



Mulheres no comando

Capital da estrada



EDIÇÃO

50



PROPÓSITO

TODA MARCA TEM UM.

deveria ter

QUAL O PROPÓSITO DA SUA MARCA?

GLÓBULO
MARCAS DE PROPÓSITO

WWW.GLOBULO.COM.BR

50 MOTIVOS PARA COMEMORAR



Empresário Dilvo Vicente Tirloni, presidente da ACIF em 2008, lançando a revista Líder Capital

Quando completou 282 anos, em 2008, Florianópolis ganhou um presente muito especial da ACIF. A cidade foi destaque de capa da primeira edição da revista **Líder Capital**, publicação oficial da associação cujo lançamento reuniu lideranças e empresários da região. Passados quatro anos, Florianópolis e a entidade têm 50 motivos para comemorar. A **Líder Capital** chegou à quinquagésima edição, levantando, sempre, as principais bandeiras da cidade e do empresariado.

São exatas 2 mil páginas publicadas, com mais de 500 reportagens que evidenciam o empreendedorismo local, comemoram as conquistas e denunciam as carências da Grande Florianópolis, sugerindo, sempre, uma solução viável. Exemplo disso é a proposta da ACIF para o Código Tributário, que estampou várias páginas da revista. O benefício do modelo proposto pela entidade vai muito além dos limites do Município, favorecendo a toda população brasileira.

Esse e outros temas de interesse do universo empresarial – que chegam mensalmente aos mais de 3 mil associados da entidade – são lembrados na seção ‘Destaque’ desta edição. A reportagem também mostra quem foi capa da publicação nestes quatro anos. Confira também, nesta edição, reportagem sobre os empresários que confirmam crescimento nesta temporada de Verão, mas destacam que os números poderiam ter sido melhores. Veja, ainda, como será a comemoração do aniversário de 97 anos da entidade, em maio.

Honrado com este momento histórico, o Conselho Editorial da **Líder Capital** agradece a todos os leitores pela confiança e agradece também àqueles que colaboraram, de uma forma ou de outra, para essa conquista. Comandar o principal veículo de comunicação do empresariado é uma grande responsabilidade para a ACIF, mas podemos garantir que essa tarefa é desempenhada com muito respeito, pois o nosso objetivo é manter a credibilidade conquistada até aqui por centenas de publicações sem deixar jamais de apoiar o associado e lutar pelo desenvolvimento da cidade.

Boa leitura!



12. DESTAQUE

Presidente Doreni Caramori Júnior e Juliana Pamplona, diretora de Comunicação da ACIF, comemoram 50 edições da revista Líder Capital e relembram os principais momentos da publicação oficial da entidade, comandada por eles.

20. BATE-PAPO

José Sebastião Nunes fala dos desafios à frente do Conselho Regional de Administração de Santa Catarina (CRA).





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!



06. A METRÓPOLE

Empresários da Capital confirmam crescimento nesta temporada de Verão, mas destacam que os números poderiam ter sido melhores



22. PENSE VERDE

Preservação da natureza é tema recorrente na Escola Dinâmica, que inseriu o tema sustentabilidade no cotidiano de todos os alunos

**24. Benchmarking / 26. Tempo Livre / 28. Vitrine
32. 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 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: Igor Loreno Domit Erpinotti • Diretora 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 Mvira • Diretor de Treinamento Empresarial: Adriana Maria Loch • Diretor Geral Reg. 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: Fátima Adriano Caponi • Coordenadora da ACIF Jovem: Liandra Nazario Nobrega • Coordenador do Conselho dos Núcleos: Marcelo Bohrer de Almeida

DIRETORIA DE COORDENAÇÃO EXTERNA ACIF 2011/2013

Diretor de Relações Governamentais: Bernardo Meyer • Diretor de Assuntos Tributários: Klaus da Silva Raupp • Diretora de Meio Ambiente: Jane Pilotto • Diretoria de Intercâmbio Empresarial: Clotilde Fernandes Campregher • Diretor de Relações com os Empresários: Rodrigo Estrázulas Rossoni • Diretoria de Integração: Maria Cecília Gondran • Diretor de Turismo: Ernesto de Oliveira São Thiago Neto • Coordenador do Programa Reoleo: Luiz Antonio Falcão de Moura • Coordenador do Programa Reciclatec: Thiago Freitas • Diretor de Assuntos Econômicos: Felipe Marcondes de Mattos • Diretor de Tecnologia e Inovação: Guido Ademir Garcia Dellagnelo • Diretor de Assuntos Legislativos: André Porto Prade • Diretora de Assuntos Sociais: Patrícia Moschen • Diretor de Marketing de Soluções: Alexandre Bastos Moreira Lima

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 - Fuchs Editorial Ltda. ME

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: Lucas Gonçalves
lucas@mundieditora.com.br

ARTE DE CAPA: Lucas Gonçalves

FOTOS: Michele Monteiro, Banco de Imagens e Divulgação

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

GERENTE COMERCIAL: Eduardo Bellidío - (47) 3035.5500
eduardo.bellidio@mundieditora.com.br

GERENTE COMERCIAL GERAL: Cleomar Debarba
debarba@mundieditora.com.br

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

IMPRESSÃO: Gráfica Natal (48) 3244.0058

CIRCULAÇÃO: circulacao@mundieditora.com.br

mundieditora.com.br

facebook.com/mundieditora

twitter.com/mundieditora



BOM, MAS PODERIA SER AINDA MELHOR

CRISE ECONÔMICA E FALTA DE BALNEABILIDADE PREJUDICAM TEMPORADA DE VERÃO

O resultado de mais uma temporada de Verão em Florianópolis divide as opiniões dos empresários. Há quem aponte crescimento em relação ao movimento do ano anterior e também quem identifique queda. Mas, mesmo entre quem faturou mais neste ano, parece existir um consenso de que o resultado poderia ser muito melhor.

O diretor da Regional Canasvieiras da ACIF, Milton Webber Filho, acredita que, no geral, o setor turístico teve um movimento melhor do que na temporada passada. “Janeiro foi excelente, fevereiro foi bom e em março começou a decrescer, mas, para a Páscoa, os uruguaios devem lotar os hotéis novamente”, avalia. Mas ele diz que os problemas com a falta de balneabilidade em alguns pontos evitaram que o resultado fosse ainda melhor no Norte da Ilha.

O mesmo problema foi identificado na região dos Ingleses. O diretor da ACIF Thiago Lewis diz que foram registrados casos de hóspedes cancelando a estada

diante do mau cheiro em alguns pontos. Ele acredita que o problema tenha feito a média de ocupação fechar abaixo da temporada anterior.

Pesquisa da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de SC (Fecomércio), feita em Florianópolis, Balneário Camboriú e Imbituba aponta que, apesar de ter sido um sucesso na opinião dos turistas, a temporada de Verão deste ano não foi tão positiva para os empresários catarinenses. Por trás disso estão basicamente dois fatores: a desaceleração da economia brasileira, que gerou menos empregos em 2011, e a valorização do Real em relação ao restante das moedas sul-americanas, o que fez com que o turista estrangeiro fechasse a carteira.

