



BATE-PAPO

Especialista em
gestão previdenciária
Jefferson Luis Kravchychyn
defende previdência privada
para todos

Eficiência global

Com clientes de peso nacional, Fenícia
insere empresas de todos os portes no
mercado internacional, sob o comando
das sócias Ivete Grazziotin (E) e
Cleuza Lúcia da Cunha



Estácio

VESTIBULAR

30.000 OPORTUNIDADES DE ESTÁGIO E EMPREGO E CONCORRA A 1.000 BOLSAS DE ESTUDO¹

PROCESSO SELETIVO AGENDADO:
TERÇAS, QUINTAS E SÁBADOS

A ÚNICA QUE OFERECE
MATERIAL DIDÁTICO
COMPLETO E SEM CUSTO
PARA OS ALUNOS¹

QUALIDADE DE ENSINO
E ECONOMIA PARA VOCÊ



Você recebe a CUSTO ZERO
os fascículos dos MELHORES LIVROS DO MERCADO¹

www.estacio.br

0800 282 3231

(1) Consulte os regulamentos no site www.estacio.br. Número de oportunidades oferecidas nos 6 primeiros meses de 2010 aos alunos da Estácio em todo o Brasil, através de banco de vagas de empresas parceiras. (2) Os cursos à distância são ministrados e certificados pela Universidade Estácio de Sá. (3) Prazo mínimo para conclusão, podendo variar caso a caso. (4) Desconto não cumulativo com outros benefícios. O desconto é válido para todo o curso somente se o funcionário continuar trabalhando na empresa conveniada (levar a cada semestre o comprovante de vínculo com a empresa para o desconto ser renovado). (5) Descontos variáveis de acordo com curso e unidade não

GRADUAÇÃO PRESENCIAL E À DISTÂNCIA²

GRADUAÇÃO (BACHARELADO E LICENCIATURA) - 4 A 5 ANOS³

- ADMINISTRAÇÃO (também à distância)
- CIÊNCIAS CONTÁBEIS (somente à distância)
- COMUNICAÇÃO SOCIAL (JORNALISMO/ PUBLICIDADE E PROPAGANDA)
- DESIGN DE MODA
- DIREITO
- ENFERMAGEM
- FARMÁCIA
- FISIOTERAPIA
- LETRAS - PORTUGUÊS/LITERATURAS (somente à distância)
- NUTRIÇÃO
- PEDAGOGIA (somente à distância)
- PSICOLOGIA
- SERVIÇO SOCIAL (somente à distância)
- SISTEMAS DE INFORMAÇÃO (somente à distância)
- TURISMO

GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA DE 2 A 2 ANOS E MEIO³

- ANÁLISE E DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS (somente à distância)
- GESTÃO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO (somente à distância)
- GESTÃO DE RECURSOS HUMANOS (também à distância)
- LOGÍSTICA (somente à distância)
- MARKETING (somente à distância)
- REDES DE COMPUTADORES

15% DE DESCONTO NAS MENSALIDADES⁴

para funcionários e dependentes das empresas conveniadas à Associação Comercial e Industrial de Florianópolis - ACIF (desconto válido durante todo o curso, para cursos Presenciais e à Distância²)

- Biblioteca virtual e Web Aulas
- Programa de Desenvolvimento Profissional Gratuito¹
- 20% de desconto⁵ para ex-alunos de escolas públicas
- 1ª mensalidade em até 3 vezes sem juros no cartão⁶

- Conheça o novo FIES⁷
- Aproveite sua nota do ENEM¹
- Inscreva-se no PROUNI

Endereço: Rua Leoberto Leal, 431 • Barreiros - São José

PRONTA PARA CRESCER



A edição nº 30 da revista **Líder Capital** traz como destaque uma empresa liderada por duas mulheres, que mostra o quanto nossa cidade está preparada para que os empreendedores ampliem seus negócios nacional e internacionalmente. A Fenícia presta consultoria às empresas que pretendem exportar e importar mercadorias e é uma amostra do quanto capacitação e eficiência garantem o sucesso de uma empresa.

Na seção 'A Metrópole', o Avaí Futebol Clube é trazido como exemplo de gestão, independente do time para qual se torce. O modelo adotado pelo presidente João Nilson Zunino prova que a paixão foi uma motivação para alavancar o sucesso do clube nos campos e nos índices de crescimento administrativo.

Em período eleitoral, resolvemos não só propor aos candidatos os temas relevantes ao empresariado de Florianópolis, mas incentivar nossos associados a buscar uma representatividade maior com o voto regional, que tem como meta eleger o maior número de candidatos da região.

Acompanhe também nossa editoria 'Pense Verde', que traz nesta edição um modelo de eventos ecologicamente corretos. E nosso 'Bate-Papo' é com Jefferson Luis Kravchychyn, que esclarece seu posicionamento em defesa da previdência privada.

Como você, nosso leitor, já sabe, seguimos na busca por cases empresariais de sucesso e reportagens que possam nos fazer refletir sobre nossa cidade e que ajudem a ACIF a melhorar nossa Ilha. Contamos sempre com suas sugestões e participação.

Boa leitura!

**INSTITUTO BRITÂNICO
COMPROVA RELAÇÃO
DIRETA ENTRE
CRIATIVIDADE NA
PROPAGANDA E
RETORNO AO CLIENTE.
AGÊNCIA BLUMENAUENSE
ASSINA EMBAIXO.**

**A SEVEN foi a grande vencedora do
Prêmio Profissionais do Ano,
Etapa Sul da Rede Globo,
com a campanha "FURB 45 anos".**

Pra gente, um grande orgulho ver um trabalho ser reconhecido dessa forma. E uma grande alegria ter clientes que sabem - assim como apontam os estudos - que criatividade e retorno efetivo caminham juntos.

seven
COMUNICAÇÃO TOTAL

www.sevencom.com.br





10. DESTAQUE

Cleuza Lúcia da Cunha e Ivete Grazziotin mostram como a catarinense Fenícia se tornou referência em comércio exterior

08. A METRÓPOLE

Depois de uma sucessão de conquistas sob o comando de João Nilson Zunino, Avaí pode virar uma S.A com ações na bolsa



Manoel Bento



Conselho do Leitor

A **Lider Capital** criou o Conselho do Leitor. Caso você tenha críticas ou sugestões e queira participar, mande seu nome, idade, profissão e contatos para o e-mail comunicacao@acif.org.br. Sua participação é importante!



18. PENSE VERDE

Preocupação ambiental começa a virar rotina nas festas particulares e empresariais do Estado de Santa Catarina



24. BENCHMARKING

Empresas catarinenses começam a explorar as ferramentas da internet para abrir diálogo com clientes e fornecedores

**14. Nossas Bandeiras / 16. Bate-papo
20. Vitrine / 22. Tempo Livre / 26. Acontece
28. Institucional / 34. Entre Sócios / 38. Artigo**



ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE FLORIANÓPOLIS: Rua Emílio Blum, 121 Florianópolis/SC - 88.020-010 (48) 3224.3627 - www.acif.org.br

REGIONAL SUL: Rod. SC - 405, 174 - Rio Tavares - 88.063-000 Florianópolis - SC Fone/Fax: (48) 3237.4388

REGIONAL CONTINENTAL: Rua Tijucas, 65 - Balneário 88.075-540 - Florianópolis - SC - Fone/Fax: (48) 3244.5578 / 3240.8747

REGIONAL INGLESSES: Rua Intendente João Nunes Vieira, 1683 - Ingleses - 88.058-100 Florianópolis - SC - Fone: (48) 3269.4111

REGIONAL CANASVIEIRAS: Rua João de Oliveira, 743 - Canasvieiras - 88.054-100 Florianópolis - SC - Fone: (48) 3266.2910 - Fax: (48) 3266-2910

REGIONAL LAGOA DA CONCEIÇÃO: Rua Nossa Senhora da Conceição, nº 30 - Salas 4, 5 e 6 Lagoa da Conceição - Florianópolis - SC Fone: (48) 3232.0185 Fax: (48) 3232.8326

DIRETORIA EXECUTIVA ACIF 2009/2011

Presidente: Doreni Caramori Júnior • 1º vice-presidente: Sílvia Hoepcke da Silva • 2º vice-presidente: Maria Carolina Jorge de Linhares • Diretor Administrativo e Secretário: Juliano Richter Pires

• 1º Diretor Financeiro: Jaime Luiz Zilotto • 2º Diretor Financeiro: Giovanni Guerra Gobbi • Diretor de Patrimônio: Luiz Carlos Sempre Bom • Diretor de Assuntos Mercadológicos: Davi Correa de Souza • Diretor de Assuntos Organizacionais: Rodrigo Rossoni • Diretor Jurídico: Rodrigo Duarte da Silva • Diretora de Comunicação: Juliana Pamplona • Diretor de Eventos Promocionais: Sanderlúcio Fabiano de Mira • Diretor de Treinamento Empresarial: Luciano Rossi Pinheiro • Diretor Geral Regional Lagoa da Conceição: Eduardo Lúcio Campos • Diretor Geral Regional Canasvieiras: Sílvia de Souza • Diretor Geral Regional Ingleses: Marcelo Guaraldi Bohrer • Diretor Geral Regional Continental: José Luiz da Silva • Diretor Geral Regional Sul: João Batista Argenta • Diretor de Turismo: Ernesto São Thiago • Coordenadora da Câmara da Mulher Empresária: Maria Cecília Amorim Medeiros Gondran • Coordenador da ACIF Jovem: Thiago Rocha Pereira • Coordenador do Conselho dos Núcleos: Gerson Appel

DIRETORIA DE COORDENAÇÃO EXTERNA ACIF 2009/2011

Diretoria de Relações Governamentais: Bernardo Meyer • Diretoria de Assuntos Tributários: Klaus Raupp • Diretoria de Meio Ambiente: Jane Pilotto • Diretoria de Desenvolvimento Empreendedor: Neiva Kieling • Diretoria de Projetos Especiais: Sandro Yuri Pinheiro • Diretoria de Intercâmbio Empresarial: Clotildes Campregher • Diretoria de ReÓleo: Luiz Fernando Marca

CONSELHO FISCAL ACIF 2009/2011

TITULARES - Rogério Bravo • Sérgio Faraco • Carlos Jofre do Amaral Neto
SUPLENTEs - Aderbal Lacerda da Rosa • André Porto Prade • Renato de Lima

DIRETORIA EXECUTIVA REGIONAL LAGOA DA CONCEIÇÃO

Diretor Geral: Eduardo Lúcio Campos

DIRETORIA EXECUTIVA REGIONAL CANASVIEIRAS

Diretor Geral: Sílvia Rogério de Souza

DIRETORIA EXECUTIVA REGIONAL INGLESSES

Diretor Geral: Marcelo Guaraldi Bohrer

DIRETORIA EXECUTIVA REGIONAL CONTINENTAL

Diretor Geral: José Luiz da Silva

DIRETORIA REGIONAL SUL

Diretor Geral: João Batista Argenta

CONSELHO EDITORIAL

Doreni Caramori Júnior, Giovanni Gobbi, Juliana Pamplona, Rodrigo Duarte, Klaus Raupp, Daniel de Oliveira Silva e Danielle Fuchs

EDITORA-CHEFE: Danielle Fuchs - (47) 3036-5680
danielle@mundieditora.com.br

EDITORA DE CONTEÚDO: Juliana Pamplona - Apoio: Cibele Godoy
comunicacao@acif.org.br / cibele@acif.org.br

TEXTOS: Agência Mundi e All Press Comunicação - Apoio: Manoel Timóteo

GERENTE DE ARTE E DESENVOLVIMENTO: Rui Rodolfo Stüpp
rui@mundieditora.com.br

FOTO DE CAPA: Michele Monteiro

FOTOS: Michele Monteiro, Banco de Imagens e Divulgação

PROJETO GRÁFICO: Ferver Comunicação
ferver@fervercomunicacao.com.br

GERENTE-GERAL COMERCIAL: Denilson Mezdri - (47) 3035.5500
denilson@mundieditora.com.br

GERENTE COMERCIAL: Eduardo Bellidó - (47) 3035.5500
eduardo.bellidó@mundieditora.com.br

DIRETOR EXECUTIVO: Niclas Mund
niclas@mundieditora.com.br



ESSE ZUNINO FAZ COISA

Desempenho do Avaí acompanha trajetória do médico e empresário João Nilson Zunino

O bordão 'Esse Avaí faz coisa', que a torcida azurra adora repetir, pode muito bem ser aplicado à trajetória do presidente do clube, João Nilson Zunino, 63 anos. Sob seu comando, o time da Capital finalmente subiu à Série A do Campeonato Brasileiro, em 2008, e quebrou um jejum de 11 anos no Catarinense em 2009, torneio em que se sagrou bicampeão no início do ano.

