do Governo Federal, um incremento das Universidades Tecnológicas, com um avanço crescente em todo o Estado. O incentivado a formação existe. Entretanto, vejo que o maior avanço que se deu ainda é mérito do ensino privado, que abriu acesso para as pessoas estarem se profissionalizando em todas as áreas.

“ O cooperativismo e o associativismo podem reduzir os custos para a comunidade, fornecendo produtos e serviços de forma mais econômica ”



Divulgação

A educação é fundamental para que a população consiga produzir com maior eficiência, junto com ela vem o respeito, o reconhecimento e a construção de uma sociedade em comum. Sem dúvida, a educação é a fórmula propulsora para o desenvolvimento pessoal e profissional.

Profissional é aquele que agrega vários conhecimentos e muita formação e por isso é respeitado como tal em determinada profissão. É dessa forma que eu vejo que as Universidades e as próprias ACEs podem auxiliar na formação desses profissionais, de modo que a nossa comunidade paranaense possa contar, cada vez mais, com especialização e, com isso, aumentar sua competitividade, gerando mais renda e qualidade de vida a todo do Estado.

A força da ACE neste sentido deve ser através do incentivo à formação complementar a das Universidades, porque a entidade funciona como uma Escola de Formação de Líderes, uma vez que ela representa a vitrine de cada comunidade, de cada município. As experiências adquiridas como dirigente, diretor ou presidente de uma ACE são únicas, apenas vivendo esta realidade, pode-se agregar os valores.

Deste modo, complementar a formação profissional através da participação dentro de uma Associação Comercial é enriquecer pessoal e profissional. É fundamental

que a ACE forme líderes dentro da necessidade que cada região, para que realmente a educação não fique apenas no papel, mas também siga para a prática. A ACE é um agente catalisador para isso, para que a educação realmente se transforme em renda para o território.

ACIPG: Qual o papel da Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) na nova gestão da Federação?

Guido Bresolin Jr.: A Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa está contribuindo com seus líderes, que estarão fazendo parte da nova gestão da Federação. A participação destes será muito importante, uma vez que eles estão irmanados com as demais lideranças do Estado. Estaremos desenvolvendo uma visão comum das necessidades, não apenas de Ponta Grossa e região, mas de todo o Estado, pleiteando as mudanças necessárias, seja nível Estadual ou Nacional, para trazer mais riqueza, mais qualidade de vida, mais educação e desenvolvimento para o Paraná. Estes líderes estarão ajudando a remover as barreiras que atravancam o desenvolvimento do nosso Estado e do nosso país.

ACIPG realizou campanha 'Vote em Candidato Daqui'

O objetivo foi aumentar a representatividade política de Ponta Grossa

Através da campanha de conscientização 'Vote em candidato daqui', a Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) procurou incentivar o eleitor a votar em candidato local. O presidente da ACIPG, Nilton Fior, explica que o objetivo da proposta foi ampliar a representatividade do Município na Câmara dos Deputados e na Assembleia Legislativa do Paraná (Alep). "Realizamos a campanha para estimular os eleitores para que votassem em candidatos locais. Com eles eleitos, os ponta-grossenses tem maior possibilidade de sugerir, acompanhar e cobrar ações em benefício do Município. Ampliando a representatividade política de Ponta Grossa há mais chances da cidade receber recursos estaduais e federais. Agradecemos pelo apoio à campanha 'Vote em Candidato Daqui', o que colaborou na eleição de dois deputados federais e três estaduais."

De acordo com dados do Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o número de ponta-grossenses que votou em candidatos locais em 2014 quase dobrou em relação às eleições gerais de 2010. Com um aumento de 73%, mais de 130 mil eleitores escolheram candidatos de Ponta Grossa para a Câmara Federal e Alep.

Dados da Justiça Eleitoral mostram que 195.266 eleitores compareceram às urnas no Município. O número de abstenções foi de mais de 37 mil eleitores, o que corresponde a 16%. Votos brancos foram 7% e nulos 4%. Os

votos válidos, ou seja, aqueles considerados pela Justiça Eleitoral, somaram na cidade 171.604 votos; somente 3% a mais do que em 2010.

As eleições 2014 trouxeram um novo cenário político a Ponta Grossa e região dos Campos Gerais. Pela primeira vez a cidade elegeu dois deputados federais e garantiu três vagas na Assembleia Legislativa do Paraná. Sandro Alex (PPS) conseguiu a reeleição como deputado federal com 116.909 votos e Aiel Machado (PCdoB) conquistou 82.886 votos. Entre os eleitos para a Alep, Plauto Miró Guimarães (DEM) foi reeleito deputado estadual com 63.959 votos, Márcio Pauliki (PDT) conquistou 62.762 votos e Péricles de Holleben Melo teve 40.966 votos.

Uma das primeiras atividades da ACIPG para 2015 será reunir-se com os candidatos eleitos para conversar sobre propostas e metas. Para esta edição de Dezembro da Revista ACIPG em Ação, os candidatos responderam às questões: Quais serão as prioridades no seu mandato?, Como pretende cumpri-las?, Como pretende manter-se em contato com os seus eleitores e com a sociedade civil organizada? Acompanhe nas próximas páginas desta edição.



Vote em Candidato daqui

Sandro Alex

Deputado Federal

116.909 votos



Divulgação

ACIPG: Quais serão as prioridades no seu mandato?

Sandro Alex: Tenho a prioridade de legislar pelos princípios éticos e cristãos, pelos direitos da sociedade e fiscalizar o bom uso do dinheiro público. Teremos um papel fundamental neste momento em que o Brasil acompanha as investigações dos escândalos de corrupção que assolam o país. Não podemos deixar impunes todos àqueles que assaltaram o Brasil.

ACIPG: Como pretende cumpri-las?

Sandro Alex: Temos um compromisso com as reformas que a sociedade cobra iniciando com a reforma política, a qual faço parte do grupo de trabalho no congresso nacional sendo o autor do voto facultativo já aprovado na comissão especial.

As reformas tributária e administrativa não podem mais esperar. Um país que tem a maior carga de impostos no mundo ao mesmo tempo não consegue administrar estes recursos em favor de uma infraestrutura e serviços adequados. Isto é inadmissível.

ACIPG: Como pretende manter-se em contato com os seus eleitores e com a sociedade civil organizada?

Sandro Alex: Procuo manter comunicação constante com a população até porque defendo o voto distrital.

Resido na região e presto contas do meu mandato através das redes sociais e veículos de comunicação da região.

Estou à disposição da sociedade organizada sempre que chamado e vamos manter permanente diálogo com todos para um mandato compartilhado.



Aliel Machado

Deputado Federal

82.886 votos



Divulgação

ACIPG: Quais serão as prioridades no seu mandato?

Aliel Machado: Participar do grande debate político pelo qual o Brasil está passando nesse momento, discussões estruturais importantes, como a reforma política, a discussão sobre a reforma tributária, questão do pacto federativo e ações de valorização dos municípios. Localmente, a valorização da região dos Campos Gerais, os investimentos do governo federal na cidade de Ponta Grossa e a valorização das entidades que ajudam na prestação de serviços à comunidade. Também a busca por recursos, os quais a nossa cidade ainda é tão carente.

ACIPG: Como pretende cumpri-las?

Aliel Machado: Através de uma atuação firme no mandato. O fato de não ter qualquer tipo de amarra política me permite fazer avanços importantes dentro de um debate, também tenho um diálogo muito próximo com as entidades da nossa cidade e de todas as cidades da região dos Campos Gerais, às quais terão uma proximidade conosco. Conhecer o problema é uma forma de saber como atuar e quais áreas são prioritárias, por isso tenho certeza de que para que isso aconteça nós teremos uma atuação muito forte, uma equipe técnica dentro do mandato que vai auxiliar na busca desses recursos, conhecimento técnico para chegar em todos os ministérios em Brasília e conseguir suprir essas necessidades.

ACIPG: Como pretende manter-se em contato com os seus eleitores e com a sociedade civil organizada?

Aliel Machado: Uma das prioridades do mandato será a prestação de contas, sempre que chamado estarei com as entidades, com os conselhos e com a sociedade civil organizada, também nos bairros da cidade, onde existe legiti-

midade, escolas, colégios e as instituições que representam a comunidade em todos os níveis. Teremos prestação de contas através das ações que nós realizarmos, estamos definindo ainda como será feita essa prestação de contas, mas ela será no mínimo trimestral e também iremos participar ativamente de todas as ações com a sociedade civil organizada, as quais terão um grande debate e uma grande colaboração tanto de aprendizado como na busca de auxiliá-las nas questões necessárias, principalmente as que envolvem a legislação federal e a busca de recursos.



Plauto Miró Guimarães

Deputado Estadual

63.959 votos



Divulgação

ACIPG: Quais serão as prioridades no seu mandato?

Plauto Miró: Minha prioridade natural será o atendimento às demandas do Paraná e dos Campos Gerais - e particularmente de Ponta Grossa - no âmbito do governo do Estado; também irei discutir, formatar e propor medidas legislativas necessárias à modernização e facilitação das condições de vida da comunidade e representar o poder legislativo paranaense com coerência à linha de ação proposta durante toda minha vida pública.

ACIPG: Como pretende cumpri-las?

Plauto Miró: Permanecerei com as portas abertas para receber e intermediar os contatos que sejam necessários nos diversos órgãos, autarquias e secretarias; trabalharei nas demandas da sociedade para propor os projetos de lei de interesse público e fortalecerei a posição da autoridade legislativa, com ênfase na representação do segmento produtivo.

ACIPG: Como pretende manter-se em contato com os seus eleitores e com a sociedade civil organizada?

Plauto Miró: Como nos mandatos anteriores, manterei canais diretos de comunicação e atendimento, tanto pessoalmente como através da assessoria direta ou pelos meios eletrônicos disponíveis. Também trabalharei na destinação de recursos e equipamentos através de emendas, repasses e requisições diretas, a fim de atender as necessidades de infraestrutura e equipamentos das cidades da minha região.

Márcio Pauliki

Deputado Estadual

62.762 votos



Divulgação

ACIPG: Quais serão as prioridades no seu mandato?

Márcio Pauliki: Trabalhar para que o desenvolvimento econômico que nossa região está passando, com a vinda de novos investimentos privados, seja transformado em desenvolvimento sustentável, isto é, que os impostos gerados pelas novas indústrias, comércio e serviços sejam, por intermédio de nosso trabalho atuante na Alep, repassados de forma planejada e coerente para o incremento de infraestrutura, saúde, educação e segurança para a população que mais precisa, isto é, fazer o progresso econômico refletir no progresso social.

ACIPG: Como pretende cumpri-las?

