

## BATE-PAPO

Pesquisador e escritor Antônio Pereira Oliveira fala sobre o livro 'A história do turismo em Florianópolis - narrada por quem a vivenciou', lançado em novembro



# Gostinho de sucesso

A loja Empório da Cozinha, do empresário Marcio Contrucci Vaz de Lima, começa 2012 com a intenção de levar aos banheiros o mesmo diferencial que confere às cozinhas: produtos que ninguém mais tem no mercado



# Em horas de pós adquira anos de experiência.

Cursos de Pós-graduação *Lato-Sensu*

## TURMAS ABERTAS 1º e 2º Semestre 2012:

### PRESENCIAIS

#### Início 1º Semestre 2012:

Gerenciamento de Projetos  
Gestão Empresarial Estratégica  
Estratégias Financeiras e de Custos  
Criação de Moda  
Gestão de Projetos de Design Gráfico

#### Início 2º Semestre 2012:

Gestão de Processos de Negócio  
Tecnologias Aplicadas à Educação  
Gestão Estratégica de Pessoas  
Moda: Gestão e Marketing



### A DISTÂNCIA

#### Início 1º Semestre 2012:

Educação a Distância  
Artes Visuais, Cultura e Criação  
Educação Ambiental  
Gestão da Segurança de Alimentos  
Governança de TI  
Gestão Cultural

# É TEMPO DE CRESCER!



Na edição nº 49 da Revista **Líder Capital**, apresentamos uma empresa que cresceu muito ao longo dos anos. A Empório da Cozinha começa 2012 com o desafio de consolidar os grandes passos dados em 2011. A empresa que nasceu em um pequeno escritório de representações comerciais, em uma sala de 20 metros quadrados, mudou para a nova sede em agosto do ano passado. Trata-se de um amplo espaço de 440m<sup>2</sup>, onde os clientes encontram produtos nacionais e importados para equipar as cozinhas e, agora, também os banheiros. Tudo com a proposta de garantir no atendimento um diferencial em relação às concorrentes do mercado.

Abordamos, também, um assunto polêmico da Grande Florianópolis: o Código de Posturas. Este ano, os moradores de Florianópolis vão participar da elaboração de várias regras que definem a organização da Capital catarinense. Está aberto para sugestões o processo de revisão de Código de Posturas do Município, um documento que trata de questões relevantes de ordem pública e de funcionamento dos estabelecimentos comerciais, mas que não é atualizado desde a criação, na década de 1970.

Em março, durante as festividades do aniversário da cidade, Florianópolis ganha o primeiro open shopping. Quem passar pela Rua Vidal Ramos poderá conferir um novo e belo visual. As lojas receberam marquises padronizadas, as calçadas foram remodeladas, ganharam bancos, lixeiras e floreiras. Os novos postes têm desing diferenciado dos demais da cidade e trazem moderna iluminação em led. Confira tudo sobre a novidade na seção Institucional da revista.

Confira também, na seção Benchmarking, como criar e gerir a marca de uma empresa de sucesso, entre outras novidades.

**Boa leitura!**

**Conselho Editorial**



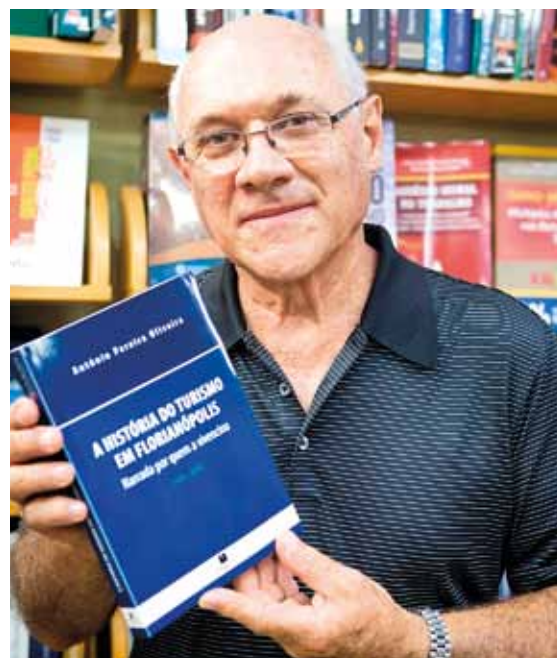


## 12. DESTAQUE

A loja Empório da Cozinha começa o ano com o desafio de consolidar os grandes passos de 2011. Em nova sede desde agosto, o empresário Marcio Contrucci Vaz de Lima aposta agora no mercado de banheiros, com a promessa de garantir também nesse setor atendimento diferencial em relação às concorrentes.

## 18. BATE-PAPO

Escritor Antônio Pereira Oliveira fala do livro 'A história do turismo em Florianópolis – narrada por quem a vivenciou'.





## 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](mailto:comunicacao@acif.org.br). Sua participação é importante!



## 06. A METRÓPOLE

Moradores da Capital participam da elaboração do novo Código de Posturas, um documento da década de 1970



## 16. PENSE VERDE

Em junho, o Brasil sedia a Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável, na cidade do Rio de Janeiro

**20. Benchmarking / 22. Tempo Livre / 24. Vitrine**  
**28. Institucional / 34. Soluções Empresariais**  
**36. 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](http://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 INGLESES: 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 Ziliotto • 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 Boher • 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 Reóleo: 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 INGLESES

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, Alex Lima, André Prade e Danielle Fuchs



### EDITORA-CHEFE: Danielle Fuchs - (47) 3036.5662

[danielle@mundieditora.com.br](mailto:danielle@mundieditora.com.br) - Fuchs Editorial Ltda. ME

EDITORA DE CONTEÚDO: Juliana Pamplona - Apoio: Daniella Leoni Dalle Cort  
[comunicacao@acif.org.br](mailto:comunicacao@acif.org.br) / [daniella@acif.org.br](mailto:daniella@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](mailto:rui@mundieditora.com.br)

FOTO DE CAPA: Michele Monteiro

FOTOS: Michele Monteiro, Banco de Imagens e Divulgação

PROJETO GRÁFICO: Ferver Comunicação  
[ferver.comunicacao.com.br](http://ferver.comunicacao.com.br)

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

GERENTE COMERCIAL GERAL: Cleomar Debarba  
[debarba@mundieditora.com.br](mailto:debarba@mundieditora.com.br)

DIRETOR EXECUTIVO: Niclas Mund  
[niclas@mundieditora.com.br](mailto:niclas@mundieditora.com.br)

IMPRESSÃO: Gráfica Natal (48) 3244.0058

CIRCULAÇÃO: [circulacao@mundieditora.com.br](mailto:circulacao@mundieditora.com.br)

[mundieditora.com.br](http://mundieditora.com.br)

[facebook.com/mundieditora](https://facebook.com/mundieditora)

[twitter.com/mundieditora](https://twitter.com/mundieditora)



# HORA DE REVER AS REGRAS DA CAPITAL

## MORADORES DE FLORIANÓPOLIS PARTICIPAM DAS MUDANÇAS NO CÓDIGO DE POSTURAS

**O**s moradores de Florianópolis vão participar da elaboração de várias regras que definem a organização da capital catarinense. Está aberto para sugestões o processo de revisão de Código de Posturas do Município, um documento que trata de questões relevantes de ordem pública e de funcionamento dos estabelecimentos comerciais, mas que não é atualizado desde a criação, na década de 1970.

O código está tão desatualizado que trata mais de questões como a presença de animais no centro do que de trânsito de veículos e de outros problemas modernos. O secretário executivo de Serviços Públicos, Salomão Mattos Sobrinho, diz que a comunidade poderá participar enviando sugestões pelo site da Prefeitura até maio deste ano. Também neste período serão realizadas audiências pú-

blicas pela cidade, previamente divulgadas nas entidades comunitárias pela equipe da Prefeitura.

Após a coleta das sugestões, uma última audiência será organizada para formalizar um documento oficial, a ser encaminhado para a Câmara de Vereadores. Como o assunto é complexo e 2012 é ano eleitoral, a votação é esperada apenas para 2013, com as regras entrando em vigor no ano seguinte. “Queremos encaminhar logo para os vereadores para que o debate possa começar ainda este ano”, defende o secretário Salomão.

Ele cita como pontos importantes do Código de Postura as regras que definem a ocupação dos espaços públicos pelos vendedores, a utilização das calçadas, o horário de funcionamento dos comércios e questões ambientais antes não presentes na discussão do Poder Público. “A cidade cresceu e, agora, é preciso se

adaptar. São questões práticas, como a adequação dos cemitérios, que agora precisam ser verticais e não horizontais, porque não temos espaço”, exemplifica.

Para o presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior, o código como um todo é fundamental para o setor produtivo, por regular as posturas das pessoas e das empresas. “Tudo o que diz respeito à atividade empresarial em si e a sua relação com a cidade está nesse material. São as ações que tomamos no dia a dia da organização, como horários de abertura, destinação de resíduos, áreas de atuação, entre tantas outras”, destaca.

Por isso, ele também defende a atualização do código. “A sociedade evolui à medida que passam os anos, e Florianópolis evoluiu muito nos últimos 50 anos. Para acompanhar as mudanças que aconteceram no mundo e, mais especificamente, aqui em Florianópolis, a legislação pre-



cisa se atualizar. Não podemos viver ou empreender em uma das capitais mais cosmopolitas do Brasil com uma legislação da década de 1970. Para Florianópolis olhar para o futuro, temos que estar atentos, mas também estarmos cercados de ferramentas institucionais que nos permitam olhar adiante”, explica o presidente da ACIF.

Doreni reconhece, ainda, a importân-

cia da participação do empresariado e de toda a sociedade no debate de revisão do código. “Naturalmente, seremos convocados a participar do processo enquanto entidade representante do empresariado da Capital. Entretanto, nossa participação ficará mais qualificada se tivermos a adesão dos mais diversos setores da economia, organizados ou não. Em um primeiro momento, participamos da dis-

cussão sobre a governança de todo esse processo. A partir daí, seremos convocados a nos manifestar sobre a matéria em si. Quando mais próximo tivermos da realidade dos setores, melhor será essa nossa representação”, avalia. Ele diz que uma das ideias da associação é, durante os próximos meses, reunir diferentes setores econômicos para que estes se manifestem sobre o assunto.

## DÊ A SUA OPINIÃO

O Código de Posturas do Município de Florianópolis regula as medidas de política administrativa, de higiene, ordem pública e funcionamento dos estabelecimentos comerciais, industriais e prestadores de serviço, além do comércio eventual e ambulante, determinando as relações entre o Poder Público e a comunidade. Refere-se, por exemplo, às relações com a vizinhança, como: horários para o comércio e coleta de lixo; manutenção do espaço público; utilização e uso das áreas públicas, além da estética urbana, sossego público, execução de obras em logradouro público, higiene das habitações e terrenos, entre outros.

O atual documento é de 1974. O processo de revisão do código pretende ter um caráter multidisciplinar, a partir da avaliação de eficácia do Código de Posturas em vigor, proporcionando a realização de um documento que venha a corresponder às expectativas do governo e da sociedade. A coordenação geral dos trabalhos é de responsabilidade da Secretaria Executiva de Serviços Públicos (Sesp), órgão da Prefeitura subordinado à Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbano. Os trabalhos serão gerenciados por um grupo técnico executivo com o apoio técnico da Associação dos Municípios da Grande Florianópolis.

