

BATE-PAPO

Rui Luiz Gonçalves,
presidente da Acate,
fala em levar o
empreendedorismo
tecnológico para novas
regiões do Estado

Tradição no Ribeirão da Ilha

Referência na Capital, Ostradamus Ribeirão, restaurante do empresário Jaime José de Barcelos, programa-se para servir 450 pessoas por dia nesta temporada de Verão


OSTRADAMUS
Ribeirão
OSTRAS
Florianópolis - SC - Brasil

**SUSTENTÁVEL E BEM
LOCALIZADO, SEU NEGÓCIO
VAI ESTAR NO CENTRO
DAS ATENÇÕES.**

premier
OFFICE CENTER

SALAS COMERCIAIS
A PARTIR DE 49 m²
COM POSSIBILIDADE
DE EXPANSÃO* PARA **ATÉ 500 m².**

INTELIGENTE E EFICIENTE,
O PREMIER OFFICE CENTER
REVERTE BENEFÍCIOS
EM RENTABILIDADE.

**VISITE NOSSA
LOJA DE VENDAS
NO LOCAL.**

Entrega em junho de 2012.

*Solicite um estudo com nossos consultores.
Imagem meramente ilustrativa.



Em um dos pontos mais valorizados e acessíveis de Florianópolis, **na esquina da Av. Rio Branco com a Rua Padre Roma,** o Premier Office Center é um empreendimento comercial inédito. Projetado para consumir menos e usufruir melhor os recursos naturais, ele alia arquitetura e tecnologia a favor do seu negócio e da natureza.

formula

Vendas no local: **(48) 3212 3883**
www.koprime.com.br

koprime
PREMIER EMPREENDIMENTO IMOBILIÁRIO



• Agora em novo endereço: Rua Crispim Mira, 195, esquina com Desembargador Urbano Sales.

BOAS IDEIAS VALEM OURO



A edição nº 47 da **Líder Capital** destaca o Ostradamus Ribeirão. O restaurante nasceu como um simples ambiente para venda de sorvetes, água de coco e caldo de cana no Ribeirão da Ilha, comunidade tradicional que faz parte do roteiro turístico da Capital. Mas, ao ouvir os pedidos dos clientes locais e dos turistas, o então novato empresário Jaime José de Barcelos conseguiu transformar a ideia no que é hoje um dos restaurantes mais famosos de Florianópolis.

Na reportagem da seção Nossas Bandeiras, veja o desenrolar do polêmico projeto do novo Código Florestal Brasileiro, que busca criar regras para conciliar as atividades produtivas no campo com preservação ambiental. Em dezembro, o texto passou pelo plenário do Senado. Como foram muitas mudanças, o projeto volta agora para a Câmara de Deputados, onde deverá ser votado no início deste ano, e, se aprovado novamente, seguirá para receber o aval da presidente Dilma Rousseff.

Vale a pena conferir também a reportagem da seção Benchmarking, que mostra como um ambiente de trabalho descontraído ajuda, e muito, a manter os funcionários criativos e a produtividade em alta. E a receita não vale só para as grandes multinacionais. Com disciplina, pequenas e médias empresas também podem investir em medidas que fazem a diferença no dia a dia.

Desejamos a todos os leitores um início de ano repleto de felicidade e paz.

Boa leitura!



12. DESTAQUE

Ouvir o mercado, trabalhar muito e com eficiência, não desistir dos sonhos e inovar sempre. Essa é a receita de sucesso do Ostradamus Ribeirão, restaurante comandado por Jaime José de Barcelos que tornou-se sinônimo de qualidade, servindo 30 mil dúzias de ostras por ano.

20. BATE-PAPO

À frente da Acate, o presidente Rui Luiz Gonçalves fala das excelentes perspectivas para 2012.





Conselho do Leitor

A **Líder 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!



08. NOSSAS BANDEIRAS

Polêmico, o novo Código Florestal Brasileiro deve ser votado no início deste ano pela Câmara de Deputados.



22. BENCHMARKING

Um ambiente de trabalho descontraído ajuda a manter a criatividade e produtividade. Saiba como fazer a diferença.

06. A Metrópole / 18. Pense Verde
22. Benchmarking / 24. Tempo Livre / 26. Vitrine
28. Acontece / 30. Institucional / 34. Entre Sócios
37. Soluções Empresariais / 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 Tijuca, 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 2011/2013

Presidente: Doreni Caramori Júnior • 1º vice-presidente: Juliano Richter Pires • 2º vice-presidente: Sílvia Hoepcke da Silva • Diretor Administrativo e Secretário: Rodrigo Duarte da Silva • 1º Diretor Financeiro: Jaime Luiz Zliotto • 2º Diretor Financeiro: José Luiz da Silva • Diretor de Patrimônio: Cristiane Martins Reitz • Diretor de Assuntos Mercadológicos: Luciano Rossi Pinheiro • Diretor de Assuntos Organizacionais: Marcelo Guaraldi Bohrer • Diretor Jurídico: Rodrigo Berthier da Silva • Diretora de Comunicação: Juliana Pamplona • Diretor de Eventos Promocionais: Sanderlúcio Fabiano de Mira • Diretor de Treinamento Empresarial: Adriana Maria Loch • Diretor Geral Regional Lagoa da Conceição: Gabriel Mazzolli Damiani • Diretor Geral Regional Canasvieiras: Milton Weber Filho • Diretor Geral Regional Ingleses: Thiago Francisco Lewis • Diretor Geral Regional Continental: Maurício Justino • Diretor Geral Regional Sul: Júlio Cesar Trindade Ferreira • Coordenadora da Câmara da Mulher Empresária: Fátima Adriano Caponi • Coordenadora da ACIF Jovem: Liandra Nazário • Coordenador do Conselho dos Núcleos: Marcelo Bohrer de Almeida

DIRETORIA DE COORDENAÇÃO EXTERNA ACIF 2011/2013

Coordenador do Projeto Releão: Luiz Antonio Falcão de Moura • Diretoria de Meio Ambiente: Jane Pilotto • Diretoria de Relações Governamentais: Bernardo Meyer • Diretoria de Assuntos Tributários: Klaus da Silva Raupp • Diretoria de Relações com os Empresários: Rodrigo Estrázulas Rossoni

CONSELHO FISCAL ACIF 2011/2013

TITULARES - Rogério Bravo • Sérgio Faraco • Carlos Jofre do Amaral Neto
SUPLENTEs - Adailto José Buchner • André Porto Prade • Eduardo Abreu Alves Barbosa

DIRETORIA EXECUTIVA REGIONAL LAGOA DA CONCEIÇÃO

Diretor Geral: Gabriel Mazzolli Damiani

DIRETORIA EXECUTIVA REGIONAL CANASVIEIRAS

Diretor Geral: Milton Weber Filho

DIRETORIA EXECUTIVA REGIONAL INGLESSES

Diretor Geral: Thiago Francisco Lewis

DIRETORIA EXECUTIVA REGIONAL CONTINENTAL

Diretor Geral: Maurício Justino

DIRETORIA REGIONAL SUL

Diretor Geral: Júlio Cesar Trindade Ferreira

CONSELHO EDITORIAL

Doreni Caramori Júnior, Juliana Pamplona, Klaus Raupp, Jane Pilotto, Rodrigo Rossoni e Danielle Fuchs



EDITORA-CHEFE: Danielle Fuchs - (47) 3036.5662
danielle@mundieditora.com.br

EDITORA DE CONTEÚDO: Juliana Pamplona - Apoio: Daniella Leoni Dalle Cort
comunicacao@acif.org.br / daniella@acif.org.br

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

GERENTE DE ARTE E DESENVOLVIMENTO: Rui Rodolfo Stüpp
ruim@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 COMERCIAL: Eduardo Bellidó - (47) 3035.5500
eduardo.bellidio@mundieditora.com.br

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

IMPRESSÃO: Gráfica Natal (48) 3244.0058

CIRCULAÇÃO: circulacao@mundieditora.com.br

www.mundieditora.com.br

facebook.com/mundieditora

twitter.com/mundieditora

ORGANIZADA E PREMIADA

CASA DA CRIANÇA, DO MORRO DA PENITENCIÁRIA, GANHA PRÊMIO ITAÚ-UNICEF 2011



Um bom exemplo de Organização Não-Governamental (ONG) de Florianópolis teve repercussão nacional neste final de ano. A Casa da Criança, do Morro da Penitenciária, acaba de ser escolhida umas das vencedoras do Prêmio Itaú-Unicef 2011. O projeto da Capital venceu a categoria de médio porte da 9ª edição da premiação nacional, recebendo R\$ 100 mil.

Para o vice-presidente da ONG da Capital, Gilson Rogério Moraes, o valor é um reconhecimento pelas décadas de trabalhos com crianças de seis a 17 anos. A organização surgiu em 1988, quando a comunidade do Morro da Penitenciária se mobilizou para oferecer um local para as crianças estudarem e brincarem.

Com a proposta de oferecer educação integral, procurando o desenvolvimento intelectual e a garantia dos direitos de cidadania da criança, em um trabalho em parceria com as escolas da região, a ONG conquistou o apoio do Poder Público e da iniciativa privada. Atualmente, a Casa da Criança trabalha com 110 jovens e conta com oficinas de ar-

tes visuais, artesanato, dança, violino, teatro no contra-turno das aulas regulares. A ONG oferece, além de cinco refeições diárias, aulas de esportes e de informática. O atendimento é preferencialmente para jovens de baixa renda familiar. São oferecidos ainda serviço odontológico, apoio pedagógico e sociofamiliar. Em parceria com associações da cidade, a ONG já sediou palestras sobre educação, saúde e meio ambiente não só para as crianças, mas para a comunidade. De acordo com Gilson, há uma preocupação para que a região se desenvolva, para se oferecer mais oportunidades e para reduzir a violência por parte dos jovens. "A gente procura conscientizar do que é certo e errado, a intenção é formar", afirma.

O projeto tem estratégias próprias para garantir essa boa formação. Uma delas é o "Livro em movimento", em que os jovens se revezam para levar para casa uma sacola com livros, revistas, gibis e jornais. A proposta deu tão certo que os pais das crianças também se sentiram motivados a investir nas leituras. Outras iniciativas são concursos de literatura e de soletrar palavras. São trabalhos que já permitiram a melhoria no desempenho escolar.

De acordo com Gilson, o valor da premiação vai respeitar o plano de trabalho estipulado pelo Itaú-Unicef e também servirá para o complemento desses trabalhos, com a compra de mais livros, por exemplo. Mesmo com o recurso em caixa, o vice-presidente destaca que a primeira meta é aumentar a qualidade dos serviços oferecidos às crianças já matriculadas. Só então o projeto vai mirar no aumento de matriculados. "Queremos investir na qualidade, trabalhar em conjunto com as escolas e famílias. Depois se pensa em aumentar o número de crianças atendidas", afirma.

Como parte do processo de premiação do Itaú-Unicef, este ano, a direção da Casa da Criança, assim como todas as premiadas, passará por cursos de gestão, para aprimorar as condições de atuação. A organização deverá respeitar ainda os planos de gasto propostos pelo Prêmio. A comunidade pode acompanhar o que é feito pela ONG na internet, já que a Casa da Criança é uma das cadastradas no Portal Transparência (portaltransparencia.org.br), do Instituto Comunitário da Grande Florianópolis - organização também sem fins lucrativos. A ferramenta permite saber um pouco mais da história e dos trabalhos da ONG.