Márcio Pauliki: Além de nossa representatividade política devemos ter embasamento técnico, o qual aumenta ainda mais nossa força junto ao governo do Estado. Uma das minhas primeiras ações é justamente comparar o que os municípios de nossa região repassam ao governo em forma de impostos e o que recebem em troca através de emendas, projetos e propriamente transferências diretas do governo. Quando notarmos a diferença entre o que contribuimos e o que nos é repassado, com certeza teremos bons argumentos para buscar este incremento. Um exemplo é o financiamento da média complexidade da saúde dos municípios (exemplo Pronto Socorro e Hospital da Criança) onde entendo que suas manutenções são de responsabilidade do Estado e não dos municípios, que acabam usando um recurso que deveria ir para a saúde básica.

ACIPG: Como pretende manter-se em contato com os seus eleitores e com a sociedade civil organizada?

Márcio Pauliki: Vamos ter em Ponta Grossa o que chamo de CPET - Centro Parlamentar de Estudos Técnicos, o que vai

oportunizar os contatos com as entidades, governos e população em geral; até porque entendo que o que as pessoas esperam desta nova geração de políticos é a técnica acima da política, a gestão acima das meras indicações de um político e a transparência de nossas ações através de um trabalho onde a principal característica seja a presença e a prestação de contas. Isso não vai faltar em nossa gestão! Vamos combater o bom combate para que nossa região possa se desenvolver com planejamento e progresso social para todos!

Péricles de Holleben Melo

Deputado Estadual

40.966 votos

ACIPG: Quais serão as prioridades no seu mandato?

Péricles de Holleben Melo: Ponta Grossa, Campos Gerais e outras regiões que represento são as minhas prioridades. Na Alep, sou presidente da Comissão de Cultura e secretário do Conselho Parlamentar da Cultura da Paz e vou continuar me dedicando a trabalhos nessas áreas. Temos ações importantes na Educação, na Saúde e na Segurança Pública. Construí forte ligação com a agricultura familiar, comunidades tradicionais e pescadores artesanais do Litoral. Vou continuar trabalhando pela implantação da Região Metropolitana de Ponta Grossa e Agência de Desenvolvimento dos Municípios dos Campos Gerais. Nos dois primeiros anos do novo mandato terei como uma das prioridades organizar e reestruturar o PT em nossa região e criar uma frente popular, tendo como aliados estratégicos o PCdoB e outros partidos que comungam os mesmos ideais. O objetivo é participar do pleito de 2016 com candidaturas competitivas. Em Ponta Grossa, defenderei junto a meu partido a candidatura de Aliel Machado à Prefeitura. É evidente que a consolidação dessa proposta depende, em primeiro lugar, do aval do próprio Aliel e do PCdoB. De qualquer forma, essa frente terá condições de lançar uma forte candidatura à Prefeitura.

ACIPG: Como pretende cumpri-las?

Péricles de Holleben Melo: Através de meu trabalho como deputado nas comissões, no Plenário, apresentando projetos de lei e emendas, fiscalizando e cobrando o Poder Executivo. Serei também um facilitador e um intermediário entre a população e os governos, levando suas demandas e defendendo a cidade de Ponta Grossa e as regiões que represento. Também agindo em parceria com a sociedade civil e colocando meu gabinete à disposição para elaboração de projetos. Com respeito ao PT vamos promover e participar dos congressos do partido e estar constantemente em contato com os partidos aliados para promover uma ampla rede popular para defender os interesses da população, principalmente a parcela que mais necessita de apoio do poder público.



Divulgação

ACIPG: Como pretende manter-se em contato com os seus eleitores e com a sociedade civil organizada?

Péricles de Holleben Melo: Periodicamente faço prestação de contas do meu mandato utilizando jornais impressos, que também disponibilizo pela internet. Faremos um mandato coletivo, promovendo reuniões trimestrais nas regiões que represento, com os movimentos sociais, sindicatos e demais seguimentos da sociedade civil organizada para ouvir sugestões e críticas que irão nos ajudar no exercício do nosso mandato. Em Ponta Grossa, temos nosso gabinete aberto à população, que está localizado à Rua General Osório, 545, nas proximidades do Hospital Santana Unimed, funcionando de segunda a sexta-feira, das 9h às 12h e das 14h às 18h. Nosso telefone é 3224-8655. Na Assembleia Legislativa estamos no oitavo andar, sala 805, telefone 41-3350-4250. Além disso, temos nosso site no endereço www.periclesdemello.com.br, nossa página no Facebook (facebook.com/PericlesDeMello) e no Twitter (twitter.com/pericles_mello). Também estaremos sempre atentos às reuniões das associações de bairro, sindicatos e associações representativas da sociedade.

A CONSTRUÇÃO DA SUA VIDA
NÃO PODE PARAR.

Nós, da Baggio, cuidamos de todas as etapas da obra, desde a escolha do terreno até a entrega das chaves. Assim você ganha tempo e a tranquilidade de saber que a construção da sua casa está em boas mãos.

Para sua vida não parar em obras,
consulte a Baggio.

Lei de combate a incêndios é considerada inconstitucional

ACIPG interpôs uma Representação junto à OAB para impetrar a ADI que instituiu a cobrança

Em audiência pública realizada pela Comissão de Direito Tributário da Ordem dos Advogados do Brasil - Subseção de Ponta Grossa (OAB-PG), no dia 30 de outubro, foi analisada a constitucionalidade da Lei Municipal nº 11.958 de 02 de outubro de 2014, que alterou o Código Tributário Municipal para instituir a Taxa de Combate a Incêndios. O principal objetivo da Lei é arrecadar recursos para o Fundo de Reequipamento do Corpo de Bombeiros (Funrebom). Membros da Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) estiveram presentes na reunião.

Na ocasião, concluiu-se que a referida Lei é inconstitucional. "A ACIPG interpôs uma Representação junto à OAB, Subseção Ponta Grossa, protocolada no dia 12 de novembro. A representação tem o objetivo de solicitar que a OAB-PG tome as medidas necessárias para impetrar a Ação Direta de Inconstitucionalidade (ADI) da Lei nº 11.958/2014, que instituiu a cobrança da Taxa de Combate a Incêndios, perante o Tribunal de Justiça do Estado do Paraná", explica o presidente da ACIPG, Nilton Fior.

O advogado Luiz Setembrino Von Holleben, responsável pela Representação da ACIPG para a OAB, comenta que a Representação foi formulada à OAB porque de acordo com a Lei Orgânica do Município somente a Ordem detém a legitimidade para figurar como Autora da ADI de Lei Municipal.

Von Holleben esclarece que a Taxa de Combate a Incêndios somente teve a sua nomenclatura alterada, pois é a mesma Taxa de Sinistro que o governo municipal da gestão do prefeito Pedro Wosgrau Filho havia tentado

instituir pela Lei Municipal nº 10.396 de 29 de outubro de 2010. "Naquela oportunidade, a OAB-PG impetrou uma ADI e o Tribunal de Justiça do Paraná, por unanimidade, julgou favoravelmente o pedido e declarou a inconstitucionalidade da Taxa de Sinistro", lembra.

O advogado explica a inconstitucionalidade da Lei. "Só pode instituir Taxa para cobrança de um determinado serviço prestado, o ente federado que efetivamente presta esse serviço, e no caso, o Município de Ponta Grossa não presta serviços de combate a incêndio, conforme já decidiu o Tribunal de Justiça do Paraná em relação à antiga Taxa de Sinistro. A iniciativa de propor esta Representação é evitar que o associado da ACIPG e o cidadão pontagrossense, arquem com mais um ônus tributário, pagando uma taxa ilegal e inconstitucional e cujos serviços já são custeados pelas taxas cobradas, periódica e anualmente pelo governo do Estado, de acordo com o art. 2º da Lei Estadual nº 13.976/2002 e as previstas no art. 5º da Lei Estadual nº 16.944/2011, as quais integram o chamado Fundo Especial da Segurança Pública do Paraná (FUNESP/PR) e cujos recursos destinam-se, entre outras finalidades, também à prevenção e combate a incêndios e à manutenção e reequipamento dos Grupamentos de Bombeiros", destaca Von Holleben.

Nos próximos dias, será marcada uma audiência com o prefeito Marcelo Rangel. Ocasão em que será protocolada também uma Representação Administrativa. "O objetivo dessa Representação Administrativa será propiciar ao prefeito, a possibilidade de rever e analisar os fundamentos da inconstitucionalidade da Lei nº 11.958/2014, para que o próprio Poder Executivo Municipal edite um decreto declarando a inconstitucionalidade da Lei da Taxa de Combate a Incêndios, invalidando quaisquer lançamentos que eventualmente tenham sido gerados com base na lei e extinguindo os respectivos créditos tributários. E para que também encaminhe um Projeto de Lei para ser submetido à votação pela Câmara Municipal de Ponta Grossa, a fim de consolidar a retirada desta lei inconstitucional do ordenamento jurídico", comenta Von Holleben.

* Com assessoria jurídica



Divulgação

ACIPG é parceira do 'Sócio Amigo do Operário'

Associados podem aderir aos Planos do Clube na sede da entidade

A Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) é parceira do projeto 'Sócio Amigo do Operário', que tem entre os objetivos aumentar o quadro de torcedores do Clube. Na sede da ACIPG estão disponíveis kits do 'Amigos do Operário': Plano Ouro, R\$ 80 reais/mês e Plano Prata, R\$ 40 reais/mês. O contrato tem o mínimo de 12 meses.

De acordo com o diretor de Futebol do Clube, Antônio Luís Mikulis, através da venda de kits a ideia é financiar obras do Operário Ferroviário Esporte Clube, modernizando o estádio e mantendo a equipe. "Com o 'Sócio Torcedor Amigo do Operário' você ajuda seu clube, ganha ingressos para os jogos e tem descontos e vantagens nas

compras no comércio da cidade e em supermercados de todo o Brasil, através do Movimento por um Futebol Melhor (www.futebolmelhor.com.br)", comenta Mikulis, que ressalta que a meta é conseguir vender mil kits de cada plano.

O presidente da ACIPG, Nilton Fior, destaca que a entidade valoriza o esporte e o Clube local e acredita que a ação é uma oportunidade dos torcedores estarem mais próximos ao time. "Ações como essa aproximam torcedores e Clube, valorizando ainda mais a história do Operário. Parabéns ao presidente do grupo gestor do Operário Ferroviário Esporte Clube, José Álvaro Goes Filho e a toda equipe pela iniciativa".

Informações através do telefone 3220-7230 ou com o departamento Comercial da ACIPG.



Viagem em segurança,
abasteça na rede de
Postos Contorno.