No final do ano passado, empresários da ACIF conheceram o projeto de revisão do código. Durante o evento na associação, o consultor Marcelo Leão apresentou a metodologia utilizada para a revisão e atualização do código, etapas, assuntos que serão



**O Código de Posturas estabelece normas que vão desde o funcionamento do comércio até o uso das calçadas**

abordados e atores envolvidos do processo. Coordenadora técnica do projeto, a secretária executiva de Controle Interno e Ouvidoria de Florianópolis, Micheli Ana Pauli, destacou, especialmente, as ferramentas disponíveis no site do projeto, que permitem a qual-

quer cidadão opinar sobre as novas normas de posturas e comportamento que agentes privados e públicos deverão adotar. Para participar, acesse [www.pmf.sc.gov.br](http://www.pmf.sc.gov.br) e clique no link do projeto de Revisão e Atualização do Código de Posturas de Florianópolis.





## ALGUMAS DAS REGRAS DO ATUAL CÓDIGO DE POSTURAS DE FLORIANÓPOLIS:

- ▶ É absolutamente proibido nas ruas da cidade, das vilas e povoados do município conduzir animais ou veículos de tração animal em disparada e amarrar animais em postes, árvores, grades ou portas;
- ▶ É absolutamente proibido nas ruas da cidade, das vilas e povoados do município realizar jogos de bola, peteca, malha ou outros esportes;
- ▶ É proibido queimar, mesmos no interior dos próprios lotes inclusive nos das entidades públicas, lixos ou quaisquer corpos, em quantidade capaz de molestar a vizinhança;
- ▶ É vedado, sob pena da multa, atirar ossos ou restos de carnes nas vias públicas;
- ▶ Não será permitida a passagem e estacionamento de tropas ou rebanhos na cidade e vilas, a não ser em vias públicas e locais para isso designados, sujeito o infrator a multa;
- ▶ As casas de comércio não poderão expor, em suas vitrines, gravuras, livros ou escritos obscenos, sujeitando-se os infratores à multa;
- ▶ Não será tolerada a mendicância, devendo os mendigos serem recolhidos aos asilos locais;
- ▶ A construção e a reconstrução dos passeios dos logradouros que têm meio-fio em toda extensão das testadas dos terrenos edificadas ou não, são obrigatórias e competem aos proprietários dos mesmos terrenos, devendo ser feita de acordo com a licença expedida pela Prefeitura.





**SURPREENDA-SE**

**ALL**  
ENTRETENIMENTO

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



# TECNOLOGIA A SERVIÇO DA EDUCAÇÃO

Unidades das redes pública e privada levam tablets e outras ferramentas digitais às salas de aula

Os tablets viraram sonho de consumo de muita gente, mexendo com as formas de produzir e consumir revistas, livros e jornais e de navegar pela internet. No Brasil, as vendas atingiram os 500 mil aparelhos no ano passado. Mas, além de conquistar os fãs de novidades tecnológicas, o equipamento portátil promete revolucionar outros setores, como a educação, em que iniciativas de instituições privadas já começam a ter sucesso ao levar os tablets para a sala de aula.

A Estácio, uma das maiores instituições de ensino superior da América Latina, está entre as pioneiras no assunto. Em 2011, o grupo deu início ao Projeto Tablet, criado com o objetivo de fornecer o equipamento com o material didático gratuito para os estudantes. No projeto-piloto foram distribuídos cerca de 5 mil aparelhos para alunos de Rio de Janeiro, São Paulo e Espírito Santo. Além do material didático, o tablet também oferecia biblioteca virtual, com mais de 1,6 mil obras, aulas teletransmitidas, secretaria virtual, projeto pedagógico do curso, planos de aulas e redes sociais. O projeto possibilitou a migração do material em papel, que já era fornecido gratuitamente, para o meio digital.

O modelo começou a ser expandido este ano, com a entrega de cerca de 15 mil tablets, contemplando novos alunos dos cursos de Engenharia, Arquitetura e Direito em todo o Brasil; Gastronomia e Hotelaria no Rio de Janeiro e em São Paulo; e de Administração em Goiás. A expectativa da Estácio é que nos próximos cinco anos todos os alunos, presentes em 17 estados e 36 cidades, tenham o aparelho.

Em Santa Catarina, a Faculdade Estácio de Sá, em São José, distribuirá tablets aos alunos do curso de Direito que ingressarem no primeiro semestre deste ano. O equipamento será entregue na segunda



fase do curso, segundo o diretor geral, Rafael Villari. O modelo escolhido foi customizado para comportar todo o conteúdo multimídia do modelo de ensino da Estácio, tem 10 polegadas, processador com 2 núcleos de processamento, acesso à rede wi-fi, modem 3G, plataforma Android, câmera, entrada USB e saída HDMI. Os tablets permanecem com o aluno após a conclusão do curso.

“Os benefícios para os alunos são inúmeros. O tablet passa a concentrar todo o sistema de ensino inédito que a Estácio desenvolveu nos últimos anos. Nele, é possível revisar o conteúdo aplicado, fazer

anotações pessoais, exercícios e trabalhos acadêmicos, participar de disciplinas online, testar conhecimentos no banco de questões, realizar simulados, provas de concursos e Enades anteriores. É um mundo que se abre para nossos estudantes”, destaca a diretora-executiva de Ensino e Reitora da Estácio, Paula Caleffi. Com a migração do material do papel para o meio digital, apenas com o projeto-piloto é possível uma economia anual de seis milhões de páginas por ano. Ou algo em torno de 240 milhões de páginas em cinco anos, quando o tablet estiver disponível para todos os alunos.



## PROFESSORES DE ESCOLAS PÚBLICAS ENTRAM NA ERA DIGITAL

O governo federal também está atento ao potencial do uso dos tablets na educação. Em fevereiro deste ano, o Ministério da Educação anunciou que vai comprar 600 mil tablets para serem usados por professores do ensino médio das escolas públicas do País. O investimento será da ordem de R\$ 150 milhões.

De acordo com o ministro da Educação, Aloizio Mercadante, os equipamentos serão doados às escolas e entregues no segundo semestre. O objetivo do projeto batizado Educação Digital – Política para computadores interativos e tablets é oferecer instrumentos e formação aos professores e gestores das escolas públicas para o uso intensivo das tecnologias de informação e comunicação (TICs) no processo de ensino e aprendizagem.

Para o ministro, o mundo evolui em direção a uma sociedade do conhecimento e a escola tem que acompanhar esse processo. “É muito importante que a gente construa uma estratégia sólida para que a escola possa formar e preparar essa nova geração para o uso de tecnologias da informação”, defendeu, no lançamento do projeto. Segundo Mercadante, esse é um processo e o governo federal quer acelerar, sem atropelos. “É evidente que a tecnologia não é um objetivo em si, nada substitui a relação professor-aluno.” A tecnologia, afirmou, vai ser tão mais eficiente quanto maiores forem os cuidados pedagógicos e quanto maior for o envolvimento dos professores no processo. “Estamos definindo que, na educação, a inclusão digital começa pelo professor.”

O projeto compreende o computador interativo – equipamento desenvolvido pelo MEC, que reúne projeção, computador, microfone, DVD, lousa e acesso à internet, e o tablet. Os computadores interativos já foram distribuídos para as escolas do ensino médio e no segundo semestre chegam os tablets. Esses tablets serão nos modelos de 7 ou 10 polegadas, bateria com duração de 6 horas, colorido, peso

abaixo de 700 gramas, tela multitoque, câmera e microfone para trabalho multimídia, saída de vídeo e terão conteúdos pré-instalados.

Aos computadores serão integradas as lousas eletrônicas, compostas de caneta e receptor. Acopladas ao computador interativo (equipamento com computador e projetor, ofertado pelo MEC aos estados e municípios), permitirão ao professor trabalhar os conteúdos disponíveis em uma parede ou quadro rígido, sem a necessidade de manuseio do teclado ou do computador.

Pelo cronograma do projeto Educação Digital, assim que for concluída a entrega de tablets para as escolas do ensino médio, terá início a distribuição para os estabelecimentos do ensino fundamental que oferecem os anos finais e a seguir para os anos iniciais. Foram pré-requisitos para definir por onde começar a distribuição de tablets: ser escola urbana de ensino médio, ter internet banda larga, laboratório do Programa Nacional de Tecnologia Educacional (ProInfo) e rede wi-fi.

O uso dos tablets na educação também foi um dos temas abordados na Campus Party, evento de tecnologia realizado em São Paulo, em fevereiro. Professor e pesquisador no Massachusetts Institute of Technology (MIT), Sugata Mitra, defendeu que computadores e a internet podem promover um novo método de ensino, principalmente em países pobres como a Índia, onde nasceu. “Onde não há professores nem escola, deem a eles um bom computador e uma conexão banda larga”, é o seu lema.

O pesquisador criticou métodos de ava-

liação tradicionais e elogiou o incentivo brasileiro à produção de tablets. Mitra acredita no potencial educacional do uso dos novos equipamentos em salas de aula. “Escolas estão se dando conta de que as crianças podem fazer muito com um tablet, além de economizar papel. Aquela imagem de crianças usando mochilas pesadas a caminho da escola vai desaparecer logo”, prevê.

*Assim que for concluída a entrega dos tablets do ensino médio, começa a entrega dos equipamentos do ensino fundamental*



**Os tablets do projeto são coloridos, têm 7 ou 10 polegadas, bateria com duração de 6h, peso abaixo de 700g, tela multitoque, câmera e microfone para trabalho multimídia**

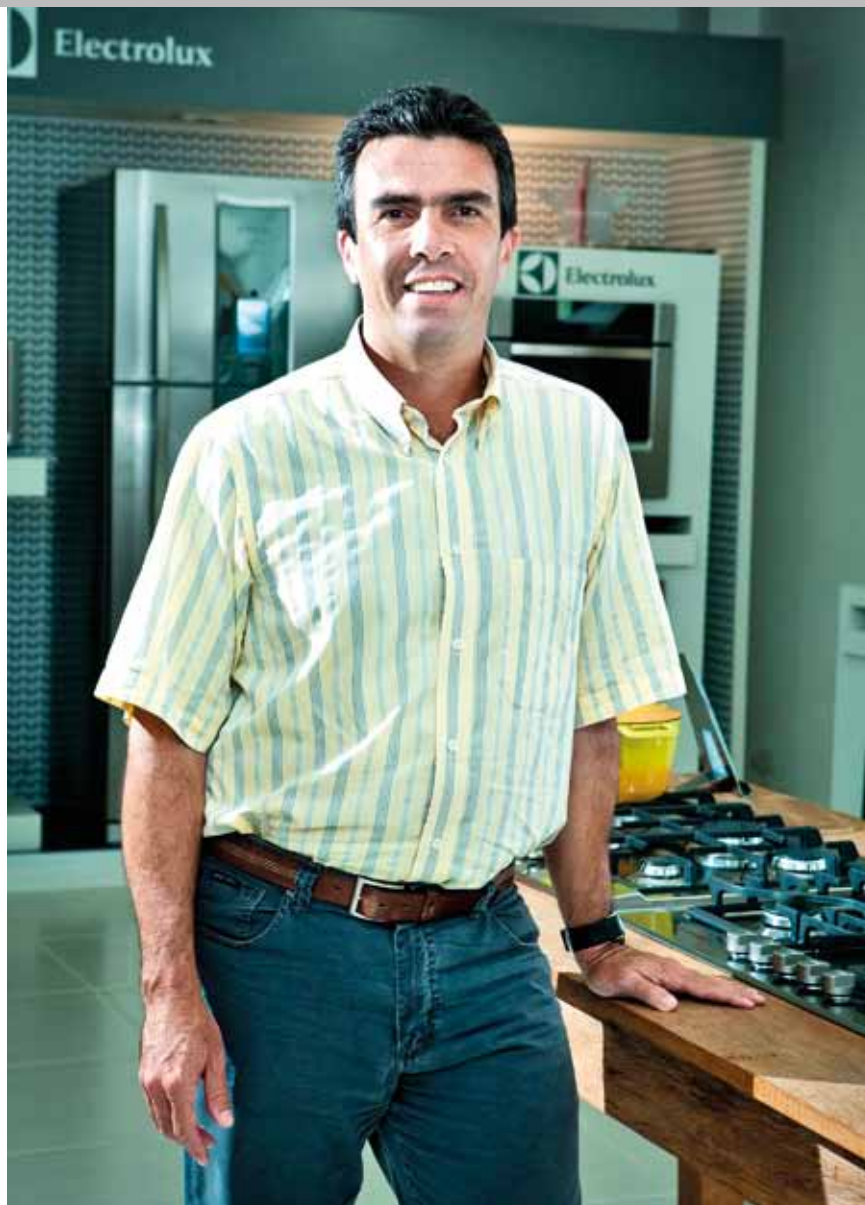
# EMPÓRIO DA COZINHA EM NOVA FASE

Empresário Marcio Contrucci Vaz de Lima aposta no mercado de banheiros para crescer ainda mais

A loja Empório da Cozinha começa o ano com o desafio de consolidar os grandes passos dados em 2011. A empresa que nasceu em um pequeno escritório de representações comerciais, em uma sala de 20 metros quadrados, mudou para a nova sede em agosto do ano passado. Trata-se de um amplo espaço de 440m<sup>2</sup>, onde os clientes encontram produtos nacionais e importados para equipar as cozinhas e, agora, também os banheiros. Tudo com a proposta de garantir um diferencial em relação às concorrentes do mercado.