A pesquisa entrevistou 288 estabelecimentos comerciais em Florianópolis e 48% de respostas foi que o movimento neste ano foi inferior ao do ano passado. Foram entrevistados também 34 hotéis em Florianópolis, onde a média de ocupação dos mesmos durante a temporada foi de

76%, o que representou uma queda de 1,32% em seu faturamento em relação à temporada anterior. No entanto, a pesquisa confirma que a temporada de Verão continua sendo um incremento importantíssimo nas vendas do comércio das cidades litorâneas.

Para os bares e restaurantes, o resultado foi melhor. Pesquisa da regional catarinense da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) revela que, para 42% dos entrevistados, o movimento neste Verão foi superior ao dos anos anteriores. Um dos pontos destacados foi o Carnaval. Enquanto em 2011 o feriado foi no começo de março – prejudicando o movimento de fevereiro – este ano, a festa, no final de fevereiro, alavancou o fluxo turístico. “O Carnaval no fim do mês estica a temporada, pois muitas pessoas tiram férias perto do feriado para curtir a festa. Ano passado, houve uma quebra no Verão, com o Carnaval em março”, explica o presidente da Abrasel-SC, Fábio Queiroz.

Além da melhora no movimento, os



FOCO NA SEGURANÇA

Santa Catarina recebeu mais de 5 milhões de turistas nesta temporada, segundo dados do governo do Estado. Foram 4,4 milhões de turistas brasileiros e 414.974 estrangeiros. “Tivemos um aumento real de 14,28% no fluxo de turistas este ano. Em janeiro de 2011, chegaram a Santa Catarina 308.368, em janeiro deste ano foram 352.040 turistas”, informa o presidente da Santur, Valdir Valendowsky.

Ele destaca que o item segurança é um dos que mais pesa na escolha dos turistas. “Todos os turistas estão à procura de sol, mar e segurança para a família, garantida pelo trabalho desenvolvido pela SSP, Polícia Civil Militar e Corpo de Bombeiros”, afirma, destacando os investimentos do governo em segurança.

Por meio do Funturismo, o governo liberou R\$ 7,5 milhões para o projeto ForçaTur, utilizados na compra de equipamentos e softwares de segurança e R\$ 10 milhões para o SalvaTur, para complementação da ajuda de custo para guardas civis e construção de 30 postos de salva vidas nos balneários catarinenses.

Segundo o comandante do Corpo de Bombeiros Militar, Coronel José Luiz Masnik, os R\$ 10 milhões investidos no SalvaTur proporcionaram um aumento no número de bombeiros civis, o que permitiu a melhora no atendimento à população. Foram 1,2 mil guarda-vidas sob a coordenação de 250 guarda-vidas militares. “Conseguimos diminuir o número de afogamentos em 25,7% nesta Operação Veraneio. Em 2010, foram computados 70 afogamentos e, em 2011, este número diminuiu para 52”, aponta o coronel Masnik.

Segundo dados da Diretoria de Informação e Inteligência da Secretaria de Segurança, foram 43 ocorrências de homicídios a menos do que em 2011 (-36,8%) e 20 ocorrências a menos do que em 2010 (-14,6%). Com relação ao número de roubos, o ano de 2011 teve queda de 11,3% nos registros em comparação ao mesmo período de 2010 (1º de janeiro a 26 de fevereiro) e no em 2012 está praticamente com o mesmo número de registros de 2011. “Com a presença de policiais militares nas ruas, aliada ao profissionalismo dos policiais civis, conseguimos baixar nossos índices de criminalidade se compararmos às operações do ano passado”, avalia o comandante-geral da Polícia Militar, Coronel Nazareno Marcineiro.

empresários perceberam um aumento no número de turistas estrangeiros vindos dos Estados Unidos e da Europa. Quanto aos argentinos, que continuam sendo a maioria dos visitantes gringos, os entrevistados não perceberam mudança no fluxo. Em Florianópolis, 45% dos entrevistados afirmaram que americanos e europeus eram a maioria.

Entre as dificuldades apontadas pelo setor, destaque para a falta de mão de obra. Em todo o Estado, 31% dos empresários afirmaram que não conseguiram formar equipe. E dos que conseguiram, 40% não ficaram satisfeitos com o desempenho dos colaboradores. Na Capital, onde a oferta de mão de obra é maior, o resultado foi ainda mais desanimador. No total, 37% dos participantes não fecharam o quadro de funcionários e, dos que o fizeram, 47,5% não aprovaram o desempenho da equipe. “Há uma rotatividade muito alta de funcionários, percebe-se pouco comprometimento e interesse”, explica Queiroz.

PERFIL DO TURISTA DE FLORIANÓPOLIS

▶ A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (Fecomércio) de Santa Catarina fez uma pesquisa também com o objetivo de mapear o perfil do turista de verão. Foram ouvidos quase 700 turistas em Florianópolis. Veja alguns dados levantados:

▶ Gênero

50% homens
50% mulheres

▶ Faixa etária

11,9% entre 18 e 25 anos
16,3% entre 26 e 30 anos
33,8% entre 31 e 40 anos
21,9% entre 41 e 50 anos
11% entre 51 e 60 anos
5,3% mais de 60 anos

▶ Renda familiar

1% até R\$ 705
9,8% de R\$ 706 a R\$ 1.126
28,9% de R\$ 1.126 a R\$ 2.990
32,2% de R\$ 2.991 a R\$ 4.854
11% de R\$ 4.855 a R\$ 6.329
15,1% Mais de R\$ 6.330

▶ Ocupação

60,4% carteira assinada
12,6% autônomo
6% empresário
9,4% funcionário público
6% aposentado
0,4% desempregado
5,3% outros

▶ Origem

18,9% SC
17,1% RS
15,2% SP
13,6% PR
9,2% restante do Sudeste
7,3% Centro-Oeste
4,4% Norte e Nordeste
9,4% Argentina
4,9% restante do mundo

Fonte: Fecomércio-SC



COMO APRIMORAR A QUALIDADE, PRODUTIVIDADE E AINDA REDUZIR OS CUSTOS DAS SUAS IMPRESSÕES?

A Minolsul tem as melhores soluções para isso! Com mais de 15 anos de experiência e solidez no ramo de outsourcing de impressão garante os melhores resultados seja na gestão do equipamento, suprimento ou qualidade. Solicite a consultoria da Minolsul e conheça os projetos que se adaptam as suas necessidades com o melhor custo x benefício:

:: Line up de produtos completos, com sofisticados drives de controle por usuário, monitoramento, integração e aplicação.

:: Funções múltiplas que vão desde a impressão, digitalização, fax e envio digital.

:: Equipamentos de pequeno, médio e alto volume.

:: Impressão em cor de qualidade, baixo custo e em diversos formatos.

Fale com a **Minolsul** e garanta a **produtividade** em seu ambiente de trabalho!



COMUNIDADE
SIMPRESS

Tel. (48) 3248-9616
televendas@minolsul.com.br

MINOLSUL
Sistemas de Impressão

REMÉDIOS SEM IMPOSTOS

Proposta de Emenda à Constituição está em tramitação no Senado

Até para tratar da saúde o brasileiro paga muito imposto. Hoje, em média, 33,9% do preço dos remédios produzidos no País são tributos. Ou seja, mais de um terço. Sem impostos, um medicamento nacional que custa R\$ 100,00 sairia por R\$ 66,10. Um projeto que tramita no Senado quer mudar isso radicalmente. A meta é zerar a cobrança de impostos sobre os remédios brasileiros.