O melhor pra você

	Posto Contorno I - Matriz Tel: 42 3228 7768 Av. Presidente Kennedy, 2490 Vila Ruzait - Ponta Grossa/PR		Posto Contorno II Tel: 42 3228 1461 Av. Souza Naves, BR 278 Km 11 Cruzeiro - Ponta Grossa/PR		Posto Contorno III Tel: 42 3231 1723 PR 131, km 130 Caravelas/PR		Posto Contorno IV Tel: 42 3228 9078 BR 376, km 06 - Chácara Ponta Grossa/PR		Posto Contorno V Tel: 42 3228 7133 Km 168 + 507 Bom Vista Ponta Grossa/PR		Posto Contorno VI Tel: 42 3405 4143 PR 372, km 217 Itobruçu/PR		Posto Contorno VII Tel: 42 3228 1100 Ronda, Fátima Trato, 1994 (Santinho - Ponta Grossa) Santinho - Ponta Grossa/PR
--	---	--	---	--	---	--	--	--	--	--	---	--	---

ESCOLHA O PARCEIRO CERTO PARA SEU NEGÓCIO

RENAULT KANGOO 2015

13%
DE DESCONTO

AIRBAG
ABS

PORTAS TRASEIRAS ASSIMÉTRICAS
800KG DE CAPACIDADE DE CARGA
REGULAGEM ELÉTRICA DOS FARÓIS

42.800
- 13%

R\$ 37.236,00
À VISTA

RENAULT CLIO 2015

3 ANOS
GARANTIA

16,5%
DE DESCONTO

AIRBAG
ABS
4 PORTAS

28.420
- 16,5%

R\$ 23.730,00
À VISTA

A SELO A
NO INMETRO
MAIS ECONOMIA
DO BRASIL
MOTOR DE 90 CV



LINHA MASTER
COM DESCONTOS
DE ATÉ 21%



CNPJ VALE UM
DESCONTÃO

RENAULT
ACESSO
ISENÇÃO DE IPI + ICMS

LINHA DE PASSEIO
COM ATÉ 16,5%
DE DESCONTO



ASSISTÊNCIA TÉCNICA MAIS PREMIADA DO BRASIL

GRANVEL RENAULT PRO+

facebook.com/Renault.Granvel

@Renault_Granvel

PONTA GROSSA
Av. Visconde de Mauá, 3010
(42) 3219-5100 | (42) 9803-0202



Para mais informações, consulte sua concessionária Renault. 1) Clio Authentique 1.0 14/15, 4 portas, preço internet, à vista por R\$ 23.730,00, já com desconto de 16,5% para compras de pessoa jurídica. Estoque: 3 unidades. 2) Kangoo 14/15, preço internet, à vista por R\$ 37.236,00, já com desconto de 13% para compras de pessoa jurídica. Estoque: 3 unidades. 3) Master Chassi Cabine 14/15, com desconto de 21% para compras de pessoa jurídica. Estoque: 3 unidades. 4) Master Furgão L1H1, L2H2, L3H2 14/15, com desconto de 19,6% para compras de pessoa jurídica. Estoque: 3 unidades. 5) Master Vitrê L3H2 14/15 com desconto de 19,6% para compras de pessoa jurídica. Estoque: 3 unidades. 6) Master Minibus L2H2 14/15 com desconto de 17,6% para compras de pessoa jurídica. Estoque: 3 unidades. Condições especiais para produtores rurais, empresas e taxistas sob apresentação de CNPJ e/ou ITR e/ou averbação do município. Pintura metálica e frete não inclusos. Crédito sujeito a análise e aprovação de cadastro. Pintura metálica e frete não inclusos. Ofertas válidas até 30/11/2014, ou enquanto durarem os estoques. Para informações detalhadas sobre os itens incluídos na revisão, consulte sua concessionária. Os preços sugeridos podem variar de acordo com o ano/modelo e a motorização do veículo. Estoques limitados. Linhas Clio, Fluence, Logan, Sandero, Sandero Stepway e Duster com garantia de 3 anos ou 100 mil quilômetros, o que ocorrer primeiro, condicionada aos termos e condições estabelecidos no Manual de Garantia e Manutenção. Garantia de veículos utilitários limitada a 1 ano ou 100.000 km, o que primeiro ocorrer. Renault reserva-se o direito de alterar as especificações de seus veículos, serviços e taxas sem prévio aviso. Imagens meramente ilustrativas. Alguns itens mostrados e/ou mencionados são opcionais e/ou acessórios e/ou referem-se a versões específicas.

EM CADA GESTO DE
AMOR FRATERNAL



Nasce Jesus É Natal

'Gesto de Amor' realiza concurso de vitrines e fachadas

Comércio, prestação de serviços e residências podem participar

Resgatar e dar ênfase ao nascimento de Jesus e a gestos de amor no cotidiano da sociedade são objetivos do projeto 'Em cada gesto de amor fraterno nasce Jesus: É Natal', realizado pela Diocese de Ponta Grossa, Associação de Ministros Evangélicos (AME), Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) e Conselho Empresarial da Mulher Executiva (Ceme). Neste quarto ano, o projeto também realiza o concurso de vitrines e fachadas para o comércio, os prestadores de serviços e residências.

A decoração para o Natal com destaque a Jesus e símbolos cristãos norteia a iniciativa que premiará os três primeiros lugares nas categorias comércio, prestação de serviços e residência. Os interessados em participar deverão realizar as inscrições, gratuitamente, mediante a entrega da ficha de inscrição, em duas vias devidamente preenchidas e assinadas, na sede da ACIPG ou enviá-la para o e-mail maria@acipg.org.br.

O julgamento será feito por uma comissão composta por representantes da Diocese, AME, ACIPG, Ceme, imprensa local, Prefeitura e Fundação Cultural. Os requisitos para julgamento são beleza, originalidade, criatividade, harmonia e a lembrança do nascimento de Jesus. O anúncio dos vencedores e respectiva premiação acontecerão dia 29 de janeiro, na sede da ACIPG. Informações, regulamento e ficha de inscrição estão disponíveis no site www.acipg.org.br.

"Precisamos resgatar o verdadeiro sentido do Natal, o nascimento de Jesus Cristo e o amor fraterno em nosso dia a dia. Nesses anos de realização já tivemos adesão, mais em 2014 queremos fortalecer ainda mais o projeto", destaca Dom Sérgio Arthur Braschi, Bispo Diocesano de Ponta Grossa.

"Convidamos a todos para resgatar o real significado da data, praticando gestos de amor em todos os relacionamentos", frisa o presidente da AME, pastor João

Marcos Oliveira Marques.

O presidente da ACIPG, Nilton Fior, comenta a ação. "Gesto de Amor é uma iniciativa que envolve representantes de segmentos que trabalham para um objetivo comum, resgatar o centro do Natal: Jesus. Convidamos nossos associados e empresários da cidade para que participem do projeto".

Em 2013, os ganhadores foram Attuale, categoria Comércio, Estância Serrana, categoria Prestação de Serviços e a residência de Jackson e Anna Lúcia Gorte.

Requisitos para participar do concurso Gesto de Amor

No caso das residências, estas deverão possuir decoração com o tema do projeto e serão julgadas conforme suas proporções de edificação e estilo, com um mínimo de 10 m² de área externa decorada, obedecendo aos critérios de originalidade, criatividade, harmonia, beleza e a lembrança do nascimento de Jesus, de acordo com o Projeto Gesto de Amor.

A empresa que tiver interesse em participar da campanha deverá ser associada à ACIPG. A decoração de

vitruines (internas e/ou externas) e de fachadas deverá destacar o tema da campanha. "A entidade disponibiliza gratuitamente o cartaz e móbil do projeto, basta retirar na sede da ACIPG. A decoração fica a critério do empresário", comenta a gerente Institucional e Financeira da ACIPG, Ariane W. Festa.

Ariane explica que este ano as categorias comércio e prestação de serviços estão subdivididas. "Haverá premiação para empresas micro e pequenas e médias e grandes, uma maneira encontrada pelos organizadores para ampliar a premiação", comenta.

Premiação

Em todas as categorias os requisitos avaliados serão beleza, originalidade, criatividade, harmonia e a lembrança do nascimento de Jesus. Na categoria residência a premiação será Troféu mais uma cesta aos três primeiros lugares. Nas categorias comércio e prestação de serviços será a mesma premiação, mas o primeiro lugar de cada categoria ainda terá divulgação da empresa no site da ACIPG, por período temporário e um envio de e-mail marketing.

ACIPG lança Agenda de Eventos Empresariais

Ferramenta no site da entidade visa reunir encontros empresariais do Município

Com o propósito de reunir eventos empresariais em um único espaço, a Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) lança a Agenda de Eventos Empresariais, no site da entidade. A partir desse espaço, os empresários - associados e não sócios da entidade - podem ter acesso a palestras, eventos e reuniões sociais, econômicas, comerciais e culturais da cidade.

A diretora de Relações Públicas da ACIPG, Flávia Barrichello, destaca que o serviço foi pensado para contribuir com os empresários, que podem consultar o espaço para compor suas agendas pessoais e empresariais. "A diretoria planejou a Agenda de Eventos Empresariais de Ponta Grossa devido ao número de encontros - palestras, reuniões, festas - que geralmente acontecem no mesmo dia, ocasionando um conflito de agenda. Para evitar essas coincidências, os organizadores de eventos de entidades e órgãos públicos podem encaminhar suas programações

para a ACIPG com informações sobre local, horário, objetivo, realização, apoio, etc."

Flávia ressalta que a agenda foi integrada ao site porque na página da ACIPG já estão os mais de 30 produtos e serviços da entidade, podendo assim, facilitar o dia a dia do empresário, reunindo informações em um único local, com a facilidade de acesso on-line.

A área destinada a este serviço no site da entidade (www.acipg.org.br) está localizada na parte superior direita. A gerente Institucional e Financeira da ACIPG, Ariane Wiesinieski Festa, explica que os eventos podem ser encaminhados para a entidade para entrarem na Agenda através do e-mail informativo@acipg.org.br ou o telefone 3220-7203. "Basta descrever sucintamente o evento com as informações que deseja divulgar. O serviço é gratuito e é uma ferramenta para quem quer ter acesso à programação social, econômica, comercial e cultural da cidade ou para quem quer agendar".

Ponta Grossa 10:15h



Cascavel 19:40h



Com Prinex a sua encomenda sempre chega na hora que você precisa.
Ligue 0800 421000 ou acesse www.princesadoscampos.com.br/prinex

PRINEX
A encomenda expressa do Paraná.

★ Promoção ★
**APLICAÇÃO
PREMIADA
SIGREDI
CAMPOS GERAIS PR/SP**



INVISTA, RASPE, CONCORRA.

Invista em Poupança ou em Depósitos a Prazo, garanta o seu cupom, raspe e concorra a diversos prêmios na hora.

PESSOA FÍSICA

Investimento de
R\$ 500,00 = 1 cupom raspe e concorra

PESSOA JURÍDICA

Investimento de
R\$ 2.000,00 = 1 cupom raspe e concorra

APLICAÇÃO ACIMA DE 120 DIAS:

dobro de cupom
pessoa física e jurídica

Informe-se na sua
unidade de atendimento.