O dono da empresa, Marcio Contrucci Vaz de Lima, montou o negócio em Florianópolis no ano 2000. Ele tinha acabado de mudar de São Paulo, onde sempre trabalhou com comércio, passando por revendas de marcas como a Ford, e recebeu o convite do amigo Helio Carlos Favalli para trabalhar como representante de vendas de coifas de cozinha, equipamentos responsáveis por reduzir o vapor do ambiente. "Ele também é de SP e tinha passado o Carnaval de 2000 aqui. Então ele me fez a seguinte pergunta: Marcio, você conhece coifa? Pois estou começando a trabalhar com esse produto em SP e você podia tentar vender em Florianópolis. Se essa pergunta não tivesse sido feita, nada teria acontecido", recorda. Depois de um ano, ele já estava vendendo também fornos e fogões. O primeiro escritório de Marcio foi no bairro Itacorubi. "Os clientes estavam gostando dos nossos serviços e foram pedindo outras coisas, como geladeiras e outros equipamentos para deixar a cozinha completa. Foi quando decidi ir atrás de novos fornecedores e ampliar minha oferta de produtos", recorda.

Hoje na nova sede da Avenida Madre Benvenuta, no bairro Santa Mônica, a empresa trabalha com uma completa linha de eletrodomésticos de marcas na-



cionais e importadas. São produtos para equipar toda a cozinha. E, desde o ano passado, também são vendidas peças para banheiros, como louças e banheiras.

Para chegar à atual loja, o Empório da Cozinha foi crescendo aos poucos. Passou por uma loja de 90m<sup>2</sup> em um shopping da rodovia SC-401 e mudou

para um espaço de 190m<sup>2</sup> já na Avenida Madre Benvenuta, de onde saiu para a atual loja de 440m<sup>2</sup>. A ideia de vender equipamentos para banheiros já existia há três anos, mas a empresa precisava de espaço para o showroom dos equipamentos, o que só foi viabilizado na nova loja.



Para garantir uma ampla oferta de produtos, a empresa firmou importantes parcerias com fornecedores brasileiros e estrangeiros. Na linha das cozinhas, a loja trabalha com as tradicionais marcas nacionais Brastemp, Electrolux e General Electric, líderes do segmento. Entre as importadas, estão a CrissAir, Elettromec, Smeg e Falmecc. Na linha de banheiros, os destaques são as marcas Roca e Grohe.

A CrissAir foi a primeira parceira do Empório da Cozinha. Trata-se de uma empresa que, desde 1999, importa e comercializa coifas e depuradores produzidos exclusivamente na Itália. Nos últimos anos, o grupo agregou à lista de importados da Itália itens como fogões de mesa e fornos de embutir.

Os outros fornecedores foram entrando para a lista do Empório da Cozinha aos poucos. Marcio diz que nos últimos cinco anos aumentou muito a presença de novos fornecedores no mercado, principalmente com a chegada de marcas chinesas. Mas ele diz que sempre manteve um padrão bastante seletivo na hora de firmar novas parcerias. “É preci-

so selecionar bem. Não adianta vender bastante, ter um preço bom, mas não ter qualidade. É preciso peneirar bem para o cliente. Hoje, mesmo com a garantia dos produtos sendo da fábrica, deixamos

*Empresa possui um depósito de 500m<sup>2</sup> para armazenar os produtos dos clientes que estão à espera de instalação. Isso não gera custo adicional*

tudo instalado no cliente e pedimos para que, em caso de qualquer problema, ele nos procure também”, ressalta. Para se destacar no setor, além de oferecer produtos e marcas exclusivas na região, o

Empório da Cozinha aposta em alguns itens como atrativos extras para os consumidores, como orientação na hora da compra, armazenagem em depósito com seguro e entrega agendada com seguro de carga. A orientação na hora da compra consiste em colocar à disposição dos clientes especialistas no assunto. São consultores e técnicos que ajudam a identificar o produto certo, conforme o estilo de vida, os hábitos da família e o consumo, comparando tudo isso com a funcionalidade do bem adquirido, sua tecnologia e principais características.

A armazenagem em depósito com seguro consiste em manter um depósito seguro para guardar as compras em caso de atraso na obra ou na entrega dos móveis e gabinetes. Para isso, a empresa tem um depósito de cerca de 500m<sup>2</sup> no bairro Jardim Atlântico. Assim, os produtos ficam protegidos e à espera da instalação, sem custo adicional para os clientes. E a entrega agendada com seguro de carga oferece profissionais treinados que farão uma entrega segura, em caso de danos, com hora marcada.



XXXXXX

## PARA DIFERENTES BOLSOS

O Empório da Cozinha trabalha com produtos exclusivos e diferenciados, que os clientes não encontram em lojas tradicionais. Mas o empresário Marcio Contrucci Vaz de Lima diz que a loja busca diversificar a linha de produtos, visando oferecer desde os itens básicos até equipamentos top que os concorrentes não oferecem. Hoje, quem procura a loja são, principalmente, os arquitetos que estão projetando as casas e apartamentos dos clientes.

No atendimento a estes arquitetos fica evidente a atenção que a cozinha tem recebido nos novos projetos, afirma Marcio. "Para muita gente, a cozinha é o principal lugar da casa. Tem gente que equipa duas cozinhas no mesmo imóvel. Uma com equipamentos mais básicos, para ser usada no dia a dia, e outra com aparelhos mais sofisticados, que é usada nos finais de semana e em eventos especiais para receber ami-

gos e familiares, é o chamado espaço gourmet", explica. O Empório da Cozinha também investe em parcerias com construtoras, vendendo peças para os showrooms dos apartamentos decorados em prédios em obras.

Marcio conta que, hoje, os fornecedores estrangeiros ainda são os que demonstram maior preocupação com itens como design diferenciado. As marcas nacionais ainda estão alguns passos atrás neste requisito, mas também começam a dar mais atenção para o visual dos equipamentos.

Para ficar sintonizado com as tendências do mercado internacional, Marcio participa de feiras do setor na Europa, principalmente na Itália. "Hoje estão apresentando lá fora o que vai chegar aqui no início do ano que vem", compara o empresário. Mas ele explica que importar os produtos por conta própria exige muito capital, por isso acaba recor-

rendo aos importadores especializados.

Os banheiros também estão ganhando mais espaços nas feiras internacionais e este foi um dos motivos que levaram o Empório da Cozinha a investir no setor. "Este é um segmento que ainda vai crescer muito. Nossa loja já é referência em eletrodomésticos e agora queremos ser também em banheiros. Para isso, a ideia é a mesma, oferecer produtos que as lojas tradicionais não têm, vamos garimpando novos equipamentos em feiras especializadas", avalia Marcio.

Para o empresário, quando o produto é realmente diferenciado, seja no design ou nas funcionalidades oferecidas, o cliente está disposto a pagar um pouco a mais. "Você pode escolher entre um produto barato, sabendo que ele vai durar um ou dois anos, ou um que é mais caro, mas vai durar 10 anos. Isso faz a diferença na hora de fechar a compra", destaca.



**Sede própria da empresa tem 440 m<sup>2</sup>**





## UNIÃO DO SETOR

A partir de março, o Empório da Cozinha fará parte do Núcleo Catarinense de Decoração, revela o dono da empresa, Marcio Contrucci Vaz de Lima. O núcleo foi fundado em 1999 com o objetivo de apoiar e incentivar a atividade profissional no ramo da arquitetura e decoração de interiores em Santa Catarina. É composto por lojas do ramo de decoração e arquitetura, cada qual em seu segmento, sendo as mesmas selecionadas pela destacada atuação no mercado e pelo conceito perante os profissionais – arquitetos, decoradores e designers de interiores.

A meta do grupo é unir esforços vindos de experiências diferentes de cada um de seus membros em busca de sucesso e crescimento para todo o ramo. Hoje, o Núcleo Catarinense de Decoração reúne mais de 80 lojas de alto padrão no Estado, nas quatro regionais: Florianópolis, Balneário Camboriú, Blumenau e Sul. Cada uma em um setor, levando o selo de qualidade do Nú-

cleo Catarinense de Decoração, assumindo um compromisso com modernidade, novas tecnologias, inovação e respeito ao cliente.

Além de promover comercialmente o mercado de decoração, o núcleo tem por objetivo incentivar a troca de informação e experiências entre estes profissionais e os lojistas, a divulgação de técnicas de trabalho e a análise das tendências, dinamizando a propagação de ideias e conceitos.

### MAIS INFORMAÇÕES

► [www.nucleocatarinensedecoracao.com.br](http://www.nucleocatarinensedecoracao.com.br)

# 2012, O ANO DA VIRADA

Brasil é sede da Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável

O ano 2012 promete ser especial para o debate sobre a preservação dos recursos naturais. E os brasileiros terão uma grande participação nesta virada. Em junho, o Brasil vai sediar a Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável na cidade do Rio de Janeiro, em comemoração ao Dia Internacional do Meio Ambiente. Este encontro vai reunir mais de 100 chefes de Estado para discutir a economia verde e a possibilidade de um novo modelo de desenvolvimento sustentável para o Planeta. Além disso, as delegações farão uma análise do que foi realizado nos últimos 20 anos, em respeito ao meio ambiente e à erradicação da miséria, a partir das decisões tomadas na Rio 92 (Eco 92).

Para a arquiteta Jane Pilotto, doutora em gestão ambiental e diretora de Meio Ambiente da ACIF, “uma das questões mais importantes em pauta é, sem dúvida, a equação que, a cada dia que passa, fica mais difícil de resolver e diz respeito aos impactos ambientais gerados a partir da geração de riquezas, única forma possível de conseguirmos viver com saúde e talvez um dia erradicar a pobreza”. Para ela, no entanto, a novidade é que muitos mitos estão sendo derrubados com as novas descobertas da ciência. “2012 é o ano da virada, as pessoas vão descobrir que sem geração de riqueza não há como preservar ambiente nenhum”, defende.