No final de novembro do ano passado, o senador Paulo Bauer (PSDB-SC) apresentou em discurso no plenário a Proposta de Emenda à Constituição (PEC 115/2011), que pretende isentar totalmente os medicamentos de uso humano de todo e qualquer tipo de tributos. “Está na Constituição que todos os brasileiros têm direito à saúde. E ao se falar isso, se imagina internação hospitalar, ações preventivas e até o saneamento básico. Mas é preciso muito mais, pois o uso de medicamentos também é um direito”, argumenta o político catarinense.

De acordo com Bauer, o trabalhador adoece, não consegue comprar todos os remédios receitados e, pouco tempo depois, fica doente novamente. “Ele retorna ao hospital e, provavelmente, terá que tomar mais medicação, ainda mais cara”, avalia. Segundo dados apresentados pelo senador, no Reino Unido, Canadá, Colômbia, Estados Unidos, México e Venezuela, o tributo é zero. Na França, Suíça, Espanha, Portugal, Holanda, Bélgica e Itália, o máximo cobrado é 10%. Ele lembra que no Brasil, em alguns casos, a tributação sobre os medicamentos nacionais chega a passar dos 33,9%. “E isso acontece tanto na indústria farmacêutica convencional quanto na dos genéricos”, acrescenta o parlamentar.

Em seu pronunciamento, Bauer mencionou estudo realizado pelo Sindicato da



Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sindusfarma), do qual se destaca a informação de que um determinado remédio de uso humano produzido no Brasil, com o preço final de US\$ 22,73, se produzido no Reino Unido chegaria ao consumidor por US\$ 11,43. Para se ter uma ideia, cada vez que o cidadão compra um remédio no Brasil, paga imposto de importação, outro sobre produtos industrializados (IPI), sobre operações relativas à circulação de mercadorias e prestações de serviços de transporte interestadual e intermunicipal e de comunicação (ICMS), contribuição para o Programa de Integração Social (PIS) e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PASEP). “Aqui, uma simples dor de barriga é tratada com o pagamento de mais de um terço de impostos. A carga tributária de medicamentos de uso humano é maior do que a de medicamentos de uso veterinário”, compara o parlamentar.

Como exemplo dos problemas provocados pela alta carga tributária brasileira, Bauer cita o caso do Hospital Regional de Chapecó, no Oeste do Estado, visitado no final do ano passado. Segundo o senador, dos R\$ 100 milhões anuais que a instituição precisa para funcionar, R\$ 35 milhões

são gastos só com a compra de medicamentos. Se eliminados os 33,9% de impostos, o hospital economizaria R\$ 12 milhões por ano para os cofres públicos.

Bauer sabe que o tema pode gerar polêmica e muito debate, mas está otimista sobre a aprovação na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) e, depois, no plenário do Senado e no da Câmara dos Deputados. “Espero que toda a sociedade apoie a iniciativa, porque todos nós sabemos que a saúde neste País precisa ser melhorada, mas, para isso, precisamos de ações efetivas. Essa é uma proposta que, sem dúvida, irá ajudar a saúde”, defende.

Na apresentação da proposta, destaca o senador, a PEC conseguiu um feito raro: obteve a assinatura dos 81 senadores. Até o fechamento desta edição, a proposta ainda estava com a relatoria da Comissão de Constituição e Justiça. A medida também já ganhou defensores fora do Senado. O Conselho Regional de Farmácia (CRF) de São Paulo apresentou publicamente apoio à iniciativa e sugere aos farmacêuticos que se manifestem favoráveis ao PEC enviando e-mails solicitando aprovação da proposta aos demais senadores.

ACIF TEM PROPOSTA DE NOVO SISTEMA TRIBUTÁRIO

A cobrança de impostos no Brasil, que já é alta, tende a crescer ainda mais. Turbinada pela arrecadação de impostos federais, a previsão do mercado é de que a carga tributária deve bater novo recorde em 2011, chegando a 36,2% do Produto Interno Bruto (PIB), com crescimento de dois pontos percentuais em relação a 2010. Atenta ao assunto, a ACIF montou uma proposta de um novo sistema tributário, que vem sendo debatido com empresários, órgãos de classe e políticos.

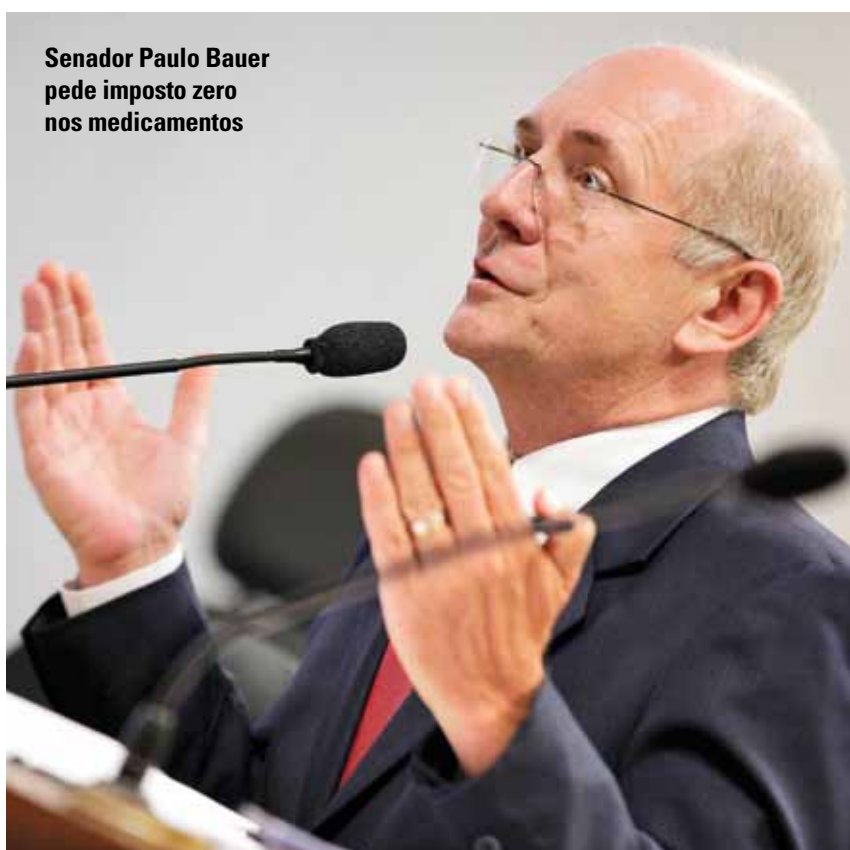
Com o objetivo de apresentar à população uma proposta para um sistema tributário mais eficiente e justo, a ACIF e a Facisc traçaram no documento de 60 páginas um diagnóstico da atual dinâmica de impostos no Brasil. Além disso, indicam gargalos e sugerem mudanças que podem servir para estimular um debate entre governo e sociedade civil. Veja abaixo alguns dos principais pontos da proposta. A versão completa pode ser acessada no www.acif.org.br.

Redução gradual da carga tributária – Há o reconhecimento de que a carga tributária atual é extremamente elevada para as condições sociais do País, mas, que, em razão do contexto político, fica mantida. É preciso, porém, realizar uma melhor distribuição dessa carga tributária e praticar um gasto público de qualidade. A sugestão é de que o percentual de 36% seja reduzido gradativamente, alcançando o 30% em seis anos.