Natal 0 km

Campanha sorteia automóvel dia nove de janeiro

Mais de 230 pontos participantes aderem ao 'Natal 0km'

Aproximadamente 176 empresas de diferentes segmentos, somando mais de 230 pontos, aderiram à campanha 'Natal 0 km', realização da Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) e do Sindicato do Comércio Varejista de Ponta Grossa (Sindilojas), com apoio da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), Granvel e patrocínio do Sistema de Crédito Cooperativo (Sicredi). A campanha, que acontece de 10 de novembro a 29 de dezembro, promete estimular as vendas no comércio da cidade com o sorteio de um automóvel Sandero zero quilômetro dia nove de janeiro e entrega dia 16 do mesmo mês. O vendedor da loja que sair o cupom ganhador do carro receberá um vale-compra no valor de R\$ 500, que poderá ser utilizado nas lojas que aderiram à campanha.

A intenção da campanha e de seus realizadores é que com o sorteio de um veículo zero quilômetro, os comerciantes possam estimular as vendas no município, reduzindo o déficit registrado nas vendas no comércio neste ano, em relação a 2013. O presidente da ACIPG, Nilton Fior, destaca a ação. "Tivemos grande adesão dos lojistas à proposta. Esperamos que a campanha traga bons resultados aos comerciantes, princi-

palmente através da mídia coletiva e da distribuição de cupons aos clientes que podem concorrer ao prêmio".

Em 2013, foram 98 adesões e distribuídos 300 mil cupons. Neste ano, o número de cupons dobrou. O presidente do Sindilojas, José Carlos Loureiro Neto, destaca que a ação estimula as vendas natalinas. "As lojas que aderiram à campanha estão identificadas com o cartaz da promoção. Ponta Grossa é um polo regional que atrai consumidores, portanto a campanha pode estimular as vendas ainda mais", frisa.

As campanhas de comércio realizadas em parceria ACIPG e Sindilojas já se tornaram tradição na cidade. "Historicamente, era feito um veículo versão de entrada e alguns outros prêmios. Este ano, optou-se em concentrar em um prêmio melhor, como o Sandero em uma versão mais completa, oportunizando que os associados possam oferecer a seus clientes a possibilidade de concorrer a um automóvel zero quilômetro, com motor 1.6, ar condicionado, vidros elétricos, sistema de som e GPS", comenta Bruno Ítalo Ronchi, diretor de Comércio da ACIPG.

O gerente Comercial da ACIPG, Rafael Lizieri, lembra a importância de preencher corretamente os

cupons. "É importante o preenchimento correto, com todos os dados legíveis. Basta os consumidores preencherem os cupons após as compras realizadas nos estabelecimentos que aderiram à campanha, que estão identificados com cartazes, e os depositarem nas urnas".

Campanha agrada empresários

A empresa RodoPonta, situada na Presidente Kennedy, no Contorno, atua no segmento de peças para caminhões e aderiu à campanha pela primeira vez. Emerson Pereira, sócio-proprietário, acredita que os clientes procuram essas diferenças no mercado. "É uma oportunidade que o cliente tem de concorrer a um automóvel. A expectativa é o aumento nas vendas de final de ano, com maior movimento no comércio com a campanha".

Gilceu Suliani, proprietário da papelaria GGpel Livraria e Papelaria, da Visconde de Mauá, em Oficinas, também aderiu à campanha e comenta que o objetivo é incrementar as vendas. "A intenção é proporcionar

algo novo, trazendo uma oportunidade ao cliente de concorrer à premiação. Consequentemente, há o fortalecimento nas vendas". Suliani destaca que não é a primeira vez que participa da Campanha de Natal e que essa fidelidade se dá ao retorno que a ação proporciona ao seu estabelecimento.

Do ramo da prestação de serviços, Patrícia Scheremeta Lipinski, da Depil House Depilação, da Coronel Dulcídio, Centro, destaca que é a segunda vez que a empresa participa da campanha. "No ano passado, uma de nossas clientes foi premiada com um vale-compra e ela optou em utilizar esses créditos aqui mesmo. Acredito que a campanha é uma maneira de fidelizar seu cliente, oportunizando uma chance de ser premiado".

No site da ACIPG (www.acipg.org.br) há a relação das empresas que aderiram à campanha.



de 10/11 a 29/12
PREENCHA O CUPOM E CONCORRA!
Exija seu documento fiscal!

'Seu nome, seu patrimônio' pretende recuperar saldo de inadimplência do comércio

SPC da ACIPG realiza campanha até dia 20 de dezembro

O Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) da Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) realiza a campanha 'Seu nome, seu patrimônio' de 17 de novembro a 20 de dezembro. A ação, realizada anualmente sempre em conjunto com o comércio local, tem como objetivo colaborar com a reativação do crédito dos clientes, oferecendo ao comércio a recuperação do saldo de inadimplência.

O diretor de Produtos da ACIPG, Miler José Oliveira, comenta que a campanha de 2014 é a sétima que o SPC

realiza no sentido de reativação do crédito. "Anualmente, realizamos campanhas com esse objetivo, pois acreditamos que a ação colabora com o empresário, que tem uma oportunidade de negociar a inadimplência, resgatando seu cliente. Consumidores antes inadimplentes tornam-se potenciais compradores, principalmente a crédito, contribuindo para o aumento nas vendas. Solicitamos que os associados da ACIPG que tenham interesse em aderir à campanha entrem em contato com o SPC".

Oliveira ainda destaca que 'Seu nome, seu patrimônio' colabora também com os clientes. "A campanha também contribui com clientes que tiveram dificuldades em manter em dia seus créditos. Uma ação de sensibilização e uma oportunidade do consumidor renegociar suas dívidas". O diretor comenta que as campanhas do SPC são realizadas em datas próximas ao Natal para que o cliente possa regularizar sua situação para as compras de fim de ano.

De acordo com a supervisora do SPC da ACIPG, Priscila Dias Weber, é importante o comércio estar aberto para negociações com o cliente. "A campanha traz a possibilidade do consumidor renegociar sua dívida e retornar às compras no estabelecimento comercial local".

A população pode procurar o SPC para se informar sobre quais empresas participam do 'Seu nome, seu patrimônio' e os procedimentos para negociação. "Cada caso será analisado individualmente e a negociação será feita direta com a empresa. O grande diferencial da campanha é a forma de pagamento das dívidas, que serão com juros de 1% ao mês e multa de 2%", explica Priscila.

Ano passado, a edição da campanha 'Limpe seu Nome' - que tem o mesmo objetivo da campanha 'Seu nome, seu patrimônio' - conseguiu negociar 65% das pendências de crédito que chegaram ao SPC da ACIPG. Foram 49% de mulheres e 51% de homens negociando suas dívidas no balcão da entidade, durante o período de 2 a 7 de dezembro de 2013.

Informações através do telefone (42) 3220-7236 ou pelo e-mail spc@acipg.org.br.

SEU NOME, SEU PATRIMÔNIO!

RENEGOCIE SUAS DÍVIDAS E VOLTE A TER CRÉDITO.

ESCUTE O
MERCADO DE
TRABALHO.
FAÇA UMA
PÓS-GRADUAÇÃO
A DISTÂNCIA
NA UNICESUMAR.

Aproveite a metodologia flexível que permite assistir as aulas quando e onde quiser e estude em uma instituição que está entre o seletor grupo das melhores do país segundo o Ministério da Educação (MEC). Conheça também a nova Pós Flex*, com cursos 100% on-line em que é possível concluir o curso em apenas 6 meses.



36

Cursos de Pós-Graduação

A partir de
R\$ 195,00*

ESPECIALIZAÇÃO

- Administração Pública
- Atendimento Educacional Especializado
- Auditoria e Controladoria
- Docência no Ensino Superior
- EAD e as Tecnologias Educacionais
- Educação Infantil e Anos Iniciais do Ensino Fund.
- Gestão Educacional
- Metodologia do Ensino de Artes
- Metodologia do Ensino de História/Geografia
- Metodologia do Ensino de Língua Portuguesa
- Metodologia do Ensino de Matemática
- Planejamento e Gestão de Trânsito
- Psicopedagogia Institucional

MBA

- Agronegócio
- Empreendimentos e Negócios Imobiliários
- Gestão Ambiental e Desenv. Sustentável
- Gestão Comercial
- Gestão de Pessoas
- Gestão de Projetos
- Gestão Empresarial
- Logística e Distribuição

POSS FLEX (100% ON-LINE)**

- Auditoria, Contabilidade e Perícia Contábil **NOVO**
- Direito e Desenvolvimento - Meio Ambiente e Sustentabilidade **NOVO**
- Direito e Desenvolvimento - Direitos Humanos e Realidades Regionais **NOVO**
- Direito e Desenvolvimento - Políticas Públicas e Municipalidade **NOVO**
- Direito e Desenvolvimento - Governança Corporativa e Resp. Social **NOVO**
- Marketing **NOVO**
- Marketing Digital **NOVO**
- Gestão Estratégica de Negócios **NOVO**
- Gestão Estratégica de Pessoas **NOVO**
- Gestão de Projetos **NOVO**
- Administração Financeira **NOVO**
- Mercado Financeiro e Banking **NOVO**
- Logística Empresarial **NOVO**
- Engenharia e Gestão da Produção **NOVO**
- Gestão de Qualidade **NOVO**

Cursos disponíveis para matrícula a partir de janeiro de 2015.

www para www.senacdf.com.br/porta

Ponta Grossa

Av. Dr. Vicente Machado, 585 - Centro

(42) 3227-9955

87% dos brasileiros pretendem presentear neste Natal, revela estudo do SPC Brasil



Intenção de gasto médio por presente aumenta para R\$122. Shopping é o local preferido para compras, mas 20% dos presentes devem ser pedidos pela internet

Uma pesquisa nacional encomendada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) revela um cenário positivo para o comércio varejista: neste ano, mais brasileiros devem ir às compras e gastar mais com os presentes de Natal em relação ao ano passado. De acordo com o levantamento, 87% dos consumidores entrevistados têm a intenção de comprar pelo menos um presente este ano, o que representa um aumento de 20 pontos percentuais na comparação com 2013 (67%). Apenas 3% disseram que não vão comprar nada para dar de presente e outros 10% ainda estão na dúvida ou não souberam responder. Além disso, o valor médio gasto com cada presente deve saltar de R\$ 86,59 no Natal passado para R\$122,40 em 2014, o que significa um aumento real, já descontada a inflação, superior a 30%.

O SPC Brasil entrevistou 681 consumidores de ambos os sexos e de todas as idades e classes sociais nas 27 capitais brasileiras. A margem de erro é de no máximo 3,7 pontos percentuais para um intervalo de confiança a 95%. Isso significa que em 100 levantamentos com a mesma metodologia, os resultados estarão dentro da margem de erro em 95 ocasiões.

O objetivo da pesquisa foi avaliar a intenção de compras no Natal de 2014, mapeando as preferências e percepções dos consumidores em relação aos produtos, preços, forma de pagamentos e locais de compra.