E o Avaí tem 'feito coisas' na elite. Time-sensação do campeonato passado, acabou em sexto lugar, melhor colocação histórica de um representante do Estado. Na atual temporada, enquanto esse texto é escrito, o clube azurra ocupa a terceira posição, dentro da zona de classificação à Taça Libertadores da América, o que derruba aquele argumento de sorte de principiante.

No meio do terceiro mandato, Zunino é um dos fatores que explicam o desempenho do Avaí. Desde que assumiu a presidência do clube, em 2002, a receita cresceu em torno de 15 vezes. Passou de pouco mais de R\$ 2 milhões para os R\$ 33 milhões projetados este ano. Entre 2004 e 2009, o quadro de sócios aumentou 500% e a participação feminina (18% do total) disparou 729%. Para arrematar, nos últimos três anos, os produtos licenciados saltaram de 80 para 1,5 mil.

Em 2011, a estimativa é que o faturamento alcance R\$ 50 milhões. Sob a gestão Zunino, o Avaí pagou passivos trabalhistas de décadas passadas — houve um jogador que embolsou R\$ 700 mil por ter sido demitido por justa causa sem a devida comprovação — e até uma dívida com a Receita Federal que se arrastava desde os anos 1960. O equilíbrio das contas foi alcançado em 2009, quando o time da Capital obteve lucro operacional de R\$ 1,7 milhão, embora o balanço tenha fechado com um pequeno déficit porque este montante (e mais um pouco) foi investido no Estádio da Ressacada.

Médico e empresário bem-sucedido, dono do Laboratório Santa Luzia, com faturamento na casa dos R\$ 50 milhões e 600 empregos diretos, Zunino reconhece que assumiu o Avaí com uma ideia errada do mundo da bola, em



Alceu Atherton

que os salários são considerados em dia se pagos no dia 20 do mês. "Era como se existisse uma CLT diferente no futebol. Tentei administrar com o que tinha aqui. Fiz muita coisa errada. Vim com a noção de que era uma empresa", conta.

O presidente do Avaí tem um estilo curioso. Zunino é o primeiro a se declarar um apaixonado pelo time azurra (na verdade ele costuma usar a palavra louco), o que fez com que lançasse mão, em diversas oportunidades, de capital próprio e crédito disponível para injetar dinheiro no clube. Mesmo assim, na hora de administrá-lo, atua como um líder ponderado ou, como diriam os jogadores, age com pé no chão. Não cabe no orçamento nenhuma loucura. A ordem é planejar e olhar para a frente.

Talvez a única exceção tenha sido 2008, quando foi necessário um aporte adicional de R\$ 4 milhões para que o Avaí tivesse fôlego no fim da temporada. Valeu a pena, porque estar na Série A não representa apenas status:

a diferença financeira é brutal. No Brasileiro deste ano, a CBF vai repassar aos clubes da Série B uma cota de R\$ 800 mil referente aos direitos de transmissão pela TV. O Avaí, que leva a menor fatia da Série A, embolsará R\$ 8 milhões.

Quando fala em investimentos em futebol, Zunino compara jogadores a ativos financeiros. A lógica é a mesma: buscar jogadores subvalorizados e dar espaço para que apareçam no cenário nacional e então gerar lucros. O volante Rivaldo, contratado pelo Palmeiras a pedido de Felipão, e o atacante Muriqui, negociado com o Atlético-MG, são dois exemplos. Para encontrar bons negócios, o Avaí foi buscar expertise na área, como gosta de definir Zunino. Desde 2007, quem faz o trabalho de garimpagem é a L.A Sports. A palavra final é do presidente, que decide se vai contratar ou não as apostas. A L.A desembolsa para adquirir jogadores e o Avaí tem garantido um percentual da venda futura.

UM NOVO ESTÁDIO PARA O AVAÍ

Uma coisa que chama a atenção no Avaí é que, em vários pontos da Ressacada, em locais onde trabalham os funcionários do clube, estão fixados cartazes com a visão, a missão e os valores do Avaí. A visão é a seguinte: “Ser referência no esporte pela excelência e uma gestão com reconhecimento permanente no cenário esportivo nacional e internacional”.

É uma meta muito condizente com o estádio de Zunino, cujo laboratório pretende ser o maior do Sul do País. E levada bem a sério, como fica evidente nas obras que vêm sendo realizadas na Ressacada. Os investimentos somam mais de R\$ 10 milhões e vão continuar. O estádio tem 17,8 mil assentos e 130 unidades de camarote. Mas a meta é muito mais ambiciosa: aumentar a capacidade para 40 mil lugares e os camarotes para 320 até 2012. “Não será o estádio mais bonito e mais caro. Mas será um estádio de primeiro mundo”, diz Zunino. A pressa do presidente em concretizar o plano tem um motivo: a expectativa de que as sedes escolhidas para a Copa de 2014 não estarão prontas um ano antes para a disputa da Copa das Confederações. O Avaí não quer apenas receber uma seleção para treinar em 2014, mas corre por fora para abrigar os jogos da competição preparatória.

Um dos grandes problemas da Ressacada hoje é o trânsito e a dificuldade de estacionamento. Quem vai num jogo com apito inicial às 21h50min sabe que vai madrugar na fila da volta para casa, apesar das operações da Polícia Militar, que estabelecem o tráfego em sentido único na Av. Deputado Diomício Freitas em determinados períodos. O Avaí se envolveu diretamente na proposta de duplicação da avenida até o acesso ao estádio, tendo bancado parte do projeto – se ocorresse uma licitação, a obra poderia se arrastar muito mais tempo. A expectativa é de ver a obra, que incluiria um canteiro central, uma nova ponte e uma ciclovia, começar em outubro. O projeto também resolveria outro problema crônico da região: o conflito entre o movimento gerado pelo Aeroporto Hercílio Luz com aquele proporcionado pela chegada e saída de torcedores. São agravantes o fato de a Av. Diomício Freitas ser o único acesso ao terminal e a oferta restrita de ônibus do sistema de transporte público. Dois viadutos incluídos no projeto garantiriam o fluxo de veículos para o aeroporto mesmo em dia de grandes jogos. “No ano que vem, a duplicação da pista

fará mais torcedores virem a campo. Podemos cobrar valores mais adequados de ingressos. Hoje temos 10 mil sócios adimplentes. O potencial eu acredito que seja de 30 mil”. Mas a grande aposta do Avaí é aproveitar melhor o estádio, construído em um bairro com valorização imobiliária crescente (Carianos) e o terreno anexo onde hoje funciona o centro de treinamento, com seus quatro campos. A área dos campos, subaproveitada hoje, daria lugar a um complexo de serviços. Três empresas apresentarão projetos. Uma delas prevê que a área de 40 mil metros quadrados abrigue

“Não dá para esquecer o passado, mas a hora é presente”

Trecho do hino azurra: um norte para os trabalhos de Zunino

um centro de eventos de 1,2 mil pessoas, um prédio de estacionamentos e um hotel executivo com 220 apartamentos. A eles se juntaria um centro comercial na área das novas arquibancadas, que incluiriam restaurantes, lojas e cinema. A receita anual num cenário normal é estimada por Zunino entre R\$ 25 milhões e R\$ 30 milhões. O Avaí ficaria com uma fatia disso (uns 10%), com o bônus de que a fonte

de recursos não dependeria do resultado do clube dentro de campo. O projeto depende de aprovação no Conselho Deliberativo do Avaí. Para viabilizar a obra, seria necessário erguer o já divulgado CT da Tapera, também no Sul da Ilha. A empresa de Zunino comprou um terreno de 100 mil metros quadrados lá. O novo centro de treinamento receberá as categorias de base. Zunino quer um acordo para absorver os custos de manter os jovens jogadores, em torno de R\$ 1,2 milhão ao ano, e, em troca, receber percentual na venda de eventuais promessas reveladas no Avaí.

Zunino tem uma opinião bem peculiar sobre como o Avaí pode fazer para garantir presença na elite do futebol brasileiro. O caminho, afirma ele, é transformar o clube numa S.A. com ações cotadas na Bolsa de Valores, a exemplo do que fizeram clubes europeus, muitos sem sucesso. A lógica é simples. Para garantir dividendos aos acionistas, os gestores do clube teriam que agir profissionalmente. Refinar o processo de compra de jogadores de futuro para buscar a máxima rentabilidade nas negociações. E, acima de tudo, o time teria que vencer dentro de campo. “Temos que nos profissionalizar a tal ponto para que pessoas como eu não possam mais ocupar esta cadeira de presente. Eles teriam espaço em outras áreas”, observa Zunino. O presidente do Avaí age em sintonia com o que diz um trecho do hino azurra: “Não dá para esquecer o passado, mas a hora é presente”.



Marcos Bento

Plano é refinar processo de compra de jogadores, rentabilizando negociações

O MUNDO TODO MAIS PERTO

Catarinense Fenícia leva empresas de diferentes portes ao mercado global

Aproximar empresas brasileiras, sejam elas grandes redes varejistas ou pequenas indústrias e comércios locais, do concorrido mercado internacional. Esse tem sido o trabalho da catarinense Fenícia, empresa que funciona há quase 15 anos como um departamento terceirizado de comércio exterior.

Hoje, com uma cartela de clientes de peso nacional, a Fenícia investe no desafio de incentivar pequenas empresas da região a também romperem fronteiras e passarem a comprar ou vender no mercado global. Para isso, está reforçando os investimentos em marketing para mostrar que o comércio internacional não é tão complicado como parece.

A Fenícia trabalha para oferecer confiança e tranquilidade aos clientes que desejam realizar operações de exportação ou importação nos mais diversos segmentos. O serviço de assessoria oferecido engloba todos os trâmites de importação e exportação, desde a negociação com fornecedor no país de origem até a entrega da mercadoria no destino final, passando pela intermediação das questões aduaneiras e pela assessoria fiscal-tributária especializada nos âmbitos estadual e federal.

Dentro da empresa, o atendimento aos clientes é organizado por núcleos, sendo que dois destes setores são exclusivos para suprir a demanda de grandes empresas brasileiras importadoras. “Cerca de 99% das nossas operações são de importação de mercadorias. E os países mais procurados são China, Estados Unidos e, em menor escala, os da Europa”, afirma Ivete Grazziotin, sócia responsável pela área técnica de importação e exportação.

Ela explica que, apesar de a Fenícia atender clientes de grande porte (dois deles estão entre os 10 maiores em arrecadação de tributos no Estado), a empresa possui um núcleo exclusivo para atuar com clientes que pretendem importar ou exportar volumes menores de mercadorias ou até mesmo iniciar as



Sócias Cleusa Lúcia da Cunha (1º plano) e Ivete Grazziotin: otimismo com 2010

operações no comércio exterior. “O mercado de importação e exportação está cada vez mais aquecido e percebemos um grande número de empresas se inserindo nesse tipo de comércio e conquistando ótimos resultados. A consultoria adequada neste momento faz toda a diferença”, avalia a sócia responsável pela área administrativa, Cleusa Lúcia da Cunha. Ela observa que, nos últimos três anos, o volume de importações dos clientes da Fenícia aumentou entre 30% e 40%. “Nem

a crise internacional do final de 2008 ou os problemas que enfrentamos com o Porto de Itajaí após as grandes enchentes no Estado abalaram o crescimento deste mercado”, enfatiza. Para este ano, as sócias estão otimistas e afirmam que já triplicaram o volume de importações em relação a 2009. “Investimos em ações de marketing e pretendemos seguir o ritmo de crescimento do País, que está acelerado principalmente para as importações”, destaca Cleusa.