Criação do IMF – A intenção é oferecer uma alternativa de arrecadação de caráter menos declaratório, mais eficiente, com baixos custos de implantação e de entendimento mais fácil, sobre uma base tributária mais ampla e com alíquotas mais baixas. Propõe-se o IMF (Imposto sobre Movimentações Financeiras) que terá o valor arrecadado também distribuído a estados e municípios.

Isenção do IRPF – Busca-se contemplar a justiça tributária, observando a estrutura contributiva das pessoas e das empresas. Esse princípio permite, por exemplo, corrigir distorções do IRPF, atribuindo mais renda às famílias.

Desoneração da folha de salários das empresas – Estudos demonstram que a informalidade decorre em grande parte de toda a burocracia exigida para contratar um empregado e, sobretudo, pelos altos encargos sociais inerentes à folha de pagamento (em torno de 62,5%). Os técnicos têm a convicção de que essas desonerações irão contribuir para a redução dos custos dos produtos, o aumento da formalidade e a consequente melhoria do sistema previdenciário.



Senador Paulo Bauer pede imposto zero nos medicamentos

LÍDER CAPITAL CHEGA À EDIÇÃO 50

Publicação oficial da ACIF se consolida levantando as bandeiras do associativismo e do desenvolvimento



Em março de 2008, chegava a primeira edição da Líder Capital, com uma reportagem de capa sobre o aniversário de Florianópolis. Hoje, você tem em mãos o exemplar número 50 da publicação mensal da ACIF, um veículo de comunicação que se consolidou como um espaço para comemorar as qualidades da Capital e divulgar bons exemplos de empreendedorismo local, mas também como uma ferramenta para divulgar as reivindicações dos empresários para garantir um crescimento sustentável e a manutenção da qualidade de vida e das belezas que fizeram a Ilha de Santa Catarina ser conhecida internacionalmente.

Atualmente, a tiragem por edição é de 4 mil exemplares, sendo 3,1 mil para associados e o restante para lideranças políticas e entidades. O empresário e presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior, diz que o objetivo é manter um canal consistente de comunicação com todos os associados para poder repassar a eles informação de ponta e atualizá-los sobre o que se passa no cotidiano da cidade e da associação. “À medida que isso se tornou realidade, passamos a ser mais ousados e querer posicionar a revista como o veículo de informação empresarial da cidade, a referência em leitura para empresários e empreendedores se atualizarem”, avalia.

Para definir os assuntos da revista, ele diz que cada seção tem um critério particular, mas o que permeia tudo é falar para o público-alvo, trazer aquilo que os veículos existentes no mercado não trazem e focar na cidade e em assuntos que dizem respeito à atividade econômica. “Algumas editorias lançadas no andamento do projeto trouxeram também o conceito de uma leitura mais leve, mas sempre direcionadas ao público-alvo”, acrescenta.

A diretora de comunicação da ACIF, Juliana Pamplona, lembra que a revista tem um Conselho Editorial que avalia tema por tema, de acordo com a relevância para o foco de cada editoria da revista. “O objetivo é manter nossos associados atualizados em relação às questões estratégicas de nossa cidade que implicam em consequências para nossas empresas e moradores; em relação aos temas de gestão, sustentabilidade, marketing e econômicos mais contemporâneos; em relação às inovações que os associados da entidade estão implantando em suas empresas e que podem servir de modelo para serem replicados; e, também, em relação às bandeiras pelas quais a entidade luta e às ações da ACIF para o empresariado florianopolitano”, explica.

Criada na gestão do presidente Dilvo Vicente Tirloni, há quatro anos, numa parceria com a Mundo Editora, a revista da ACIF busca aprimoramento constante. “Quando assumi a ACIF, produzia-se um informativo do tamanho A4, impresso em gráfica, feito por funcionários. Achei muito pobre e trans-

formamos o informativo num jornal com mais páginas e uma melhor diagramação. Com a entrada da empresária e jornalista Juliana Pamplona na diretoria de Comunicação da ACIF, o setor evoluiu e o jornal virou a Líder Capital”.

Para o ex-presidente da ACIF, a criação da revista foi uma imposição da grandeza que a associação estava assumindo. “Minha gestão se interessou muito pelas demandas comunitárias, nossos estatutos pregavam a nossa participação nos destinos da cidade, mas o fazíamos de forma muito tímida. A Líder Capital seria o instrumento maior de comunicação com a sociedade”, destaca. Ele lembra que a evolução do portal da ACIF na internet, nos últimos anos, também garantiu importantes melhorias na comunicação da associação com seus sócios e com a comunidade. “Hoje, essas ferramentas foram aperfeiçoadas pela gestão do presidente Doreni Caramori Júnior, dando uma visibilidade extraordinária à nossa associação”, acrescenta.

Dilvo lembra que, apesar de o público-alvo da revista ser o empresariado, a publicação tem um alcance bem maior, como no segmento político e entre outras entidades da sociedade civil. “É um seletor público. A revista tem seções distintas, mas há sempre assuntos relevantes em que expressamos nosso ponto de vista sobre demandas públicas, como o saneamento básico, mobilidade urbana, leis tributárias, leis ambientais, Plano Diretor e assim por diante. Todos os textos vêm enriquecidos com fotos de pessoas ou de lugares, o que empresta um visual atraente para o leitor”, avalia.

Para o ex-presidente da ACIF, chegar ao número 50 da Líder Capital é a prova inquestionável da força da publicação. “O futuro da revista será brilhante. Sua consolidação vai nos encaminhar para que ela represente não só um agradável instrumento de leitura, mas, igualmente, um instrumento das nossas aspirações em ter uma cidade mais humana e fraterna”, defende Dilvo.

Participe! Envie sugestões para Líder Capital pelos e-mails comunicacao@acif.org.br e lidercapital@mundieditora.com.br.



“Com o tempo, passamos a posicionar a revista como veículo de informação empresarial da cidade, uma referência em leitura para empresários e empreendedores”

Doreni Caramori Júnior,
empresário e presidente da ACIF



“Queremos manter os associados atualizados em relação às questões estratégicas da Grande Florianópolis, que implicam em consequências para as nossas empresas”

Juliana Pamplona, empresária e diretora de Comunicação da ACIF



“O futuro da revista será brilhante. Sua consolidação vai nos encaminhar para que ela represente um instrumento das nossas aspirações em ter uma cidade mais humana e fraterna”

Dilvo Vicente Tirloni, empresário e ex-presidente da ACIF

CAPA DEMOCRÁTICA

Empresas de diferentes portes e segmentos garantiram espaço nas capas da Líder Capital nestas 50 edições. A diretora de comunicação da ACIF, Juliana Pamplona, explica que as empresas que são capa da revista sempre são avaliadas de acordo com uma inovação implantada em algum setor ou em uma etapa de seu serviço ou fabricação de produto. “O case desta empresa tem que ser consistente e inovador em algum ponto para que possa servir de exemplo e inspiração para outras empresas associadas”, afirma.

Empresas representantes dos setores de tecnologia e turismo, os dois principais polos econômicos da Capital, têm conquistado espaço nas reportagens de capa, mas a Líder Capital se consolidou

como um espaço democrático, publicando a história de representantes dos mais variados setores. Logo na segunda edição, o destaque foi um dos nomes mais tradicionais do meio empresarial catarinense: o grupo Lojas Koerich, que comemorava 50 anos de atividades. Outros nomes tradicionais e cases de novas empresas ganhariam as páginas das publicações seguintes.