A Casa da Criança tem entre os colaboradores, além do Poder Público, várias instituições e associações da iniciativa privada. O vice-presidente expõe que os empresários contribuem, inclusive, para reformas no local. Ele destaca que, mesmo com todo o apoio da prefeitura e dos governos estadual e federal, a área de atuação do projeto é extensa. Como complementa Gilson, a aparelhagem do Poder Público não consegue atender a tudo o que a sociedade precisa.

Por isso, é fundamental ajuda extra. Gilson ainda explica que o projeto traz orgulho para todos os envolvidos. E esse orgulho também pode ser sentido por quem decidir ajudar a ONG. "Tudo o que for aplicado no social, não interessa a faixa etária, de criança a idoso, tudo o que se possa colaborar com o social é gratificante. É bom sentir que se colaborou com um projeto em prol da sociedade, que ajuda muita gente", constata.

A PREMIAÇÃO

O Prêmio Itaú-Unicef propõe o reconhecimento de ONGs que investem em educação integral. Nesta 9ª edição, que teve como tema “Educação Integral: Experiências que transformam”, foram 2.922 inscritos. Apenas 32 chegaram à etapa final, que aconteceu no dia 22 de novembro. Na cerimônia, quatro organizações, que já haviam sido premiadas com R\$ 20 mil em etapas regionais, ganharam mais R\$ 80 mil para continuarem desenvolvendo os trabalhos. Além disso, foi escolhido o grande vencedor nacional.

Santa Catarina teve dois finalistas. O Conselho Comunitário dos Bairros Saic e

Jardim Itália, de Chapecó, foi finalista da categoria pequeno porte. Já a Casa da Criança foi finalista e venceu a categoria médio porte.

A seleção das vencedoras teve cinco etapas e contou com coordenação técnica do Centro de Estudos e Pesquisa em Educação, Cultura e Ação Comunitária (Cenpec) e 400 avaliadores. Nesse processo, as organizações foram classificadas com base na arrecadação de cada uma delas. Foram considerados ainda os trabalhos realizados e a área de atuação. Durante a cerimônia de premiação das vencedoras, ministrada pelo

apresentador Luciano Huck, o Ministro da Educação Fernando Haddad reforçou a importância de se destacar experiências que tiveram êxito em ensino com qualidade e com envolvimento da sociedade.

CONTATOS

- ▶ **Site:** www.casadacriancamp.org.br
- ▶ **E-mail:** casadacriancamp@brturbo.com.br
- ▶ **Fone:** (48) 3333-0257

Os VENCEDORES 2011

▶ Grande vencedor nacional

Projeto: Ações Culturais para Povos Rurais
ONG: Projeto Verde Vida
Crato (CE)

▶ Vencedor nacional de grande porte

Projeto: Carpe Diem
ONG: Instituição de Incentivo à Criança e ao Adolescente de Mogi Mirim
Mogi Mirim (SP)

▶ Vencedor nacional de médio porte

Projeto: Casa da Criança
ONG: Casa da Criança do Morro da Penitenciária Florianópolis (SC)

▶ Vencedor nacional de pequeno porte

Projeto: Rios de encontro
ONG: Associação dos Artistas Plásticos de Marabá (Galpão de Artes de Marabá – GAM)
Marabá (PA)

▶ Vencedor nacional de micro porte

Projeto: Circo da Alegria
ONG: Associação de Pais Mestres e Funcionários Toledo (PR)

▶ Menção Honrosa

Projeto: Canto das Artes
ONG: Associação Amigos da Cultura e do Meio Ambiente Palmas (TO)

▶ Menção Honrosa

Projeto: TQT – Teclas que Transformam
ONG: Grupo de Apoio Nisfram Sumaré (SP)



EM BUSCA DE CONSENSO PARA O CAMPO

Aprovado pelo Senado, novo Código Florestal volta à Câmara de Deputados em janeiro de 2012



O polêmico projeto do novo Código Florestal Brasileiro, que busca criar regras para conciliar as atividades produtivas no campo com preservação ambiental, deu um grande passo. Em dezembro, o texto passou pelo plenário do Senado. Como foram muitas mudanças, o projeto volta agora para a Câmara dos Deputados, onde deverá ser votado no início deste ano, e, se aprovado novamente, seguirá para receber o aval da presidente Dilma Rousseff.

Com o projeto virando lei, Santa Catarina, que tem um código ambiental próprio desde 2009, teria que se ade-

quar à nova legislação nacional. Para a diretora de Meio Ambiente da ACIF, Jane Pilotto, o assunto é de grande importância, tanto para garantir a eficiência dos setores produtivos agregadores de qualidade à sociedade em geral, quanto para garantir a preservação dos bens naturais, essenciais para garantia a médio e longo prazo dos mesmos valores, para esta sociedade. "Este debate tem como objetivo tornar claro como deve ser tratado o componente florestal, nas áreas urbanizadas e, sobretudo, nas áreas rurais. A segurança gerada por uma lei clara e objetiva, elaborada com bom tempo de debate com a sociedade em geral,

tem condições de gerar melhorias na relação das empresas rurais e agricultores com o meio ambiente, que é o supridor maior das condições que geram riqueza na produção agropecuária", destaca.

Ela acredita que neste debate há pelo menos dois lados opostos: os que querem o máximo de terras 'produtivas', com o mínimo de áreas a serem preservadas, e o outro lado, que deseja o máximo de preservação ambiental. Segundo Jane, a solução para o problema seria encontrada se as pessoas pudessem olhar para seus negócios analisando como e o quanto são dependentes dos serviços ambien-

tais proporcionado pelas florestas e, analisando ainda, o que será melhor para esta e para as próximas gerações.

E, do outro lado, acrescenta a diretora da ACIF, os que se definem como ambientalistas precisam entender os problemas gerados pela preservação da natureza às custas da pobreza daqueles que não terão acesso à alimentação, educação e qualidade de vida se não houver crescimento econômico e investimentos no setor gerador de riquezas. “É uma injustiça social que, no mínimo, se opõe ao conceito do que é ser ecológico”, compara. Para Jane, o desafio é encontrar o equilíbrio nessa discussão. “A pressão junto aos nossos representantes é imprescindível para que a votação seja clara e a compreensão das consequências dos termos assumidos sejam previstos”, acrescenta. No Senado, o texto-base dos senadores Luiz Henrique da Silveira (PMDB-SC), ex-governador de San-

ta Catarina, e Jorge Viana (PT-AC), foi aprovado em primeiro turno com 59 votos a favor e sete contrários.

Para a ministra do Meio Ambiente, Izabella Teixeira, o novo código aprovado pelo Senado representa um avanço. Ela compareceu ao Senado no fim da votação e admitiu que o governo precisará encontrar uma nova forma de trabalhar para coibir o desmatamento e promover o reflorestamento. “Mais do que fiscalização, o código promove um maior controle social. Ele prevê, por exemplo, a suspensão do crédito para os produtores que estiverem irregulares com as questões ambientais”, explicou.

O texto segue agora para a Câmara, onde os deputados irão votar se acatam integral ou parcialmente o substitutivo do relator Jorge Viana. Eles podem ainda rejeitar completamente o texto do Senado e retomar o projeto original aprovado na Casa.

Segundo o líder do governo na Câmara, Cândido Vaccarezza (PT-SP), a tendência é de que os deputados aceitem as alterações feitas pelo Senado no Código Florestal, “fazendo apenas alguns ajustes”.

Um dos representantes de Santa Catarina na Câmara, o deputado federal Onofre Santo Agostini (PSD), também acredita em uma aprovação do projeto sem grandes alterações. Ele levanta uma preocupação específica com os produtores catarinenses de arroz, que terão que preservar uma área maior na margem de cada rio, caso o texto seja aprovado como chegou à Câmara. Mas lembra que o Código também permite que os próprios Estados possam resolver algumas questões locais. “A proposta aprovada no Senado está correta, pois dá instrumentos para cuidar do meio ambiente ao mesmo tempo em que permite o setor produtivo produzir”, defende o deputado.

Após muito debate, senadores aprovam o Código Florestal





As MUDANÇAS:

► RECOMPOSIÇÃO DAS MARGENS

Este é um ponto de grande interesse para Santa Catarina, pois afeta praticamente todas as propriedades. O código antigo previa 30 metros de preservação para rios com até 10 metros de largura. O código catarinense propunha cinco metros. E a proposta do Senado ficou em 15 metros. Veja o que foi aprovado:

► Para rios com até 10 metros de largura:

Todas as propriedades poderão manter atividades consolidadas até 2008 em margens de rios, mas serão obrigadas a recompor faixas de vegetação de, no mínimo, 15 metros no caso de rios de até 10 metros de largura.

► Para rios acima de 10 metros de largura:

Imóveis de até quatro módulos fiscais (cada módulo varia de 72 a 96 hectares no Estado, dependendo do município): devem recompor faixas de matas correspondentes à metade da largura do rio – do mínimo de 30 metros ao máximo de 100 metros. Propriedades com mais de quatro módulos fiscais: conselhos estaduais de meio ambiente, após ouvirem o Poder Executivo, estabelecerão as dimensões mínimas obrigatórias de matas ciliares.

► NASCENTES E OLHOS D'ÁGUA

Serão permitidas atividades consolidadas no entorno das nascentes e olhos d'água, com recomposição obrigatória da vegetação em um raio mínimo de 30 metros. Em Santa Catarina, pequenas propriedades com várias fontes podem ter dificuldade em cumprir a legislação.

► ATIVIDADES EM ENCOSTAS DE MORROS

As atividades serão permitidas nas encostas com inclinação de 25 e 45 graus. Em Santa Catarina, algumas áreas de produção de frutas ou pecuárias que ultrapassem essas inclinações terão que ser encerradas.

► MULTAS

A possibilidade de converter multas em serviços de recuperação ambiental será estendida para todas as propriedades rurais que desmataram sem autorização ou sem licenciamento e foram autuados até 2008.

► REGULARIZAÇÃO

O texto estabelece prazo de até dois anos, a partir da nova lei, para que União, estados e Distrito Federal implantem os Programas de Regularização Ambiental. Em topos de morro, poderão ser admitidas atividades florestais, culturas de espécies lenhosas, perenes ou de ciclo longo, além de infraestrutura associada ao desenvolvimento dessas atividades. Estão vedados novos desmatamentos nas áreas protegidas.

► RESERVA LEGAL

É fixado o prazo de cinco anos para que os Estados aprovelem o zoneamento ecológico-econômico. Propriedades que desmataram reserva legal após 22 de julho de 2008 têm cinco anos para recompor a área.

► INCENTIVOS ECONÔMICOS

Novos incentivos econômicos foram criados para quem preservar e recuperar áreas florestadas.

► ZONAS URBANAS

O texto assegura que sejam mantidos pelo menos 20 metros quadrados de área verde por habitante em novas expansões urbanas. Os municípios terão de delimitar a largura das faixas marginais dos cursos d'água natural.

Fonte: DC, 08/12/2011

A ACIF VAI LONGE.