INTEGRAÇÃO PARA GARANTIR AGILIDADE

Referência no ramo, a Fenícia conta com mais de 30 profissionais qualificados para simplificar os processos e antecipar as principais oportunidades de negócios por todo o mundo. Um sistema de serviços integrados garante mais agilidade nos processos.

Com as assessorias contábil e fiscal-tributária especializadas é possível emitir todos os documentos necessários às operações, realizar cálculo de impostos que incidem na entrada e saída de mercadorias e obter uma completa orientação financeira do negócio. A emissão e o encaminhamento de documentos para certificações, licenças prévias e pós-embarque também são atividades que a Fenícia organiza para seus clientes, visando ao cumprimento de todas as exigências administrativas.

“Atualmente são poucos os produtos que ainda precisam de emissão de licença prévia, por exemplo, mas é essencial uma análise antes do embarque para evitar que o cliente seja multado na chegada da carga ao destino”, explica a sócia Ivete Graziotin.

A estrutura da Fenícia está voltada para um acompanhamento muito próximo de todos os processos, que iniciam com a negociação diretamente com o fornecedor no país de origem. O auxílio se estende para minimizar os custos do cliente, com a cotação de vários agentes de cargas internacionais para embarques aéreos e marítimos. O objetivo é verificar o melhor frete e prazo de entrega, o que facilita a escolha em relação ao preço e à qualidade do serviço com menor tempo de execução.

Todas as etapas dos processos são monitoradas, acompanhadas e relatadas diariamente de forma confidencial para garantir segurança e confiabilidade nas operações. Na área fiscal, são destaques a tributação de ICMS e a solicitação de regimes especiais de ICMS para os importadores. “Em Santa Catarina, temos benefícios fiscais que podem ser utilizados e, em certos casos, é fundamental uma assessoria especializada para conseguir se encaixar na melhor forma de tributação”, esclarece Ivete.

Para empresas que desejam iniciar as operações, a Fenícia atua para habilitá-las no sistema Radar da Receita Federal, indispensável para qualquer transação de comércio exterior. Outra consultoria prestada com frequência é para a classificação fiscal das mercadorias em relação às legislações e práticas aduaneiras. Um setor exclusivo da empresa conta com profissionais que se mantêm constantemente atualizados para classificar cada produto de acordo com a Tarifa Externa Comum (TEC).

Para garantir que a etapa final do despacho aduaneiro tenha agilidade no desembaraço da carga, a Fenícia disponibiliza um despachante aduaneiro especializado que atua pessoalmente em todos os locais alfandegados de Santa Catarina. Esse profissional acompanha todos os procedimentos efetuados pelos órgãos fiscalizadores (Mapa, Anvisa, Receita Federal e outros) providenciando, se necessário, o cumprimento de exigências para que a liberação das cargas ocorra de forma rápida e eficiente.

Para completar o ciclo, a Fenícia avalia todos os trâmites realizados e ajuda o cliente na formação do custo final do produto - otimizando o processo de compra. Como resultado, o cliente que conta com uma assessoria especializada percebe que o complexo processo de importação acaba se tornando um procedimento simples, rápido e seguro.



Empresa faz monitoramento constante dos processos

SERVIÇOS PRESTADOS

- ▶ **Assessoria contábil** - Emissão dos documentos necessários às operações, cálculo de impostos nas operações de entrada e saída de mercadorias e orientação contábil;
- ▶ **Emissão de licenças de importação** - Emissão e encaminhamento aos órgãos competentes de documentos para certificações, licenças prévias e pós-embarque;
- ▶ **Cotações para embarques aéreos e marítimos** - Utilização de três agentes de cargas, oferecendo à empresa a possibilidade de escolha tanto na qualidade do serviço quanto nos preços praticados;
- ▶ **Formação de custo** - Assessoria na formação dos valores de custo e preço de venda;
- ▶ **Assessoria na importação** - Acompanhamento do processo de importação, passando pelos tratamentos administrativos pelas barreiras tarifárias e não-tarifárias;
- ▶ **Acompanhamento de processo** - Todas as etapas e processos são monitorados e acompanhados, gerando informações atualizadas diariamente;
- ▶ **Desembaraço aduaneiro** - Etapa final do processo de despacho aduaneiro, tanto na importação quanto na exportação;
- ▶ **Logística internacional** - A Fenícia mantém parcerias internacionais para indicar opções de fretes para sua carga, onde quer que ela esteja;
- ▶ **Classificação fiscal** - A atualização técnica dos profissionais da Fenícia em relação à legislação e práticas aduaneiras ajuda a empresa a obter a correta classificação fiscal para a mercadoria.



LOCALIZAÇÃO ESTRATÉGICA

Fundada em 1996, em Florianópolis, pelas sócias Cleuza Lúcia da Cunha e Ivete Graziotin, para atender exclusivamente um grande cliente na área de telecomunicações, a Fenícia cresceu a passos largos e hoje está situada em uma sede própria na cidade de São José, de onde atende empresas do mais variados ramos de atuação.

A localização estratégica facilita o acesso pela rodovia BR-101 aos principais portos de Santa Catarina (Itajaí, Navegantes, Imbituba, São Francisco do Sul e, futuramente, o de Itapoá), por onde são atendidos despachos de mercadorias provenientes de via marítima.

Já os pontos de entrada e saída de produtos por via aérea são os aeroportos de Florianópolis e Navegantes. A Fenícia conta ainda com parcerias para atender as fronteiras terrestres em toda a Região Sul do Brasil.

Cleuza defende que a opção por contratar uma empresa especializada em comércio exterior significa economia para os empresários, que não necessitam desenvolver um setor interno para cuidar das importações e investir constantemente na formação e qualificação dos profissionais, já que o mercado está sempre em evolução e exige um alto grau de adequação às novas leis, normas e regras. “Ao terceirizar o serviço, o comprador não precisa se preocupar com a burocracia. Ele se concentra na encomenda do produto e deixa que a empresa contratada resolva todos os tramites legais”, aponta.

Ivete Graziotin acrescenta que a Fenícia atua como um verdadeiro departamento de importação das empresas que atende. “Diferentemente de outros despachantes aduaneiros, que apenas recebem documentos e elaboram declarações, a Fenícia está presente em todo o processo de importação, o que minimiza consideravelmente os riscos do processo”, compara.

Ela lembra que a assessoria atua desde o contato com os fornecedores no Exterior, realiza a análise dos documentos e licenças necessários, cuida da logística de transporte internacional, do desembaraço aduaneiro e orienta a contratação de transporte nacional para a entrega da carga até o destino final. “Para atuar com excelência neste mercado, contamos com profissionais altamente qualificados e possuímos um know how que nos permite resolver as mais diversas situações de forma eficiente”, afirma.

Ivete acrescenta que esta estrutura também é vantajosa para pequenas empresas. “Nós apresentamos uma enorme vantagem de custo-benefício para pequenas e médias empresas. Pois com os mesmos custos que teriam com o despacho aduaneiro comum, os clientes da Fenícia contam com uma consultoria muito mais completa, focada no sucesso de seus negócios e integrando todas as etapas da importação, inclusive com agentes próprios para a busca de produtos no Exterior”, ressalta.

O DESAFIO DA BUROCRACIA

Para quem está ingressando no comércio internacional, a burocracia exigida no processo chega a assustar. Mas com a experiência acumulada, a Fenícia oferece assessoria para tornar o trabalho de importação e exportação mais acessível.

“Muitas pequenas empresas têm vontade de importar, mas não fazem porque têm medo, acham que é complicado. Ainda existe um receio muito grande”, explica a sócia Cleuza Lúcia da Cunha. Toda semana, a empresa recebe clientes que nunca importaram e procuram a Fenícia para tirar as primeiras dúvidas sobre o processo.

A sócia Ivete Grazziotin explica que para a primeira importação é preciso um pouco mais de paciência. Diante da buro-

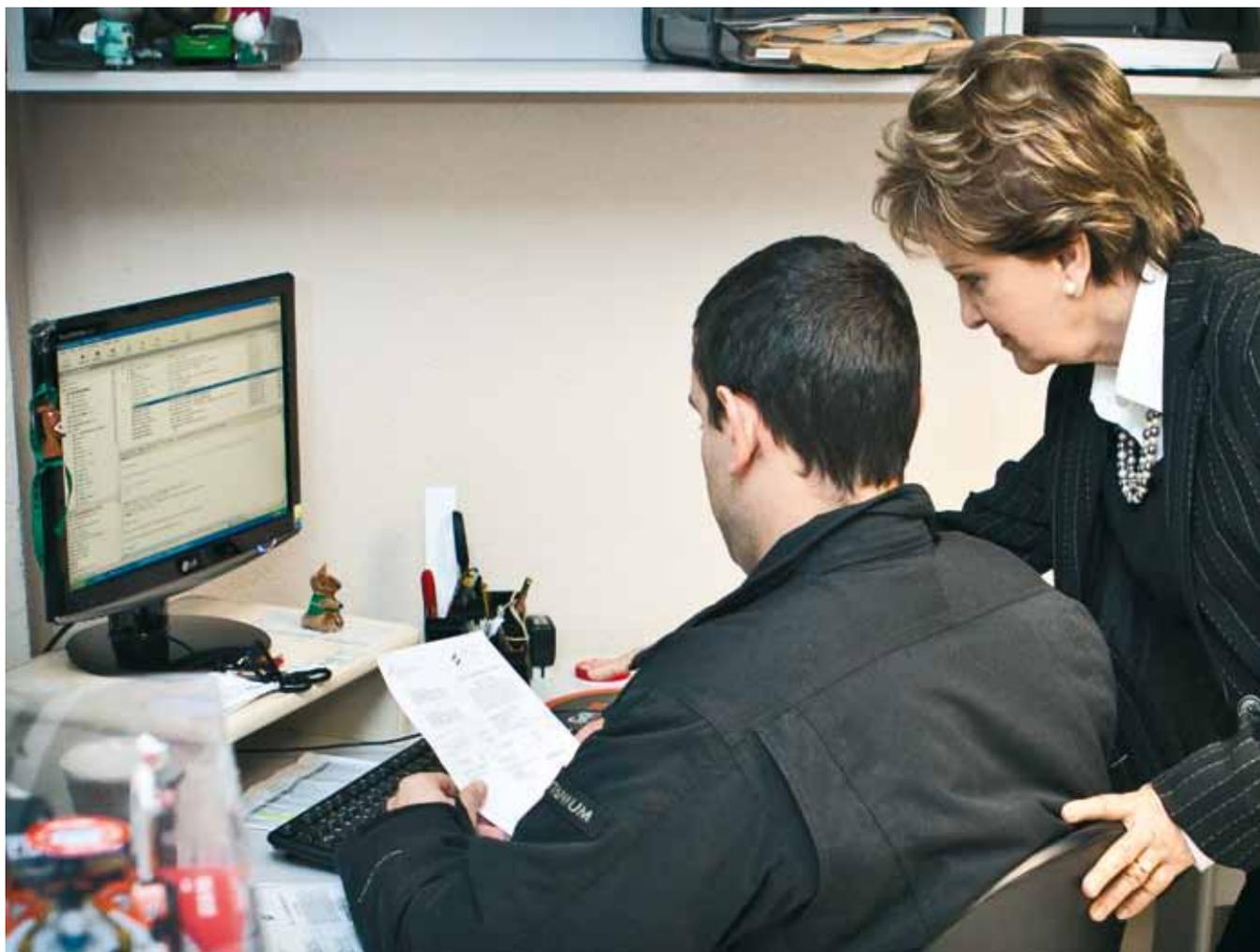
cracia do setor e do prazo para a encomenda, a primeira compra precisa de cerca de três ou quatro meses para ser concluída. “Mas quando a empresa completa seis meses de importações, entra no que é chamado canal verde e tudo é mais rápido. O canal lá fora já foi aberto e então é possível ter mais agilidade”, acrescenta Ivete.

As duas sócias reconhecem que a burocracia para a importação ainda é grande, mas lembram que a legislação já evoluiu bastante nos últimos anos. Elas ressaltam também que o processo de exportação é menos burocrático.