Jane acredita que o conceito do slogan ‘atuação responsável’ tem que ser atualizado, mesmo que possa parecer diferente daquilo que virou consenso na boca do povo. Ela cita como exemplo a embalagem plástica, que embora seja a vilã dos lixões, pode ser defendida por ambientalistas quando é usada no lugar certo, como aque-



la que protege um cacho de banana. “As embalagens plásticas ajudam a evitar o desperdício de alimentos. No Brasil, um terço da comida vai para o lixo, muitas florestas poderiam evitar de serem degradadas para a produção destes alimentos se todos eles fossem aproveitados”, destaca. Segundo a Cucumber Growers Association, a perda de uvas embaladas é 20% menor, a de maçã é 27% menor.

Outro exemplo é o peixe em lata. “Pode parecer tão inadequado, mas nunca fizemos a conta de quanta energia ele economiza não precisando de refrigeração”, compara. E na questão da geração de energia, as opções ficam cada vez menores, nem a energia eólica, classificada como energia limpa, fica de fora da turma de vilões, pois 270 mil pássaros morrem a cada ano, abatidos pelas pás dos geradores, segundo a revista Super Interessante. “Como podemos abrigar e alimentar todos nós, sem ter madeira para construir casas, escolas, hospitais se não plantarmos árvores que tenham crescimento rápido e que ocupem pouco es-

paço na produção? A conta deve ser a seguinte: para que uma floresta nativa possa ter garantia de sobrevivência, quantos metros quadrados devem ser plantados de eucalipto ou pinus no Brasil? Essa é a matemática que todos nós vamos ter que aprender a calcular. Nem ecochatos, nem ecocéticos, não existem verdades absolutas”, avalia a diretora da ACIF.

Para Jane, o desafio do ambientalista atualizado é ser funcional, atuar com responsabilidade no processo todo, inclusive naquela parte que ninguém encontrou ainda outra solução melhor, porque o mudo não pode parar e não se pode cruzar os braços assistindo a falta de opção e de oportunidades assolando a vida dos menos desenvolvidos. “Temos que preservar o Planeta atendendo as necessidades básicas de cada um dos povos, que, se bem educados, alimentados e com saúde, vão, sim, respeitar o próximo e o meio ambiente. Não dá mais para brincar de esconde-esconde com a realidade. Sem geração de riqueza não vamos a lugar nenhum”, acrescenta.



## DE VOLTA AO DEBATE

A Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável já foi batizada como Rio+20. O evento irá ocorrer no Rio de Janeiro, de 20 a 22 de junho de 2012, marcando o 20º aniversário da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, que ocorreu também no Rio de Janeiro, em 1992, e o 10º aniversário da Cúpula Mundial sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em Johannesburgo, em 2002.

O objetivo do encontro é assegurar um comprometimento político renovado para o desenvolvimento sustentável, avaliar o progresso feito até o momento e as lacunas que ainda existem na implementação dos resultados dos principais encontros sobre desenvolvimento sustentável, além de abordar os novos desafios emergentes. Os dois temas em foco na conferência serão: uma economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza; e o quadro institucional para o desenvolvimento sustentável.

Em janeiro, ao participar do Fórum Social Temático (FST) 2012, no Rio Grande do Sul, a presidente Dilma Rousseff definiu a criação de metas de

desenvolvimento sustentável durante a Rio+20. A presidente avaliou que tais metas devem estar centradas no combate à pobreza e à desigualdade. “Assumimos que é possível crescer e incluir, proteger e conservar”, explicou. De acordo com Dilma, o que estará em jogo na Rio+20 é um modelo capaz de articular o crescimento e o aumento de empregos, a participação social e a ampliação de direitos, o uso sustentável e a preservação de recursos ambientais. Por fim, a presidente avaliou que a sociedade civil e os governos

progressistas, cada um em sua dimensão, podem fazer dos primeiros anos do novo milênio o anúncio de uma nova era. Para isso, segundo ela, é decisivo o fortalecimento dos laços de solidariedade e de cooperação. “É essa esperança que nos une e nos mobiliza para a Rio+20 e que deve sempre nos guiar na busca de um novo modo de vida, inclusivo e sustentável, sabendo que o papel da sociedade civil será determinante para o êxito da conferência. Tenho certeza: um outro mundo é possível”, concluiu.



## A Eco 92

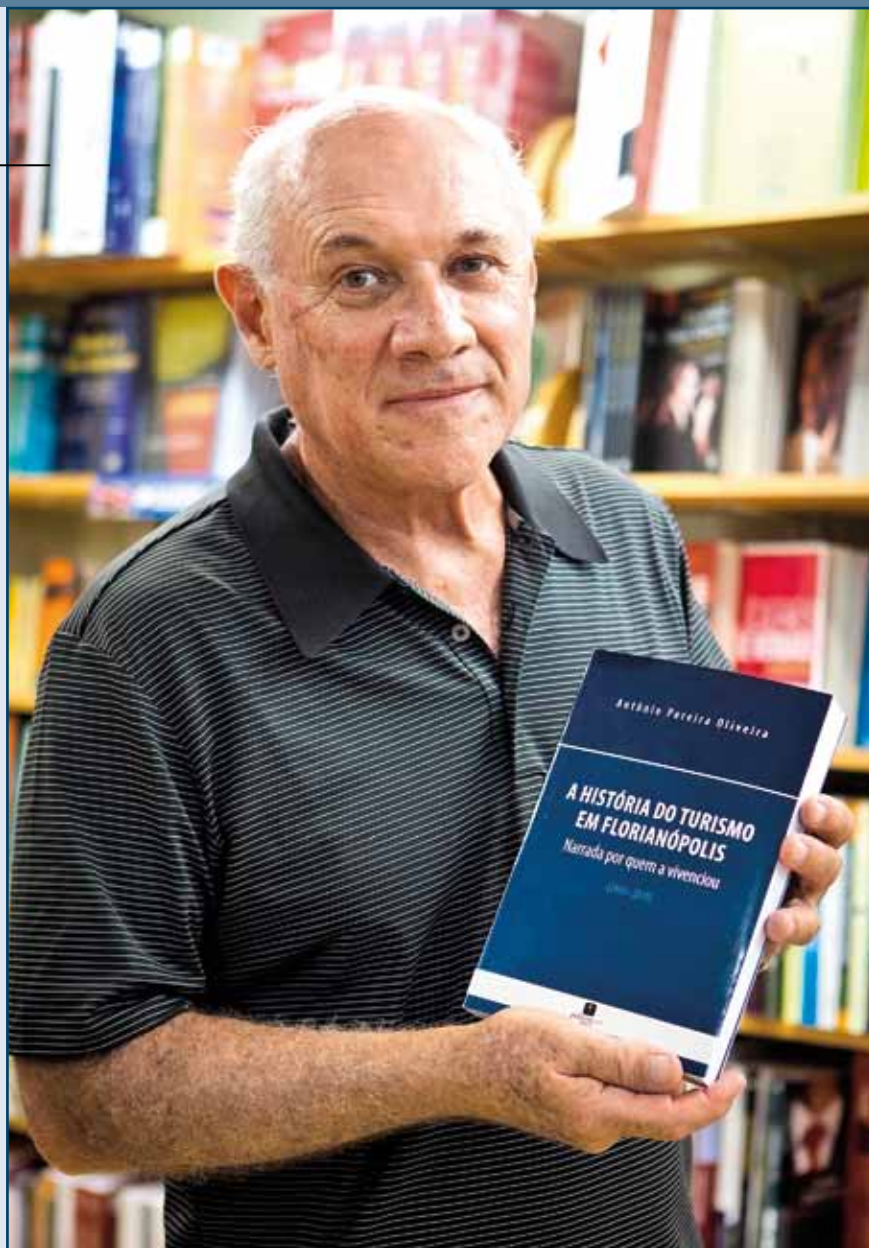
Realizada de 3 a 14 de junho de 1992, a Eco 92, também conhecida como Cúpula da Terra, reuniu chefes de Estado para buscar mecanismos que rompessem o abismo de desenvolvimento entre Norte e o Sul do Planeta, mas preservando os recursos naturais da Terra. Talvez o efeito mais visível da Rio 92 foi a articulação da comunidade internacional em torno da questão do aquecimento global. A ideia do Protocolo de Kyoto, que estabeleceu metas de redução na emissão de gases-estufa na atmosfera, por exemplo, avançou para ações práticas em uma reunião dos signatários da Convenção do Clima, firmada durante o evento no Rio de Janeiro. Do encontro de 1992, também saiu a Agenda 21, documento com 2,5 mil recomendações para implantar a sustentabilidade.

# A HISTÓRIA DO TURISMO EM FLORIANÓPOLIS

Juntando a longa experiência profissional no setor com sete anos de pesquisas, **Antônio Pereira Oliveira** acaba de publicar uma obra sobre um dos principais setores econômicos do Brasil e que teve especial importância para o desenvolvimento de Florianópolis. Ele lançou, em novembro, o livro “A história do turismo em Florianópolis – narrada por quem a viveu”. A publicação é patrocinada pela Prefeitura da Capital e Fundação Cultural de Florianópolis Franklin Cascaes (FCFFC), por meio da Lei Municipal de Incentivo à Cultura, com apoio da Unimed.

O trabalho de pesquisa sobre a evolução da indústria turística na Capital abrange o período a partir de 1950, quando a cidade tinha apenas 70 mil habitantes, cerca de 2 mil veículos e um hotel de razoável qualidade. O acesso a lugares como a Lagoa da Conceição e ao Norte da Ilha era precário e a infraestrutura encontrada nessas regiões era quase inexistente. O livro, publicado pela PalavraCom Editora, revela como uma atividade quase amadora transformou-se em uma forte realidade social e econômica.

Em 400 páginas, o autor discorre sobre a vocação de Florianópolis para o turismo, além de destacar aspectos como o patrimônio histórico e cultural, a infraestrutura turística, a relação da cidade com o mar e as marinas, os planos e projetos turísticos, os eventos esportivos e os centros de eventos. A publicação traz desde iniciativas pioneiras para promover as belezas naturais da cidade até alternativas adotadas para reduzir a sazonalidade. Os fatos relatados na obra são fruto de sete anos de pesquisas em mais de 30 mil jornais locais e da própria experiência do autor na área. Oliveira



começou guiando um grupo de paulistas pela Lagoa da Conceição e Barra da Lagoa. Em 1967, criou a primeira agência de viagens da cidade, a Ilhatur (fechada em 2003) e não parou mais de se envolver com o tema. Fundou a seção estadual da associação da categoria (Abav/SC), em 1975, e também

foi professor na Escola Superior de Administração e Gerência (ESAG). Atualmente à frente da Pereira Oliveira Viagens e Consultoria em Turismo, o escritor recorda no livro o tempo em que a cadeia produtiva do setor dependia de uma boa temporada para sobreviver pelo resto do ano. Hoje, o Verão



## *O empresário até poderia se envolver mais e ajudar o Poder Público, mas as dificuldades impostas para que sejam obtidos os licenciamentos desestimulam qualquer empresário a investir em turismo na Capital*

continua sendo a estação mais movimentada, mas o turismo de eventos já obtém resultados consideráveis, fazendo de Florianópolis a terceira cidade do País que mais recebeu feiras e congressos internacionais em 2010. Em entrevista à **Líder Capital**, ele aponta alguns dos principais avanços do setor, mas reconhece a existência de grandes desafios pela frente.

**Líder Capital** - Quais os grandes avanços do turismo de Florianópolis nas últimas décadas?

**Antônio Pereira Oliveira** - Houve um crescimento muito grande na área de hotéis, restaurantes, bares e casas noturnas. Os visitantes passaram a ter melhores condições de hospedagem, alimentação e divertimento. O Centrosul contribuiu decisivamente para atrair eventos para a cidade e, assim, manter a ocupação hoteleira num nível razoável o ano todo. Florianópolis passou a ser um centro de eventos cobiçado pela maioria dos organizadores desse tipo de atividade.