Inovação, mobilidade, funcionalidade. Com sua Unidade Móvel, a ACIF pode estar presente em todas as localidades que ainda não contam com regionais da entidade, bem como oferecer suporte às regionais já estabelecidas ou em eventos diversos. A ACIF MÓVEL foi configurada com exclusividade em todos os seus detalhes. Está equipada com modernos equipamentos e pode funcionar como uma verdadeira sala de reuniões móvel, servindo também para divulgação da entidade, captação de novos associados e venda de produtos e serviços. A ACIF MÓVEL é o símbolo perfeito de uma entidade que está em permanente movimento.



acert@acif.org.br



SUCESSO MANÉ

Trabalho e atenção ao mercado consolidam Ostradamus Ribeirão, de Jaime José de Barcelos

Ficar atento às demandas do mercado é uma das famosas dicas para o sucesso empresarial. O restaurante Ostradamus Ribeirão é um exemplo concreto disso. O empreendimento gastronômico nasceu como um simples ambiente para venda de sorvetes, água de coco e caldo de cana no Ribeirão da Ilha, comunidade tradicional que faz parte do roteiro turístico da Capital. Mas ao ouvir os pedidos dos clientes locais e dos turistas, o então novato empresário Jaime José de Barcelos conseguiu transformar a ideia no que é hoje um dos restaurantes mais famosos de Florianópolis.

Vindo de uma família tradicional do Ribeirão da Ilha, Jaime, na verdade, começou a vida empresarial em um setor bem distante da gastronomia. Ele tinha uma pequena oficina em casa. A empresa funcionou por 12 anos, mas estava gerando mais estresse do que resultado financeiro e, então, Jaime resolveu fechar as portas do empreendimento. Isso foi entre a temporada de Verão de 1996 para 1997. Foi nesta mesma época que surgiu a ideia do espaço para vender sorvetes, água de coco e caldo de cana.

Adaptando o espaço onde era a oficina e com a família trabalhando junto, ele deu início ao Cantinho Açoriano. “Não tinha nada parecido na comunidade e o pessoal gostou da ideia, principalmente os turistas que, antes, vinham para o Ribeirão da Ilha, olhavam as casas antigas e iam embora”, recorda o empresário. Ele reconhece que, ao contrário do que esperava, precisou trabalhar muito mais do que na oficina. A ideia era oferecer uma opção mais artesanal, o que levou Jaime para o meio das fazendas de cana da família, coisa que não fazia há mais de 20 anos.

Mas ele estava decidido a fazer o projeto dar certo. Havia vendido a oficina e o carro da família e investido tudo no novo empreendimento. A família abraçou a ideia e ajudou nas primeiras compras dos estoques de sorvetes. Naquela época, sem um histórico bancário de peso, ficou inviável conseguir financiamentos ou empréstimos em condições amigáveis.

Apesar da inexperiência no setor, o em-



preendimento obteve sucesso em sua primeira temporada de Verão. Mas em março de 1997, veio o primeiro grande desafio: era preciso lidar com a sazonalidade da Ilha, muito maior naquela época do que nos dias de hoje. Foi quando surgiu a ideia de incluir cachorro-quente no cardápio da sorveteria. Mais uma vez, a reação da comunidade foi muito positiva. “Estava me sentindo o McDonald’s do Ribeirão da Ilha, os moradores me deram muito crédito. A própria comunidade estava com vontade de crescer e eu percebi que dava para fazer a coisa acontecer”, brinca Jaime.

Quando chegou 1998, os turistas também entraram na ideia e Jaime garantiu o dinheiro para investir no crescimento do projeto. “Não podia ficar só nisso e, a cada temporada, ia investindo mais”, conta.

Embora tivesse um bom resultado com os produtos comercializados, Jaime queria oferecer algo mais ligado à cultura local e às tradições do Ribeirão da Ilha. Ele percebeu que os turistas que visitavam a região queriam comer pratos típicos, à base de ostras e mariscos. Contando mais uma vez com o apoio da família, ele instalou uma dezena de mesas no jardim da casa e adaptou a cozinha para preparar ostra ao bafo e in natura. “Isso deu um impulso muito grande ao negócio”, recorda. A mudança foi entre o final de 1998 e o



início de 1999. Ele lembra que, no início, o serviço era bem rústico. “Não tínhamos nem cardápio. O cliente dizia como queria a ostra e nós preparávamos. Tentamos sempre ouvir as sugestões e dicas dos clientes”, destaca.

Novamente, Jaime reinvestia praticamente todo o dinheiro que entrava em melhorias no restaurante. E a participação de todo mundo da família, em especial da esposa Luciane, foi fundamental para o sucesso. O trabalho era puxado, mas a equipe não desanimava. “Fiquei cinco anos sem descansar em sábados, domingos e feriados”, acrescenta. Quando a primeira filha do casal, Aline, nasceu,

o projeto do restaurante começou a ser levado ainda mais a sério e o espaço foi rebatizado de Ostradamus.

“Nós queríamos muito melhorar e crescer. E foram os clientes, que eram muito exigentes, que nos inseriram na gastronomia profissional. Eles falavam o que encontravam em outros restaurantes de ostras em diferentes regiões e nós íamos adaptando tudo para a nossa realidade. A meta sempre foi crescer, mas sem perder a identidade principal”, explica o empresário que, com o tempo, foi consolidando o nome Ostradamus como uma marca de sucesso genuinamente mané.

PÚBLICO CRESCENTE

O Ostradamus serve cerca de 30 mil dúzias de ostras por ano. Em média, são atendidas 1,2 mil pessoas por semana. O crescimento do público tem ficado na casa dos 5% ao ano, revela o empresário Jaime José de Barcelos. Ele destaca que, considerando apenas a temporada de Verão, de dezembro até março, o restaurante serve cerca de 450 pessoas por dia. Como a ostra é tanto um prato refinado como uma comida típica, o perfil do público é variado. “O melhor cliente é aquele que entra pela nossa porta”, brinca Jaime.

Para manter a qualidade do atendimento, o restaurante conta com uma equipe de 40 funcionários. Jaime lembra que a maior parte dos empregados foi treinada pelo próprio restaurante. A preferência sempre foi por pessoas da

comunidade do Ribeirão da Ilha, e como o Ostradamus foi um dos primeiros da região, foi difícil encontrar profissionais já qualificados para trabalhar no setor gastronômico. “Buscamos pessoas que queiram aprender e se comprometer com a qualidade exigida e com a profissionalização, porque se um funcionário causa um acidente grave pode acabar com uma história de 10 anos”, explica o empresário.

E o envolvimento com o restaurante acabou criando laços fortes com os funcionários. De todos que já ingressaram no Ostradamus, apenas seis saíram da casa. “É uma equipe que cresceu junto e dá muito valor a isso. Devo muito a eles. Temos funcionários com 13 anos de casa, que estão desde o início. O mais novo tem dois anos de casa”, conta Jaime.





INOVAÇÃO PARA CONTINUAR EVOLUINDO

Para o empresário Jaime José de Barcelos, hoje com 47 anos, o exercício diário da atividade à frente do Ostradamus foi o que levou ao aprimoramento dos serviços. E a qualidade do restaurante também conquistou reconhecimento nacional. O Ostradamus coleciona premiações na área de gastronomia e é presença constante no guia Comer & Beber, da revista Veja, da Editora Abril. “Você sempre pode fazer melhor e, nesse sentido, o tempo é um amigo fiel. Existem mais pessoas que desistem dos seus projetos do que pessoas que fracassam de verdade”, acrescenta o empresário, destacando a importância da persistência e determinação em busca do sucesso.

E com a filosofia de melhorar sempre, o Ostradamus tenta trazer novidades a cada temporada. Há dois anos, Jaime criou o Tens Tempo Café e Presentes, localizado em frente ao restaurante do Ribeirão da Ilha. Na centenária casa de arquitetura açoriana, reformada especialmente para o pro-

jeto, o cliente pode provar autênticos doces portugueses, chocolates finos e vinhos de altitude.

Diante do crescente movimento, principalmente na temporada de Verão, o empresário também comprou um terreno próximo ao restaurante para garantir um estacionamento exclusivo para os clientes do restaurante e do café. A ideia é decorar o local com esculturas que representem um pouco da tradição açoriana, projeto que deve se concretizar ao longo de 2012. Jaime também está investindo na construção de uma adega subterrânea, que ficará abaixo do restaurante. A obra deve ser concluída este ano. “Não podemos ficar parados, é preciso inovar sempre”, destaca o fundador do Ostradamus.

Outro exemplo de pioneirismo do restaurante foi a compra de um depurador de ostras, há três anos. Toda ostra servida passa pelo equipamento, que filtra a água e aplica radiação ultravioleta sobre as peças para eliminar qualquer impureza.

EM MEIO AO POLO NACIONAL

O Ostradamus têm a vantagem de estar localizado em uma área privilegiada. Na região, não faltam opções de fornecedores. Hoje, a Grande Florianópolis produz cerca de 90% do total de ostras cultivadas no País, e a expectativa é de que a produção cresça ainda mais nos próximos anos.

Segundo o relatório mais recente da Epagri, a produção total de moluscos (ostras, mexilhões e vieiras) comercializados em 2010 por Santa Catarina foi de 15.635 toneladas, representando um aumento de 25,5% em relação a 2009 e a maior produção já registrada para o Estado. Atuou diretamente na produção um contingente de 695 maricultores, representados por 28 associações municipais e uma estadual, duas cooperativas e duas federações, distribuídos em 12 municípios do Litoral, compreendidos entre Palhoça e São Francisco do Sul.

A comercialização de ostras na safra 2010 foi de 1.908 toneladas, representando um aumento de 6,49% em relação à safra 2009 (1.792 toneladas). Mesmo com esse incremento na produção, Santa Catarina ainda está 39,5% abaixo do recorde, 3.152 toneladas, em 2006.

Os municípios que mais contribuíram para a produção total de ostras do Estado foram Florianópolis, com uma produção de 1.477 toneladas, representando 77,4% da produção estadual, seguido por Palhoça, com 14%, São José, com 6,6%, Biguaçu, com 1,4%, e Governador Celso Ramos, com 0,9%. Todos esses municípios fazem parte da Grande Florianópolis e localizam-se dentro das Baías Norte e Sul. A comunidade do Ribeirão da Ilha destaca-se como a maior produtora de ostra, com 1.114 toneladas, representando 58,4% da produção estadual.

Hoje, ostras de alta qualidade são produzidas nas cerca de 130 fazendas marinhas localizadas no Ribeirão da Ilha, Santo Antônio de Lisboa e Sambaqui. O mar da "Capital Nacional da Ostra" apresenta as condições ideais para o desenvolvimento perfeito do crustáceo. Só para se ter uma ideia da importância do molusco para Florianópolis,

tudo o ano no mês de outubro ocorre a Fenaostra, uma das festas mais tradicionais de Santa Catarina.

A ostra, além de ser uma iguaria muito apreciada na culinária brasileira, é rica em zinco, mineral essencial para o desenvolvimento e funcionamento dos órgãos reprodutores, o que a fez ser popularmente conhecida pelos poderes afrodisíacos e revigorantes. Além disso, possui em sua composição proteínas, vitaminas A, do complexo B e D, ferro, cálcio e fósforo. E possui baixas calorias e pouca gordura.

O próprio Ostradamus também contribui para a produção de ostras. Em 2011, o empresário Jaime José de Barcelos resolveu entrar no ramo de

cultivo do molusco com a compra de uma fazenda de três hectares. A meta é, entre maio e abril deste ano, tirar ostras dessa própria fazenda. Além disso, ele aluga uma outra fazenda de ostras, essa com sete hectares.

O projeto busca mais do que reforçar o abastecimento do restaurante. A ideia é transformar a fazenda de ostras em mais um atrativo turístico, com os clientes podendo fazer um passeio de barco até o local onde elas são cultivadas, antes de almoçar ou jantar no restaurante. "Esse seria um roteiro específico para a baixa temporada, ajudando a formar grupos para movimentar o restaurante durante o ano todo", explica o empresário.