Na Fenícia, a experiência dos profissionais garante mais agilidade aos processos. “Temos funcionários com quase

10 anos de casa, pessoas que entraram aqui como estagiários, mostraram competência, foram contratados e hoje são profissionais muito experientes e completos”, explica Cleuza.

Ela lembra que algumas empresas preferem tocar todo o processo de forma autônoma, sem contratar assessorias para auxiliar no processo. “Nesse caso, é importante que se contrate ao menos um despachante aduaneiro, que recebe a documentação da carga e prepara a declaração para a Receita Federal. Algumas grandes empresas também optam por desenvolver um setor de importação interno, contratando profissionais próprios para cuidar de todo o processo”, explica.



Ivete Grazziotin explica que primeira importação exige paciência, pois burocracia arrasta a venda por até quatro meses

EM BUSCA DA REPRESENTATIVIDADE PERDIDA



ACIF lança campanha pelo voto regional nas Eleições 2010, entre outras ações nessa área

A busca por maior representatividade da Grande Florianópolis na Assembleia Legislativa de Santa Catarina e na Câmara dos Deputados levou a ACIF a lançar uma campanha pela valorização do voto regional. A meta é eleger em outubro o maior número de candidatos da região, os quais conhecem de perto os problemas e os interesses da comunidade local.

O presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior, explica que a campanha vai atuar em três frentes. A primeira busca atingir a população em geral, por meio de propagandas publicitárias que incentivam os moradores da Grande Florianópolis a votarem em candidatos da região. "Independentemente do partido do candidato escolhido, o que a ACIF defende é que o eleitor vote em alguém da nossa cidade, para fazer os interesses da comunidade entrar na pauta do debate estadual e nacional", explica Doreni.

O segundo foco da campanha está no próprio empresariado. A proposta da ACIF é que as empresas só ajudem financeiramente os candidatos da região, fortalecendo os nomes locais diante da concorrência com os demais

*Com 724.682 eleitores,
a Grande Florianópolis
representa 16% do
eleitorado catarinense*

políticos do Estado. A terceira frente de trabalho consiste em um trabalho com os atuais representantes do Poder Público na região, como vereadores e secretários municipais, para que eles também manifestem seu apoio principalmente para os representantes da Grande Florianópolis.

Antes de deflagrar a campanha, a ACIF participou ainda de um movimento que incentivava os moradores da região que não votam na cidade a transferirem seus títulos de eleitor, ajudando a escolher o representante do lugar onde vivem.

Com 724.682 eleitores, a Grande Florianópolis representa 16% do eleitorado catarinense. No entanto, Doreni lembra que foi visível, nas últimas eleições para deputados, a redução da representatividade dos políticos da região. Como muitos outros candidatos também atuam na Capital, aqueles que têm a base eleitoral na região enfrentam maior concorrência.

Mas a situação mais complicada é para os candidatos a deputado estadual. Entre a eleição de 2002 e a de 2006, a representatividade da região na Assembleia Legislativa caiu de 20% para 12,5%. Em 2006, a região do Oeste catarinense foi quem emplacou a maior bancada parlamentar, com quatro deputados federais e 11 deputados estaduais.

ARTICULAÇÃO COM TEMAS NACIONAIS É IMPRESCINDÍVEL

Para o sociólogo Remy José Fontana, professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), há mais de 30 anos, na hora de decidir o voto, o eleitor deve escolher o candidato pelo programa partidário que ele defende e pelo discernimento que demonstra quanto ao funcionamento das instituições e da melhor forma de promover os interesses da região e da base social, articulando-os ao interesse nacional.

Ele lembra que hoje a administração estatal, as políticas públicas e o planejamento do desenvolvimento requerem a compreensão articulada dos entes federativos, de suas necessidades e demandas. “Na Câmara Federal e no Senado se delibera sobre macro-políticas e se votam leis de abrangência nacional que requerem dos legisladores uma vi-

são abrangente e integrada dos problemas nacionais, de cujo equacionamento deveria resultar em benefícios gerais. O representante de cada região ou estado, obviamente, deve apresentar e defender os respectivos interesses, mas com essa compreensão da totalidade, e não como é costume, pela disputa feroz de todos contra todos”, defende o professor.

Fontana define as eleições como instrumentos para escolhas entre alternativas para instituir governantes e representantes dos interesses e aspirações da sociedade. “Isto é feito por partidos políticos. Assim, o primeiro e mais importante critério de escolha eleitoral deveria ser a existência de um diferenciado, consolidado e acreditado sistema de partidos”, acrescenta. Para o professor, a competição entre os partidos

favorece aqueles capazes de interpretar e dirigir a realidade social, através da formulação e implementação de alternativas.

Uma concepção abrangente do que é um partido político, segundo Fontana, implica compreendê-lo como um instrumento de ligação entre interesses econômicos, alinhamentos políticos, construções culturais e concepções gerais da sociedade. “Assim, seria desejável superar a escolha eleitoral feita exclusivamente em bases individuais, optando por fulano ou sicrano, por características pessoais como competência ou honestidade. Claro que isto também deve contar, mas mais importante são as posições políticas, ideológicas e programáticas que seus partidos expressam ou defendem”, avalia.

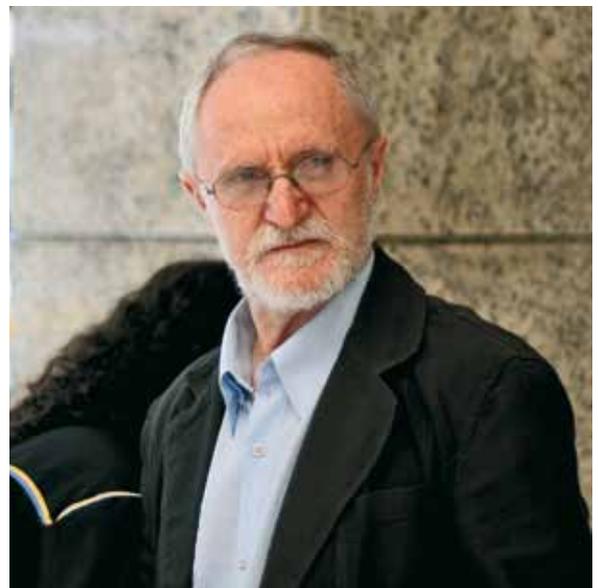
REFORMA ELEITORAL É PAUTA CONSTANTE NA ACIF

Um grupo de trabalho da ACIF mantém a reforma eleitoral constantemente na pauta de estudos, o que envolve a defesa pelo voto distrital, seja ele puro ou misto. Mas em busca de resultados práticos já nas eleições deste ano, o foco da campanha da entidade se voltou para o eleitor.

Hoje a escolha de deputados estaduais e federais é pelo voto proporcional, ou seja, são eleitos aqueles que atingirem o coeficiente eleitoral (calculado pela divisão dos votos válidos pelo número de vagas). Pelo voto distrital, o Estado seria dividido em distritos e seriam eleitos os candidatos mais votados em cada um deles. Outra proposta é a adoção do voto distrital misto, modalidade que combina os dois modelos.

Além da Grande Florianópolis, outras regiões catarinenses adotaram campanhas que pregam a adoção de um voto distrital informal neste ano. A avaliação é de que quanto mais deputados eleitos, maiores serão as chances de cada região emplacar projetos e garantir recursos para obras.

“Ter uma base com candidatos locais melhora a representatividade da região nos debates. E a nossa região tem candidatos dentro da média estadual de qualificação. E em diferentes partidos. Para a ACIF, o mais importante é que sejam eleitos candidatos daqui, independentemente do partido que eles representam”, destaca presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior. Ele lembra que o Senado não entra nessa campanha. “Senador é um representante de Santa Catarina e não de uma região específica”, explica.



“O representante de cada região ou estado, obviamente, deve apresentar e defender os respectivos interesses, mas com essa compreensão da totalidade, e não como é costume, pela disputa feroz de todos contra todos”

Remy José Fontana, sociólogo e professor da UFSC

“A PREVIDÊNCIA SOCIAL JAMAIS QUEBRARÁ”

Membro do Conselho Nacional de Justiça, o catarinense **Jefferson Luis Kravchychyn** é advogado especialista em gestão previdenciária. Foi também presidente da Ordem dos Advogados do Brasil, Seccional de Santa Catarina, entre 1998 e 2000, e sócio fundador da Kravchychyn & Barreto, escritório com sede em Florianópolis. Nesta entrevista para a **Líder Capital**, ele fala sobre os desafios da Previdência Social do Brasil e defende o investimento em previdência privada como uma alternativa para o futuro dos brasileiros.

Líder Capital - Quais os principais desafios para a qualificação da previdência social no Brasil?

Jefferson Luis Kravchychyn - A Previdência Social Brasileira com certeza é um dos mais importantes instrumentos de segurança social e atua fortemente na distribuição de renda. Creio que entre os principais desafios podemos citar a necessidade de constantes ajustes firmados em bases técnicas, com estudos aprofundados nos movimentos demográficos e na realidade econômica. O Brasil tem características próprias diferentes das nações desenvolvidas e das consideradas de terceiro mundo, necessitando definitivamente que nossos políticos deixem o ‘achismo’ de lado e encarem de forma técnica este que é o maior problema em todos os países do mundo. Se ligarmos nossa televisão, se olharmos os jornais de hoje poderemos verificar que na Alemanha, França, Espanha, assim como em muitos países considerados de primeiro mundo em termos de proteção social, ajustes drásticos estão sendo realizados. É urgente também a separação do sistema previdenciário dos programas sociais de complementação de renda, que são não-contributivos, e, portanto, obrigação do Tesouro e não dos contribuintes previdenciários.



LC - Com o atual modelo, diante do quadro de déficit anunciado pelo governo federal, existe um risco real de a previdência quebrar?

Kravchychyn - A Previdência Social jamais quebrará. Ela é a garantia da sociedade aos cidadãos que após o tempo de contribuição ajustado ou em eventual acidente de percurso estará protegido com garantias mínimas de sobrevivência. O atual modelo tem que ser constantemente ajustado em razão da rapidez com que as condições sociais no Brasil se modificam, seja pelo aumento da longevidade ou pela diminuição da taxa de natalidade. Como estamos vivendo muito mais e estamos

tendo cada vez menos filhos, e assim a quantidade de contribuintes fica cada vez menor, a de beneficiários aumenta exponencialmente, bem como o tempo de duração dos benefícios concedidos. A base da arrecadação que hoje está centrada no vínculo de emprego, com a mudança do perfil de terceirização na prestação de serviços ou na robotização do sistema industrial, necessita também uma mudança profunda. O que não podemos é insistir em permanecer no modelo atual em que a sobrecarga dos atuais contribuintes onera desmesuradamente o resultado do trabalho, deixando o do capital praticamente sem contribuição.

“Todas as pessoas deveriam se socorrer da previdência privada. Previdência significa prevenir, não sendo uma obrigação apenas do governo ou do empregador. É de cada um de nós”

LC - Como o senhor avalia o aumento de 7,72% aprovado neste ano aos aposentados que ganham mais de um salário mínimo?

Kravchychyn - Tenho que repasse de aumento de produtividade somente pode acontecer aos que produzem. Ou seja, aumentos reais, somente aos trabalhadores da ativa. Aos aposentados deve ser encontrado a cada ano o índice justo com a reposição da inflação realmente acontecida, para que não se permita a perda de poder aquisitivo. Se o governo aplica uma prática de aumentos reais e não somente recompositivo aos benefícios, sejam eles iguais ou superiores ao salário-mínimo, isto faz com que aconteça uma distorção entre a arrecadação e a despesa, e como a Previdência Social funciona em regime de caixa a conta não fecha.

LC - E o senhor concorda com o veto do presidente Lula ao fim do fator previdenciário?