Apesar de demonstrarem a intenção de adquirir o mesmo número de presentes que no ano passado – quatro – e o ticket médio ser superior para este ano, parcela significativa dos entrevistados afirma querer gastar menos com os presentes de Natal. Se em 2013 o percentual dos que queriam diminuir os gastos com os presentes era de 13%, em 2014, eles passam a corresponder a 33% dos entrevistados. Outros 40% pretendem gastar a mesma quantia que no ano passado e apenas 27% dos consumidores ouvidos estão dispostos a desembolsar mais neste ano do que no Natal de 2013.

“Esses números podem indicar que os entrevistados estão receosos com as despesas de Natal, em virtude da queda da confiança do consumidor, que é consequência direta da piora na geração de empregos, do menor crescimento dos salários dos trabalhadores, além da atividade econômica mais fraca. O consumidor quer presentear, mas sabe que o momento é de cautela e os gastos

devem ser pensados”, afirma a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

Entre aqueles que pretendem gastar mais neste fim de ano do que em 2013, sobressai a intenção de dar um presente melhor ou mais presentes (29%) – sobretudo entre as mulheres (34%) e entrevistados de 18 a 24 anos (45%). Outros motivos citados foram o aumento da renda (20%) e o recebimento do 13º salário (16%). Já entre os que querem diminuir as despesas com presentes de Natal, 35% alegaram estar endividados, 18% disseram estar desempregados e 17% pretendem economizar para outras finalidades.

Preços mais elevados

Mais da metade dos entrevistados (51%) relata a impressão de que os preços estão mais caros este ano. Entre aqueles que consideram ter havido alta de preços em relação ao ano passado, a sensação de inflação elevada é o principal motivo apontado pelos entrevistados (70%). Essa percepção é ainda mais disseminada entre os consumidores das classes C, D e E (78%). Para seis em cada dez (63%) consumidores, o preço é o fator determinante no momento de escolher o local onde os presentes serão comprados. A localização (36%), as promoções (36%), a diversidade de produtos (33%) e a segurança do local (22%) também influenciam na decisão sobre o estabelecimento. A maioria (86%) dos consumidores revela disposição para pesquisar melhores condições de pagamento e valores mais em conta.

“Mesmo diante de um cenário mais adverso para o comércio varejista, os dados comprovam que o Natal exerce uma forte influência no estímulo ao consumo, principalmente pelo significado que a data representa nas relações sociais e emocionais dos brasileiros”, explica a economista Marcela.

De acordo com o levantamento, razões culturais e de ordem subjetiva despontam entre os argumentos que justificam a vontade de celebrar o Natal com presentes. O prazer em presentear é citado por 67% dos entrevistados e a importância dada ao hábito de trocar presentes, por outros 66%. Dentre as mulheres, destaque para as que presenteiam porque gostam do presenteado (73%), ao passo que a força do hábito (77%) é a resposta mais citada

pelos homens. Além disso, mais da metade dos entrevistados (56%) afirma a intenção de participar de “amigo secreto/oculto”.

Lista de presentes e perfil do presenteado

A lista de preferência dos consumidores considerando os itens a serem comprados traz as roupas na primeira posição, com 77%, seguidas dos calçados (50%) e perfumes/cosméticos (45%). Na comparação entre 2013 e 2014, percebe-se o crescimento do interesse em produtos como calçados (de 38% para 50%), perfumes e outros cosméticos (de 33% para 45%) e smartphones (de 12% para 20%). Há uma predominância maior de mulheres que presenteiam calçados (55%) e de homens que presenteiam smartphones (24%). Quem decide presentear alguém leva em conta, principalmente, o perfil do presenteado (47%), o desejo de quem ganha (20%) e o preço do presente (11%).

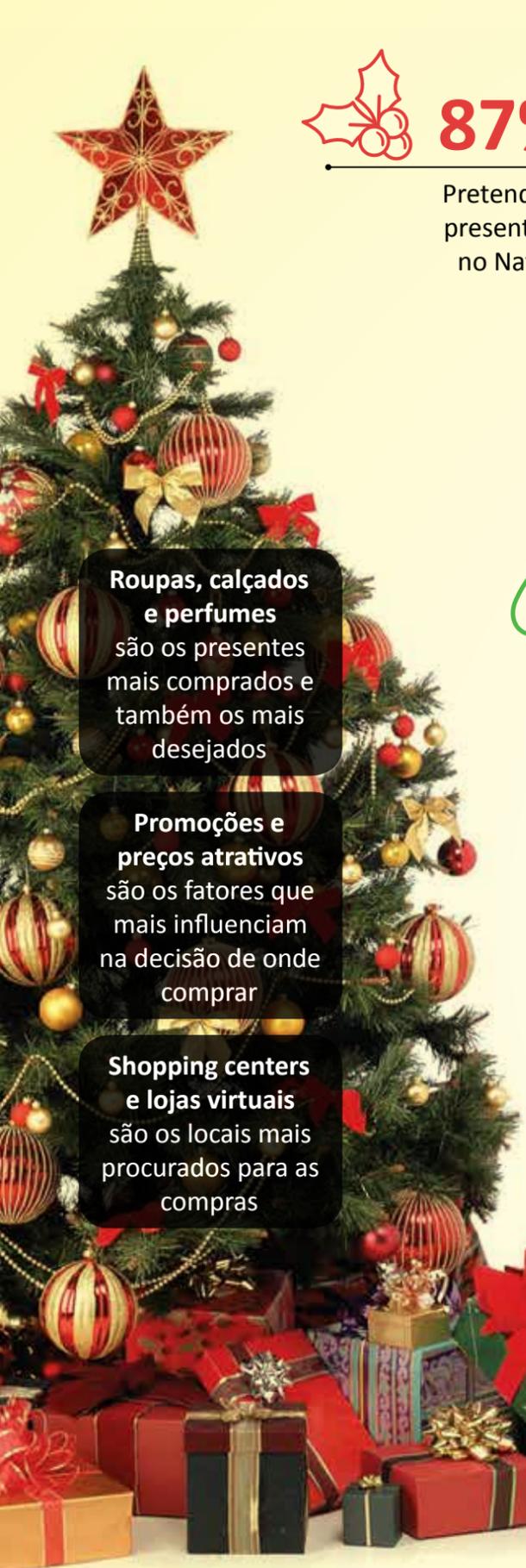
A pesquisa identificou que as mães aparecem em primeiro lugar na relação dos mais presenteados (56%), seguidos pelos filhos/filhas (53%), cônjuges (52%), pai (36%), amigos (22%) e namorados/namoradas (20%). Forma de pagamento e local da compra.

As formas de pagamento mais utilizadas nas lojas brasileiras, segundo os entrevistados, serão o dinheiro (50%), o cartão de crédito parcelado (27%) e o cartão de crédito à vista (10%). Para quem vai parcelar os presentes, a média é de cinco prestações por compra. Houve um crescimento significativo de consumidores que pretendem parcelar as compras no cartão. No Natal do ano passado o percentual era de 16% e subiu para 27% neste ano. Já os locais preferidos para as compras devem ser os shopping centers (62%), seguidos pelas lojas virtuais (40%) e pelas lojas de rua (27%).

De todos os presentes que serão vendidos no Natal deste ano, cerca de 20% serão provenientes da internet. “A preferência pelos shoppings deve-se à facilidade de estacionamento e à segurança que estes locais oferecem. Além disso, esses estabelecimentos concentram uma grande variedade de lojas em um único lugar. Já a significativa presença das vendas online deve-se muito à praticidade da rede, que acaba atraindo o interesse das pessoas. Mas é preciso ter cuidado. O ideal é fazer os pedidos com alguma antecedência para que os presentes cheguem a tempo das festas. O atraso na entrega de encomendas é um problema que os consumidores costumam enfrentar nesta época do ano”, alerta Marcela.

* Com assessoria SPC Brasil





87% **40%** **4** **R\$122**

Pretendem presentear no Natal

Pretendem comprar mais presentes em 2014

Média de presentes por pessoa

Ticket médio

Roupas, calçados e perfumes são os presentes mais comprados e também os mais desejados

Promoções e preços atrativos são os fatores que mais influenciam na decisão de onde comprar

Shopping centers e lojas virtuais são os locais mais procurados para as compras

51% **70%**
Percepção de que os presentes estão mais caros em 2014
Acreditam que é devido à inflação



50% **4,9**
Das compras serão pagas em dinheiro. Cartão de crédito parcelado apresenta aumento significativo
Número médio de parcelas



Pretendem fazer compras pela Internet **40%**
Escolhem sites de empresas conhecidas e já consolidadas no mercado **71%**



MÃES

Serão as mais presenteadas **(56%)**

56% Costumam participar de "Amigo Oculto"

45% Pretendem fazer algum bico no final do ano pra ter renda extra

Fonte: SPC Brasil

PREÇO É DECISIVO NA ESCOLHA DO LOCAL DE COMPRA DOS PRESENTES

86% dos consumidores afirmam que pretendem pesquisar preços

62% dos entrevistados pretendem concentrar suas compras de Natal em shoppings



2013 x 2014: Consumidor mantém número médio de presentes comprados, mas deve gastar mais este ano

		2013	2014
Intenção de presentear tem aumento de 20 pontos percentuais		67%	87%
Intenção de comprar mais presentes, em relação ao ano anterior, mostra desaceleração		50%	40%
Número médio de presentes comprados por pessoa permanece estável		4,3	4,3
Ticket médio tem aumento real de 32,5%		R\$86,59	R\$122,40

87% dos entrevistados garantem ter a intenção de comprar presentes este ano

32% pretendem aumentar o número de presentes comprados, com média de 4,3 itens por consumidor

R\$122 é o ticket médio dos presentes

Certificado Digital é na Associação Comercial

ACIPG 

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL
E EMPRESARIAL DE PONTA GROSSA



**ADQUIRA O SEU
CERTIFICADO DIGITAL**



A Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG), oferece mais um grande benefício para os empresários da cidade.

A Certificação Digital promove a segurança e confiabilidade nas transações realizadas pela internet, além de otimizar processos e diminuir a burocracia através de um sistema ágil e confiável.

Informações:
(42) 3220-7214
acdigital@acipg.org.br

Há 75 anos, Colégio SEPAM forma cidadãos para o mundo

Ao aliar a experiência dos avós com a habilidade dos netos, empresa mantém credibilidade e sucesso no mercado

Fundado em 1939, o Colégio Pontagrossense - SEPAM começou com cursos técnicos profissionalizantes para suprir a necessidade de mão de obra especializada da época. Hoje, com mais de 200 funcionários e duas sedes em Ponta Grossa e uma em Castro, oferece ensino de alta qualidade da Educação Infantil ao Pré-Vestibular.