UM POUCO DA HISTÓRIA DO RIBEIRÃO DA ILHA

O Ribeirão da Ilha é um dos principais pontos turísticos de Florianópolis. A região foi uma das primeiras comunidades a ser habitada na Capital. O nome dado à praia origina-se de um pequeno rio ou ribeira, situado no local (ribeiracô, em linguagem indígena). De acordo com historiadores, os primeiros navegadores portugueses e espanhóis chegaram por volta de 1506. Entre 1748 e 1756, houve a colonização efetiva da Ilha, desembarcando cerca de 6 mil açorianos.

Localizado a 36 quilômetros do centro de Florianópolis, o Ribeirão da Ilha é composto por várias praias pequenas, de águas calmas e areia grossa. Os casarões típicos mantêm viva a tradição da arquitetura açoriana. Além da famosa via gastronômica, a Igreja Nossa Senhora da Lapa do Ribeirão e o Museu Etnológico do Ribeirão da Ilha (que guarda documentos e algumas peças que contam a história da região) são outros exemplos de atrações da região.



O Ribeirão da Ilha é um dos principais pontos turísticos de Florianópolis. A região é uma das primeiras comunidades a ser habitada na Capital





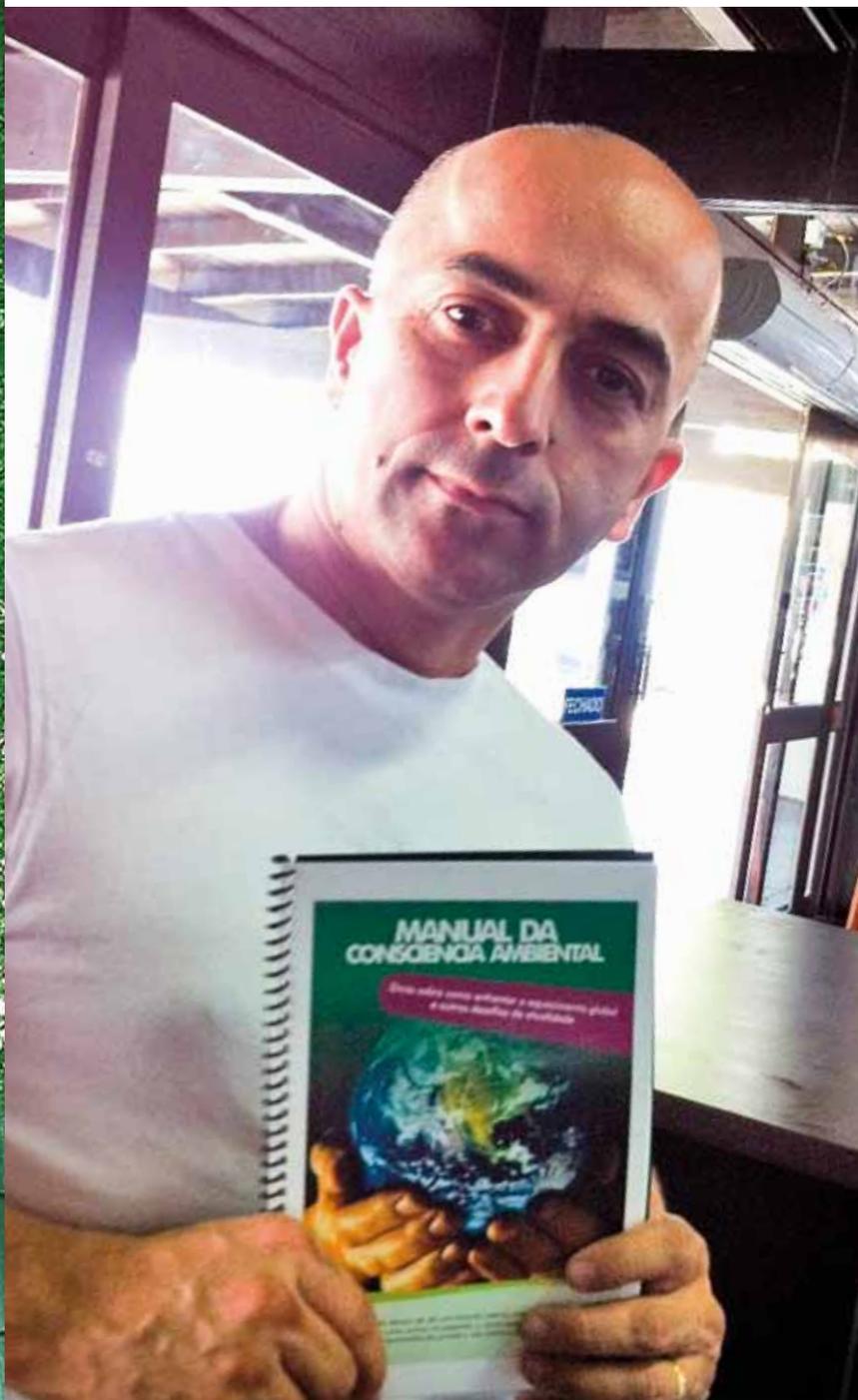
SURPREENDA-SE



www.grupoall.com.br

PRESERVAÇÃO AMBIENTAL NO CARDÁPIO

Grupos Ágapes lança manual com dicas de como combater a depredação ambiental



XXXXX

A diretoria do grupo Ágapes, uma das maiores empresas do ramo gastronômico da Grande Florianópolis, usou o bom humor para chamar a atenção dos funcionários para a preservação ambiental. A empresa lançou um manual para a conscientização da importância de simples ações que podem ser adotadas no dia a dia para combater os impactos negativos no meio ambiente. Entre as medidas, destaque para a preocupação com o destino correto do óleo de cozinha.

O consultor gastronômico Clailton Luiz lembra que, quando descobriu que um litro de óleo de cozinha contaminava 100 mil litros de água, percebeu que era hora de fazer algo diferente. “O principal objetivo era fazer da minha empresa um exemplo daquilo que meus funcionários podem fazer em suas casas”, conta. Foi quando surgiu a ideia de preparar o manual.

Por enquanto, o manual é divulgado, principalmente, entre os funcionários do restaurante. Esta primeira etapa contou também com a realização de palestras internas e treinamento dos funcionários. Mas Clailton colocou o material também no site do grupo (www.restauranteagapes.com.br) com as primeiras versões do manual para que outros interessados possam fazer o mesmo em suas instituições. “Alguns clientes e colegas do setor ficaram sabendo e pediram uma cópia do manual, então coloquei em nosso site”, explica. A proposta é que uma nova versão, concluída recentemente e escrita de uma forma bem humorada, seja distribuída para a sociedade em geral.

“Todos nós somos responsáveis pela preservação ambiental. Se aproveitarmos a normas internas de nossas empresas para ajudar na educação

e consciência ambiental de nossos colaboradores, que ficam boa parte do tempo em nossos estabelecimentos, com certeza estaremos contribuindo muito para a preservação do meio ambiente”, avalia Clailton, destacando a importância do empresariado local se engajar em causas ambientais.

No manual original, foi abordada especificamente a questão da reciclagem do óleo de cozinha, ensinada como é feita esta reciclagem e no que se pode transformar o óleo foi utilizado, além de exemplificado também como ele é prejudicial ao meio ambiente quando descartado inapropriadamente. O manual ensina que o óleo de cozinha é altamente prejudicial ao meio

ambiente e, quando jogado na pia (rede de esgoto), causa entupimentos, havendo a necessidade do uso de produtos químicos tóxicos para a solução do problema.

Muitos bares, restaurantes, hotéis, condomínios e residências ainda têm jogado o óleo utilizado na cozinha na rede de esgoto, desconhecendo os prejuízos que isso causa. A empresa defende que não jogar óleo em fontes de água, na rede de esgoto ou no solo é uma questão de cidadania. Diversas são as possibilidades de reciclagem apontadas para o óleo de fritura, como a produção de resina para tintas, sabão, detergente, glicerina, ração para animais e biodiesel.

Entre as soluções sugeridas

para o problema, o manual apresenta o ReÓleo, o programa de reciclagem de óleo de cozinha da ACIF, do qual o restaurante Ágapes faz parte. O programa ReÓleo teve início em 1998. Desde então, a associação trabalha para dar um destino correto aos resíduos de óleo vegetal dos restaurantes de Florianópolis. Quem participa do programa, além de contribuir para o meio ambiente, pode também trocar o óleo coletado por produtos de limpeza ou cursos na ACIF. Desde o início das atividades, o programa já reciclou mais de 1,5 milhão de litros de óleo, que deixaram de contaminar o meio ambiente.

TRECHOS DO MANUAL DE CONSCIÊNCIA AMBIENTAL DO ÁGAPES:

► “Ao longo da história da Terra, a Natureza e o homem estranham-se vivendo em brigas constantes. Enquanto o homem derruba as suas árvores, polui suas águas e transforma os seus bichinhos em casaco de pele, a Natureza dá o troco, arrasando com o homem, com água, fogo, terra e ar, sendo às vezes necessário chamar o Greenpeace e o Capitão Planeta para acalmá-la. Deus Pai até perdoa o homem pela sua irresponsabilidade, mas a exigente mãe natureza não! Diante disso, o meio ambiente deixou de ser um assunto restrito a entusiastas e cientistas malucos. Visto como penoso no passado, o tema agora ocupa as manchetes de jornais e até, imaginem, das colunas sociais. Empresas, mídia, governos, extraterrestres, artistas e até políticos de todo o mundo passaram a discutir com urgência o que fazer para salvar o bicho homem do aquecimento global e melhorar a miserável qualidade de vida na Terra”.

► “Segundo os especialistas em natureza, a poluição será responsável pelo fim de nosso Planeta e, conseqüentemente, pelo fim dos cinemas, das mulheres, dos restaurantes, dos cafés, do Avai, do estádio da ressacada e de tudo o que tem de bom neste mundo. Mas, e você, cara pálida, já pensou no que pode fazer a respeito? Não? Eu já sabia disso... Por isso desenvolvi este acanhado manual. As dicas e informações que você vai ler aqui podem ser aplicadas no seu dia a dia agora mesmo, em casa, no trabalho, no banheiro, na casa da sogra, nos espaços públicos, na privada, em sua vida pessoal, etc. Mas em todas elas será preciso mudar alguns hábitos, principalmente para uma criatura teimosa como você... Este manual pretende provar que é possível promover pequenos gestos que podem conduzir a grandes mudanças, se forem adotados por todos nós. Afinal, a responsabilidade de cuidar do planeta é nossa, desta geração, pois a geração passada já era, e a geração futura dependerá do que estamos fazendo agora”.

► “Porque temos que economizar os recursos naturais? Em 1976, os 4 bilhões de habitantes que habitavam no planeta consumiam recursos que a natureza, com muito custo conseguia repor. Hoje, o consumo de recursos naturais ultrapassa em 50% a capacidade de reposição da pobre coitada. A estimativa é que, em 2030, será necessário o equivalente a duas Terras para garantir o consumo desenfreado de uma humanidade com sangue no zóio. Para voltarmos ao patamar em que a natureza conseguia repor, seria preciso reduzir o consumo de recursos naturais em 33%. Na prática, isso significaria retroceder, recuar, desandar, retrogradar, retornar, volver, regressar... Algo difícil de alcançar, já que uma grande parcela dos atuais 7 bilhões de habitantes da Terra tem melhorado sua situação financeira e consumido em ritmo acelerado. Mas essa não é uma boa notícia? Mais ou menos... Hoje, o consumo de um abastado americano equivale ao de 32 bastardos do Quênia. Caso os 7 bilhões de habitantes do mundo tivessem o mesmo padrão de vida dos americanos e canadenses, o planeta teria recursos naturais suficientes para atender somente às necessidades de 1,7 bilhão de pessoas. O restante teria que tentar a vida em outro Planeta...”