Kravchychyn - O fator previdenciário é um dos remendos políticos ao sistema previdenciário. Se fizermos uma comparação com os demais modelos mundiais veremos que, em média, a aposentadoria somente pode ocorrer aos 65 anos de idade, após um longo período de contribuição. No Brasil, apesar das reformas já acontecidas, temos indivíduos ainda se aposentando aos 50 anos. Como a perspectiva de vida está próxima dos 80 anos, tendo contribuído quando muito por

30 anos, receberá um benefício por pelo menos outros 30 anos, sem contar a pensão que poderá ficar com valor integral por mais uns 20 anos. Ou seja, contribui 30 anos e recebe 50 anos. A conta não fecha. Temos que deixar de lado as decisões políticas e ajustar através de dados técnicos o tempo de contribuição com o de recebimento. Creio que o simples veto do presidente Lula demonstra uma forma de governar extremante reativa, sem qualquer tipo de visão de longo prazo e sem planejamento estratégico. O veto presidencial resolve um problema de caixa momentâneo, mas não o problema da justiça e viabilidade dos benefícios.

LC - Hoje, quem deve recorrer à previdência privada?

Kravchychyn - Todas as pessoas deveriam se socorrer da previdência privada. Previdência significa prevenir, não sendo uma obrigação apenas do governo ou do empregador. É de cada um de nós. Todos devemos realizar uma renúncia de consumo na atualidade para podermos manter qualidade de vida no futuro. Existem várias formas de fazê-la, seja investindo em imóveis, realizando aplicações financeiras de longo prazo em bancos, bolsa de valores etc. Mas esse comportamento exige disciplina e conhecimentos técnico-financeiros, o que dificulta para a maioria das pessoas realizar estes tipos de poupança.

LC - As opções de previdência privada no mercado brasileiro são boas alternativas?

Kravchychyn - Temos o sistema aberto e o fechado. O aberto é o oferecido por seguradoras ou bancos, que entendo na realidade não constituem previdência, apesar de usarem este nome, pois pertencem a acionistas que percebem lucros sobre os valores aportados pelos participantes. Já no sistema fechado (de empresas ou associações e sindicatos), todo o lucro, que em previdência chamamos de excedente atuarial, retorna aos participantes, ou seja, não se divide o que rende os valores com acionistas ou donos de entidades financeiras e de seguro. É muito importante sabermos ter o Brasil uma das mais modernas legisla-

ções versando sobre previdência privada, que oferece extrema segurança na administração destes fundos, seja no período contributivo ou de fruição, nos dando a certeza que no futuro os nossos valores estarão disponíveis para concessão dos benefícios pretendidos.

LC - Em Santa Catarina, o senhor acredita que existe uma maior preocupação em garantir a previdência privada?

Kravchychyn - O Rio Grande do Sul, Santa Catarina e o Paraná são os Estados que no Regime Geral (INSS) têm os maiores percentuais de contribuintes em relação às populações. São também os Estados do País onde se criam as teses de direito sobre os eventuais desvios INSS com os maiores números de ações em relação as suas massas de aposentados. Ou seja, a consciência previdenciária está arraigada na população em geral. É cultural, e aqui o “plantando dá, não plantando dão” não corresponde à realidade. Especialmente em Santa Catarina, nosso empresariado e nossa gente têm dado mostras de que independem de favores governamentais para garantir um estado de bem estar social, de progresso e de ótima qualidade de vida. Basta o governo não atrapalhar. Nós fazemos por nós. Na previdência privada temos aplicado a mesma regra.

“Em Santa Catarina, nosso empresariado e nossa gente têm dado mostras de que independem de favores governamentais para garantir um estado de bem estar social, de progresso e de ótima qualidade de vida. Basta o governo não atrapalhar”



UM TOM DE VERDE NAS FESTAS

Preocupação ambiental entra nos eventos familiares e empresariais de Santa Catarina

A preocupação com a natureza vem atingindo os mais diversos setores de serviço. Mas pouca gente se lembra do meio ambiente na hora de fazer uma festa. Iniciativas locais, no entanto, comprovam que preservação e comemoração podem, sim, combinar muito bem.

Para o diretor de eventos promocionais da ACIF, Sanderlúcio Fabiano de Mira, administrador da Demira Eventos, de Florianópolis, a procura por medidas ecológicas em festas particulares ainda é pequena pelo maior investimento exigido, em comparação ao dos eventos convencionais. Já segundo a gerente operacional da empresa Terceiro Setor Gestão e Eventos, Ana Paula dos Santos, não se solicitam serviços mais ecológicos por falta de costume. "As pessoas ainda precisam adquirir o hábito de tomar atitudes que diminuam os impactos ambientais", acredita.

Por isso, a iniciativa local dos empresários André Gaidzinski e Norvaine Scremin (FOTO) foi tão inovadora. Eles decidiram plantar árvores, com o apoio de empresa especializada, como forma de diminuir os impactos ambientais e a emissão de gases poluentes geradas em função do casamento, realizado em maio deste ano.

A empresa de consultoria Ambiens realizou um estudo, calculando os prejuízos ambientais com a organização e a realização do evento que contou com cerca de 500 pessoas. Após o cálculo de energia elétrica, água, combustível, resíduos sólidos, entre outros fatores que envolveram a festa, foi feita uma estimativa da quantidade de gases liberados, como nitrogênio, metano e carbono, responsáveis pela poluição da atmosfera.

Janaína Ribeiro dos Santos, do setor administrativo e comercial da Ambiens, lembra que as 34 árvores plantadas na reserva da empresa só

compensarão, em liberação de oxigênio, a emissão de gases poluentes do evento em cerca 20 anos. Ainda assim, o plantio só é eficiente para a natureza com um bom planejamento das espécies, da área a ser plantada e com a manutenção constante dessas árvores. "Sem os cuidados adequados, não há neutralização dos gases, inviabiliza-se o plantio", destaca.

O custo do serviço de neutralização de carbono varia conforme o estudo detalhado da organização e realização do evento e da quantidade de árvores plantadas. Para André, o gasto compensa. "É importante ter essa consciência do quanto a gente polui e tentar compensar de alguma maneira". O empresário, atuante em congressos sobre sustentabilidade e empreendedorismo, tem dado exemplo de preocupação ambiental até para a esposa. "Eu nem estava ligada nessas questões", confessa Norvaine.

Quem está aderindo à causa da na-



Empresa britânica produz pratos, copos, talheres e até balões biodegradáveis para festas

tureza pode contar também com ideias criativas. A empresa britânica “Eco my party”, por exemplo, produz pratos, copos, talheres e até guirlandas e balões biodegradáveis para casamentos e festas.

Para o evento continuar economizando energia e, principalmente, o Planeta, quem é amigo do meio ambiente deve estar atento também ao menu, privilegiando os alimentos orgânicos. Isso sem falar no planejamento do local da festa, para se evitar ao máximo a utilização dos carros, conhecidos como os vilões na questão ambiental. De um jeito ou de outro, as medidas para se reduzir os prejuízos causados à natureza pelas festas sugerem um cuidado que deve se instaurar não só no cotidiano, mas também nos especiais dias de comemorações.

CONSCIENTIZAÇÃO DESDE CEDO

Em São Paulo, já são sucesso as casas de festas infantis com iniciativas ecologicamente e politicamente corretas. Os estabelecimentos privilegiam as brincadeiras tradicionais, como passa anel, pular corda, rodar pião, para fazer as crianças largarem dos atuais jogos eletrônicos e mega brinquedos. Afinal, além que não promoverem tanta integração e interatividade, os jogos eletrônicos atuais não são nada ecológicos, exigindo um alto gasto de energia elétrica. No cardápio, apenas alimentos naturais e frutas da estação. Alguns salões infantis contam ainda com oficinas de teatro e de arte de materiais reaproveitados, contribuindo para a reciclagem também das ideias das crianças.

EVENTOS CORPORATIVOS CUIDAM DO PLANETA

Desde 2007, a Demira Eventos propõe medidas politicamente e ecologicamente corretas nos eventos. “Além do incentivo ao não-uso do cigarro, realizamos nós mesmos a separação dos materiais no fim das festas para que eles sejam reciclados e reaproveitados”, explica o administrador Sanderlúcio Demira. Ele afirma, no entanto, que ainda não são frequentes as medidas ecológicas por parte dos clientes.

A gerente operacional da empresa Terceiro Setor Gestão e Eventos, Ana Paula dos Santos, enfatiza sua tentativa constante em inserir produtos reciclados na realização dos eventos corporativos. “Costumo apresentar uma série de opções de folders de divulgação, itens para festas, brindes que são feitos de material reciclado e que não têm tanta diferença de preço, comparando-se com os produtos comuns”.

A empresa também incentiva a entrega, nas festas empresariais, de brindes ecológicos, como sementes de árvores, e de produtos de artesanato de Florianópolis. Além de serem feitos de material reciclado, os trabalhos artesanais ajudam a promover a cultura local. Mesmo assim, a maioria das pessoas prefere os produtos convencionais, por falta de costume, consciência, ou até por preconceito em relação aos ecologicamente corretos. “Eles acham que não é tão sofisticado”, explica Ana Paula.

Não é o caso da ACIF, que reconhece a importância da causa ambiental e nos últimos eventos contratou um sistema de iluminação com o consumo reduzido de energia. Segundo a diretora de meio ambiente da entidade, Jane Pilotto, a associação estuda a aplicação das medidas viáveis de fato à natureza, comprovando que sofisticado é ter consciência ambiental.



BY HILTON

A socialite Paris Hilton, herdeira da rede de hotéis que leva seu nome, acaba de lançar mais um perfume nos Estados Unidos: o Tease, by Paris Hilton. A essência é uma mistura de maçã fuji, néctar de pêsego e bergamota, tudo balanceado com flores brancas, âmbar e madeira.

O produto poderá ser encontrado, em breve, nas principais lojas de importados ou na internet.



ADEGA ELETRÔNICA

O South Gate, localizado no hotel Jumeirah Essex House, acaba de se tornar o primeiro restaurante em Nova York a utilizar as inovadoras capacidades do iPad. O South Gate criou um serviço wireless personalizado via iPad que possibilita ao cliente navegar pela longa lista de vinhos do restaurante: mais de 650. A ideia promete pegar.

Mais informações no (11) 3017-5300.

INVERNO COM SABOR

Uma boa opção para este Inverno, quando abusamos mais à mesa, é um belo Vinho do Porto Quinta do Portal Tawny 20 anos, de Douro, Portugal. Ele é um vinho tinto envelhecido ao ponto de ficar com coloração âmbar. Seu aroma é de figo seco, notas de castanha e mel cítrico.

O produto pode ser encontrado nas principais lojas do ramo.



MAIS TECNOLOGIA

A Apple inova mais uma vez e lança o iPhone 4. Mas o aparelho vai além de uma simples atualização. Ele tem tecnologias que serão referência. Entre outras novidades, a tela com tecnologia Retina dobra o número de pixels na mesma resolução, por exemplo, é a mais avançada tecnologia em visualização, acima do limite da visão humana. A câmera frontal transforma a experiência da vídeo chamada através do FaceTime (entre iPhones 4G).

O aparelho já está disponível para venda nas principais lojas do ramo.



DUDALINA, FOR WOMEN

A Dudalina lança, ainda este mês, a primeira linha feminina de camisas. Detentora das marcas Individual e Base, a empresa aposta otimista no universo feminino. O produto está disponível para uma espécie de degustação de venda na loja Tida, de Florianópolis.

Adquira nas lojas Tida, em Florianópolis.

PONTO POR PONTO

Empresária: Valquíria Duarte Régis – Empresa: Madeireira Pau-Brasil | Hobby: Bordados

No ponto de haste, ponto de nó, ponto cruz e na emenda de tecidos, a empresária Valquíria Duarte Régis, 35 anos, já perdeu as contas dos pontos que fez por lazer. Há 15 anos, sempre que tem folga, ela dedica-se aos bordados, com a criação de desenhos em tecidos, e ao patchwork, técnica de costura de retalhos.

Durante o dia, Valquíria se desdobra com o marido na parte administrativa, financeira e de vendas da Madeireira Pau-Brasil, em Florianópolis. Depois do expediente, o artesanato é a terapia. “É uma atividade que exige outro ritmo do que eu encontro no dia a dia, por isso ajuda a relaxar”, explica. A prática faz tão bem que a empresária já se diz viciada ao dedicar, no mínimo, sete horas por semana na confecção de colchas, toalhas, mantas e até bonecas.