A direção da empresa está na quarta geração e afirma que o sucesso se baseia em quatro fatores relevantes: 1 - O Colégio SEPAM é referência de escola tradicional. Nesses 75 anos mais de 50 mil alunos passaram pelos ensinamentos dos professores e famílias inteiras se formaram na escola. 2 - Ser um colégio sério e de ensino forte, ao cobrar boas notas e disciplina, forma cidadãos preparados para a sociedade. 3 - Ter uma equipe de professores de alto padrão que se atualiza para estar preparada para as mudanças cada vez mais rápidas dos alunos. 4 - E por fim, sempre procurar a modernidade, tanto no que se refere à infraestrutura, como em relação às tecnologias e novas formas de ensino.

Inglês, horário integral e ensino de qualidade comprovada

Desde 2013, o professor tem um iPad à disposição 24h por dia, assim como o aluno em sala de aula. "Não faz sentido a tecnologia ficar fechada num laboratório. Deve estar à mão, ser de fácil uso, intuitiva. O aluno interage com o conhecimento produzido na atualidade, no mundo todo", completa Osni Mongruel Junior, diretor geral do Colégio SEPAM.

Uma ampla carga horária de inglês é ministrada aos alunos desde a Educação Infantil. A aprendizagem do idioma é reforçada por atividades complementares. A partir de 2015, as turmas do Fundamental II terão aulas de Matemática e História em inglês. Exames internacionais, visando à proficiência



Colégio Sepam, em 2014



Academia Pontagrossense de Comércio, em 1939

inglesa, como o de Cambridge e TOEFL, são realizados gratuitamente no SEPAM. Também em 2015, o SEPAM oferecerá período integral para o Ensino Fundamental I e Educação Infantil, sendo esta no seu novo espaço de alto padrão, com mais de 1500 m².

No ENEM, o SEPAM é o melhor colégio da cidade há quatro anos consecutivos. "No PSS da UEPG o SEPAM é quem domina. Nos quatro últimos anos, 38% das vagas é do SEPAM, 32% são de todos os outros concorrentes da cidade e 30% são de colégios de fora, além de 1/3 das vagas em Medicina", explica Henrique Reis Valente, coordenador do SEPAM Vestibulares.

Além da sala de aula

Os projetos Grupo da Cidadania, Paso a Paso, Step by Step e Projeto Menarca inserem os alunos na comunidade e promovem o protagonismo juvenil ao melhorar habilidades de comunicação e enfrentar os problemas.

Para o SEPAM o esporte é um aliado na saúde, além de oportunizar integração, superação e criar senso de disciplina e respeito. "Ser atleta é uma complementação da formação, o aluno convive num espaço onde amplia as habilidades e resolve um problema em segundos, desenvolvendo o raciocínio lógico e rápido", afirma Jacob Cavagnari, coordenador Pedagógico.

O SEPAM também forma por meio de oficinas: Soroban Super Cérebro, Robótica LEGO, culinária, yoga, clube da matemática, clube da leitura, teatro, coral, expressão corporal e baby class. Eventos tradicionais do calendário do colégio permitem que os alunos desenvolvam seu potencial: GINPAM, Mostra de Dança, Canta SEPAM, Mostra de Talentos, Feira da Cultura, JISPAM e Cantata de Natal. Vem daí nosso slogan: SEPAM - Incomparável!

*Com assessoria SEPAM

UNIPRIME CAMPOS GERAIS, uma Instituição Financeira diferenciada, feita de pessoas para pessoas, que valoriza o cooperado e procura crescer juntamente com ele.

Temos por objetivos propiciar a nossos cooperados soluções financeiras de modo simples e vantajoso, com menor custo, alta qualidade e atendimento personalizado.

Aqui você não é somente um cliente especial,
aqui **VOCÊ É O DONO.**

- CONTA CORRENTE
- TALÕES DE CHEQUE
- APLICAÇÕES FINANCEIRAS
- CARTÕES DE CRÉDITO E DÉBITO
- BOLETOS DE COBRANÇA
- LINHAS DE CRÉDITO COM AGILIDADE NA LIBERAÇÃO E TAXAS ABAIXO DO MERCADO
- CARTÕES VTM (VISA TRAVEL MONEY) E PAPEL MOEDA
- CONVÊNIO DE DÉBITO AUTOMÁTICO
- RECEBIMENTOS DE PRODUÇÃO MÉDICA E SALÁRIOS
- ALÉM DE CONSULTORIA FINANCEIRA



Cooperativa de Crédito dos Médicos, Profissionais da Área de Saúde e Empresários da Região dos Campos Gerais Ltda.

UNIPRIME CAMPOS GERAIS

Sede: Rua Santos Dumont nº 1097 - Centro - Ponta Grossa - PR CEP: 84010-360
Castro: Rua Major Otávio Novaes nº 97 - Centro - Castro - PR CEP: 84165-000
Site: www.uniprimcamposgerais.com.br
Uniprime no Facebook: www.facebook.com/uniprimcamposgerais
Tel: (Sede) 42 3219-5250 - (Castro) 42 3219-5251
Horário de atendimento ao público: das 10:00 às 16:00 horas

Semana de Qualificação Profissional é realizada em PG

Tema foi abordado em oficinas, palestras e atividades com foco no mercado de trabalho

A 1ª Semana Municipal de Qualificação Profissional (SMQP) teve como objetivo contribuir para inserção dos trabalhadores no mercado de trabalho. Além da discussão do tema para atuais e futuros profissionais, a Semana também trouxe orientações para quem busca melhores colocações e oportunidades no cenário do comércio e da indústria.

Durante o evento, além das oficinas e palestras, também foram realizadas as atividades de confecção de Carteiras de Trabalho (Ministério do Trabalho), teste vocacional (SEST/SENAT), espaço para informações do Sistema S, demonstração dos cursos disponibilizados pelo Serviço de Obras Sociais (SOS) e espaço da ACIPG, com informações de projetos realizados pela entidade com foco na capacitação, como o ACIPG Estágios, Quasar e Antares.

“Concluímos a semana com grande satisfação e participação ativa do público nas oficinas e palestras onde abordamos tópicos relativos à importância da qualificação no comércio e na indústria. O sentimento é de dever cumprido por tratarmos de um tema de extrema relevância para nosso município neste momento em que recebe mais indústrias e investimentos que vão gerar renda e emprego contribuindo diretamente para o crescimento socioeconômico da cidade”, destaca Patrícia Ecave, diretora geral da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Qualificação Profissional.

O diretor de Capacitação Profissional da ACIPG, Paulo Roberto Veiga, também comenta a Semana. “A entidade foi parceira da Prefeitura na Semana Municipal de Qualificação Profissional. Uma grande oportunidade de aperfeiçoar os conhecimentos e trocar experiências através das palestras e oficinas. Esperamos que outras edições



Abertura da Semana aconteceu dia 10 de novembro, no Centro de Cultura

sejam realizadas para contribuir ainda mais com o tema da Capacitação na cidade”.

O evento foi desenvolvido pela Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Qualificação Profissional, em parceria com o Conselho Municipal do Trabalho, o Movimento Sindical de Ponta Grossa, o Serviço de Obras Sociais, o Sistema S (FIEP, Sesi, Senai, Iel, Sest/Senat), Ministério do Trabalho e Emprego, Superintendência Regional no Paraná, Gerência Regional do Trabalho e Emprego de Ponta Grossa e com apoio da ACIPG. A programação contou com a participação de acadêmicos, órgãos sindicais, instituições públicas e do setor privado, empresários e setor produtivo.

GESTPAR

COPIADORAS E SISTEMAS DE IMPRESSÃO

✓Vendas ✓Sistema De Impressão
✓Locação ✓Soluções Em Digitalização

(42) 3026-2222

www.gestpar.com.br

brother RICOH SAMSUNG FUJITSU



VOCÊ SABE O QUE SEU CLIENTE PENSA DA SUA EMPRESA?!

O Instituto Retrato Brasil sabe!

O Instituto Retrato Brasil realiza pesquisas nacionais e regionais, amplas e setorializadas com metodologia e resultados que justificam a confiança e a satisfação de seus clientes. Atuando nos setores público e privado, desenvolve pesquisas através de metodologia diferenciada, elaboradas, analisadas e interpretadas por profissionais oriundos de várias áreas do conhecimento.

O IRB Market Research apresenta 4 grupos de pesquisas:

Mercado Consumidor | Mercado Concorrente | Mercado Fornecedor | Ameaça de Novos Entrantes

ligue e agende uma visita!

(42) 3323-6799 / (42) 3323-6695

www.institutoretrato.com.br

IRB
Instituto Retrato Brasil

2º Simpósio do Empreender da ACIPG apresenta Núcleos Setoriais

Nove Núcleos destacaram conquistas e desafios do próximo ano

O 2º Simpósio dos Núcleos Setoriais do Programa Empreender da Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) aconteceu dia 16 de outubro, na sede da entidade. "O evento apresentou o Empreender a empresários e alunos que participam do encontro, dando destaque aos nove Núcleos, que estão de parabéns pelo desenvolvimento e metas alcançadas", comenta o diretor de Associativismo da ACIPG, Marcos Rogério Dombrowski.

Com o slogan 'Unir para Crescer' o Empreender é realizado pelas Associações Comerciais e Empresariais (ACEs) em todo Estado. Na ocasião, o Núcleo de Gastronomia de Toledo, por exemplo, trouxe suas experiências aos nucleados de Ponta Grossa.

Nesta segunda edição, os Núcleos foram apresentados, mostrando ações realizadas e o planejamento de atividades para o próximo ano. "O Simpósio é uma maneira de difundir a cultura associativista, mostrando a importância do trabalho conjunto para realização de metas. Todos os Núcleos estão de parabéns", comenta a consultora do Empreender da ACIPG, Lucilene de Fátima Oliveira.



Núcleo de Alimentação para Eventos (Napes)



Conselho Empresarial da Mulher Executiva (Ceme)



Núcleo Setorial de Representantes Comerciais dos Campos Gerais (ARCCG)



Núcleo Setorial de Empreendedores em Turismo Rural e Áreas Naturais (NETRAN PG)



Conselho do Jovem Empresário de Ponta Grossa (Conjove)



Núcleo dos Guias Turismo de Ponta Grossa (NGTU PG)



Núcleo de Estilistas (NSE)



Núcleo Setorial de Tecnologia da Informação (NSTI)



Núcleo Setorial de Artesãos de Ponta Grossa (NAPG)

Opium Motel e Hotel Planalto vencem o MPE - Etapa Paraná

Empresas ponta-grossenses destacam-se no cenário de Serviços de Turismo

As empresas ponta-grossenses Opium Motel e Hotel Planalto foram as vencedoras na categoria Serviços de Turismo do Prêmio de Competitividade para Micro e Pequenas Empresas (MPE Brasil) – Etapa Paraná, um reconhecimento às práticas em gestão das Micro e Pequenas Empresas, nos fundamentos do Modelo de Excelência em Gestão, da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ). O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), Movimento Brasil Competitivo (MBC) e Gerdau também estão entre os realizadores. O resultado foi anunciado dia 20 de novembro, durante a XXIV Convenção Anual da Federação das Associações Comerciais e Empresariais do Paraná (FACIAP), em Foz do Iguaçu.