'CRIAMOS UMA GRIFE EM SC'

O setor de tecnologia catarinense tem crescido uma média de 20% ao ano, desempenho de fazer inveja a muitos outros segmentos tradicionais. À frente da Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (Acate), o presidente **Rui Luiz Gonçalves** vê em 2012 um ano com perspectivas ainda melhores. Nesta entrevista para a Líder Capital, ele fala dos desafios do setor para manter e até aumentar esse crescimento, da importância do associativismo e das metas de levar o empreendedorismo tecnológico para novas regiões de Santa Catarina.

Líder Capital - Qual o balanço do setor em 2011? Atingiram-se as expectativas para o ano no Estado?

Rui Luiz Gonçalves - O setor de tecnologia de Santa Catarina tem crescido de forma significativa nos últimos anos, mantendo uma média de 20% ao ano. Tal crescimento oferece uma série de bônus para todo o segmento, mas também ônus, como a falta de mão de obra qualificada em quantidade e qualidade. Em 2011, ano que deflagrou mais uma crise financeira mundial, houve uma retenção de alguns investimentos, que acabou amenizando em parte a falta de recursos humanos. Mas com a retomada dos investimentos, precisaremos novamente elevar o nível de oferta de profissionais no mercado.

Líder Capital - E quais as perspectivas para 2012?

Gonçalves - As perspectivas são ainda melhores. A cada ano, somos mais reconhecidos pelo País e até pelo mundo como um grande centro de tecnologia, com soluções diversificadas que atendem diversos segmentos de mercado vitais para o crescimento do País. Este reconhecimento tem contribuído na atração de pessoas para trabalhar e empreender na região, o que ajuda na revitalização contínua do nosso segmento. Como fornecedores de tecnologia para todo o Brasil e mundo, a visão de uma Florianópolis e Santa Catarina tecnológicas e inovativas, é fundamental. Ao longo dos últimos 30 anos, conseguimos criar uma grife. Soluções em hardware e software, se são do Estado, são de qualidade, inovadoras e confiáveis. O apoio incondicional de órgãos governamentais, como a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável, juntamente com a Fapesc e a Secretaria Municipal de Ciência e Tecnologia de Florianópolis, junto à Prefeitura, tem sido fundamental e, em 2012, teremos diversos projetos novos e a continuidade de muitos outros criados em 2011. Outro mecanismo que dará mais fôlego para o crescimento do setor tecnológico de Florianópolis será a Lei Municipal de Inovação, que deve ser aprovada ainda em 2011 e esperamos que seja sancionada logo no início de 2012. Criar diversos mecanismos para intensificar o desenvol-



vimento de inovação nas empresas, inclusive criando fundos a partir dos impostos e subsídios recolhidos das nossas mais de 500 empresas de base tecnológica. A crise internacional, sobretudo nos países europeus e nos Estados Unidos, pode ter um efeito interessante para o Brasil, Santa Catarina e Florianópolis. Dado o crescimento que o País vem apresentando nos últimos anos e a visibilidade internacional como ambiente propício para os negócios, muitos profissionais e pesquisadores estão interessados em desenvolver seus trabalhos junto a empresas e universidades brasileiras. Isso irá contribuir bastante para o nosso desenvolvimento.

Líder Capital - Quais os avanços que o senhor aponta na formação de mão de obra local, uma antiga bandeira do setor?

Gonçalves - Avançamos de forma considerável nos últimos anos quanto a formação de recursos humanos. A Acate tem sistematicamente articulado com diversas instituições para que haja um maior alinhamento do profissional que está sendo formado com as necessidades das empresas de base tecnológica. As escolas técnicas, as instituições de ensino do Sistema S, como Senai e Senac, além da rede de universidades tanto públicas quanto privadas que temos em Santa Catarina tem sido parceiras neste processo. Estão ampliando vagas, inclusive, muitas delas gratuitas ou com bolsas, atendendo nossa demanda. As empresas também têm feito sua parte, financiando projetos de capacitação ou dando contrapartida na contratação de profissionais em programas com subsídios governamentais. O programa Geração TEC, do Governo do Estado, é a iniciativa mais recente nesta área, que irá formar mais de 5 mil jovens em toda Santa Catarina, em mais de 10 polos regionais. A migração de profissionais de outras regiões e países para Santa Catarina é outra característica, visto que aqui no Estado oferecemos muito mais do que salários e benefícios, oferecemos um ambiente agradável de trabalho, qualidade de vida, segurança e desenvolvimento sustentável. Nossos atrativos são incomparáveis com outras regiões. Foi assim que o Vale do Silício se consolidou como um dos principais polos tecnológicos do mundo: na atração das mentes brilhantes de todos os Estados Unidos e de países como China e Índia.

Líder Capital - Hoje, como o senhor avalia a estrutura de incubadoras em SC para abrigar novos projetos na área de tecnologia?

Gonçalves - Temos uma das mais significativas e referendadas redes de incubadoras do País. Três delas já receberam prêmios como melhor incubadora do Brasil, concedidos pela Anprotec: Celta, Midi Tecnológico e Instituto Gene. É um modelo de sucesso e fundamental para a consolidação do nosso polo. E precisa cada vez mais ser ampliado e buscar novos horizontes. Na Acate temos uma experiência de sucesso que é o Midi Tecnológico, administrado pela entidade e mantido pelo Sebrae/SC. Nossas incubadas aproveitam o ambiente de negócios que a Acate tem proporcionado. As incubadas, ainda nos primeiros anos, já mantém relacionamento e contatos com empresas de maior porte em seus segmentos de atuação. Isso tem representado a oferta de soluções conjuntas e inovadoras e, até mesmo, o investimento das nossas maiores empresas em negócios menores, com o objetivo de ampliar a carteira de projetos, clientes e tecnologias. O Governo do Estado, por meio da Fapesc, vem apoiando a política de incubadoras por todo o Estado de Santa Catarina. É preciso avançar: acredito que é fundamental o papel dos municípios neste processo, juntamente com associações empresariais regionais. Ainda há uma concentração muito grande da gestão de incubadoras por universidades. Elas devem participar da gestão, porém não é papel da Academia promover sozinha o empreendedorismo inovador de forma sistêmica e sustentável, pensando como um negócio. Prefeituras, empresários e universidades precisam juntos desenvolver as incubadoras para uma maior assertividade.

Líder Capital - Santa Catarina tem os polos consolidados de Florianópolis, Joinville e Blumenau. Quais as outras regiões do Estado que têm demonstrado potencial?

Gonçalves - A vocação tecnológica de Santa Catarina, aliada com o espírito empreendedor e com a diversidade econômica de todas as regiões do Estado, tem possibilitado a criação de novos polos. A Acate já tem mapeado as empresas e está contribuindo e se aliando aos agrupamentos regionais em cidades como Chapecó, Caçador, Rio do Sul, Jaraguá do Sul, Criciúma, Tubarão, Lages, Araranguá e Itajaí. Queremos levar nossa experiência de sucesso de Florianópolis para estes polos, não só os

associando, mas sobretudo levando conhecimentos nas áreas de investimentos, captação de recursos, qualificação de mão de obra, entre outros. Cada região deve aliar o desenvolvimento tecnológico com suas vocações regionais, criando empresas que inicialmente resolvam problemas de suas regiões, para depois crescerem e ganharem mais espaço.

*O associativismo
é hoje o melhor ambiente
para se crescer e
desenvolver no
setor tecnológico*

Líder Capital - Quais as dicas e recomendações que o senhor daria para alguém interessado em empreender no setor de tecnologia?

Gonçalves - O associativismo é hoje o melhor ambiente para se crescer e se desenvolver no setor tecnológico. É neste relacionamento com o mercado e com outros empresários que já percorreram seus caminhos, muitas vezes sinuosos, que o novo empreendedor poderá desenvolver seu negócio. Siga seu espírito empreendedor, estude os riscos inerentes ao empreendedorismo a ao negócio de tecnologia. Os primeiros aviadores e navegadores confiavam no conhecimento empírico e na sorte - hoje é bem diferente, já dispomos de GPS, meteorologia e radares. Fazendo a analogia com a administração e os negócios, temos todos os instrumentos e apoios disponíveis, basta usá-los e entender os mecanismos de apoio, como associações empresariais. Estamos em uma cruzada pela inovação. As incubadoras são os melhores mecanismos para modelar negócios, capacitar o empreendedor a criar, manter e desenvolver sua empresa. É onde ideias tornam-se negócios e empresas. O apoio do Sebrae e Fapesc, neste sentido, tem sido fundamental para capacitar o empreendedor. Atualmente, tanto o governo do Estado, quando o federal, têm programas que estão incentivando novas empresas por meio de subvenção. Basta estar atento, buscar muita informação e relacionamento para poder crescer junto com o setor.

PRODUTIVIDADE COM BOM HUMOR

Bom ambiente de trabalho favorece o crescimento profissional e até o faturamento da empresa



A gigante Google já deu o recado: um ambiente de trabalho descontraído ajuda, e muito, a manter os funcionários criativos e a produtividade em alta. Mas a receita não vale só para as grandes multinacionais. Com disciplina, pequenas e médias empresas também podem investir em medidas que fazem a diferença no dia a dia.

Nos escritórios do Google no Brasil, mesas de pingue-pongue, videogames, pufes e redes de descanso dividem espaço com mesas, cadeiras e computadores. Além disso, as áreas de trabalho de cada um dos funcionários, inclusive a do presidente da empresa, são decoradas individualmente.

Como um dos resultados, a empresa se mantém no topo dos rankings das melhores para se trabalhar.

A Glóbulo Célula Criativa, agência de gestão de marcas, de Florianópolis, é um bom exemplo local de empresa que investe no clima do ambiente de trabalho. Alex Lima, do planejamento da empresa, defende que é preciso entender que o colaborador pode passar mais tempo no trabalho do que em sua casa. "Entendendo isso, a tentativa de tornar o ambiente algo familiar é sempre válida. Objetos pessoais, fotografias, brinquedos e até músicas são bem-vindas na Glóbulo. Temos um colaborador que traz umas duas vezes por semana a Raiska, sua cachorrinha de estimação, por exemplo", explica.

Há ainda uma tradição de que quando um funcionário deixa a empresa e vai para outro trabalho, por vontade própria, ele deixa um pertence seu. Além da lembrança no ambiente, é uma forma de carinho e respeito recíproco, avalia Lima. Algumas medidas estruturais também foram tomadas. Os ambientes de trabalho não têm paredes, são todos abertos e unidos, com exceção da sala de Lima, que funciona principalmente para reuniões.

Lima destaca que o exemplo da Glóbulo mostra que estas iniciativas podem funcionar bem também nas pequenas empresas. "Não investimos nada além do básico. Tudo é muito intuitivo e trazido, muitas vezes, pelo próprio colaborador. O real objetivo é fazer com que cada um sinta que o trabalho

é uma extensão da sua casa, do seu lazer. A ideia é que venham trabalhar porque gostam, por se sentirem muito bem, por compartilharem uma meta coletiva maior, mais importante, e não simplesmente para constar numa folha de pagamento”, explica.