As aulas em um atelier do Campeche tiveram que ser deixadas de lado pela pesada rotina na empresa. Mesmo assim, o patchwork e o bordado não perderam espaço na agenda de Valquíria e ela sempre conta com a companhia das amigas nas tardes de sexta-feira para fazer os trabalhos artesanais. Aliás, a empresária lembra que o artesanato costuma render muitas amizades. “Tenho amigas das aulas e conheci muita gente nas feiras”, explica.

Nos últimos cinco anos, Valquíria frequenta feiras de artesanato como a de Gramado, que este ano será em outubro. Ela está com viagem marcada também para São Paulo, para março do ano que vem. “As feiras de trabalhos artesanais são uma boa maneira de aliar o passeio e o encontro com o grupo de amigas com novas ideias para o patchwork e o bordado de que gosto tanto”. A dedicação da empresária é mais do que aprovada pela família que, além de encontrar Valquíria mais calma depois de fazer as confecções, adora ganhar os presentes exclusivos.



“É uma atividade que exige outro ritmo do que eu encontro no dia a dia, por isso ajuda a relaxar”

QUEM FAZ A DIFERENÇA MERECE UM PRÊMIO.

PRÊMIO Mulheres que fazem a diferença 2010

Patrocínio

KOERICH TOP

Realização



Apoio



As mulheres estão presentes em todos os setores, com seu trabalho, sua força, sua capacidade criativa.

E em todos esses segmentos, sempre há aquelas mulheres que se destacam e realmente fazem a diferença.

É para homenagear e reconhecer o seu talento que a Câmara da Mulher Empresária da ACIF criou o Prêmio MULHERES QUE FAZEM A DIFERENÇA.

São três categorias:

- **Negócios**
- **Poder Público**
- **Terceiro Setor**

As vencedoras serão escolhidas por votação e critérios muito rigorosos, através de seus relatos de vida. Mais que uma homenagem, este prêmio é um reconhecimento ao seu valor. As entidades de Florianópolis ou pessoas físicas podem inscrever gratuitamente suas candidatas pela internet.

Indique a mulher que faz a diferença pelo site:
www.mulheresquefazemadiferenca.com.br

Mais informações:
(48) 3224 3627

Rua Emílio Blum, 121- Centro
Fone: (48) 3224.3627
Florianópolis - www.acif.org.br



ACIF
Associação Comercial
e Industrial de Florianópolis

Filiada

CACBS FACISCO



DE OLHO NA REDE

Ferramentas digitais proporcionam diálogo mais aberto com os consumidores



Para Celso Ricardo Salazar Valentim, da Humantech Gestão do Conhecimento, empresas estão tímidas na internet

O internauta brasileiro é o que passa mais tempo nas redes sociais. No Brasil, 86% dos internautas estão dentro de alguma rede social, aponta a Nielsen Company em pesquisa de abril. Para diferentes perfis de empresas, trata-se de um campo ainda a ser explorado. E que, se usado da forma correta, pode trazer bons resultados.

Para o diretor-presidente da Humantech Gestão do Conhecimento, Celso Ricardo Salazar Valentim, as empresas catarinenses ainda estão tímidas no uso

dessas ferramentas digitais de relacionamento e diálogo com seus consumidores. “Possivelmente pelo perfil industrial de muitas das grandes empresas, o ambiente digital ainda causa receio e um certo distanciamento”, avalia.

Mas ele acrescenta que mesmo as pequenas ainda usam as ferramentas digitais de forma básica. “O empresário catarinense ainda não se convenceu plenamente do potencial dessas ferramentas. Ele precisa estar ciente que o modelo ditado por esse trabalho em redes sociais é liderado por um diálogo mais aberto e franco com o público, que

finalmente fala e é ouvido, mas sem deixar de ser profissional e mantendo um padrão elevado de qualidade no atendimento”, explica.

Valentim defende que as empresas catarinenses poderiam utilizar uma série de possibilidades de comunicação online, todas definidas após um planejamento estruturado de internet. Ele aponta que as redes sociais, justamente pela flexibilidade de custos e formato, permitem inovar, por exemplo, em lançamentos de produtos, pensando sempre na experiência de uso daquilo que está sendo apresentado.

QUALIDADE E ALINHAMENTO SÃO FUNDAMENTAIS

O uso de álbum de fotos (Flickr), o compartilhamento de slides e pdfs (Slideshare), a publicação de vídeos (YouTube), a produção de podcasts (Blip.fm), a edição de textos em blogs e no Twitter, além de interação com clientes em redes como Orkut são outras atividades que estão entre os recursos que podem ser usados pelas empresas nas redes sociais. “O detalhe que faz a diferença é ter alinhamento e qualidade em todas as publicações, investindo em conteúdo de qualidade, bom senso e acabamento”, ressalta Valentim.

Ele lembra que uma consultoria em redes sociais qualificada é formada por uma equipe multidisciplinar e com formação empresarial, além do amplo do-

mínio em ferramentas sociais digitais e investimento constante em atualização. “A consultoria especializada deve trabalhar para que a empresa consiga criar um diálogo com seus diversos públicos, usando as linguagens e conteúdos adequados para cada perfil, seja um acionista ou um consumidor final”, destaca.

Ele defende ainda que as redes permitem uma maior interação pré e pós-consumo dos produtos de quaisquer empresas, independente do ramo de atuação e tamanho. Essa nova postura permite fidelizar, conhecer e validar estratégias competitivas e de inteligência de mercado, transformando algo que é difícil de medir em retorno financeiro. Empresas que acompanham

as tendências já entendem que, monitorando as redes sociais, é possível antecipar tendências, gerenciar possíveis crises e identificar pontos que precisam ser mudados em sua atuação.

“Na internet, os consumidores ganharam uma nova voz. Eles opinam, criticam, elogiam e influenciam diretamente o público a respeito de um produto ou marca. Por isso, as empresas precisam entender a importância de monitorar as redes, avaliando o que está sendo falado sobre marca e interagindo com os internautas”, destaca Joyce Jane, CEO do iDigo – Núcleo de inteligência digital e uma das professoras do curso Redes Sociais para os Negócios.

Algumas ferramentas disponíveis:

- ▶ **Blip.fm:** é um microblog com músicas anexadas aos seus microposts (chamados de ‘blips’). Então, na verdade, o que se posta são as músicas, junto com pequenos comentários. Ou o inverso: comentários sobre qualquer coisa, mas ‘ilustrados’ por músicas.
- ▶ **Facebook:** é uma rede social que reúne pessoas a amigos e àqueles com quem trabalham, estudam e convivem.
- ▶ **Flickr:** é um site caracterizado como rede social cujo foco é o armazenamento e partilha de fotografias.
- ▶ **Orkut:** é uma rede social que reúne pessoas a amigos e àqueles com quem trabalham, estudam e convivem.
- ▶ **Slideshare:** é um serviço que armazena apresentações em formato ppt, pps, odp, pdf e keynote e permite mostrá-las através de um programa em flash que pode ser embutido em outra página, como um blog.
- ▶ **Twitter:** é uma rede social e servidor para microblogging que permite aos usuários que enviem e recebam atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como ‘tweets’), através do website do serviço, por SMS e por softwares específicos.
- ▶ **Youtube:** é um site que permite que os usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital.



MULHERES QUE FAZEM A DIFERENÇA



Primeira edição do prêmio da ACIF será em 23 de setembro

“Muitas mulheres fazem grandes coisas no meio em que vivem e continuam desconhecidas”, lamenta Maria Cecília Amorim Medeiros Gondran, coordenadora da Câmara da Mulher Empresária da ACIF. É com o objetivo de valorizar e motivar essas mulheres que colaboram na sociedade, além de aproximar as entidades representativas de diversos setores, que surgiu o prêmio “Mulheres que Fazem a Diferença”.

O projeto, na primeira edição, é uma parceria entre a Câmara da Mulher Empresária, a ACIF e a Federação das Associações Comerciais e Industriais de Santa Catarina (Facisc). A iniciativa terá a coordenação-geral de Maria Cecília e a gerência de projeto de Gisella Simões de Almeida.

Até o dia 13 de agosto, puderam se auto-indicar ou ser indicadas à premiação as candidatas maiores de 18 anos, residentes em Florianópolis, com atuação em pelo menos uma das três categorias: Terceiro Setor, Poder Público e Negócios.

Os relatos de vida e de atuação das concorrentes estão sendo avaliados por uma comissão julgadora composta por até nove membros, sendo três de cada categoria. As vencedoras ganharão uma joia, um troféu, uma bolsa de estudos da Quatrum English Schools e um book fotográfico da Studio A3 Fotografia.

Para Maria Cecília, o prêmio “Mulheres que Fazem a Diferença” deve ser lembrado como um reconhecimento da classe feminina atuante. “A mulher não precisa provar mais nada, provou que sabe lutar contra o preconceito no trabalho, na sociedade, que sabe conquistar seu espaço. Ela merece ser valorizada”. O evento de premiação ocorrerá no dia 23 de setembro, na Associação Médica Catarinense.

AS CANDIDATAS

A boa receptividade do prêmio foi comprovada pelo grande número de candidatas inscritas até 20 de agosto pelo:

www.mulheresquefazemadiferenca.com.br e pela ficha disponível na ACIF. As inscritas:

▶ Negócios

Helena Becke Machado Fretta
 Joseli de Almeida Ulhôa Cintra
 Thayse Annie de Souza Pereira
 Rita Boz
 Cláudia Mara Todorov
 Ivana Rubia Henn
 Bernadete Batalha Batista
 Haydê Haviaras Da Silva
 Lica Paludo
 Cláudia Couto
 Beatriz Telles Ferreira
 Marta Rinaldi Muller
 Mara Lúcia Bastiani
 Carmen Eliana Cavaleiro de Almeida
 Ceres de Azevedo
 Vera Maria Grandi
 Gicelly Mello

▶ Terceiro Setor

Ana Lúcia Martendal
 Maria Luiza Bortolon
 Leilah Correa Vieira
 Laine Valgas
 Danesia Belavier
 Rose Berger
 Rosângela Alves Ferreira
 Nesi Nilda Brina Furlani
 Arlete Carminatti Zago
 Liduine Elvira Madlener
 Rosângela de Souza Alves Ferreira
 Thaise Costa Guzzatti
 Márcia Noemia de Camargo Lange Rila
 Maria De Lourde da Costa Gonzaga - Dona Uda
 Dullce Magalhães
 Bernadete Batista
 Jacqueline Schweitzer da Silva
 Telma Pereira Lenzi
 Maria Luiza Campos Ferreira
 Maria Gertrudes da Luz Gomes
 Márcia Maria Constantino Sálvio
 Miriam de Jesus Pereira Braga
 Fernanda Bornhausen Sá

▶ Poder Público

Mariah Terezinha Nascimento Pereira
 Soraya Tonelli
 Carmen Beatriz Garcia Igiski
 Silvana Bernardes Rosa
 Zuleika Mussi Lenzi
 Maria Aparecida Caitano
 Lúcia Maria Stefanovich
 Janete Teixeira
 Marilu Lima de Oliveira
 Michele Alves Correa Rodrigues

Empresário, o novo Cartão ACIF Util Card tem ainda mais vantagens!

Aceite na sua empresa.

O novo Cartão ACIF Util Card vai movimentar uma grande rede de usuários, pois integra o sistema FACISC, gerando mais volume de negócios para o seu estabelecimento.

Dê o novo Cartão ACIF para seus colaboradores.

Você terá redução de custos de gestão de RH e pode até fazer adiantamento de salário. Peça informações.

Se você já trabalha com o Cartão ACIF, pode continuar aceitando normalmente o antigo cartão, pois a substituição será feita gradualmente.

Agende uma visita para saber de todos os detalhes e novidades do novo Cartão ACIF.