A Automatisa Sistemas foi capa da revista na edição de outubro de 2009, como um bom exemplo da indústria tecnológica de Florianópolis. Mesmo diante do cenário de crise financeira internacional, a fábrica de máquinas de corte e gravação a laser falava em crescimento do faturamento. “Foi com muito orgulho

que a Automatisa esteve na capa da Líder Capital. Ter sido capa da revista nos deu prestígio, confirmou a credibilidade que já tínhamos no mercado catarinense e também nacional e passou confiança àqueles que nos conheceram por meio da publicação. As previsões otimistas feitas naquela matéria se confirmaram e a empresa deu um salto em inovação, com o lançamento do sistema Conecti e a tecnologia inédita mundial visão LED”, afirma o diretor da Automatisa, Marcos Lichtblau.

Além disso, ele lembra que, desde então, a empresa abriu novos caminhos para a exportação em países da América Latina e Europa e, hoje, conta com a certificação europeia para duas de nossas máquinas. “Não temos dúvida de que a ACIF fez, faz e sempre fará parte da história da Automatisa, como entidade que defende os interesses dos empresários da Capital. Aproveitamos a oportunidade para parabenizar toda a equipe da Revista Líder Capital pela 50ª edição da publicação”, acrescenta o diretor Lichtblau.

Um dos motivos de escolha da empresa para a reportagem foi o reconhecimento nacional dos serviços da Automatisa. Um ano antes de sair na Líder Capital, em 2008, a fábrica de Florianópolis recebeu o prêmio de melhor empresa incubada no Brasil, concedido pela Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec).

Outra representante do setor tecnológico, a Agriness foi capa da Líder Capital em maio de 2011. Naquele ano, a empre-



O Grupo Lojas Koerich foi um dos destaques da Líder Capital

Nº 1 MARÇO/08



Nº 2 ABRIL/08



Nº 3 MAIO/08



Nº 4 JUNHO/08



Nº 5 JULHO/08



Nº 6 AGOSTO/08



Nº 7 SETEMBRO/08



Nº 8 OUTUBRO/08



Nº 9 NOVEMBRO/08



Nº 10 DEZEMBRO/08



Negócio do casal Pyter Bruno e Ivana Henn foi destaque pelo empreendedorismo



sa de Florianópolis comemorava o 10º aniversário. Nesta primeira década, o grupo se consolidou como líder em tecnologia para a cadeia produtiva da suinocultura. Anunciava, então, um passo adiante, que era oferecer, além do suporte tecnológico, a consultoria em gestão da informação, proporcionando a integração entre diferentes setores dentro de uma empresa do ramo da suinocultura.

A Agriness nasceu da sociedade entre Everton Gubert, Elton Gubert e Cristina Bittencourt. Os três se formaram em cursos da área de tecnologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Everton, diretor de Inovação e Negócios, logo desenvolveu a ideia de montar o próprio negócio e encontrou no atendimento à cadeia da suinocultura um grande mercado a ser conquistado. "Ficamos surpresos com o alcance e os diversos retornos que tivemos após sairmos na capa da Líder Capital, especialmente o retorno de credibilidade. Até hoje, quase um ano depois, encontramos pessoas que nos dizem: 'Ah! Eu li sobre a Agriness na revista da ACIF, parabéns!'", conta o diretor Everton Gubert.

Entre representantes do setor de turismo, um exemplo recente é o do restaurante Ostradamus Ribeirão, que foi capa da primeira revista deste ano. 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. Por isso, teve sua história contada nas páginas da Líder Capital.

O setor de serviços também se fez presente. A Top One Club, que reúne academias e estúdios de pilates, com foco na promoção do bem-estar e da saúde e na fidelização da clientela, foi a capa de janeiro de 2010. A história do casal Pyter Bruno e Ivana Henn foi contada como um exemplo de sucesso de empreendedorismo local. "Foi realmente surpreendente a repercussão de termos saído na capa da Líder Capital, pois atingimos um público extremamente seletivo de pessoas que geram muita influência no mercado. Recebi muitos elogios de pessoas que não conheciam a nossa história", recorda Bruno. Ele considera que o mais importante foi as pessoas conhecerem mais da história da empresa e não apenas conhecer a marca comercialmente.

Em outubro de 2010, a reportagem de capa apresentava uma empresa que tinha também um importante papel social: o Instituto da Terra, comandado por Zuleica Nunes da Silva. Empregando detentos do presídio da Capital, fazia trabalhos de reciclagem para empre-

Publicação já destacou empresas das áreas industrial, comercial e de serviços

sas como Eletrosul, Correios e Fiesc. A equipe da revista pode conhecer a rotina destes detentos dentro do presídio e contar a história da empresa na Líder Capital. Até hoje, as páginas com a reportagem da revista da ACIF ganham destaque no site do Instituto da Terra (www.institutodaterra.org.br). Muitas outras empresas de destaque ilustraram e ilustrarão as capas da publicação.

Nº 11 JANEIRO/09



Nº 12 FEVEREIRO/09



Nº 13 MARÇO/09



Nº 14 ABRIL/09



Nº 15 MAIO/09



Nº 16 JUNHO/09



Nº 17 JULHO/09



Nº 18 AGOSTO/09



Nº 19 SETEMBRO/09



Nº 20 OUTUBRO/09



BANDEIRAS LEVANTADAS

O crescimento sustentável da cidade, o desafio do planejamento do transporte da região metropolitana da Grande Florianópolis e a necessidade de ampliação do aeroporto da Capital e do investimento no transporte marítimo são exemplos de temas que ganham destaque nas reportagens da Líder Capital. E não por preocuparem apenas os empresários da cidade, mas a sociedade como um todo. É por isso que alguns desses temas são pautas frequentes para seções como 'Nossas Bandeiras' e 'A Metrópole', além de temas para as entrevistas da seção 'Bate-Papo'.

Nestas 50 edições, a Líder Capital tem acompanhando avanços em alguns destes pontos. A necessidade de uma estrutura no Norte da Ilha para incentivar o turismo de evento, como mais uma alternativa para combater a sazonalidade do turismo de Verão, já foi tema de muitas reportagens. Em março deste ano, o governador Raimundo Colombo e o vice Eduardo Pinho Moreira assinaram a ordem de serviço para o reinício das obras de construção do Centro de Eventos de Canasvieiras, que passou por uma readequação no projeto. Foi feita uma completa reavaliação e notou-se que seria melhor fazer um centro de convenções. O local será moderno, com salas modulares, e o anexo terá a Escola de Turismo de Santa Catarina, que irá formar profissionais de nível médio em áreas que envolvam todo o trade, desde hotelaria a copeiros e guias turísticos.

Inicialmente, seria construída uma Arena Multiuso no local — um terreno do-



Publicação defende crescimento sustentável, com planejamento para mobilidade urbana

ado pelo Sapiens Parque, em 2008, para a Prefeitura, no trevo de Canasvieiras. Mas, a pedido dos moradores da região e da ACIF, que consideram o Centro de Eventos mais rentável, o projeto foi revisto. A alteração exigiu revisão na licitação. Procedimento que só foi concluído agora, possibilitando a assinatura da ordem de serviço.