Ele defende que o essencial para que este modelo funcione bem é que todos saibam exatamente qual é o objetivo final do trabalho. “Outro ponto interessante é que o próprio cliente sente isso também. Ao vir na Glóbulo, ele se sente em casa, se sente confortável, se sente íntimo. Este sentimento não é uma atmosfera forçada, é natural”, destaca Lima.

Estudo do portal Trabalhando.com comprova a importância de medidas como a da Glóbulo. Levantamento divulgado em 2011 mostra que remuneração e plano de carreira são importantes na avaliação de aceitar uma proposta e mudar de empresa, mas não são o primordial. Para a maioria dos trabalhadores, ter um bom ambiente de trabalho é o que conta. Dos 390 entrevista-

dos, 52% responderam que a convivência harmoniosa entre colegas e gestores afeta o comportamento pessoal e profissional e impacta na motivação.

O livro *The Levity Effect* (O Efeito Leveza), dos americanos Adrian Gostick e Scott Christopher, publicado pela Editora John Wiley & Sons, defende que um ambiente de trabalho leve favorece o crescimento pessoal e aumenta a satisfação profissional, além de contribuir positivamente para o faturamento da empresa. Por ambiente leve, eles apontam um local em que há liberdade para conversas, brincadeiras e, eventualmente, algumas piadas. Eles ressaltam, ainda, que dar uma boa risada diminui os níveis de estresse, reduz a pressão arterial e até combate dores. Mas Scott alerta: ter alto-astral não significa que você precisa se transformar no palhaço do escritório. “Leveza não tem a ver com gargalhadas fora de hora, mas, sim, com a vontade de encarar os problemas com otimismo sem deixar de apresentar bons resultados”, explica.

*O livro **The Levity Effect** (O Efeito Leveza), dos americanos Adrian Gostick e Scott Christopher, publicado pela Editora John Wiley & Sons, defende que um ambiente de trabalho leve favorece o crescimento pessoal e aumenta a satisfação profissional, além de contribuir positivamente no faturamento*



CORRENDO PARA LONGE DA ROTINA

Empresário: Marcelo Bohrer de Almeida – Empresa: Newton Imóveis | Hobby: Corrida de aventura



“O objetivo é terminar o trajeto no melhor tempo possível. Existem provas curtas e outras que duram até sete dias”

Marcelo Bohrer de Almeida gosta de aventuras. E gosta de correr. Juntando o útil ao agradável, ele achou nas corridas de aventura a opção perfeita para se exercitar, manter contato com a natureza e combater o estresse do dia a dia. O empresário de 26 anos, sócio-diretor da Newton Imóveis e diretor do Conselho de Câmaras e Núcleos Setoriais da ACIF, defende que a prática de exercícios é essencial para ajudar a lidar com o ritmo acelerado da vida profissional.

Além da corrida de aventura, Marcelo pratica natação três vezes por semana e surfa sempre que possível. “Todo o empresário pode e deve fazer alguma atividade física para ajudar no dia a dia”, diz ele, que desde criança sempre foi muito ligado a diferentes esportes. A oportunidade de praticar corrida de aventura surgiu quando Marcelo serviu ao Exército. Com um mapa e uma bússola, ele aprendeu a se localizar em áreas isoladas e de vegetação fechada. E essa é a ideia também das corridas de aventura. “O objetivo é terminar o trajeto no melhor tempo possível. Existem provas curtas e outras que duram até sete dias”, explica.

Até hoje, a prova mais longa da qual o empresário participou foi de uma corrida de 120 quilômetros, em Pomerode, no Vale do Itajaí, que demorou 11 horas para ser concluída. Neste ano, ele começou a fazer também maratonas. Mas lembra que a corrida de aventura é mais interessante por abranger outros esportes, incluindo modalidades mais radicais, como o rapel. Ele diz que as provas acabam exigindo um final de semana inteiro, sendo um dia para descansar e se preparar e outro para executar a etapa.

Marcelo vê muita relação entre as corridas de aventura e a vida de empresário. “Toda prova exige muito planejamento, tanto para determinar a quantidade de comida e bebida que vai ser levada, como para escolher o melhor trajeto a ser percorrido. O mapa oferece várias opções e é preciso definir uma estratégia e enfrentar as dificuldades que surgirão no meio do caminho. Uma empresa também exige muito planejamento e habilidade para lidar com situações adversas”, compara. Além disso, ele diz que o esporte é uma forma de exercitar o corpo e a mente e também de quebrar a rotina.



ALTOPADRÃO

Fique por dentro do processo criativo que transforma sonhos em realidade. A Revista Alto Padrão é o melhor canal de divulgação da arquitetura, decoração, design, engenharia e paisagismo de Blumenau e região. Em edições mensais, traz o que se faz de melhor nestes segmentos, evidencia os profissionais de maior destaque e o desenvolvimento do mercado. É destinada a formadores de opinião, como profissionais do ramo, lojas especializadas e clientes das classes A e B do Médio Vale e Litoral.



Mais design e arquitetura na Capital catarinense
Revista Alto Padrão está em Florianópolis.

Para anunciar ou assinar
(47) 3035-5500

mundi

www.mundieditora.com.br

OFURÔ, FÁCIL ASSIM

De fibra com acrílico resinado, tem suporte de entrada e ducha manual. O misturador monocromado é para quente e frio, além de imersão total na água. Os acessórios são todos cromados. As dimensões são de 1300x680x750 milímetros. Um verdadeiro convite para relaxar.

Disponível na dimys.com.br por cerca de R\$ 4.820.



COSMOVOIDE

A Cosmovoide é uma cama de design inusitado, que faz lembrar um ovo, preservando, no entanto, todos os requisitos necessários para o conforto do usuário. Projetada por artesãos na França e com as mesmas características de uma cama dossel, ela também dispõe de luzes, televisão, home theater – todos integrados. O design carrega certo aspecto futurista.

Mais informações no site da marca.

VIE DURABLE

O tênis francês Twins for Peace acaba de chegar ao Brasil, tendo o ex-jogador Raí como embaixador da marca. Desde a criação, em 2009, a empresa apresenta o "Shoe Project", que destina um par de tênis a crianças carentes a cada compra efetuada. No Brasil, parte da verba arrecadada com a venda dos tênis será repassada para a Gol de Letra, entidade fundada por Raí.

Mais informações no site da marca.





CLEAN TO CLEAN

Além das cores tradicionais, as mulheres poderão escolher entre as opções rosa, verde, azul e lilás como acessório indispensável. Estamos falando dos relógios da linha Classic Pastel, criados pela Ice-Watch para este Verão. A tecnologia é a já conhecida, à prova d'água e pulseiras em policarbonato.

Os modelos estão à venda no <http://br.ice-watch.com>.

FOU DE MAQUILLAGE

Já estão apresentados no e-commerce brasileiro Sack's, adquirido pelo grupo francês LVMH, os produtos da Sephora. Se fazer compras pelas gigantes lojas físicas distribuídas por 13 países já era bom, melhor ainda será adquirir maquiagens e cosméticos de alta qualidade em poucos cliques. Em um primeiro momento, a Sephora disponibilizará 250 produtos entre batons, sombras e máscaras. Tão logo, a intenção é apresentar o maior número possível de artigos da marca.

Mais informações no site da marca.



DIRETO DA DISNEY



Os famosos personagens e cenários do mundo mágico estão reunidos no Disney Universe que recém foi lançado no Brasil. Uma experiência de ação ininterrupta com o estilo dos jogos da série Lego. São ações multiplayer para até quatro jogadores simultaneamente. Os personagens usam trajes da Disney, num total de 45, entre clássicos e contemporâneos.

O Disney Universe está disponível online para Windows PC por R\$ 49,90 e para Wii, PlayStation 3 e Xbox 360, por R\$ 149,90.



1



2



3



4

- ▶ 1 - Tenente-Coronel da PM, José Norberto de Souza Filho, falando sobre as rodovias estaduais durante a Semana do Empresário da Regional Sul;
- ▶ 2 - Presidente Doreni, lançando a 2ª edição do Prêmio ACIF de Jornalismo;
- ▶ 3 - Evento da Câmara da Mulher Empresária que buscou atrair novas integrantes interessadas em conhecer as atividades da Câmara;
- ▶ 4 - Diretora de Comunicação da ACIF, Juliana Pamplona, e o Presidente da ACI, Ademir Arnon, no lançamento da 2ª edição do Prêmio ACIF de Jornalismo;
- ▶ 5 - Palestra sobre Associativismo de Resultado.



5



EVOLUÇÃO É CRIAR SEMPRE O QUE SUA MARCA PRECISA

frozz comunicação
IDÉIAS EM EVOLUÇÃO.

ACIF ATINGE MARCA DE 3 MIL ASSOCIADOS

Conquista consolida entidade como uma das mais representativas de Santa Catarina

No último mês de novembro, a ACIF chegou à marca de 3 mil associados. A ousada meta – em pouco mais de dois anos, a entidade ganhou metade do número de associados que havia conquistado em mais de nove décadas – foi estipulada pelo presidente Doreni Caramori Júnior, em seu discurso de posse do primeiro mandato, em 2009.

“A meta do associativismo é gerar benefícios comuns e superar dificuldades por meio da união de pessoas, empresas ou instituições. E a ACIF, com um número cada vez maior de associados, se fortalece ainda mais, consolidando-se como uma das mais representativas entidades do Estado, com voz ativa na discussão de propostas que atendam aos interesses dos empresários e também da cidade”, afirma o presidente da entidade. Hoje a ACIF é a maior associação empresarial do sistema da Facisc. A conquista é resultado de uma estratégia comercial alicerçada na oferta de produtos e serviços que garantem maiores benefícios e competitividade às empresas associadas, além de ações que tem aproximado a entidade da comunidade. Em relação aos produtos e serviços para associados, a ACIF tem atuação destacada. Além da oferta sistemática de treinamentos, há também projetos como o Bússola Empresarial (consultoria financeira e de gestão, gratuita e com hora marcada, nas Regionais), o cartão Útil Card e o cartão Alimentação/Refeição (sistema de descontos e vantagens em estabelecimentos comerciais), convênios médicos e odontológicos, serviços relacionados ao crédito (consultas ao Serasa), o plano de previdência, entre outros.

Já entre os serviços e projetos de interesse público estão o Banco de Talentos (para cadastro de currículos e oportunidades de emprego), o ReÓleo e o Reciclatec (preservação e educação ambiental), o Pace, os prêmios de jornalismo e para mulheres empreendedoras, que estão em sua segunda edição, além da participação direta da entidade na discussão de temas relevantes para a cidade e também para o País, com reuniões junto ao Poder Público e outras lideranças. A ACIF ainda conta com cinco unidades regionais (Continental, Ingleses, Canasvieiras, Lagoa da Conceição e Sul) descentralizando as ações e levando os benefícios para perto dos empresários de outros bairros, além da região central; e 20 núcleos setoriais, que representam e incentivam o crescimento de diferentes segmentos. Para o presidente, “é a disposição de cada empresário que dedica seu tempo ao associativismo que nos entusiasma, cada vez mais, a seguir em frente e continuar lutando pelas causas do setor produtivo e de Florianópolis. O momento é de celebrar a união e enaltecer a todos, associados, colaboradores e voluntários, que fazem da ACIF uma das grandes forças do associativismo catarinense”, ressalta Doreni Caramori Júnior.