Informações:

48 3224-3627 | cartoesacif@acif.org.br

Rua Emílio Blum, 121 - Centro
Florianópolis - www.acif.org.br



ACIF

Associação Comercial
e Industrial de Florianópolis

Filiada



SUCESSO NO 16º CONGRESSO DA CONAJE

Capital recebe lideranças, palestrantes e jovens empresários de o todo País para debater o futuro



Público presente na abertura do evento teve boas notícias como os convênios da TIM e Banco do Brasil

Pela segunda vez – a primeira foi em 2006, durante a gestão do ex-presidente Doreni Caramori Júnior – jovens empresários de todo o País reuniram-se em Florianópolis durante o Congresso Nacional da Confederação Nacional dos Jovens Empresários (Conaje), que chegou à 16ª edição. O evento foi uma parceria entre a Conaje, Conselho Estadual do Jovem Empreendedor e ACIF Jovem, núcleo de jovens empreendedores da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis.

A abertura do Congresso foi prestigiada, com a participação das maiores lideranças do associativismo no País e autoridades de Santa Catarina. Estavam na mesa o presidente da Conaje, Eduardo Machado, o governador Leonel Pavan, o presidente da Facisc, Alaor Francisco Tissot, o prefeito da Capital, Dario Berger, o presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior, presidente do Con-

selho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina, Amândio João da Silva Júnior, o diretor-superintendente do Sebrae/SC, Carlos Guilherme Ziguelli, e o vice-presidente da Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil, Luiz Carlos Furtado Neves.

Durante a abertura do evento, foram feitos dois anúncios importantes para os jovens empreendedores. Um deles é o convênio entre CEJESC e o Banco do Brasil, que já beneficia com taxas diferenciadas os financiamentos feitos por associados à entidade em Santa Catarina, e que será estendido para todo o País. O outro é o projeto criado pela operadora de telefonia TIM, batizado de Liberty Jovem Empreendedor, que proporciona aos jovens empresários de todo o País smartphones, tarifa zero em ligações TIM para TIM, DDD local além de seis meses de internet grátis.

Presidente da Azul Linhas Aéreas, David Neelmann, foi o primeiro pale-

trante do evento. Falou sobre Excelência na Prestação de Serviços, um case de sucesso da Azul que o empresário vem mostrando em viagens por todo o País desde o início do ano. E foi aplaudido ao criticar a precária infraestrutura do aeroporto internacional Hercílio Luz, lamentando que, embora a Azul tenha recursos para investir, o aeroporto não comporte novas rotas.

Democracia e Liberdade de Expressão, Comércio Exterior, uma empresa de cosméticos genuinamente nacional que vem se destacando no mercado brasileiro, Livre Concorrência e Empreendedorismo foram outros assuntos debatidos durante os três dias do Congresso. O evento encerrou no dia 21, no P12, em Jurerê Internacional, com os participantes prestigiando o ACIFeijão, confraternização anual promovida pela Associação Comercial e Industrial e que reuniu associados e seus colaboradores e familiares.

Todas as fases da vida são importantes.

Na DESC Imóveis, você encontra o lar perfeito para viver os próximos **melhores** momentos da sua vida!

TROFÉU DE NATAÇÃO DA FILHA

O PRIMEIRO ANIVERSÁRIO NO NOVO LAR

NASCIMENTO DO SEGUNDO FILHO



LANÇAMENTO

EM BALNEÁRIO CAMBORIÚ.

Monte Bianco

Residence

CONDIÇÃO ESPECIAL

ENTRADA DE 20% +

72x

APARTAMENTOS COM VISTA PARA O MAR

3 SUÍTES

2 VAGAS NA GARAGEM

ACABAMENTO ALTO PADRÃO

SALA DE CINEMA



EXCELENTE ÁREA DE LAZER



A sua imobiliária de Balneário Camboriú.

Matriz: Rua 3700, nº 124 - Centro Balneário Camboriú - SC - desc@desc.com.br

Filial: Av. Brasil, nº 2850 - Centro Balneário Camboriú - SC - desc2@desc.com.br

Vendas e locações: (47) 3361-1414 | Vendas: (47) 3361-2222 | www.desc.com.br



CRECI 1923/J



SEMANA DO EMPRESÁRIO

Fortalecer os negócios de seus associados é uma das missões da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis. Para desenvolver este trabalho, a ACIF conta com o auxílio de suas cinco Regionais, localizadas em pontos estratégicos do Município - Canavieiras e Ingleses, Lagoa da Conceição, Sul e Continental.

Um dos principais eventos com foco no crescimento das empresas associadas é Semana do Empresário. Promovido pelas regionais, o evento acontece periodicamente, conquistando a cada vez a confiança de seus participantes, em função dos resultados alcançados.

Um exemplo foi a Semana do Empresário do Continente, realizada em agosto e que contou com a presença de técnicos das Centrais Elétricas de Santa Catarina (Celesc) para resolver o grave problema das constantes oscilações de energia elétrica na região do Continente, que há muito tempo causava prejuízos aos associados. A empresa cadastrou os empresários, que agora são avisados antecipadamente quando há previsão de queda de energia. Esta conquista mostra a forte representatividade da ACIF junto à estatal.

Durante o evento, também foi formada uma comissão que realizou um levantamento dos problemas frequentes ocorridos em consequência das chuvas na região. A regional elaborou uma pauta de reivindicações, entregue em agosto ao Secretário Municipal do Continente, Deglauer Goulart.

ACIF GANHA ONDA VERDE

ReÓleo garante premiação à entidade

A ACIF recebeu, em agosto, uma das mais importantes premiações na área de responsabilidade ambiental, voltada para empresas e instituições – O Troféu Onda Verde. A distinção foi entregue dia 27/8, na sede da Federação das Indústrias de Santa Catarina (FIESC), durante a 17ª edição do Prêmio Expressão de Ecologia, pelo Programa ReÓleo, de reciclagem de óleo de cozinha. A entidade também foi listada pelo Anuário de Sustentabilidade da Editora Expressão como uma das organizações mais sustentáveis do País.

“Este prêmio fortalece o projeto perante nossa comunidade e proporciona maior projeção à iniciativa que há mais de 11 anos dissemina a cultura de desenvolvimento sustentável, conscientizando as novas gerações sobre o tema. Além disso, o prêmio coloca a ACIF como benchmarking para qualquer organização que deseje seguir este caminho com competência e sem gerar custos”, comenta Luiz Fernando Marca, diretor do projeto.

O ReÓleo é um programa criado com o objetivo de oferecer um destino adequado aos resíduos de óleo vegetal produzidos por bares e restaurantes de Florianópolis. O projeto, que atualmente conta com 296 estabelecimentos cadastrados, 83 condomínios e 63 PEV's (Pontos de Entrega Voluntária), gerando um volume médio mensal de 23 mil litros de óleo, já evitou o descarte inadequado de mais de um milhão de litros de óleo de cozinha, agente poluidor e que pode provocar problemas na infraestrutura de saneamento das cidades.

As primeiras ações do ReÓleo iniciaram na Lagoa da Conceição, no final dos anos 90. Desde então, alunos da rede pública de ensino, empresários e donos de estabelecimentos da Capital têm aderido ao programa, trocando o óleo usado por produtos de limpeza como detergente, sabão em pasta e em pedra e água sanitária.



Transforme seu arquivo morto em dinheiro vivo

A Studio Fiscal é a maior empresa de serviços tributários do Brasil e, através de suas 25 unidades, desenvolve serviços de auditoria, planejamento e consultoria tributária para empresas de todo o país.

Nossos produtos:



**PLANEJAMENTO
TRIBUTÁRIO**



**REVISÃO de
TRIBUTOS FEDERAIS**



MAPA FISCAL

Os serviços da Studio Fiscal têm por objetivo identificar oportunidades tributárias não verificadas pela empresa. Nossos projetos estão focados na análise das bases de cálculo, alíquotas e apurações do IRPJ, CSLL, PIS, COFINS e IPI, dos últimos cinco anos, da escrituração contábil da empresa, de acordo com a legislação fiscal em vigor. Este serviço proporciona a recuperação de até 2% do Faturamento Bruto de um ano da empresa.

Agora a Studio Fiscal conta com uma unidade em Blumenau!

Entre em contato e agende uma visita em sua empresa!

Studio Fiscal - Blumenau/SC
Rua Amadeu da Luz, 122 - sala 75
Tel: (47) 3336.3654

www.studiofiscal.com.br



STUDIO FISCAL



EVENTO DEBATE SUCESSÃO FAMILIAR

Na década de 1990, a terceira geração da família Gaidzinski, que comanda a Eliane Revestimentos Cerâmicos, estava iniciando sua vida profissional. Como não havia regras claras para aqueles que mostravam interesse em trabalhar no negócio, a família buscou alternativas para atender suas necessidades e dar continuidade ao crescimento da empresa. A solução surgiu em encontros semanais, que também deram início à Associação da Terceira Geração das Empresas Eliane, que busca conhecer o negócio e resgatar os valores e a história da família, assim como elaborar regras claras para entrada e saída de membros interessados em trabalhar na empresa. O Conselho de Administração se profissionalizou, contratando conselheiros externos para auxílio nas tomadas de decisões da gestão e estratégia do negócio. Foi instalado o Conselho de Acionistas para orientar as questões do patrimônio e da família. Além disso, implantou-se o Conselho de Família, com o objetivo de educar seus membros para o papel de acionistas, assim como orientar e desenvolver suas carreiras profissionais, diagnosticando talentos para contribuir no negócio.

O modelo bem-sucedido de governança familiar da Eliane, que hoje conta com sete unidades fabris, 2,5 mil funcionários e faturamento bruto de R\$ 592,7 milhões em 2009, fez parte da programação do Encontro FBN (Family Business Network) de Famílias Empresárias, realizado no dia 26 de julho, em parceria com a ACIF. O encontro reuniu empresários, familiares e executivos para debater assuntos de relevância para a continuidade de empresas familiares, consideradas o pilar da economia mundial. Dentre os temas, os mais debatidos foram sucessão, formação de futuras gerações e governança corporativa.

ACIF NAS ELEIÇÕES 2010

Entidade cria campanha pelo voto regional

Associação Comercial e Industrial de Florianópolis terá intensa participação na campanha eleitoral de 2010. Além de patrocinar a cobertura eleitoral do Grupo RBS, a entidade investiu numa campanha pelo voto regional, que começa a ser veiculada em setembro, e também levantou as maiores demandas do empresariado da Grande Florianópolis. O resultado desta pesquisa será entregue a cada um dos principais candidatos ao governo – Angela Amin (PP), Ideli Salvatti (PT) e Raimundo Colombo (DEM).

“A participação do empresariado nas eleições, oferecendo contribuições e propostas em todos os níveis, eleva o debate”, disse o presidente da entidade, Doreni Caramori Júnior. Segundo ele, a questão do voto regional, por exemplo, é fundamental para o fortalecimento da representatividade da Capital no âmbito legislativo. “Existem regiões menores e economicamente menos influentes que Florianópolis que conseguiram eleger mais parlamentares. O problema é que vários candidatos vêm buscar votos na cidade e depois de eleitos só querem saber de atender sua cidade natal. Precisamos dar um basta a isso”.

Já o levantamento das demandas dos associados foi realizado entre os meses de julho e agosto. Cinco foram as prioridades apuradas: compromisso com a reforma tributária, investimentos em infraestrutura e educação, choque de gestão na segurança pública e definição de uma política clara de saneamento.

As sugestões foram compiladas pelo advogado e conselheiro da ACIF, Rodrigo Berthier, passaram por estudos de diversos grupos, e serão entregues aos candidatos durante encontros abertos aos associados, em setembro. A série começa com Raimundo Colombo (13), seguido de Ideli Salvatti (14) e Angela Amin (21).



Seja um franqueado: (11) 3371.4800

www.hering.com.br



gus-br.com



Cáio, Fernanda, Kayky e Sabrina doaram seus cachêls para a campanha O Câncer de Mama no Alvo da Moda. O Câncer de Mama no Alvo da Moda® é marca licenciada do Conselho de Moda da América - Fundação CFDA Inc., EUA.