O empresário Rodrigo Baron Martins, do Opium Motel, comenta a premiação. A empresa ainda foi destaque de Boas Práticas de Responsabilidade Social. “Ficamos muito felizes ao receber a notícia, pois o prêmio é organizado por renomadas entidades, que através de uma metodologia rigorosa, verificam se as empresas participantes possuem práticas de gestão eficientes. Essa foi a terceira vez que fomos finalistas e isso demonstra que continuamos utilizando as ferramentas de gestão preconizadas pelo Modelo de Excelência da Gestão (MEG) e, consequentemente, buscando cada vez mais a excelência, o que acaba resultando em mais qualidade nos serviços ofertados aos nossos clientes. O Opium Motel é uma empresa que busca sempre oferecer serviços com alta qualidade e saber que fomos vencedores dentro do nosso Estado para representar nossa cidade, em um universo tão grande de empresas, realmente é motivo de muito orgulho para toda nossa equipe.”

O gerente geral do Hotel Planalto, Daniel Wagner, também comenta a premiação. “Acredito que o Prêmio MPE Brasil é uma iniciativa muito importante para estimular as micro e pequenas empresas a avaliar o grau de profissionalismo de sua gestão e ir melhorando, gradativamente, a forma de trabalhar. Uma boa gestão é um fator



As empresas vencedoras de cada categoria vão representar o Paraná na final do MPE Brasil, em abril

decisivo para aumentar a competitividade de qualquer empresa no mercado. Para nós do Hotel Planalto Ponta Grossa é gratificante saber que nosso trabalho tem sido reconhecido tanto pelos clientes, através dos altos índices de satisfação dos mesmos, quanto pelo comitê avaliador do Prêmio MPE Brasil. Esperamos contribuir para projetar o nome da cidade de Ponta Grossa positivamente ao sermos vencedores de um prêmio tão importante.”

Na categoria Comércio, a vencedora foi a Blindagem Suplementos, de Cascavel; Indústria, Usicampo e Biovis, de Campo Mourão; Serviços, Vialle Advocacia, de Cascavel; Serviços de Saúde, Laboratório Góes, de Guarapuava; Serviços de Tecnologia da Informação, Junsoft Sistemas, de Toledo; Serviços de Turismo, Hotel Planalto e Opium Motel, de Ponta Grossa.

As empresas vencedoras de cada categoria vão representar o Paraná na final do MPE Brasil, agendada para 07 de abril, em Brasília. A edição de 2014 do concurso recebeu cerca de 100 mil inscrições e mais de 50 mil preencheram os questionários.

A Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) parabeniza as empresas. “Toda a diretoria e equipe do Hotel Planalto e do Opium Motel estão de parabéns por serem vencedores na categoria Serviços de Turismo. Empresas que representam Ponta Grossa nesta premiação”, comenta o presidente Nilton Fior.

Momento favorável para o setor de vestuário, calçados e acessórios

EM PONTA GROSSA, O POTENCIAL DE CONSUMO NESTE SEGMENTO VAI PASSAR DOS R\$ 247 MILHÕES EM 2014

O desejo de renovar o guarda-roupa seduz cada vez mais o consumidor na região de Ponta Grossa. Uma pesquisa encomendada pela RPC TV ao Instituto Ipsos Marplan revela que 34% dos ponta-grossenses tem interesse por moda. Deste percentual, 54% são das classes A e B, 31% da classe C e 16% das classes D e E, sendo 33% homens e 67% mulheres. A pesquisa também destaca que 40% das pessoas acima dos 18 anos, fizeram compras de vestuário nos últimos meses, seguidas de 32% que adquiram novos calçados. O Potencial de Consumo com vestuário, calçados e acessórios em Ponta Grossa, passam dos R\$ 247 milhões em 2014.

O mercado varejista neste segmento caminha a passos largos na região e abre oportunidades para empreendedores. A pesquisa da RPC fez o mapeamento das vocações econômicas de Ponta Grossa e, além de entender o comportamento demográfico da

população, também mostra como essas pessoas consomem, como tomam suas decisões no momento da compra e o que desejam consumir.

Entre as pessoas pesquisadas, 47% afirmam visitar várias lojas antes de comprar e 65% gostam de experimentar novas marcas. Para Ana Karina Maciel, coordenadora Comercial da RPC em Ponta Grossa, essa informação demonstra o quanto estes consumidores estão abertos

“Pesquisa revela que 40% dos ponta-grossenses, acima dos 18 anos, fizeram compras de vestuário nos últimos meses”.

a novas experiências, sendo uma oportunidade para as marcas locais criarem uma aproximação com este público. “Com os dados da

pesquisa em mãos, os empresários podem fazer apostas em vários modelos de negócios para conquistar esse consumidor cada vez mais conhecedor de tendências e ávido por novidades. As informações também orientam o empreendedor que investe ou pretende investir em Ponta Grossa, a aproveitar ao máximo o seu espaço, melhorar sua imagem e aumentar o seu potencial de vendas, além de fomentar novas oportunidades de negócios, principalmente nesta época em que o mercado está aquecido com as festas de fim de ano”, afirma Karina.

A pesquisa também mostra que 92% da população acredita que a televisão é o meio que mais influencia na tomada de decisão. Com a Pesquisa Marplan, a RPC TV conhece exatamente o perfil dos consumidores de Ponta Grossa. Além das informações como classe social, sexo, idade, estado civil e renda familiar, também é possível compreender seus interesses, hábitos de mídia e lazer.

Fonte: Estudos Marplan EGM – 1º trimestre 2014 – Ponta Grossa – 10+anos | comprou calçados/roupas/bolsas/acessórios.

Destaques da pesquisa em Ponta Grossa:

Mais de 20 mil pessoas compraram algum tipo de acessório nos últimos meses.

84% mulheres  16% homens 

35% são da classe A
28% são da classe B
27% são da classe C

Faixa Etária entre 18 e 49 anos

Fonte: Estudos Marplan EGM - 1º Trimestre 2014 – Ponta Grossa – 10+ anos | comprou acessórios nos últimos meses

Das pessoas que costumam fazer compras em lojas:

DEPARTAMENTOS		SHOPPING
42%	homens	41%
58%	mulheres	59%
69%	classes sociais AB	64%
40%	classe social C	37%

A maior parte tem entre 30 a 49 anos, com 58%.

A maior parte na faixa etária dos 18 a 29 anos.

Fonte: Estudos Marplan EGM - 1º Trimestre 2014 – Ponta Grossa – 10+ anos | 7 dias.

Novos Sócios - Outubro

COMÉRCIO

MACPONTA CAMINHÕES - ROD BR 376 KM 502, S/N - COL. DONA LUIZA
ZOOVET COM. DE SUPLEMENTOS - RUA MINAS GERAIS, 1790 - BOA VISTA
BRECHÓ TELECO TRECO - RUA DO ROSÁRIO, 1073 - CENTRO
HD EMBREAGENS - RUA VISCONDE DE SINIMBU, 1467 - ÓRFÃS
MALWEE - RUA ERMELINO DE LEÃO, 703 - CENTRO
FARMÁCIA FARMAVIDA - RUA ASSEMBLÉIA DE DEUS, 534 - COL. DONA LUIZA
PRESIDENTE RECAPAGENS - RUA SEN. FLAVIO C. GUIMARÃES, 33- JD. LOS ANGELES
MARMORARIA E GRANITOS PONTA GROSSA - AV. PRES. KENNEDY, S/N - CONTORNO
MORIA VITÓRIA DIVINA - RUA DOUTOR COLARES, 673 - CENTRO
IFIXERS - RUA BALDUÍNO TAQUES, 1407 - CENTRO
LEO COSMÉTICOS - RUA CORONEL CLAUDIO, 144 - CENTRO
MERCADO 31 DE MARÇO - RUA SARGENTO ARGEMIRO DE CAMARGO, 7 - 31 DE MARÇO
INGÁ FORMATURAS - RUA FRANCISCO RIBAS, 375 - CENTRO

SERVIÇOS

SINAL MARK - PLACAS DE SINALIZAÇÃO - AV MONTEIRO LOBATO, 482 - JD. CARVALHO
HOTEL 10 PONTA GROSSA - ROD BR 376, 9870 - CARÁ-CARÁ
VENSKE MARIANO WESTPHAL ADVOGADOS - RUA THEODORO ROSAS, 1651 - CENTRO
SEMETRA MEDICINA OCUPACIONAL - RUA JOSÉ DO PATROCÍNIO, 238 - VILA ESTRELA
TOC TOC REPAROS IMEDIATOS - RUA TIRADENTES, 1240 - CENTRO
ELIZABETH MARIA PEREIRA - AV. ANA RITA, 1032 - UVARANAS
IMPRESSIONARE - RUA ERMELINO DE LEÃO, 703 - CENTRO
VIRVALE TRANSPORTES - RUA DOUTOR PAULA XAVIER, 270 - ESTRELA
MASTER SERVIÇOS - AV ERNESTO VILELA, 384 - CENTRO
GFA FOGAÇA - RUA PREFEITO BRASÍLIO RIBAS, 225 - CENTRO
TOUS DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL - RUA XV DE NOVEMBRO, 308 - CENTRO
MEC PONTA - RUA MARQUES DO PARANÁ, 1817 - RONDA
DNA CONTABILIDADE - RUA JULIA WANDERLEY, 1356 - CENTRO
PEPE RESTAURANTE - RUA JOÃO MANOEL DOS SANTOS RIBAS, 555 - NOVA RÚSSIA
LA GONDOLA RESTAURANTE - RUA COMENDADOR MIRÓ, 969 - CENTRO
SERVICES SOLUÇÕES EM COBRANÇAS - RUA MARECHAL DEODORO, 314 - CENTRO
ODONTOEXCELLENCE - RUA SETE DE SETEMBRO, 1155 - CENTRO
FACULDADES PONTA GROSSA - RUA GENERAL CARLOS CAVALCANTI, 8000 - UVARANAS
PRIME SISTEMAS DE SEGURANÇA - RUA RAMIZ GALVÃO, 307- OFICINAS
KUMON - AV BONIÁCIO VILELA, 935 - CENTRO
PONTA GROSSA ENGENHARIA - RUA ALBUQUERQUE MARANHÃO, 219 - NEVES
ODONTO TOP - AV VISCONDE DE TAUNAY, 815 - CENTRO
INFINITY WINDOW FILMS - AV JOÃO MANOEL DOS SANTOS RIBAS, 190 - NOVA RÚSSIA

INDÚSTRIA

PORTO DE AREIA CARAMBEÍ - RUA SALVADR DE MENDONÇA, 17 - NOVA RÚSSIA
SELENA SULAMERICANA - AV. PRESIDENTE KENNEDY, 1200 - CONTORNO