**Líder Capital** - Quais os desafios antigos que ainda não foram superados? Como os problemas de infraestrutura, como a BR-101 não-duplicada, o aeroporto sem reforma e a falta de terminal de cruzeiros, entre outros, afetam o setor hoje?

**Oliveira** - Os problemas antigos ainda persistem. Não é possível entender como um local tão importante

como Florianópolis ainda está com um terminal de aeroporto nas condições atuais. Qualquer cidade do mundo que tenha importância turística já providenciou um terminal aeroportuário decente. O local é a porta de entrada da cidade e não pode ser precário. A expulsão dos navios das nossas águas é outra questão que não dá para entender. Foram feitos esforços tremendos e gasto uma fortuna para convencer os armadores para incluir Florianópolis no roteiro dos navios. Eles atenderam e os navios aos poucos foram vindo. A cidade desencantava com a presença dos barcos, o governo fazia propaganda mostrando a presença deles e sem mais nem menos, um grupo de empresários, um tanto egoístas, iniciou uma campanha contra a presença dos transatlânticos em Florianópolis. Outro problema sério é a dificuldade que existe em implantar marinas no Litoral da Ilha de Santa Catarina, outro fato inexplicável para uma ilha que possui tantas condições que o nosso Litoral possui e estão repletos de marinas, oferecendo empregos, circulação de moedas e conforto para os navegadores de barcos à vela ou a motor. Exemplos com Sul da França, Sidney, Palma de Mallorca, Miami, San Diego, Salvador, Punta del Leste, Honolulu, entre outros. A questão da BR-101 é uma novela sem fim. Verdadeiro escândalo que começou na década de 1950 e, até hoje, ainda está na situação que conhecemos. Quem ler o livro "A história do turismo em Florianópolis" vai ter a oportunidade de conhecer todos estes problemas que ainda estão por resolver.

**Líder Capital** - Além do Poder Público, como o empresariado local pode se envolver na busca de soluções para esses antigos problemas?

**Oliveira** - O empresariado local até poderia se envolver mais e ajudar o Poder Público, mas as dificuldades impostas para que sejam obtidos os



licenciamentos desestimulam qualquer empresário a investir em turismo na Capital. Existem vários exemplos de empresários brasileiros e estrangeiros que já tentaram, mas desistiram por causa dos entraves burocráticos. Entre 1960 e 2010, cerca de 30 empreendimentos turísticos deixaram de ser implantados. No livro constam todos eles.

**Líder Capital** - Qual o cenário previsto para os próximos anos? Diante dos diferentes potenciais vocacionais da Ilha, quais deveriam ser as apostas do Poder Público? Que tipo de público é o mais interessante para a cidade e como atraí-lo?

**Oliveira** - É um tanto difícil prever um cenário para os próximos anos, uma vez que ainda não existe um plano de desenvolvimento turístico consistente para Florianópolis que preveja quem, quando, como, onde poderão se fazer investimentos. O que existe é uma série de pequenas iniciativas que não fazem parte de um plano global que incentive, oriente e permita que a Ilha de Santa Catarina receba os investimentos.

# O CAMINHO DA MARCA REGISTRADA

Especialistas mostram como se deve criar e gerir a marca de uma empresa de sucesso

**A**ntes de abrir as portas de uma nova empresa, as preocupações são muitas: a documentação necessária, a escolha dos fornecedores, a contratação de mão de obra e a prospecção dos primeiros clientes. Mas um fator muitas vezes colocado em segundo plano também faz diferença no mercado: a criação e gestão da marca da nova empresa. Mais do que um nome, a marca, quando devidamente planejada, faz parte de uma estratégia muito mais complexa do que estampar a fachada e a caixa dos produtos do novo empreendimento.

Para Jonatas Solonca, da Dubcom Branding, de Florianópolis, a preocupação vem aumentando nos últimos anos, porém ainda é baixo o número de empreendedores que criam a marca de

forma correta e profissional. Ele defende que essa etapa inicial de criação da marca pode representar a diferença entre o fracasso ou sucesso de uma marca ideal. “É muito difícil para um leigo, de forma caseira, conseguir assertividade em um aspecto tão relevante. O empreendedor estará absolutamente no caminho certo se buscar especialistas de branding para posicionar sua marca no mercado. Atualmente a marca vem sendo um fator real de diferenciação e forte agregador de percepção de valor aos principais interessados no mercado”, explica.

Ele lembra que, diferente de outros países onde o início de uma empresa é precedido de um plano de negócios, embasado em pesquisas e mesmo a contratação de consultorias especializadas, a maior parte dos empreende-

dores do Brasil surge por necessidade. Isso faz com que os novos empresários acabem queimando etapas importantes de definições e posicionamentos, como a criação do nome ideal da marca, com pesquisa de disponibilidade para registro junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial, a pesquisa de disponibilidade de domínio do site na internet e, principalmente, um profundo planejamento de branding visando criar a identidade, cultura e posicionar corretamente a marca perante as partes interessadas.

Jonatas explica que, hoje, se conceitua a marca como um símbolo complexo, que pode trazer até seis significados: atributos da empresa, benefícios propostos, valores, cultura, personalidade e, por último, usuário, ou seja, a marca sugere o tipo de consumidor que usa o produto. “Um bom planejamento de branding, necessariamente, deverá trabalhar estes seis significados e também deverá trabalhar e fortalecer as dimensões de pré-compra, compra, pós-compra, inovação, pontos fortes, oportunidade, pontos fracos, ameaças, diferenciais, promessa da marca, reputação da marca e, por fim, deverá definir o posicionamento estratégico geral da marca”, defende.

Para obter crescimento e manter a marca forte, ele acrescenta que é preciso desenvolver a visão estratégica da empresa, estudos de mercado, pesquisas com o público-alvo, reposicionamento da marca, inovação e fortalecer a identidade com as partes interessadas. Jonatas lembra que outra questão estratégica é a tendência de convergência digital, o que influencia no relacionamento e no poder que os consumidores têm com as suas marcas preferidas. “A era digital mudou muita coisa no mundo e nas pessoas. Diferentes grupos encararam de diferentes ma-





neiras essas mudanças, hoje os consumidores produzem conteúdos positivos e negativos. Entender quanto e como as pessoas utilizam os equipamentos de tecnologia e as redes sociais em suas vidas é fundamental”, acrescenta.

Para o profissional da Dubcom, fortalecer a identidade da marca é função de todos os colaboradores e não apenas uma função do departamento de marketing ou da consultoria de branding. Neste sentido, ele recomenda a formação

de um comitê de branding, onde a presidência e diretoria devem fazer parte, para que possam cuidar da gestão da marca no dia a dia e cuidar de todos os pontos de contato da marca.

O importante, ressalta Jonatas, é definir a identidade e posicionar a marca perante a própria empresa, seus fornecedores, seus concorrentes e o mercado (investidores, sociedade, governo e, principalmente, os consumidores). A partir daí implantar, sempre de

forma coerente e sustentável, as ações que foram planejadas pelo branding. “De tempos em tempos, indicamos realizar uma pesquisa de imagem para ver como o mercado está percebendo a identidade da marca, ver se está de acordo com o posicionamento desejado e, a partir daí, corrigir possíveis desvios, fortalecer os valores da marca e, por fim, aprofundar a cultura da marca em todos os pontos de contato da marca”, recomenda.

## GESTÃO TAMBÉM PARA OS PEQUENOS



*“A marca vem sendo um fator real de diferenciação e forte agregador de percepção de valor aos principais interessados no mercado”*

**Jonatas Solonca,  
da Dubcom Branding**

A pequenas empresas também devem ficar atentas às estratégias de gestão de marcas. O desconhecimento do que, de fato, seja uma marca e da importância estratégica para o negócio é a principal barreira que as micro e pequenas empresas enfrentam na adoção da marca como ferramenta de competitividade, aponta o publicitário especialista em estratégia e gestão de marcas, Gian Franco Rocchiccioli, de São Paulo. Segundo ele, a marca não é privilégio das grandes empresas e pode, sim, ser adaptada à realidade dos pequenos negócios.

Em evento promovido pelo Sebrae, Gian Franco defendeu a ideia de que investir na marca é investir na diferenciação e a diferenciação é o que dá motivo para o consumidor preferir um produto em detrimento de outro. “Ao apostar na marca, o empresário gera consumidores fieis a essa marca e a consequência disso é o lucro e uma maior rentabilidade da empresa. Outro ponto importante é que no mercado de hoje construir uma imagem diferenciada passou a ser fundamental”, avaliou.

Para rever o quadro de desinformação, Gian Franco sugere que a primeira etapa é buscar entender melhor o que é marca e como essa ferramenta poderá ajudar a empresa crescer. Em seguida, o empresário deve contratar um escritório de design, com experiência no ramo de atividade da empresa. “Muito se ouve falar na grande mídia sobre a importância das marcas, porém essas histórias estão sempre ligadas a empresas como Natura, Itaú, Nike, Apple, McDonald’s etc., que são realidades muito distintas à do micro e pequeno empreendedor. Isso acaba criando uma consciência errada de que só é possível construir marca com muito dinheiro ou quando a empresa for grande o suficiente para fazer grandes investimentos, o que sabemos não é uma verdade”, afirma o publicitário.

# CAMINHAR É PRECISO

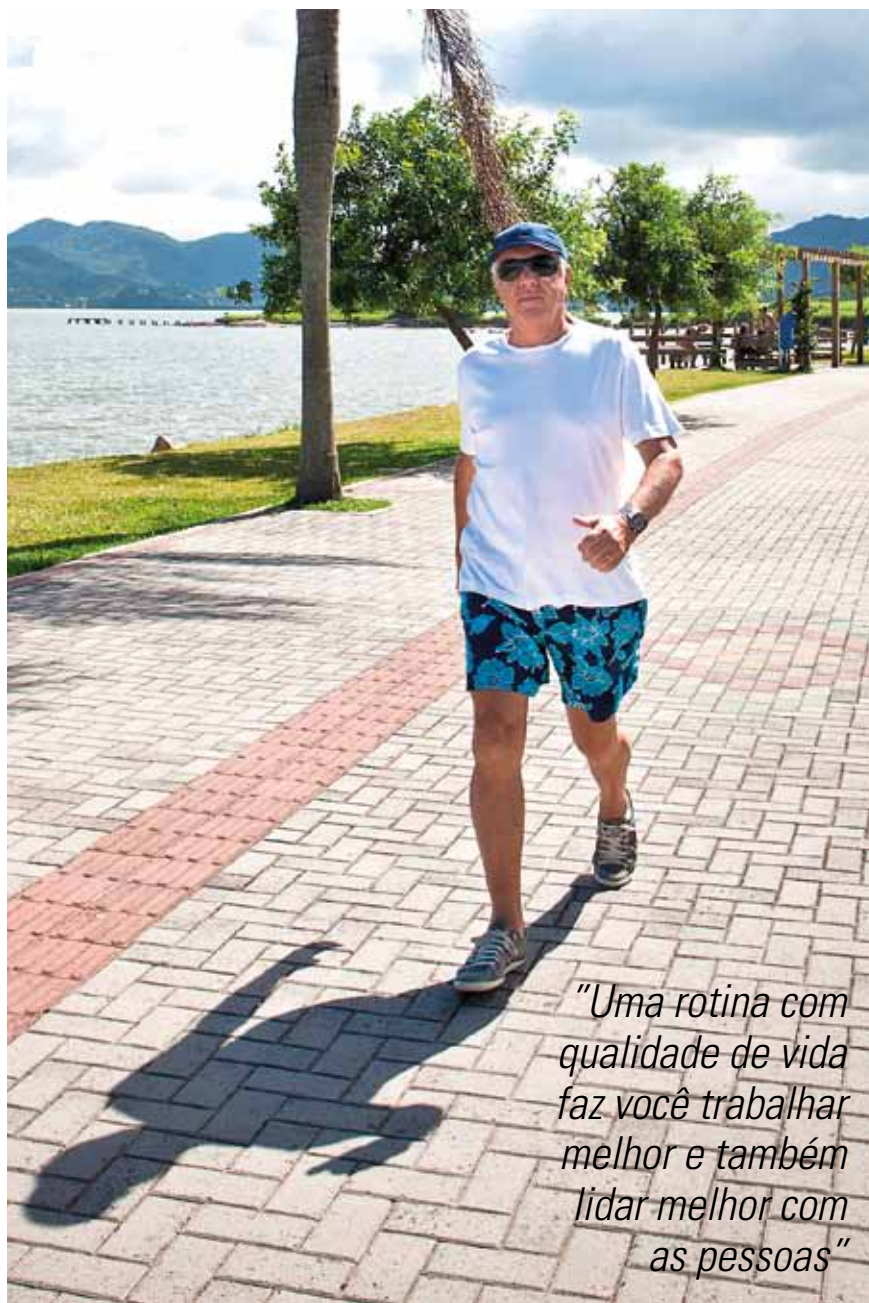
Empresário: Dilvo Vicente Tirloni - Empresa: Pax Rio Style | Hobby: Caminhada