BALNEÁRIO CAMBORIÚ :: Av. Brasil, 1600 :: Balneário Camboriú Shopping
BLUMENAU :: Shopping Neumarkt :: Espaço Hering - R. Bruno Hering, 1421
FLORIANÓPOLIS :: Beiramar Shopping :: Shopping Iguatemi
JOINVILLE :: Shopping Mueller



eu uso

Hering

[desde sempre]

CULINÁRIA PERUANA NA CAPITAL

Restaurante Castelo Grill & Café: carnes nobres e exóticas em um só lugar



MAIS INFORMAÇÕES:

- ▶ **Restaurante Castelo Grill & Café**
- ▶ **Contato:** (48) 3369-2360 ou reserva - castelogrill@hotmail.com
- ▶ Associados ACIF têm desconto de 10%

inaugurado no início deste ano em um dos pontos mais movimentados de Florianópolis, a SC-401, no caminho das praias do Norte da Ilha, o Restaurante Castelo Grill & Café, ao contrário do que o nome diz, não é um local apenas para degustar carnes ou expressos. Além de oferecer um variado cardápio de cortes nobres, argentinos e uruguaios, como a paleta de cordeiro e o bife chorizo, o Castelo Grill é especializado também em pratos da badalada culinária peruana.

“Apresentamos a culinária peruana, considerada a segunda melhor do mundo, perdendo apenas para a francesa, como novidade para cidade. Temos todos os tradicionais pratos andinos, preparados com salsas crioulas importadas do Peru e elaborados por três chefs”, explica o proprietário Jacob Anijar. Segundo ele, por ser baseada em frutos do mar, a culinária peruana “lembra os pratos ilhéus”.

De quinta a domingo, no almoço, e de quarta a sábado, no jantar, os clientes contam com um amplo espaço no salão principal, salão de eventos e estacionamento gratuito. Para as crianças, há o Espaço Kids, reservado especialmente para acomodar os pequenos. Já no Café Lounge, o destaque é o cardápio com sobremesas exóticas e exclusivas.

DESTINO CERTO AO E-LIXO

Há três anos na Capital, Cereel cuida da natureza

O rápido avanço tecnológico assistido nas últimas décadas, quando equipamentos tornam-se obsoletos com pouco tempo de uso, nos revela um grande problema: o que fazer com o grande volume de eletroeletrônicos descartados?

Os centros de reciclagem são uma saída para reduzir e amenizar os impactos ambientais causados pela deposição inadequada desse material em aterros sanitários. Isso porque, o e-lixo, como é chamado, possui componentes poluentes como os metais pesados - mercúrio, chumbo, níquel. Em Florianópolis, há cerca de três anos, o Centro de Reciclagem de Resíduos Eletroeletrônicos (Cereel) faz o tratamento e a reciclagem do e-lixo. “Atuamos como centro de triagem e classificação. Recebemos de celulares a eletrodomésticos, que depois de separados em categorias de recicláveis, são comercializados com a indústria; já os rejeitos são levados para aterros sanitários de resíduos perigosos”, explica um dos proprietários Clóvis Caíres.

O Cereel recebe equipamentos de particulares, depósitos de reciclagem, lojas de conserto e de manutenção, empresas e instituições. Os materiais podem ser entregues diretamente no Centro de Reciclagem ou em caso de grandes quantidades, o Cereel oferece o serviço de coleta, sem custos.



MAIS INFORMAÇÕES:

- ▶ **Cereel**
- ▶ **Contato:** (48) 3233-1457 ou cereel@gmail.com
- ▶ **Na internet:** www.campechereciclaveis.com
- ▶ **Endereço para entregas:** Rodovia SC 405, 1472 A, Fazenda Rio Tavares, Florianópolis.

SANTA CATARINA TAMBÉM TEM SEU GRUPO DE MÍDIA.

Em um mundo conectado e ao mesmo tempo tão disperso, novas formas de contato com o consumidor surgem todos os dias. Enxergar nessas mudanças uma maneira de evoluirmos juntos é o que faz do Grupo de Mídia/SC o seu canal de comunicação. Se você atua na área e quer contribuir para o crescimento do mercado, venha trocar experiências com a gente.

Contribuindo com o crescimento do mercado
grupodemidiasc.com



EXCELÊNCIA NO ATENDIMENTO

Transmédico Transporte e Eventos atua em todo o País



MAIS INFORMAÇÕES:

- ▶ **Transmédico Transporte e Eventos**
 - ▶ **Contato:** (48) 32410411 e (48) 99131045
 - ▶ **Na internet:** www.transmedico.com.br ou transmedico@hotmail.com
- Associados têm atendimento prioritário e preços especiais.

A organização de eventos exige cuidados especiais e atenção total com todos os detalhes. A assistência médica rápida e especializada aos participantes é um deles e pode salvar vidas. Na Grande Florianópolis, a empresa Transmédico Transporte e Eventos presta serviços na área da saúde, com especialidade na montagem de infra-estruturas médicas e serviços de enfermagem para eventos e transporte com UTI's móveis.

Para uma das sócias-proprietárias, Viviane Müller, o diferencial da Transmédico, que já tem três anos de mercado, é prestar atendimento dentro do padrão de excelência exigido pelos órgãos competentes e ter todos os registros exigidos. "Ter responsabilidade é essencial nesse trabalho, pois estamos sempre lidando com vidas. O objetivo é sempre deixar o paciente seguro e tranquilo", explica.

Atuando em todo o País, a Transmédico já conquistou a confiança de mais de 60 clientes. "Realizamos eventos sociais e esportivos com cobertura médica e de enfermagem especializada, e transporte terrestre intermunicipal adequado às necessidades clínicas do paciente", afirma Müller.

MERCADO DE CAPITAIS EM ALTA

Visão Futuro Investimentos atende todo o Estado de Santa Catarina

Divulgar e incentivar a cultura de investimento a longo prazo no mercado de capitais. Essa é a proposta da Visão Futuro Investimentos, empresa que presta assessoria para pessoas que desejam conhecer e ingressar nesse mercado. "Atuamos lado a lado com o cliente, seja ele pequeno, médio ou grande investidor, ensinando e assessorando investimentos na melhor associação entre o risco e retorno", explica um dos sócios-proprietários, Aloysio Tiscoski.

Com sede em Florianópolis, a Visão Futuro Investimentos atende todo o Estado de Santa Catarina. Em parceria com duas das maiores corretoras do País, a Geração Futuro e a Ágora Invest, a empresa oferece duas formas de investimentos: o Home Broker (o investidor pode enviar ordens de compra e venda de ações diretamente pela internet) e os clubes e fundos de investimento (administrados por profissionais da corretora, possibilitando a participação nos resultados de grandes empresas). "Nosso cliente é o nosso maior patrimônio, por isso buscamos sempre valorizá-lo, seja respondendo as mais simples dúvidas operacionais até questões estratégicas complexas", diz Tiscoski.

A Visão Futuro oferece ainda cursos de introdução ao mercado de ações e cursos avançados para o investidor aprofundar seus conhecimentos.



MAIS INFORMAÇÕES:

- ▶ **Visão Futuro**
 - ▶ **Contato:** (48) 3028-2272
 - ▶ **Na internet:** www.visaofuturo.com.br
- Associados têm 30% de desconto e cursos gratuitos.



Nosso verdadeiro desafio é transformar suas ideias em impressos de primeira qualidade. Para que isso se concretize, novos e consistentes investimentos são constantemente aplicados em novas tecnologias.

Seja no segmento editorial, de documento ou promocional, estamos sempre prontos a atendê-lo.



Rodovia BR 470 - Km 57 - nº 3130
Caixa Postal 1362 - Bairro Salto do Norte
CEP 89070-200 - Blumenau - SC - Fone/Fax: (47) 3334-2977
www.odorizzi.com.br - E-mail: vendas@odorizzi.com.br

VERDADE E PRECONCEITO

Por **Doreni Caramori Júnior**,
empresário e presidente da ACIF

Municípios da Região Metropolitana de Florianópolis estiveram recentemente no meio de uma grande polêmica relacionada à implantação do estaleiro da OSX em Biguaçu. O empreendimento de R\$ 2,5 bilhões trará benefícios econômicos para toda a região, gerando milhares de empregos (5 mil postos diretos), estimulando o desenvolvimento tecnológico e movimentando uma série de outros setores da economia, como o comércio, a indústria, o turismo e a construção civil. Para Biguaçu, o empreendimento pode representar a redenção econômica do município.

Apesar de todos esses impactos positivos que certamente o empreendimento terá sobre a região, o que se vê é preocupante. Minorias interessadas apenas em defender posições ideológicas contrárias ao desenvolvimento – ainda que largamente beneficiadas por esse mesmo desenvolvimento – fazem questão de ignorar as explicações dadas pelos responsáveis pelo empreendimento.

Para essas pessoas, que se manifestam contrariamente a algo que no fundo desconhecem – e parecem indispostas a conhecer -, o preconceito contra o “estrangeiro” e o “capital” se basta em si mesmo. Cultivam a cultura da certeza e confirmam uma sábia constatação do filósofo Francis Bacon: “a compreensão humana, após ter adotado uma opinião, coleciona quaisquer instâncias que a confirmem, e ainda que as instâncias contrárias possam ser muito mais numerosas e influentes, ela não as percebe, ou então as rejeita, de modo que sua opinião permaneça inabalada”.

Por outro lado, para aqueles que se mostram dispostos a conhecer detalhes do empreendimento, o entusiasmo é inevitável. Todas as etapas do projeto estão cercadas de preocupação com o meio ambiente e sua implantação poderá ser o passo inicial e fundamental para a adequada ordenação e monitoramento do uso das águas da Baía Norte.

Precisamos evitar que a realidade seja distorcida, criando a falsa impressão de rejeição ao projeto. Devemos deixar a situação mais clara, mostrando que há uma maioria silente que fica escondida atrás de uma minoria barulhenta. Isso é essencial para que se restabeleça a verdade sobre o assunto e fique claro que Santa Catarina quer e terá o estaleiro da OSX.



“Todas as etapas do projeto estão cercadas de preocupação com o meio ambiente e sua implantação poderá ser o passo inicial e fundamental para a adequada ordenação e monitoramento do uso das águas da Baía Norte”

“O empreendimento de R\$ 2,5 bilhões trará benefícios econômicos para toda a região, gerando milhares de empregos, estimulando o desenvolvimento tecnológico e movimentando uma série de outros setores da economia”

Detalhes da felicidade



CONHEÇA O
APARTAMENTO
DECORADO
Avenida Atlântica
5086

De frente para o mar
em Balneário Camboriú

3 SUÍTES
1 com hidromassagem

Até 3 VAGAS
de garagem



Suíte



Brinquedoteca

REG. INC.: 34362 - 2º O. R. I. BC/SC.
De acordo com a lei nº. 4591/64, informamos que as imagens contidas neste material possuem apenas caráter ilustrativo e que a aquisição de mobílias e peças decorativas são de responsabilidade do condomínio e/ou condômino.

www.embraed.com.br
Plantão de vendas
Av. Atlântica, 5050
Balneário Camboriú-SC
47 3264.0008



EMBRAED

Edificando conceitos.

PROMOÇÃO
SÓ PARA
AGOSTO.

Kia Cerato 2011. O sedã que evoluiu.

DE R\$ 53.400 POR **R\$ 49.900**

Cód.: E201.01

À vista



CD Player MP3 com conexões USB e para iPod.



Air Bag Duplo.



Direção Hidráulica e Controle de Som no volante.



Rodas de liga leve.



Ar condicionado e Trio elétrico.

Opcionais: Câmbio automático, Aro 17", Ar condicionado digital e Freios ABS.



Carro do ano pelo nadaguides.com (EUA)

about.com™

Um dos melhores carros novos de 2010 pelo about.com (Estados Unidos).



KIA MOTORS

O poder de surpreender

Power Imports

Blumenau • Bal. Camboriú • Joinville
Florianópolis • São José



Florianópolis: 48 3248-0777 (Marginal da via expressa, 1.828 - Capoeiras)
São José: 48 3288-0777 (Rua Leoberto Leal, 13 - Barreiros)

Promoção válida até 31/08/2010 ou término do estoque, o que ocorrer primeiro, sujeita à alteração de preços. Frete não incluso de R\$ 1.500,00. Garantia de 5 anos ou 100.000 km, o que ocorrer primeiro, para cobertura básica. Fotos ilustrativas.