Novos Sócios - Novembro

COMÉRCIO

FARMÁCIA AZFARMA - UVARANAS - AV. CARLOS CAVALCANTI, 3800 - UVARANAS
FARMÁCIA AZFARMA - OFICINAS - RUA VISCONDE DE MAUÁ, 1571 - OFICINAS
SIM DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS - AV. CARLOS CAVALCANTI, 4028B - UVARANAS
DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS RIO VERDE - AV. CARLOS CAVALCANTI, 4028 - UVARANAS

SERVIÇOS

SALÃO SANDRA - RUA SENADOR PINHEIRO MACHADO, 196 - CENTRO
DIGITAL IMPRESSÃO - RUA RUY RIBEIRO COUTO, 12 - CARÁ-CARÁ
ABRASERP - CLUBE VIDA - RUA URUGUAIANA, 10 - CENTRO
ESCOLA DE MÚSICA SANTA CECÍLIA - PÇ DUQUE DE CAXIAS, 45 - CENTRO
RB CONSÓRCIOS - RUA CORONEL DULCÍDIO, 1168 - CENTRO

INDÚSTRIA

METALCOPI METALÚRGICA - RUA NICOLAU KLUPPEL NETO, 657 - CONTORNO

*Sejam
bem-vindos!*

Qualificação e Mercado de Trabalho*

Entre os anos de 2001 a 2010 tivemos a criação de 17,8 milhões de empregos no Brasil, um crescimento aproximado de 68%; em 2013, cerca de 93 milhões de brasileiros foram considerados aptos a trabalhar, porém 90% das novas vagas de emprego requer o ensino médio como escolaridade mínima – conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Entretanto, segundo a Organização Internacional do Trabalho (OIT), 40% dos trabalhadores têm ensino fundamental incompleto e 16% são considerados analfabetos funcionais, incapazes de atuar significativamente em seus respectivos grupos e comunidades, pela insuficiência de habilidades básicas de leitura e escrita.

No primeiro semestre de 2013, o Brasil ofertou 1,4 milhão de vagas no mercado de trabalho, de acordo com informações fornecidas pelo Ministério do Trabalho, das quais apenas 22% foram preenchidas. Outro dado traz que menos de 15% dos jovens que concluem o ensino médio na rede pública de ensino conseguem chegar ao ensino superior.

Estes dados que apresento ao leitor objetivam demonstrar a nítida falta de qualificação para o mercado de trabalho no Brasil, que sem dúvida atrapalha o desenvolvimento industrial em nosso país. A mão de obra qualificada é fundamental para o desenvolvimento econômico e a competitividade com outros países é prejudicada por sua carência, combinada a outros fatores como a carga tributária, por exemplo.

Faz-se essencial destacar que a tecnologia é intrínseca ao crescimento do mercado. Todavia boa parte dos trabalhadores brasileiros não é contemplada pelas ferramentas tecnológicas em todo o seu potencial, ferramentas estas que desempenham um papel fundamental no decorrer da história da humanidade e na concepção do mundo atual.

Há uma década, quando de sua instalação, uma nova indústria em Ponta Grossa realizou a contratação de profissionais de outras cidades e estados para suprir suas demandas, cuja medida gerou críticas e questionamentos. Observo que, diante da ausência de profissionais qualificados na cidade e as necessidades da produção, o caminho óbvio é a admissão de mão de obra externa.

Este episódio serve como alerta para a necessidade de discutirmos a questão da qualificação profissional, que afeta aos setores tanto comercial quanto industrial. Um cliente mal atendido não retorna ao estabelecimento e ainda propaga aos amigos e a quem interessar sua insatisfação. Neste quesito, saliento a imprescindibilidade da promoção da capacitação às equipes por parte dos empresários, aliada a um bom ambiente de trabalho: funcionário feliz se traduz em cliente satisfeito, fomentando bons rendimentos e crescimento para os negócios da empresa.

Ponta Grossa se encontra em franca expansão econômica, ao receber cada vez mais investimentos comerciais e industriais. A oferta de vagas é ampliada, porém a demanda por qualificação profissional exclui muitos candidatos às possíveis colocações do mercado de trabalho. Contemporaneamente, o acesso ao mundo do trabalho implica a utilização de múltiplas competências por parte dos trabalhadores. Requer-se esforço pessoal, postura adequada, pontualidade, dedicação, conhecimentos específicos, domínio de novos idiomas e tecnologias de informação, além da preocupação com os aspectos comportamentais.

Um bom currículo maximiza as oportunidades de trabalho, oferecendo ao profissional uma gama maior de opções. Porém, muitos ainda esbarram em problemas financeiros para se qualificar. Programas governamentais como o Pronatec têm contribuído para formar e em-



*Patrícia Ecave

A autora é diretora geral da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Qualificação Profissional

pregar trabalhadores, mas é fato que precisamos incrementar ainda mais o investimento em educação e a conscientização dos nossos futuros profissionais, em prol da qualificação.

Ponta Grossa realizou entre os dias 10 a 14 de novembro de 2014 a 1ª Semana Municipal de Qualificação, uma parceria da Secretaria de Indústria, Comércio e Qualificação Profissional com o Conselho do Trabalho e o Movimento Sindical de Ponta Grossa. Quero destacar a organização da iniciativa, de fundamental importância na atual conjuntura municipal. Ante a escassez de profissionais e principalmente de profissionais capacitados, a busca por um currículo mais competitivo, a qualificação contínua, o acompanhamento das tendências de mercado e da evolução tecnológica são fatores decisivos. Temas como estes foram abordados na realização da referida semana, através de oficinas e palestras, atitude condizente ao momento de expansão social e econômica do município.

Em síntese, o processo de desenvolvimento e qualificação deve ser contínuo, qualificar-se é garantir oportunidades de boa colocação e remuneração no mercado de trabalho; é garantir um bom futuro para quem precisa de trabalho e para nosso país, estado e cidade.



REVISTA SAÚDE

Neste ano que se finda compartilhamos trabalho, amizade e conquistas. Assim, nesta data tão especial, desejamos aos nossos clientes, parceiros, leitores e amigos os mais sinceros votos de um FELIZ NATAL e um 2015 repleto de SAÚDE.

Mara Megda
42 8418 1290

Sérgio Oliveira
42 9987 8180

f Revista Saúde



Tributação e Competitividade Empresarial*

O planejamento tributário – conjunto de medidas administrativas, contábeis e judiciais destinadas a reduzir ao máximo a carga tributária das empresas, de forma lícita – vem sendo uma das principais ferramentas usadas para aumentar a competitividade empresarial nos dias de hoje. Ainda sim, milhares de empresas em nossa região literalmente rasgam dinheiro todo dia pagando tributos excessivos sem necessidade, por pura falta de assessoria tributária.

A competitividade da empresa acaba reduzindo ainda mais quando em sua área de atuação as concorrentes se utilizam de planejamentos tributários agressivos (aqueles que o fisco não aceita como lícitos, mas que possuem decisões judiciais favoráveis embasando tais procedimentos), já que os sucessivos parcelamentos de dívidas tributárias nos diversos âmbitos (Municipal, Estadual e Federal) acabam tornando esse tipo de prática um excelente meio de aumentar o fluxo de caixa da empresa (já que poderá pagar menos tributos e, em eventual autuação, poderá utilizar os parcelamentos e seus benefícios para reduzir o ônus financeiro).

Explicando melhor: nestes casos, realizados os devidos procedimentos administrativos e contábeis, caso haja qualquer tipo de autuação fiscal, há possibilidade de se discutir administrativamente e, posteriormente, na esfera judicial o planejamento. Ao longo deste trâmite, historicamente observa-se que acaba surgindo algum novo parcelamento, com normas bastante atrativas no tocante aos juros e multa (geralmente os descontos são feitos de forma bastante atrativa).

Diante da incerteza sobre

determinadas situações (há sempre alguns casos em que paira uma nuvem cinzenta sobre a licitude ou não do planejamento tributário), muitas empresas acabam optando por adotá-lo, sabedoras do risco, porém cientes de que, em caso de autuação, serão provavelmente beneficiadas com algum tipo de parcelamento lá na frente – e os investimentos feitos ao longo desse período, com o fluxo de caixa gerado pelo planejamento tributário agressivo, acabam no final das contas já compensando os eventuais gastos futuros com advogados e multas ou juros.

Em suma, planejamentos tributários conservadores – sequer realizados pela maior parte das empresas de nossa região – já não diferenciam tanto as empresas em sua competitividade. A análise do benefício com investimentos decorrentes do aumento do fluxo de caixa por conta de um planejamento tributário agressivo – e defensável juridicamente em caso de autuação – deve ser levada em conta para que se otimize a gestão da empresa e a mesma permaneça competitiva em relação às suas concorrentes no mercado.

É importante ressaltar que o planejamento tributário agressivo é totalmente diferente da venda de ilusões às empresas (evasão fiscal). Enfatizar isso nunca é demais, pois em uma empresa esse tipo de procedimento é basicamente uma neurocirurgia: se feito com incompetência, os danos são irreversíveis. Muitas consultorias de fora da cidade têm vindo em nossa região vender soluções “milagrosas”, que geralmente são seguidas de autos de infração indefensáveis e consequentes quebras das empresas pelo passivo tributário gerado. Por esse motivo, recomen-



*Eduardo Salamacha

O autor é sócio e advogado tributarista da Salamacha Advogados Associados, Mestre em Direito Tributário pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, sócio da Lions Advice Consultoria e Planejamento Tributário e Diretor Jurídico da ACIPG

da-se sempre procurar empresas de referência e que já tenham realizados outros serviços para empresários conhecidos, diminuindo-se o risco de se pagar apenas por problemas ao invés de economia tributária.

Antes de focar em aumento das vendas, cuide da gestão tributária. A sua empresa e seu bolso agradecerem.

* O artigo desta edição não expressa a opinião da publicação, sendo de inteira responsabilidade de seu autor.

ANS - n.º 349712

Roda do SUCESSO

EMPRESÁRIO SAIBA COMO MUDAR A HISTÓRIA DA SUA EMPRESA

unimedpg.com.br/empresas

ACIPG
ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E EMPRESARIAL DE PONTA GROSSA

Unimed
Ponta Grossa



O DESAFIO DE REALIZAR OS SEUS SONHOS ESTÁ EM SUAS MÃOS.

A magia do Natal começa com o desejo de fazer as coisas acontecerem. Se você quer realizar, renove a sua esperança, acredite e faça dar certo.

TORNAR UM SONHO REAL
SÓ DEPENDE DE VOCÊ.



Locação - Venda - Avaliação
Rua Dr. Paula Xavier, 816- Centro I (42) 3028 - 2208
www.imobiliariadesafio.com.br


**IMOBILIÁRIA
DESAFIO**
CRECI - J 4662