Investimentos na revitalização do Centro de Florianópolis também avançaram. No dia 15 de março, durante as festividades do aniversário da cidade, Florianópolis ganhou seu 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. O projeto de revitalização da Vidal Ramos, que conta com 56 lojas, iniciou há quase dois anos.

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. Cerca de 80% dos lojistas da via aderiram ao projeto, resultado da Parceria Público-Privada entre ACIF, IPUF, Prefeitura, Sebrae/SC e Lojistas da Rua Vidal Ramos.

Mas algumas questões continuam difíceis de serem resolvidas. A ACIF cobra constantemente urgência no projeto de ampliação do Aeroporto Internacional Hercílio Luz. Mas o novo terminal de passageiros do aeroporto de Florianópolis só deve ficar pronto depois da Copa de 2014, segundo previsão da Infraero.

Nº 21 NOVEMBRO/09



Nº 26 ABRIL/10



Nº 22 DEZEMBRO/09



Nº 27 MAIO/10



Nº 23 JANEIRO/10



Nº 28 JUNHO/10



Nº 24 FEVEREIRO/10



Nº 29 JULHO/10



Nº 25 MARÇO/10



Nº 30 AGOSTO/10





Ampliação do Aeroporto Internacional Hercílio Luz é defendida pela revista

NA LUTA CONTRA A BUROCRACIA E INSEGURANÇA JURÍDICA

A discussão sobre um Plano Diretor para Florianópolis, que vai criar regras para ordenar o crescimento da cidade para os próximos 10 anos, também sofre constantes mudanças de prazo. Agora, a previsão pelo calendário da Prefeitura é de que o projeto chegará à Câmara Municipal no final de junho deste ano.

Outro ponto polêmico que é tema recorrente da Líder Capital é a insegurança jurídica existente em Florianópolis. A região já perdeu importantes investimentos diante do problema. Um dos casos mais famosos foi o do bilionário Eike Batista, que desistiu de construir um estaleiro de US\$ 1 bilhão em Biguaçu — o que seria o maior investimento privado da história no Estado

e geraria em torno de 14 mil empregos —, depois da dificuldade para o licenciamento ambiental do projeto.

Agora, um novo caso ganha evidência: a proposta de construção de um hotel de luxo na Ponta do Coral, na Avenida Beira-Mar Norte, endereço nobre da Capital. Batizado de Parque Marinas Ponta do Coral, o projeto exigiria investimentos da ordem de R\$ 340 milhões, sem contar o terreno, próximo à Casa da Agrônômica, residência oficial do governador. Do espaço total do complexo turístico, cerca de 65% seriam destinados para área pública.

A Fatma é o órgão responsável por avaliar o Estudo de Impacto Ambiental e o Relatório de Impacto ao Meio Ambiente

(EIA-Rima) do projeto, processo seguido por audiências públicas. Mas por estar próxima da Estação Ecológica Carijós, uma unidade de conservação federal, a obra precisará do aval do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). A Justiça Federal também vai acompanhar o caso. Para o diretor jurídico da ACIF, Rodrigo Berthier, a insegurança jurídica existente em Florianópolis pressupõe imprevisibilidade e incerteza acerca do que é permitido ou não nas normas vigentes, bem como acerca da efetiva aplicabilidade dela no mundo real. Segundo ele, se o investidor não consegue saber qual a conduta a ser seguida dentro da legalidade, ele não consegue projetar cenários e calcular os riscos do negócio.

Nº 31 SETEMBRO/10



Nº 32 OUTUBRO/10



Nº 33 NOVEMBRO/10



Nº 34 DEZEMBRO/10



Nº 35 JANEIRO/11



Nº 36 FEVEREIRO/11



Nº 37 MARÇO/11



Nº 38 ABRIL/11



Nº 39 MAIO/11



Nº 40 JUNHO/11



A FORÇA DO ASSOCIATIVISMO



Alaor Tissot, presidente da Facisc, considera a revista uma ferramenta de comunicação eficaz que levanta a bandeira do associativismo, através da atuação da ACIF na Capital

As publicações da Líder Capital têm como papel, também, reforçar a bandeira do associativismo em Santa Catarina. Para o presidente da Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (Facisc), Alaor Francisco Tissot, a Líder Capital retrata a realidade do meio empresarial florianopolitano através da visão da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF) e é um excelente veículo de comunicação que brinda os leitores com muita informação.

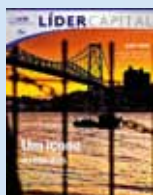
“Chegar à 50ª edição mostra que só vem dando certo, que está no caminho correto, com matérias interessantes e temas atuais. Parabéns a diretoria da entidade, a equipe que produz a revista e a todos os profissionais envolvidos pela excelente ferramenta de comunicação. E que venham mais 50 edições!”, destaca Tissot.

Em reportagens destas 50 primeiras edições, a Líder Capital sempre abriu espaço para contar um pouco da história do associativismo no Estado, por meio da Facisc e da própria ACIF.

Maior federação empresarial de Santa Catarina, a Facisc, que completou 40 anos em 2011, foi tema da reportagem de capa da edição de setembro do ano passado da Líder Capital. A história da federação catarinense foi construída ao longo destes anos com muita luta pelos anseios da classe empresarial, defendendo bandeiras como uma justa carga tributária, contra os gastos públicos, pela infraestrutura de Santa Catarina, pela transparência, pela competitividade das empresas, pela solidificação do associativismo e pela sustentabilidade das associações empresariais.

Quase centenária, a Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF) faz parte da história do associativismo catarinense como protagonista. A entidade foi fundada em 13 de maio de 1915, inicialmente, apenas como Associação Comercial de Florianópolis. Desde então, a ACIF cresceu e se tornou uma das mais importantes e atuantes do Estado – atualmente, tem mais de 3 mil associados, sendo a maior entre as que compõem a Facisc. Juntas, Facisc e ACIF têm contribuído para o crescimento a passos largos do associativismo empresarial em Santa Catarina.

Nº 41 JULHO/11



Nº 42 AGOSTO/11



Nº 43 SETEMBRO/11



Nº 44 OUTUBRO/11



Nº 45 NOVEMBRO/11



Nº 46 DEZEMBRO/11



Nº 47 JANEIRO/12



Nº 48 FEVEREIRO/12



Nº 49 MARÇO/12



Nº 50 ABRIL/12



Aniversário ACIF

Quem faz
a cidade acontecer
vai estar lá.

É com grande satisfação
que convidamos você
para a solenidade de
aniversário da Associação
Comercial e Industrial de
Florianópolis. A ACIF
estará comemorando
97 anos de trabalho
ininterrupto. Contamos
com a sua presença.



Outorga de Medalhas

Ordem do Mérito Empresarial ACIF
Medalha Emilio Blum
Medalha Carl Hoepcke



Entrega do **Prêmio
ACIF de Jornalismo.**

Homenagens às empresas
que completam 15 e 25 anos
de associação.

ANOS

Dia: 15/05/2012

Horário: 19h

Local: Teatro Pedro Ivo Campos

(Rod. SC 401- junto à sede do Governo do Estado)



A FORÇA DOS ADMINISTRADORES

À frente do Conselho Regional de Administração de Santa Catarina (CRA-SC), o administrador **José Sebastião Nunes** fala para **Líder Capital** sobre os projetos do conselho e sobre a importância dos administradores para a sociedade, inclusive, ocupando postos públicos. Ele defende como objetivo do CRA-SC ampliar as parcerias com universidades, empresas e com o Poder Público, além de buscar a união em torno de projetos de interesse da entidade. Segundo o presidente, a conselho regional, que conta com quase 30 mil administradores registrados, também busca tornar-se cada vez mais estadualizado.