**T**odos os dias, antes de cuidar dos negócios e das tarefas como conselheiro da ACIF, o empresário Dilvo Vicente Tirloni cuida de si mesmo. As caminhadas viraram rotinas e só são canceladas em dias de chuva forte. Nos demais, ele reserva entre uma e duas horas pela manhã para caminhar entre cinco e 10 quilômetros. Durante a semana, o local escolhido é a Avenida Beira-Mar Norte, que considera um espaço “espetacular” para esse tipo de atividade. Nos finais de semana e nas férias de Verão, a praia da Cachoeira do Bom Jesus, no Norte da Ilha, vira o cenário para o exercício matinal.

Hoje, aos 66 anos, Dilvo lembra que desde bem jovem praticava esportes e sempre gostou mais das modalidades que envolviam caminhadas ou corridas. E faz tempo que incluiu as caminhadas no dia a dia. “Só não vou caminhar se tiver um compromisso muito importante ou se estiver chovendo. Além de fazer bem para a saúde, faz bem para a minha rotina”, explica o empresário.

Ele aponta as caminhadas como uma atividade importante para relaxar e carregar as baterias para desempenhar as funções de empresário. “Tem muita gente que se vê como máquina, que toma o café da manhã apressado e sai correndo para o trabalho. Nessa rotina não tem um espaço para descansar. E isso não faz bem para a saúde, em primeiro lugar, e nem para a atividade profissional. Essas pessoas se irritam muito fácil e prejudicam o ambiente de trabalho”, avalia. Para Dilvo, a caminhada é uma atividade para “oxigenar o cérebro”, o que garante mais criatividade e agilidade de raciocínio para as decisões do dia a dia na empresa.

Por isso, ele prefere fazer os exercícios pela manhã. Em seguida, lê os



*“Uma rotina com qualidade de vida faz você trabalhar melhor e também lidar melhor com as pessoas”*

principais jornais, navega pela internet, almoça e, pelas 14h, vai para as empresas da família, hoje administradas em conjunto com os filhos. “Uma

rotina com qualidade de vida faz você trabalhar melhor e também faz você lidar melhor com as pessoas ao seu redor”, acrescenta.



**A ACIF é a extensão  
da sua empresa!**

**ACIF**

Empresário, utilize as salas da ACIF para fazer reuniões, entrevistas, atender clientes, realizar negócios. No centro ou nas regionais, tem sempre uma sala da ACIF perfeita para a sua necessidade.

**Valores especiais de locação para associados.**



**Regionais ACIF**  
Canasvieiras - 3266.2910  
Continental - 3244.5578  
Ingleses - 3269.4111  
Lagoa da Conceição - 3232.0185  
Sul da Ilha - 3237.4388



## MOVIDO À ÁGUA

Um relógio digital com design moderno que funciona 100% com energia natural. Não precisa de pilhas nem bateria. Basta colocar uma pequena quantidade de água que, em meia hora, o relógio estará funcionando totalmente. Eletrodos retiram a energia da água que dura, no mínimo, seis semanas. Depois é só colocar mais água para continuar funcionando. O relógio está disponível em cores luminosas por aproximadamente R\$ 28.

<http://bazarcriativo.com>



## WAP WIND

Você já imaginou um ventilador sem hélice? Pois é, esse ventilador existe. O Wap Wind é fabricado pela Wap, empresa de eletrodomésticos inovadores e usa uma tecnologia semelhante às de turbinas de avião, que movimentam o ar sem usar hélices. A empresa afirma que essa tecnologia cria jatos até 15 vezes mais potentes e frescos que um ventilador normal. A Wap chama o sistema de "aceleração de ar fresco". Disponível em quatro cores: grafite, prata, azul e branco. Preço médio R\$ 400.

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

## BLUETOOTH SOLAR

Uma vantagem do HFB-510 Bluetooth Car Kit Solar, fabricado pela LG, é que mantém o tempo de conversação constante. Ou seja, durante uma conversa longa ao telefone, nunca a unidade vai ficar sem energia. Outro detalhe que chama a atenção é que esse Kit também pode ser usado como um carregador de emergência se o celular for conectado nele.

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







## MOCHILA COM CARREGADOR SOLAR

Enquanto você caminha pelas ruas com a mochila nas costas, ela, automaticamente, está carregando o Lap Top que está dentro. A Voltaic lançou uma mochila capaz de carregar qualquer dispositivo eletrônico, até mesmo em dias nublados. Uma bateria com 10 watts está incorporada e duas saídas de alimentação e quatro configurações de tensão ficam ligadas à bateria de 60 watts. Os três painéis solares de 3,4 watts, leves e à prova d'água foram construídos para suportar impactos. Custa em torno de US\$ 389.

[www.voltaicsystems.com](http://www.voltaicsystems.com)

## PISTOLAS PARA IPHONE

Desenvolvidos pela Metal Compass, os controles Xappr e Micro-Xappr podem ser acoplados ao iPhone, tornando os jogos de tiro mais divertidos e aumentando mais a jogabilidade e a realidade. Esses equipamentos foram exibidos ao público pela primeira vez na Alemanha, durante a Feira Internacional de Brinquedos de Nurembergue, no começo de fevereiro. A empresa vai lançar o acessório junto com um game que tem como objetivo destruir hordas de zumbis e eliminar alienígenas invasores. A partir do segundo trimestre de 2012, ainda será lançado o jogo ATK, possibilitando que várias pessoas possam se enfrentar simultaneamente em três modos de jogo, podendo usar desde armas de pulso até lança-granadas. Esse gadget está disponível em lojas norte-americanas no sistema de pré-venda, por US\$ 30. Por enquanto, apenas EUA, Canadá, Emirados Árabes e Israel podem ter o produto. Para o Brasil, não há previsão de lançamento.



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



## iDJ LIVE

É uma vitrola específica para DJs, integrada ao aplicativo DJay, vendido (separadamente) na APP Store. A interface se comunica muito bem, oferecendo uma resposta rápida que permite ao DJ fazer mixagens e scratching enquanto utiliza músicas da biblioteca do iPod. O preço sugerido é US\$ 100.

[www.numark.com](http://www.numark.com)

## RETRÔ

A adega de vinho winebox 23 digital remete ao estilo retrô, lembrando as geladeiras antigas em miniatura. Ela é toda feita em fiberglass, com pintura automotiva lisa ou estampada. Além da adega também tem a icebox. São encontradas em várias cores por aproximadamente R\$ 7 mil.

**Mais informações nas lojas especializadas**



## POLTRONA CAPTONÊ

A poltrona captonê é linda e confortável. Com linhas elegantes e diferenciadas, torna-se o elemento-chave para qualquer decoração, deixando-a muito mais elegante e sofisticada. Muito mais comodidade e conforto, sendo que a elegância do acabamento em captonê deixa todos os ambientes refinados. A poltrona pode ser encontrada por algo em torno de R\$ 1,7 mil.

**Mais informações no [www.obravip.com](http://www.obravip.com)**

## DE MADEIRA

A Vulk Eyewear acaba de lançar uma nova coleção de óculos inspirada no estilo de vida do bairro Lower East Side, de Nova York, nos Estados Unidos. O bairro abrigou movimentos urbanos e artísticos que marcaram a história da música e do esporte nos anos 1970 e 1980, como as primeiras manifestações da música punk e dos skatistas. Os novos óculos são baseados nas tendências retrô dessa época, com designs clássicos e minimalistas, porém carregados de estilo e personalidade, que agradam a atual geração de jovens que possui muitas convicções e ideologias. Os novos modelos são todos feitos com madeira e acetato e possuem acabamentos feitos à mão, tornando cada armação uma peça única. Linhas renomadas como Vulk Eyewear apostaram nessa tendência, tendo a coleção 2012 feita em acetato italiano, lentes CR39, com 100% de proteção UV. Os modelos ultrarresistentes são personalizados, acabados a mão e inspirados nas propriedades naturais da madeira.

**[www.vulkeyewear.com](http://www.vulkeyewear.com)**

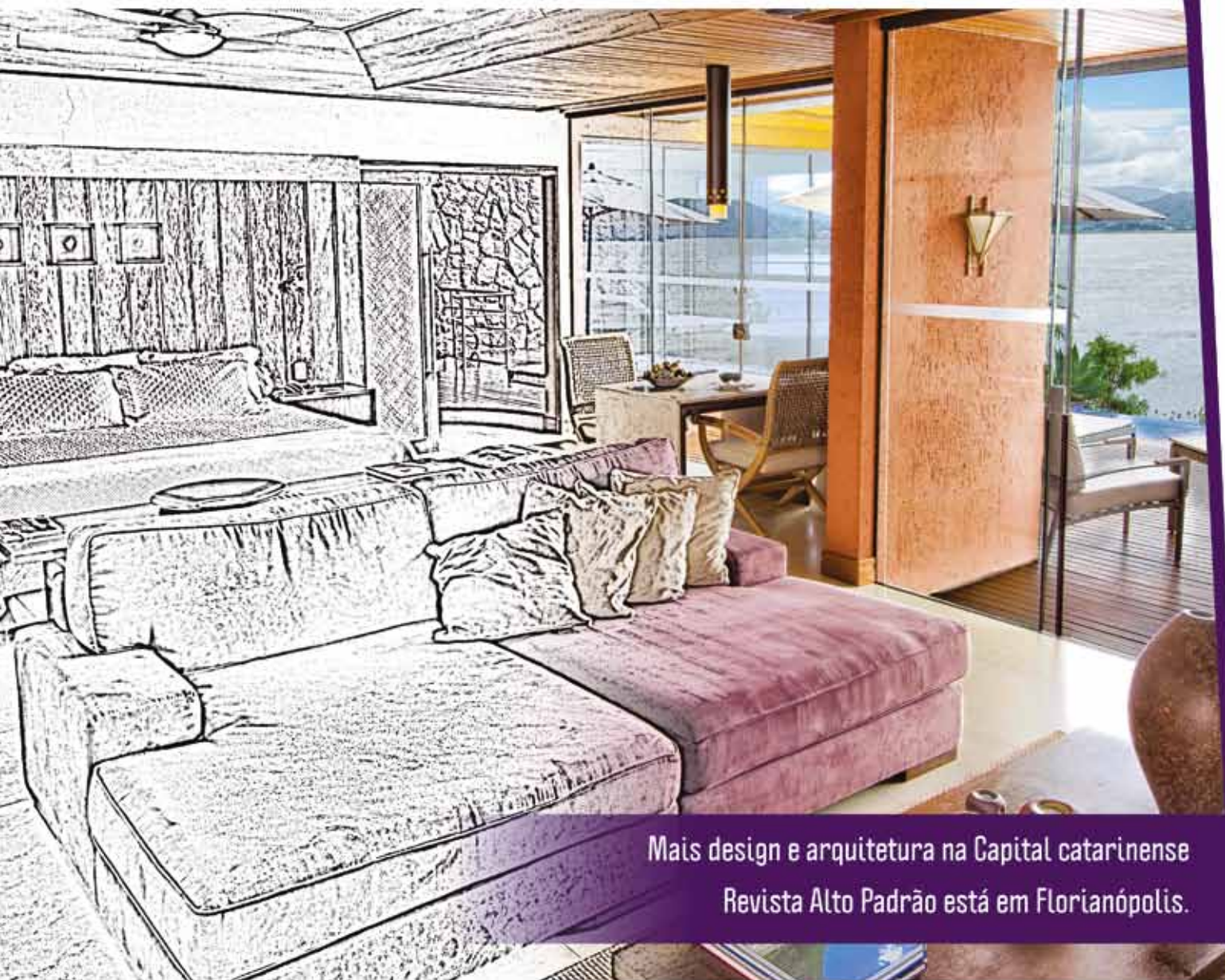






# ALTOPADRÃO

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](http://www.mundieditora.com.br)