CAT DA ACIF COM NOVIDADES

Os turistas que visitarem o Norte da Ilha durante a temporada vão novamente contar com os serviços do Centro de Atendimento ao Turista (CAT) da ACIF. E para a temporada 2011/2012, o posto de atendimento terá novidades. Além do horário especial de Verão – até o final do Carnaval, estará aberto de terça a domingo, das 9h às 20h - o CAT ganhará cinco placas indicativas, colocadas ao longo da rodovia SC-401 desde o bairro Itacorubi, e um grande totem que será instalado em frente ao posto.

“Com essa nova sinalização, que auxiliará os visitantes a encontrarem mais facilmente o CAT, temos a expectativa de dobrar o número de atendimentos, não só durante a temporada, mas também durante todo o ano”, destaca Luiz Carlos Padilha, coordenador do centro de atendimento. Segundo ele, para esta temporada, o CAT também espera contar com o trabalho de dois agentes da Polícia Civil, que atenderão em conjunto com o serviço da ACIF. “Estamos finalizando uma parceria com a Delegacia do Turista para que tenhamos esses oficiais de plantão, facilitando a resolução de problemas que os turistas possam ter”, diz.

A estrutura do CAT para esta temporada também foi ampliada. Serão seis colaboradores, dois para serviços administrativos e quatro guias. Estes são estagiários, formados no curso de Guia Mirim, da AFLOV e capacitados para receber visitantes brasileiros e estrangeiros. Outra novidade é a participação do CAT nas redes sociais Facebook e Twitter. Nesses canais são postadas informações como condições das praias, previsão do tempo, eventos, entre outros.

Localizado no sentido centro-praias da SC-401, o CAT oferece aos visitantes, informações sobre hotéis, restaurantes, praias, eventos, passeios e pontos turísticos de Florianópolis; e material de apoio como guias regionais, mapas, revistas, informativos, entre outros itens que possam servir como referência para quem chega à cidade. Também há distribuição gratuita de material de divulgação e guias da Santur, Setur, Abrasel, ABH e dos Núcleos Gastronômico (Ingleses e Coqueiros) e Imobiliário da ACIF.



**OS LEITORES TÊM
MAIS INFORMAÇÃO.
OS ANUNCIANTES,
NOVAS OPORTUNIDADES.**

Desde 2001, a Mundi Editora produz revistas, jornais, sites e informativos com alto padrão de qualidade gráfica e editorial para você, que é especial e gosta do que há de melhor no mercado em Santa Catarina. São publicações impressas e digitais, destacando pessoas, eventos e ações de lazer, comportamento, sociedade, turismo, saúde, cultura e opinião. O resultado deste trabalho é mais informação e novas oportunidades para todos. Bom para o leitor, bom também para o anunciante.

*A editora de maior circulação impressa de Santa Catarina.
Fonte: Levantamento do Instituto de Pesquisa MIPA.

EMPRETEC VOLTA EM FEVEREIRO

Nova edição do Programa acontece na matriz e as inscrições já estão abertas

Início de ano sempre é um bom momento para novos desafios e projetos. Por isso, a ACIF oferece, logo no início de fevereiro, uma oportunidade para quem quer desenvolver ou potencializar sua capacidade empreendedora. Entre os dias 6 e 11, a entidade promove na matriz mais uma edição do Programa Empretec, um workshop que tem como proposta estimular comportamentos empresariais positivos nos participantes para melhorar sua performance nos negócios ou para alavancar ideias e tirá-las do papel. As inscrições, limitadas, já estão abertas pelo educacao@acif.org.br.

Criado há 25 anos pela Organização Mundial das Nações Unidas (ONU) e, desde 1990 aplicado no Brasil pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (Sebrae) – a ACIF é parceira desde 2009 -, a iniciativa tem registrado resultados bastante positivos. Pesquisa do Sebrae mostra que, depois do seminário, o número de desempregados diminuiu, os profissionais passaram a ganhar mais, a formalização das empresas aumentou, as empresas engordaram seus caixas e contrataram mais funcionários. Segundo o levantamento, 71% das empresas cresceram, em média, 64% (num período médio de três anos), e 62% dos participantes aumentam a renda após o Empretec.

O programa comportamental é estruturado em 60 horas/aulas aplicadas no formato de seminário. “Durante os seis dias, são desenvolvidas competências relacionadas ao sucesso empresarial por meio de exercícios práticos e vivências, processamento e foco na aplicação dos negócios que reproduzem situações críticas enfrentadas no dia a dia de uma empresa. Com base nos resultados, são reforçadas ou alteradas condutas como iniciativa, persistência, capacidade de correr riscos, autoconfiança, eficiência, independência, entre outras”, explica a diretora de Treinamento Empresarial da ACIF, Adriana Loch.

Para participar, o candidato precisa, inicialmente, preencher um questionário (basta solicitar gratuitamente no e-mail acima). Na sequência, o participante é encaminhado para uma entrevista de seleção, agendada previamente. Se estiver de acordo com a metodologia do Empretec, o candidato poderá participar do programa.

Esse será o oitavo Empretec promovido pela ACIF na Capital. No ano passado, foram realizadas quatro edições do programa.

CENTRO GANHA MAIS INFRAESTRUTURA

Seguindo o exemplo dos lojistas da Rua Vidal Ramos, que conseguiram a revitalização do local depois de uma Parceria Público-Privada entre a ACIF, Instituto de Planejamento Urbano (IPUF), Prefeitura Municipal e Sebrae/SC, os comerciantes das ruas Francisco Tolentino e Conselheiro Mafra também estão engajados em ação semelhante para melhorar a infraestrutura e atrair novamente os consumidores para essas ruas do centro histórico de Florianópolis.

Mais uma vez, a ACIF é a parceira inicial para a empreitada. Por meio do Programa Empreender da entidade, os comerciantes formaram, em agosto de 2011, a Câmara de Lojistas das Ruas Conselheiro Mafra e Francisco Tolentino. Nesses cinco meses, os 21 estabelecimentos que hoje integram a Câmara de Lojistas, já realizaram várias ações junto ao Poder Público, aos outros comerciantes e à comunidade. Entre as principais ações estão reuniões com a Secretaria de Segurança Pública e Polícia Militar para aumentar a segurança na região, incluindo a instalação de câmeras de monitoramento; encontros com a Comcap para melhorar a coleta de lixo e a limpeza das ruas, além de orientações aos lojistas sobre como descartar materiais; e com a Secretaria de Assistência Social para tentar resolver o problema dos moradores de rua que vivem por ali. Já para apresentar a Câmara aos demais comerciantes, além de visitas a cada estabelecimento, a partir deste mês, todos os lojistas receberão um informativo com as atividades realizadas.

“O objetivo das reuniões é, além de começar a resolver alguns dos nossos principais problemas, estreitar os laços com todos que fazem parte deste ciclo, para que tenhamos apoio também em futuros projetos”, destaca Francisco Luiz De Nez, coordenador da Câmara. Para o próximo ano, mais ações estão programadas. “Vamos buscar recursos e parcerias para a revitalização das ruas, assim como aconteceu na Vidal Ramos”, afirma o coordenador. Mas segundo ele, enquanto as obras não começam, algumas ideias para movimentar o comércio serão colocadas em prática. “Teremos mais eventos abertos ao público, como o de abertura da Primavera com atividades culturais e serviços gratuitos, para promover o comércio da região, e vamos começar uma divulgação mais forte da rede hoteleira que fica em nosso entorno com o objetivo de trazer turistas pra cá”, completa.





Gráfica Natal.

O maior formato
em offset plana da
Grande Florianópolis



www.graficanatal.com.br

Rua Joaquim Carneiro, 45 - Capoeiras - 88.085-120
Florianópolis - SC - Tel: 48 3244 0058



O VALOR DA IMPRESSÃO

NEGÓCIOS EM ALTA

Sandri de Oliveira Imóveis é especializada em terrenos

O mercado imobiliário de Florianópolis é um dos mais aquecidos do País. É uma tendência nacional, que já faz o crédito imobiliário responder por cerca de 5% do PIB do País, segundo a Câmara Brasileira da Indústria da Construção. Investir em imóveis é considerado um bom negócio, mas é imprescindível conhecer esse mercado ou contar com acompanhamento profissional. Sediada na Capital, mas atendendo a toda a região, a Sandri de Oliveira Imóveis especializou-se em terrenos e, para isso, conta com corretores que auxiliam os clientes conforme a necessidade.

Como diferencial, a imobiliária possui uma equipe especial para reduzir o tempo gasto com a burocracia com cartórios, escrituras, bancos e administrações de construtoras – trabalho que será qualificado em 2012. A empresa também está presente em todos os plantões de venda da J.A. Construções, uma das maiores da região no segmento.

Para o sócio proprietário Francisco Leonel Sandri de Oliveira, a entrada da empresa na ACIF trará benefícios. “Ingressamos primeiramente para aproveitar as inúmeras vantagens, como cursos, convênios e informações. Também buscamos uma maior visibilidade, alavancando novos negócios e clientes”, explica. Para 2012, a meta é expandir para outras cidades.



MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Sandri de Oliveira Imóveis**
- ▶ **Contato:** (48) 9152-4922 ou 8452-1758

PIONEIRISMO EM MÍDIAS EXTERIORES



Publicar é a maior empresa do setor no Sul

Considerada uma das mais eficientes mídias exteriores, a publicidade em ônibus tem em Florianópolis a maior empresa do ramo no Sul do País – e pioneira em Santa Catarina. A Publicar, no mercado desde 1985, cobre 100% da região metropolitana da capital, onde conta com 950 ônibus disponíveis para a comercialização de espaços. Seus principais produtos são o Busdoor – propaganda afixada apenas no vidro traseiro – e o BackBus – adesivamento total da traseira.

Uma característica é a preparação rápida dos produtos e a utilização de pesquisas mercadológicas para auxiliar os clientes. Os serviços estão disponíveis para cerca de 35 municípios catarinenses, com escritórios em Florianópolis, Blumenau e Itajaí.

Recentemente, a Publicar ganhou prêmio de Melhor Veículo de Comunicação da Grande Florianópolis, concorrendo com todos os veículos de comunicação – não apenas de mídia exterior –, concedido pelo Grupo de Mídia de Santa Catarina.

Para Marcelo Silveira, administrador da empresa, a entrada na ACIF significa “estar respaldado por uma entidade de classe e participativa”. Para 2012, o objetivo é continuar a ser reconhecida pelos clientes e pelo mercado publicitário como empresa líder no Estado.

MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Publicar Publicidade em Ônibus**
 - ▶ **Contato:** (48) 3233-1777 e publicar@publicar.com.br
 - ▶ **Na internet:** www.publicar.com.br
- Associados ACIF contam com negociações flexibilizadas.**

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

Aceite na sua empresa

O novo Cartão ACIF Util Card movimentará 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.

Descontos especiais

Com o novo Cartão ACIF Util Card, seus usuários terão descontos especiais nas redes credenciadas, como farmácias, clínicas médicas, clínicas odontológicas, laboratórios, lojas, serviços e muito mais.

Os cartões Rede de Vantagens estão sendo substituídos pelo UtilCard. Visite sua regional ou agende uma visita para saber de todos os detalhes e novidades do novo Cartão ACIF.

- Regional Continente: 3244-5578
- Regional Lagoa: 3232-0185
- Regional Canasvieiras: 3266-2910
- Regional Ingleses: 3269-4111
- Regional Sul: 3237-4388



DO RÚSTICO AO MODERNO

Bicho Carpinteiro Móveis trabalha apenas com madeira de lei e faz parcerias com arquitetos

A utilização de madeiras que sobram da demolição de antigas casas, estábulos e galpões para a fabricação de móveis é uma arte que, na Bicho Carpinteiro Móveis, adapta-se a uma grande variedade de projetos, do rústico ao moderno. Para isso, uma equipe de marceneiros trabalha apenas com madeiras de lei, como canela e peroba, sob o lema “Nada se perde, tudo se transforma”.