A atual diretoria do CRA de Santa Catarina foi eleita por unanimidade. Nunes tem como vice-presidente o administrador Antônio Carlos de Souza, vice-reitor da UNOESC.

Os conselhos regionais de administração têm como principal atribuição zelar pelo cumprimento da Lei Nº 4.769, que regulamenta o exercício profissional da categoria. A entidade nacional também apoia a melhoria do ensino de Administração e desenvolve projetos de valorização da categoria. Em Santa Catarina, o CRA promete para o segundo semestre deste ano a divulgação de uma pesquisa traçando o perfil do profissional do setor.

Líder Capital - Hoje, quais as principais bandeiras da diretoria do Conselho Regional de Administração em Santa Catarina?

José Sebastião Nunes - Nossa missão é colocar o Conselho Regional de Administração em defesa da sociedade catarinense, zelar pelo aumento da competitividade econômica do Estado, por meio da elevação dos padrões de qualidade, e assegurar a formação de um profissional de administração com visão sistêmica, que consiga colocar a economia catarinense em nível elevado internacio-



nalmente. Também, por outro lado, é ter o CRA de fato estadualizado, oferecendo aos administradores e empresários de todos os cantos de Santa Catarina um padrão de excelência no atendimento e o zelo pelo exercício legal da profissão.

Líder Capital - Muitos consultores fa-

lam que o brasileiro é um povo empreendedor. Mas esse empreendedorismo surge mais por necessidade do que por vocação. Quais os riscos desse cenário e como evoluir nesse sentido, no Brasil e no Estado?

Nunes - Independentemente da motivação que leva a pessoa empreender,

“É inconcebível que grande parte dos prefeitos, despreparados, insistam em conduzir seus municípios com secretários de Administração que nunca estudaram planejamento, organização, direção e controle”

seja por necessidade ou vocação, é primordial conhecer o ambiente e o negócio que está sendo idealizado, e, quando concretizado, é de suma importância também contar com administradores para reduzir os riscos, diminuir as incertezas, além de assegurar o sucesso e a sustentabilidade do negócio.

Líder Capital - O Conselho Regional de Administração de Santa Catarina tem quantos registrados? Quais os benefícios oferecidos aos registrados e qual a importância do associativismo para o setor?

Nunes - Hoje, o conselho conta com quase 30 mil administradores registrados, que exercem legalmente a profissão, e quase 3 mil empresas. Como pontuamos anteriormente, a missão do CRA-SC é lutar pelo fortalecimento da profissão, pelo desenvolvimento do Estado, bem como pela fiscalização do exercício legal da profissão. Os registrados junto ao conselho possuem benefícios por meio de convênios com instituições de ensino superior e demais empresas e podem ter acesso a serviços e produtos com preços diferenciados. Podemos destacar os convênios com a Unimed, Banco do Brasil e CRAPrev. O objetivo é muito simples: atuar em rede para buscar benefícios para os administradores e ganho de escala para as empresas e Instituições de Ensino Superior, parceiras do conselho regional.

Líder Capital - Qual o intercâmbio que existe entre vocês e os outros CRAs estaduais e com a Confederação Nacional?

Nunes - A cada três meses, acontece uma reunião nacional entre os Conselhos Brasileiros de Administração, sendo que nesta oportunidade são discutidas e debatidas questões estratégicas referentes ao ensino e ao exercício da profissão de administração no âmbito geral.

Líder Capital - O CRA tem um perfil de quem é o administrador padrão em Santa Catarina? Quais as características positivas e quais as que precisam ser revistas?

Nunes - O CRA-SC, preocupado com o perfil do administrador que chega ao mercado e com as necessidades dos empresários, e consciente de que tais questões são pertinentes às universidades catarinenses, que têm dificuldade de adequar o projeto pedagógico do curso às necessidades das empresas e da sociedade catarinense, estará debatendo essas questões em um fórum de Administração que acontecerá em Florianópolis no segundo semestre de 2012. Nesse Fórum, serão apresentados os resultados de uma pesquisa em que buscamos identificar o perfil dos administradores no Estado e as necessidades dos empresários de possuem em seus quadros administradores que, efetivamente, têm grande potencial de transformar ações em resultados efetivos para as empresas.

Líder Capital - Como o senhor avalia a presença de administradores no setor político, tanto como secretários e assessores, como enquanto candidatos a postos executivos?

Nunes - As universidades catarinenses já formaram mais de 150 mil bacharéis em administração em nosso Estado. É inconcebível que grande parte de prefeitos, despreparados, insistem em conduzir seus municípios com secretários de Administração que nunca estudaram planejamento, organização, direção e controle e, em função disso,

não conseguem tornar a máquina pública eficiente. Como consequência, não conseguem desenvolver projetos que atendam aos interesses coletivos da sociedade. O caminho mais fácil para os políticos despreparados é lesar a sociedade e o setor produtivo do Estado, com a elevação de impostos em detrimento a colocar em vital cargo público administradores preocupados com a eficiência da máquina pública.





ENSINANDO A PRESERVAR

Escola Dinâmica inclui a sustentabilidade no cotidiano dos alunos, com debates e práticas

Preservar o meio ambiente também se aprende em sala de aula. Levando esse conceito ao pé da letra, a Escola Dinâmica trouxe a questão da sustentabilidade para o dia a dia dos alunos. Além de relacionar o debate sobre os problemas ambientais em diferentes disciplinas, a escola tem programas de separação de resíduos e de compostagem (transformação em adubo) do material orgânico, dentro do conceito de lixo zero.

Hoje, o grupo conta com quatro unidades. A primeira delas nasceu no Centro de Florianópolis, com o intuito de oferecer uma opção de ensino privado diferenciado. A Escola Dinâmica conta com outra unidade na região central, uma em Jurerê Internacional e uma no bairro Vargem Grande, Norte da Ilha de Santa Catarina. Essa última é a unidade ambiental, com vasta área verde preservada, modernas salas de aula e até um engenho de farinha, mantido para mostrar a tradição dos antigos da região. Os alunos das outras unidades visitam constantemente os programas mantidos exclusivamente no bairro Vargem Grande.

Ao todo, a escola tem 700 estudantes matriculados. Apenas na unidade

ambiental são 400, entre alunos do berçário ao Ensino Médio. A rede também se diferencia por ser bilingue, familiarizando os estudantes desde cedo com o inglês.

A Escola Dinâmica é, ainda, uma das parceiras da ACIF no Projeto ReÓleo. Instalado em outubro na unidade ambiental, o projeto encerrou 2011 com mais de 240 litros de óleo de cozinha usados arrecadados pelos alunos da instituição. A novidade para 2012 será um espaço exclusivo para a comunidade do Norte da Ilha acessar e ajudar a preservar o meio ambiente. O óleo de cozinha é altamente prejudicial ao meio ambiente se não for encaminhado adequadamente. Apenas um litro de óleo saturado descartado no lugar errado é capaz de contaminar milhares de litros de água de rios e mares.