# É TEMPO DE VIDAL RAMOS OPEN SHOPPING

Florianópolis ganha o primeiro shopping a céu aberto em março, durante festividades do aniversário

**E**m março, durante as festividades do aniversário da cidade, Florianópolis ganhará o primeiro open shopping. Quem passar pela Rua Vidal Ramos poderá conferir um novo e belo visual. As lojas receberam marquises padronizadas, as calçadas foram remodeladas, ganharam bancos, lixeiras e floreiras. Os novos postes têm design diferenciado dos demais da cidade e trazem moderna iluminação em led. Um totem, na esquina com a Rua Arcipreste Paiva, conta um pouco da história da rua, que nas décadas de 1970 e 1980 já recebia um grande número de pessoas, que frequentavam os primeiros restaurantes naturais da cidade e a creperia Degrau, ponto de encontro de jovens da Ilha.

O projeto de revitalização da Vidal Ramos, que tem 56 lojas, iniciou há quase dois anos. Desde o início da implantação das melhorias, o número de pessoas que transitam pelo local vem aumentando gradativamente, incrementando também o comércio local em cerca de 80%.



**As lojas ganharam marquises padronizadas**

A iniciativa de revitalizar a rua partiu da Câmara de Lojistas da Rua Vidal Ramos, integrante do Programa Empreender da ACIF. “Nosso objetivo foi resgatar o Centro Histórico de Florianópolis, trazendo novamente os clientes que migraram para os shoppings”, explica Rose Macedo Coelho,

coordenadora da Câmara de Lojistas da Rua Vidal Ramos.

Cerca de 80% dos lojistas da via aderiram ao projeto, resultado da Parceria Público-Privada entre a ACIF, Instituto de Planejamento Urbano (IPUF), Prefeitura Municipal, Sebrae/SC e lojistas da Rua Vidal Ramos.





# 3000

**Vozes** Opiniões **Perspectivas**  
Compromissos **Metas** Atitudes  
**Decisões** Experiências **Sonhos**  
Parceiros **Planos** Necessidades  
**Ideias** Vontades **Portas**  
Oportunidades **Forças** Estímulos

**Nós conseguimos.**

Com mais de 3.000 empresas associadas, somos a maior associação empresarial de Santa Catarina. Estamos maiores e mais fortes. Junte-se a nós.





# MAIS FORÇA ÀS CÂMARAS E NÚCLEOS

**A**s Câmaras e Núcleos Setoriais da ACIF, criados para unir empresários de um mesmo segmento ou com objetivos comuns, têm o objetivo de promover o espírito associativista e fortalecer a entidade através do envolvimento dos associados. A ideia é permitir que os empreendedores unam forças, facilitando a identificação, discussão e busca de soluções para problemas comuns. “Em 2012, nossa intenção é buscar fortalecer ainda mais esse trabalho, aumentando a participação dos associados nos núcleos, através de campanhas de divulgação, além de aumentar o grau de satisfação dos associados nucleados. Para isso, serão realizadas pesquisas para avaliar o grau de satisfação dos participantes”, comenta Marcelo Bohrer, coordenador do Conselho dos Núcleos.

Outras metas da coordenação de Núcleos Setoriais são a realização de planejamento anual e o aumento de 16 para 30 o número de núcleos até 2013. Além disso, a cada ano serão realizados dois cursos de capacitação em liderança para os coordenadores de núcleo.

Com o fortalecimento das Câmaras e Núcleos, todos os setores econômicos das empresas associadas são beneficiados. Além disso, melhora o contato do associado com a ACIF e fomenta a participação de novas empresas na Associação.

## A ACIF POSSUI 16 NÚCLEOS SETORIAIS E QUATRO CÂMARAS. SÃO ELAS:

### Conselho de Núcleos

- ▶ Núcleo de Turismo Náutico
- ▶ Núcleo Setorial de Soluções Empresariais
- ▶ Núcleo de Lojistas do Aeroporto Hercílio Luz
- ▶ Núcleo Setorial de Empresas de Mídia Exterior
- ▶ Núcleo Setorial de Imobiliárias
- ▶ Núcleo Setorial de Móveis e Decorações do Estreito
- ▶ Núcleo Setorial da Via Gastronômica de Coqueiros
- ▶ Núcleo Setorial de Corretores de Seguros
- ▶ Núcleo Setorial de Paisagismo
- ▶ Núcleo Setorial de Jornais de Bairro e Mídias Alternativas
- ▶ Núcleo Setorial da Via Gastronômica da Praia dos Ingleses
- ▶ Núcleo Setorial de Farmácias Magistrais – ACIF Magistrail

### Câmaras

- ▶ Câmara da Mulher Empresária – ACIF Mulher
- ▶ Câmara de Lojistas da Rua Vidal Ramos
- ▶ Câmara Setorial de Oficinas Mecânicas e Automotivas – Casom



# REÓLEO MIRA NOS 511 MIL LITROS

**O** Programa de Reciclagem de Óleo de Cozinha (ReÓleo), da ACIF, em 14 anos de existência já coletou cerca de um milhão de litros de óleo para reciclagem. Só no ano passado, foram 340 mil litros transformados em produtos de limpeza, como sabão e detergente. “Nossa expectativa para 2012 é aumentar a conscientização sobre a importância da reciclagem do óleo de cozinha, principalmente dos restaurantes e bares, que são os maiores geradores, aumentar o tipo de produtos fabricados e elevar o volume de coleta para 511 mil litros”, comenta Luiz Falcão de Moura, coordenador geral do ReÓleo.

Parceiro de escolas, condomínios, restaurantes, postos de gasolina e hotéis, o programa conta com 765 pontos de coleta espalhados pela cidade. Até o final de 2012, a meta é chegar 1,1 mil estabelecimentos.

Todo o óleo coletado é armazenado na Comcap e depois segue para Curitiba, onde é reciclado pela empresa Ambiental Santos, parceira da ACIF. “Além de contribuir com a preservação ambiental, os participantes do ReÓleo podem trocar o óleo de cozinha usado por produtos de limpeza, de acordo com o volume coletado”, acrescenta Falcão. Através de uma parceria do ReÓleo com a Fundação de Meio Ambiente de Biguaçu, o projeto também é responsável pela coleta no Município.

A educação ambiental também integra o projeto. Periodicamente são realizadas palestras com o tema “Reciclar é Educar”, que este ano terá agenda especial para atender escolas da rede pública e particular de Florianópolis e Biguaçu, um incentivo a mais para a conscientização ambiental dos alunos. Até o final do ano serão atendidas 20 escolas, envolvendo 80 professores e cerca de 3 mil crianças.



Feliz 2012  
Valorize  
a sua  
vida



O VALOR DA IMPRESSÃO

[www.graficanatal.com.br](http://www.graficanatal.com.br) : 48 3244 0058

# CAMINHOS E RESULTADOS DO MARKETING

ACIF promove curso com o consultor e palestrante José Bittencourt em abril



Estadísticas e pesquisas demonstram que menos de 5% das empresas planejam formalmente o futuro. Esse percentual, segundo o consultor José Bittencourt, é também o índice médio das empresas que detêm mais de 85% do faturamento e lucro mundiais. “O que deixa claro a importância do planejamento para o bom desempenho de qualquer empresa”, comenta o consultor.

Para alcançar um bom resultado em vendas, por exemplo, o planejamento em marketing é indispensável. “Faz parte deste plano todo o conjunto de processos que envolvam a criação, comunicação, entrega de valor para os clientes, bem como a administração do relacionamento de forma que beneficie a organização e o público interessado”, explica Bittencourt.

O marketing orientado para resultados propõe-se a resolver os problemas das pessoas com produtos e serviços no sentido de buscar o máximo de retorno

sobre os investimentos e garantir maior rentabilidade para as empresas.

Com o objetivo de auxiliar empresários, gestores e colaboradores nas áreas de marketing e comunicação na elaboração do planejamento, assim como executá-lo, a ACIF promove, de 9 a 12 de abril, o curso Marketing de Resultados – Vendendo Mais e Melhor, que será ministrado por José Bittencourt.

Entre os temas que serão abordados estão as semelhanças, confusões e divergências entre marketing, vendas, propaganda e publicidade; as corretas

políticas mercadológicas de acordo com o segmento de atuação da organização; formatos, tipos de canais e investimentos nas mais diversas mídias – tradicionais e inovadoras; foco e abordagem no atendimento como estratégia de diferenciação, retenção e fidelização de clientes. O público também terá acesso a cases e simulações das melhores práticas/resultados dentro do mercado e da empresa/negócio.

Mais informações sobre o curso podem ser obtidas pelo telefone (48) 3244-5578 com Andréia.

## MAIS INFORMAÇÕES

### Curso Marketing de Resultados – Vendendo Mais e Melhor

- ▶ **Ministrante:** José A. Bittencourt
- ▶ **Data:** 9 a 12 de abril
- ▶ **Horário:** das 19h às 22h
- ▶ **Local:** Rua Tijucas, 65 - Balneário do Estreito
- ▶ **Mais informações:** (48) 3244-5578, com Andréia



# Inscriva-se já!



PRÊMIO  
**ACIF** DE  
JORNALISMO

## QUEM SE DESTACA, VIRA NOTÍCIA.

### Categorias

Jornalismo Impresso, Radiojornalismo, Telejornalismo, Programa de entrevista TV + Rádio, Webjornalismo, Mídia Regional e Prêmio Especial do Júri ACIF

### Premiação

O Prêmio de Jornalismo ACIF distribuirá 10 tablets para as matérias técnicas apresentadas pelos primeiros colocados nas categorias listadas abaixo e mais 5 mil Reais para o vencedor da Categoria Prêmio Especial do Júri ACIF.

### Inscrições abertas

Regulamento, informações e inscrições:

[www.acif.org.br](http://www.acif.org.br)

Parceiros:



# TREINAMENTO PARA EMPREENDER

Em parceria com o Sebrae, ACIF promove Empretec nos meses de maio e agosto



Uma boa capacitação é essencial para a boa gestão de qualquer negócio. Pensando nisso, a ACIF promove periodicamente cursos que visam proporcionar crescimento em três áreas: empresa, empresário e colaborador. Entre os cursos oferecidos estão o Empretec, que busca estimular comportamentos empresariais positivos nos participantes para melhorar a performance nos negócios ou para alavancar ideais e tirá-las do papel. Desenvolvido pela Organização das Nações Unidas (ONU), o programa é reconhecido internacionalmente. No Brasil, é aplicado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). A ACIF é parceira da iniciativa desde 2009.