Sediada em Florianópolis, a empresa desenvolve projetos também em parceria com arquitetos. As entregas são feitas em todo o Brasil.

Para 2012, a meta é fidelizar os parceiros e ampliar o mercado de atuação. “Sabemos que o mercado de decoração em Florianópolis cresce a cada dia, com inovações crescentes. Desejamos acompanhar esse crescimento e atuar sempre com inovação”, explica o proprietário João Batista da Silva.

Sobre o ingresso na ACIF, a expectativa é positiva. “A atuação da ACIF deverá ser, no Sul da ilha, não apenas de uma associação estática preocupada somente com a vinculação de sócios, mas sim que participe com eles das mudanças de comportamento do mercado consumidor, que se torna a cada dia mais exigente”, diz. A empresa é a única que trabalha com madeira de demolição associada ao Núcleo Catarinense de Decoração.

MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Bicho Carpinteiro Móveis**
- ▶ **Contato:** (48) 3226-7455 / 8836-8224
- ▶ **Na internet:** www.bichocarpinteiorusticos.com.br
contato@bichocarpinteiorusticos.com.br

UM PASSEIO AO AR LIVRE PELA CAPITAL

Com serviço pioneiro no País, LocoMotos aluga motos, bicicletas e scooters a turistas e moradores



MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **LocoMotos – locadora de scooters, motos e bicicletas.**
 - ▶ **Contato:** (48) 3232-1717 / locomotos@locomotos.com.br
 - ▶ **Na internet:** www.locomotos.com.br
- Associados da ACIF ganham 2 horas extras por diária no final da locação**

Um dos melhores destinos turísticos do Brasil, Santa Catarina recebeu 128.421 turistas em 2010, fazendo com que, só na Grande Florianópolis, a ocupação hoteleira alcance 90,6% no Réveillon, com média anual de 46,7%. Boa parte é atraída pelos atributos naturais da Ilha de Santa Catarina. Atenta a esse mercado, desde 2003 a Locomotos, de Luis Gustavo Tarikian (Guga) e Alan Edelstein, oferece ao turista uma forma prática e econômica de se locomover: o aluguel de motos e scooters.

O serviço é pioneiro no Sul do País. Para atender ao público estrangeiro, os funcionários foram qualificados para prestar o atendimento em inglês, italiano e espanhol. E ainda dão dicas de praias, restaurantes e passeios. A empresa atende toda a Grande Florianópolis.

“Para 2012, nosso planejamento é aumentar a frota de motos e scooters, com objetivo de terceirizar motos para empresas e iniciar a locação de bicicletas elétricas (e-bikes), que em minha opinião são o transporte do futuro”, explica Luis Gustavo. A ideia é implantar um novo conceito de terceirização de motos, conforme cada necessidade. Associar-se à ACIF foi estratégico para a consolidação da marca. “Entramos com o objetivo de melhorar o bairro em que vivemos e trabalhamos, a Lagoa da Conceição”, completa Alan.

SUA MARCA NO LUGAR CERTO

Conheça o mix de soluções em mídia oferecido pela Associação

Saber onde e como divulgar sua marca é condição indispensável para a construção ou fortalecimento da imagem de uma empresa ou instituição. Além disso, uma imagem positiva junto ao público gera, por consequência, bons negócios. Mas, como identificar os melhores lugares para expor produtos e serviços, divulgar a imagem e incrementar a receita? Primeiramente é preciso avaliar se a mídia escolhida tem credibilidade e se atinge um bom número

de consumidores, principalmente aqueles de interesse da empresa.

Com um grande número de associados (3 mil), representatividade e visibilidade local, a ACIF oferece mídias que contemplam esses quesitos e podem ser utilizadas por associados e não-associados. É possível anunciar no portal, nas redes sociais, na revista mensal e no informativo online semanal da entidade. “Nossos veículos propiciam diferentes espaços e formatos para peças publicitárias, e ainda há a possibilidade de

fazermos pacotes ‘casando’ essas mídias, estratégia que atinge diferentes públicos e segmentos”, explica a gerente de Mercado da ACIF, Marília Augusto. As condições e os valores para comercialização desses espaços devem ser tratados junto ao setor de comunicação e marketing da entidade, pelo daniella@acif.org.br.



CONHEÇA CADA UMA DAS MÍDIAS DA ACIF:

► Portal ACIF e Redes Sociais

Dinâmico e interativo, o portal da ACIF permite anúncios em várias páginas, em diferentes tamanhos, fixos ou com animações. O novo formato do portal, com conteúdo constantemente atualizado, intercâmbio de informações e integrado com as redes sociais, tem atraído bastante público. Em menos de um ano da criação dessa nova ferramenta, no ar desde fevereiro deste ano, já foram contabilizadas 44 mil visualizações, uma média de 4 mil acessos mensais. Já nas redes sociais, os anúncios podem ser feitos no Twitter (@acif_floripa, com 1,1 mil seguidores), no Facebook (perfil e página acif_comunicação, com 2, 1 mil amigos e 174 fãs), no álbum de fotos Flickr (873 visualizações em um ano) e na TV ACIF no Youtube (com 2,3 mil visualizações em um ano).



► Revista Líder Capital

É uma publicação mensal, com tiragem de 4 mil exemplares, distribuída entre associados, órgãos públicos, imprensa e outras associações e entidades. A revista abre espaço para matérias sobre meio ambiente, negócios – gestão, cases de sucesso e benchmarking –, cidade, variedades e assuntos institucionais, com diferentes pontos de vista. Uma leitura agradável e informativa para todos os públicos. Na revista, os anúncios podem ser feitos em 1/3 página, páginas simples ou duplas (também 2ª e 3ª páginas e centrais), na contracapa (parte interna e externa) ou ainda em pequenos selos no alto de uma página específica, escolhida pelo anunciante. O perfil do público leitor é classe A. As matérias são todas de caráter jornalístico e não podem ser compradas.

► Newsletter

Via email, notícias internas da entidade são enviadas semanalmente aos 3 mil associados e a outros 5 mil contatos de interesse da ACIF. É uma forma rápida e prática de mostrar ações e projetos, internos e externos, realizados pela Associação. Neste espaço, também é possível colocar banners fixos ou animados.

QUE VENHA 2012!

Doreni Caramori Jr,

empresário e presidente da ACIF

Em junho de 2010, a Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF) comemorou um número animador: a conquista de 2 mil associados. Na mesma época, a diretoria, então recém-empossada, traçou uma nova meta: chegar a 3 mil associados até meados de 2012. O desafio foi vencido já em dezembro de 2011. O desempenho extremamente positivo - crescimento de 33% em pouco mais de 12 meses - é reflexo do intenso trabalho desenvolvido pela entidade.

Em 2011, os funcionários e os voluntários que integram a direção da ACIF exercitaram intensamente o espírito do associativismo e encararam sem temores o desafio e a responsabilidade de representar milhares de empresas responsáveis por centenas de milhares de empregos.

Deixando de lado interesses particulares, buscaram conhecer as necessidades dos empresários de toda Florianópolis, o que resultou no reforço das unidades regionais da entidade, e se dedicaram a buscar soluções. A ACIF debateu questões polêmicas, como a Reforma Tributária, a Reforma Política, a mobilidade e a segurança pública, e apresentou suas próprias propostas de solução para grandes problemas da cidade e do País. Ouviu e foi ouvida por representantes dos poderes Executivo e Legislativo de Florianópolis, de Santa Catarina e do País.

E fizemos mais. Dentro da ACIF, jovens ouviram a experiência de

grandes empreendedores e obtiveram mais conhecimento para gerar empregos e riqueza no município. Mulheres debateram empreendedorismo e valorizaram personagens que fazem a diferença e deixarão sua marca na história local. Também estimulamos ações de proteção do meio ambiente, caso do ReÓleo, que ganha cada vez mais força, e tivemos a coragem de combater práticas como o comércio de ambulantes ilegais, atividade predatória de empregos.

Fomos além e estimulamos o desenvolvimento do mercado formal de trabalho. A ACIF ofereceu inúmeros cursos de aperfeiçoamento e desenvolveu um espaço online que facilita tanto a seleção de pessoal, grande dificuldade dos empregadores, quanto a conquista de vagas por aqueles que estão no mercado em busca de oportunidades.

Não paramos por aí. Incrementamos os mecanismos de troca de informações e relacionamento com os associados e realizamos diversos eventos que estimularam parcerias entre as diversas associadas da entidade.

O ano de 2012, certamente, será de ainda mais trabalho. Afinal, a ACIF representa o setor produtivo da cidade, que precisa se organizar para definir suas necessidades, desenvolver suas propostas de melhoria e, principalmente, ter voz e ser ouvida na discussão de temas fundamentais como a segurança, a mobilidade e a criação de um ambiente propício ao desenvolvimento econômico e social.



“Em 2011, os funcionários e os voluntários que integram a direção da ACIF exercitaram intensamente o espírito do associativismo e encararam sem temores o desafio de representar centenas de milhares de empregos”

LANÇAMENTO | JUNTO A COQUEIROS



VITAMARE

NEOVILLE-FLORIANÓPOLIS

Eugenio

VISTA ETERNA PARA O MAR E REQUINTE INIGUALÁVEL.
NEOVILLE FLORIANÓPOLIS CHEGOU AO SEU MOMENTO MÁXIMO.



VISTA PARA O MAR DO EMPREENDIMENTO



QUADRA DE TÊNIS



GUARITA

2 E 3 SUÍTES | DUPLEX E COBERTURAS
125 A 403 M² DE ÁREA TOTAL*

- PISCINA COM BORDA INFINITA E QUADRA DE TÊNIS • ÁREA DE LAZER INÉDITA NO CONTINENTE, COM MAIS DE 30 ITENS DE LAZER
- REGIÃO EM FRANCA VALORIZAÇÃO • FÁCIL ACESSO À ILHA, AO AEROPORTO E À BEIRA-MAR NORTE

VISITE OS DECORADOS: Rua João Meirelles, 1.441 – Junto a Coqueiros
Fone: (48) 3037-3737 | www.cyrela.com.br

Realização:



Imagens meramente ilustrativas. Possíveis alterações de projeto serão executadas de acordo com o Memorial Descritivo do empreendimento. Registro de Incorporação efetivado sob o R.1-40.756, na matrícula nº 40.756, do Livro nº 2 – Registro Geral do Ofício de Registro de Imóveis da 3ª Zona da Comarca de Florianópolis-SC. Projeto arquitetônico: Elizabeth Poczaruk e Mantovani e Rita Arquitetura. Projeto paisagístico: Benedito Abbud e Takeda Arquitetos. *Área total das unidades referente à coluna 37 da ND 140.



Kia Cadenza

Os limites da sofisticação
foram ultrapassados



Florianópolis: 48 3248-0777 Marginal da via expressa, 1.828 - Capoeiras
São José: 48 3288-0777 Av. Leoberto Leal, 13 - Principal Avenida de Barreiros

Power Imports

Bal. Camboriú • Blumenau • Joinville
Jaraguá do Sul • Florianópolis • São José

Garantia de 5 anos ou 100.000 km, o que ocorrer primeiro, para cobertura básica. Fotos ilustrativas.

Cinto de segurança salva vidas.