“Percebi, ao participar do Empretec, a importância da reciclagem e que sempre há o que aprender. Ao final do treinamento, tomei decisões importantes relativas à minha empresa”, conta o empresário Eduardo Wildi Hosterno, do STB – *Student Travel Bureau*.

Em 2012, além do programa realizado em fevereiro, já estão programadas mais duas edições do Empretec: em maio e agosto. A ACIF também promove cursos de Desenvolvimento Gerencial e Desenvolvimento de Lideranças, que visam a capacitação de profissionais que lidam cotidianamente com atividades relacionadas à gestão de equipes e processos. O gerente de produto da Primore Imóveis, Elves Silveira da Silva, participou do curso de Desenvolvimento Gerencial. “Foi uma boa oportunidade de atualização, principalmente no processo organizacional e em marketing”, acrescenta. Durante as aulas, são desenvolvidos temas como liderança, visão sistêmica e responsabilidade, que criam condições para que o aluno leve para a sua organização as melhores práticas de gestão com foco na produtividade, sustentabilidade e lucratividade.

Nos meses de maio e junho, os interessados podem participar do curso de Desenvolvimento em Lideranças, que busca aperfeiçoar profissionais responsáveis por equipes de trabalho. O enfoque será na prática sistemática da liderança e da motivação de pessoas na busca de resultados e aumento da produtividade.

## MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ Os treinamentos e cursos promovidos pela ACIF podem ser solicitadas pelo e-mail: [educação@acif.org.br](mailto:educação@acif.org.br). Eles são abertos a sócios e não-sócios.





SANTA CATARINA

# Prev

*Não perca tempo.  
Comece a planejar o seu futuro hoje!*

**48 3222-7440**

Ligue e solicite a visita  
de um consultor de  
benefícios OABPrev.

Parceria Estratégica



**MONGERAL LEGON**  
seguros e previdência



**WWW.OABPREV-SC.ORG.BR**

**AVENIDA HERCÍLIO LUZ, 639 | SALA 211 | CENTRO | FLORIANÓPOLIS | SC**

# CAFÉ COM CHARME

Café da Aliança Francesa alia lanche e cultura

**M**arlete da Rosa Macellaro é proprietária de uma charmosa e acolhedora cafeteria, onde serve quitutes típicos da culinária francesa, como croissants e pain au chocolat, acompanhados de café expresso, cappuccino ou suco. Longe da agitação, o lugar oferece um ambiente calmo e tranquilo junto à tradicional escola de idiomas Aliança Francesa, instalada em uma bela casa tombada pelo patrimônio histórico e cultural, localizada bem no centro de Florianópolis.

Para manter o negócio, Marlete gosta de primar pelo atendimento, quase personalizado, aos alunos e professores da Aliança Francesa, assim como para quem quer aproveitar e degustar um lanche gostoso em clima francês.

“Meu negócio vem dando certo e estou contente com os resultados, principalmente pela convivência com pessoas que se tornaram amigas, como os alunos, que atualmente são



## MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Café da Aliança Francesa**
- ▶ **Contato: (48) 3222-8925**
- ▶ **Na internet: [affloripa.com.br](http://affloripa.com.br) no link cafeteria**

meus melhores clientes. Minha intenção, integrando a ACIF, é buscar incentivos para que meu negócio se fortaleça e cresça ainda mais, atendendo também a outras pessoas e gerando novas oportunidades”, aposta Marlete.

# ATENÇÃO COM O PALADAR DOS BEBÊS

Paplim produz papinhas naturais para serem congeladas

**A**alimentação dos bebês merece uma atenção especial. Pensando na produção de um alimento saudável e de fácil preparo, as nutricionistas Ana Maria Brunn Rubik e Luana Dias Gonçalves criaram a Rubik e Gonçalves Comércio de Alimentos Ltda., mais conhecida como Paplim. A empresa produz papinhas naturais congeladas para bebês, sem qualquer tipo de conservante, sal, açúcar ou lactose. Para deixar as papinhas mais saborosas, são utilizadas variedades de ervas e especiarias. “Isto auxilia no desenvolvimento do paladar da criança, moldando-o para que possa identificar um alimento fresco de verdade e adquirir hábitos alimentares mais saudáveis no futuro”, explica Ana Maria. Outro diferencial é que elas não são aquecidas em altas temperaturas, preservando todas as vitaminas do alimento. Atuando na Grande Florianópolis, a Paplim comercializa as papinhas através de site, por contato telefônico e também em pontos de venda em Jurerê, Coqueiros, Ribeirão da Ilha, Itacorubi e no supermercado Hippo. A expectativa das empresárias, ao ingressar na ACIF, é receber apoio em aspectos empresariais, aumentar a rede de relacionamento e participar do Núcleo ACIF Mulher.

“Em 2012, queremos difundir a nossa marca como referência em alimentação infantil prática e saudável, estabelecer parcerias e expandir o negócio tanto em SC, quanto em outros estados”, revela Luana.



## MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Paplim**
- ▶ **Contato: (48) 3344-2068 – [contato@paplim.com.br](mailto:contato@paplim.com.br)**
- ▶ **Na internet: [www.paplim.com.br](http://www.paplim.com.br)**



# SAÚDE À MESA

Nutribem leva alimentação corporativa a toda Santa Catarina



Especializada em alimentação corporativa e há mais de 20 anos no mercado, a Nutribem atua produzindo refeições em restaurantes empresariais e transportando alimentação para empresas de todo o Estado. Para produzir 350 mil refeições mensais para os 12 mil comensais diários, a indústria conta com 250 funcionários.

Pela meta de expansão, a Nutribem pretende desenvolver um trabalho social mais efetivo e ter maior participação na ACIF. Através de parcerias, espera realizar palestras com orientações sobre saúde, nutrição e gastronomia. “Nosso objetivo é interagir com outras empresas que queiram orientações no setor em que atuamos. Estamos dispostos a participar, em parceria com a ACIF, em feiras e eventos, oferecendo palestras gratuitas com temas pertinentes ao público e objetivo da apresentação”, acrescenta Maria Aparecida Conceição, diretora Comercial da empresa. A Nutribem produz refeições em dependências próprias com tecnologia de ponta no acondicionamento, transporte e conservação dos alimentos. As refeições são mantidas em container isotérmico até o momento de serem servidas, garantindo a preserva-

ção dos nutrientes dos alimentos. Nas empresas que desejam que as refeições sejam produzidas em cozinhas instaladas no espaço físico das próprias instalações, em sistema self-service, a Nutribem acompanha todo o processo de produção. O cardápio, definido com o cliente, é elaborado por nutricionista. As refeições balanceadas atendem às exigências do Programa de Alimentação do Trabalhador e o preparo segue os requisitos da Segurança Alimentar.

## MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Nutribem (J. F. Gastronomia Corporativa Ltda.)**
- ▶ **Contato: (48) 3204-3300 - comercial@nutribem.ind.br**
- ▶ **Na internet: www.nutribem.ind.br**
- ▶ **Associados da ACIF contam com palestras, cursos e treinamentos gratuitos**

# EVENTOS SEM ESTRESSE



3º Setor Gestão e Eventos planeja eventos corporativos

Planejar, organizar e executar eventos são algumas das funções da 3º Setor Gestão e Eventos, dos empresários Ana Paula dos Santos e Ricardo Alexandre Pazello Gulas. A empresa desenvolve projetos personalizados de decoração, cenografia, sonorização e iluminação de acordo com a necessidade e perfil de cada evento. Além disso, oferece locação de equipamentos audiovisuais e serviços de agência de viagem.

“Nosso ingresso na ACIF busca incrementar nosso relacionamento com o mercado através dos eventos da Associação, assim como participar dos cursos oferecidos pela entidade”, afirma Ana Paula dos Santos.

Outro foco da empresa é executar projetos próprios, ou seja, planejar, organizar e executar eventos técnicos, científicos e de entretenimento, com o objetivo de aumentar a ocupação hoteleira, assim como a utilização de todos os demais itens do trade turístico (emissão de passagens aéreas e rodoviárias, locação de veículos, compra de pacotes para o parque Beto Carrero World, passeios executivos dentro da Ilha de Santa Catarina e fretados entre outros). Além disso, utilizar a infraestrutura de apoio e incrementar o comércio local (restaurantes, lojas de vizinhança, artesanato, posto de combustível entre outros).

## MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **3º Setor Gestão e Eventos**
- ▶ **Contato: (48) 3034-7409 /**
- ▶ **terceirosetoreventos@gmail.com**
- ▶ **Na internet: www.3setoreventos.com**

# A COMPETÊNCIA NA GESTÃO DE PESSOAS

## Sami Boulos

consultor em Recursos Humanos e sócio-fundador da Boulos Consulting Group

Uma vez que a competição entre as empresas força a quebra do acordo implícito de emprego, como estas podem reter as pessoas de que precisam? Já vimos que passar de um mercado protegido para um cenário competitivo acaba com a sensação de estabilidade no emprego. As pessoas não dão o máximo de si em seus empregos se viverem achando que irá perdê-los. Os gestores têm o papel de substituir essa abalada sensação de segurança por algo que redefina o compromisso da empresa com os funcionários e o compromisso destes com a empresa.

Como o emprego vitalício não é mais provável atualmente, a empresa tem o papel de estabelecer um novo pacto com seus colaboradores. Nesse pacto, esta se compromete a empenhar-se em oferecer-lhes as oportunidades para que se desenvolvam, mantendo seu valor no mercado dentro e fora da empresa, e os funcionários, por sua vez, em garantir comprometimento com a empresa.

É nesse ponto que se faz necessário que os gestores tenham desenvolvido a competência de gestão de pessoas, pois esta tem importância fundamental para construir o seu papel.

Gestão de pessoas há muito deixou de ser definir/controlar e mais

e mais vem se transformando em delegar/comprometer/motivar. Esta competência é uma das mais complexas que temos, pois ela é muito mais abrangente do que parece e acaba englobando outras competências, como: habilidade política, capacidade de desenvolver relacionamentos, liderança, dentre outras.

Pelo fato do ser humano por natureza ser muito complexo, saber lidar com cada colaborador requer que os gestores conheçam substancialmente cada indivíduo, respeitando suas capacidades e buscando desenvolver suas limitações.

Assim a ação do feedback ocasional, mas eficaz, vem se juntar às avaliações de performance anuais ou semestrais. O feedback tem a força motriz de incentivar melhorias, corrigir possíveis desvios e recompensar sucessos, constantemente.

Muitos executivos já perceberam a importância de desenvolver essa competência e os benefícios que isso fará em suas carreiras. Outros percebem que podem desenvolvê-la com a prática diária, ou mesmo com a ajuda de consultorias especializadas.

Em termos fundamentais, são esses executivos, com competência na gestão de pessoas, que as empresas irão valorizar no mercado para criar a imagem de empresa nas quais pessoas talentosas desejam permanecer.



*“O feedback tem a força motriz de incentivar melhorias, corrigir possíveis desvios e recompensar sucessos, constantemente. Muitos executivos já perceberam a importância de desenvolver essa competência e os benefícios que isso fará em suas carreiras”*





**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.

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

**premier**  
OFFICE CENTER

SALAS COMERCIAIS  
**A PARTIR DE 49 m<sup>2</sup>**  
COM POSSIBILIDADE  
DE EXPANSÃO\* PARA **ATÉ 500 m<sup>2</sup>.**

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

**koprime**  
PREMIER EMPREENDIMENTO IMOBILIÁRIO



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