Mais do que recolher e dar o devido tratamento aos resíduos gerados, o ReÓleo é um projeto 100% social, pois os recursos garantidos com o material recolhido retornam à comunidade por meio de ações de conscientização nas escolas e bonificações aos empresários participantes. Para contribuir com o projeto, basta se cadastrar no www.acif.org.br/reoleo. “A Escola Dinâmica não podia ficar de fora. Implantamos o programa, mobilizando alunos, pais e

funcionários. Com esse ótimo resultado alcançado em apenas dois meses, pretendemos ir além”, adianta Ângela Diener, diretora da instituição. Além de conscientizar os alunos e a comunidade, a cada litro de óleo coletado, a Escola Dinâmica doa um real em material educacional para a Escola Básica Municipal Madalena Dias, vizinha da Dinâmica. E os resultados do ReÓleo têm sido reconhecidos fora da unidade. A Escola Dinâmica acaba de conquistar, pela terceira vez seguida, o Selo Escola Solidária do Instituto Faça Parte.

Para 2012, o objetivo é coletar mais de 1,5 mil litros de óleo de cozinha usados. “Foi uma forma que achamos de mobilizar nossos alunos e a comunidade e, ainda, trazer algum benefício ao bairro onde estamos instalados.”, ressalta Ângela. Também para este ano, a escola tem outros projetos inovadores, entre eles, a instalação de um sistema de reaproveitamento da água da chuva. Hoje, como outros exemplos de medidas diferenciadas, estão o uso de squeezes, garrafinhas personalizadas que vão diminuir em 100% o uso de copos plásticos dentro da escola. O refeitório do colégio também foi abastecido com mil copos reutilizáveis.

PIONEIRISMO NA REGIÃO DE FLORIANÓPOLIS

Ângela Diener e a cunhada Maria Aparecida Diener abriram a primeira unidade da Escola Dinâmica em 1979. Com a proposta de uma educação participativa e métodos que valorizam a interação e a construção do conhecimento, a rede se instalou em Florianópolis, onde, até então, a maioria das escolas particulares era religiosa e se utilizava de sistemas de ensino bastante conservadores.

Mais tarde, foi comprada a Unidade Ambiental, no bairro Vargem Grande, no Norte da Ilha, o que foi um grande passo. Hoje, a unidade ambiental oferece do berçário ao Ensino Médio e, como nas outras unidades, também tem como opção o ensino bilíngue em todos os níveis. É na Vargem Grande que está instalado o único High School do Sul do Brasil, através de uma parceria entre a Texas Tech University e a Escola Dinâmica. Viagens e cursos no Exterior são outros investimentos. Ângela Diener e os professores participam de congressos educacionais, feiras e eventos do setor em todo o mundo.

Ângela é carioca e vive em Florianópolis desde 1978. Casada com o médico José Roberto Carvalho Diener, escolheu Florianópolis para criar os três filhos. Formada em Psicologia e especializada em Psicopedagogia, na época, ela não encontrou nenhuma instituição que atendesse seus anseios de uma educação diferenciada, em que a criança também faz parte da construção do conhecimento. Foi quando resolveu abrir a própria escola.

A Escola Dinâmica chegou a Florianópolis com uma nova concepção de educação, atendendo a uma clientela exigente em questões educacionais, que almejava uma escola diferenciada para os filhos. Em 1984, foram ampliadas as instalações da escola e criada uma estrutura para que pudesse oferecer as demais séries do ensino fundamental (5ª a 8ª série), atendendo à clientela, que desejava permanecer na escola. Em 1991, a Escola Dinâmica voltou a inovar, inaugurando o período integral, que passou a ser uma novidade na cidade em termos do serviço até então oferecido. As crianças passaram a ter atividades especiais, lúdicas, esportivas e artísticas no contra turno da escolaridade regular.

Em 2009, a Escola Dinâmica assinou Convênio com a Texas Tech University e passou a oferecer o primeiro programa de High School de Florianópolis, sem necessidade de intercâmbio. O programa proporciona aos estudantes não apenas fluência na língua inglesa, mas uma total imersão na cultura americana, uma vez que os alunos são assistidos por professores nativos que discutem, além da gramática, aspectos do cotidiano.



CLIMA BOM, RESULTADOS MELHORES

Empresa Officeform, de Santo Amaro da Imperatriz, mostra como investe no bem-estar da equipe

Todos os anos, pesquisas que revelam as melhores empresas para se trabalhar ganham as capas de importantes revistas nacionais. Mas, mais do que um ranking, esses levantamentos podem ajudar pequenas e médias empresas a encontrarem referências para também melhorarem o clima entre os funcionários. E não é preciso estar no topo da lista para criar um ambiente agradável e, consequentemente, produtivo.

Segundo o Instituto PHD, um dos caminhos para melhorar o trabalho nas empresas é através do diagnóstico de problemas, o que pode ser feito por meio das pesquisas de clima organizacional. Esse tipo de pesquisa de abordagem qualitativa e quantitativa ajuda a ver quais são as principais reclamações dos funcionários no trabalho. Também ajuda na verificação de quais são os elementos do

trabalho que trazem satisfação aos funcionários. Ou seja, a pesquisa ajuda empresários a verem como os funcionários percebem o trabalho, a empresa e os colegas.

Fundado nos Estados Unidos, Great Place to Work, empresa global especialista em ambiente de trabalho, conduz a pesquisa Melhores Empresas para Trabalhar em mais de 40 países, há 25 anos. Segundo Robert Levering, um dos fundadores da empresa, nesse processo, o grupo também está comemorando o que acabou por ser o início de um movimento muito significativo que está mudando a qualidade do trabalho de milhões de colaboradores em todo o mundo.

No primeiro ano da pesquisa no Brasil, em 1997, 80 empresas participaram. Hoje, perto de mil empresas participam em pelo menos uma das 13 listas das Melhores Empresas para Trabalhar, entre as duas listas nacionais, as sete regionais e as segmen-

tadas por ramo de atuação. Para Robert Levering, as listas se transformaram em um caminho para encorajar as empresas a melhorar os ambientes de trabalho e cultura e têm inspirado muitos empresários a aprenderem mais sobre como tornar a empresa um ótimo lugar para trabalhar.

A empresa do ramo de decoração Officeform, de Santo Amaro da Imperatriz, por exemplo, ainda não se cadastrou em nenhuma pesquisa que avalie seu desempenho organizacional para uma mensuração qualitativa e quantitativa que a possa estabelecer em algum ranking. Mas vem realizando uma série de melhorias e investimentos que a coloquem como apta, dentro de alguns requisitos pré-estabelecidos, para se inscrever na pesquisa realizada pela Revista Exame, e conquistar uma posição como uma das 150 melhores empresas para se trabalhar no Brasil. "É uma visão de longo prazo, que





já está inserida no planejamento atual da Officeform”, explica Taís Ramlow da Silva Garcia, diretora de Gestão de Pessoas. Ela cita que já foram realizadas algumas medidas voltadas à qualidade de vida dos colaboradores, como um diagnóstico de saúde e estilo de vida, realizado em parceria com o Sesi, que permitiu levantar dados para melhorar aspectos que envolvam o conjunto operacional na produção, assim como na administração da empresa. Outro ponto forte é em relação à saúde do colaborador, com a ativação do plano de odontologia e também do plano com a Farmácia do Sesi, proporcionando serviços de qualidade e descontos especiais. Além disso, outro ponto muito relevante é o plano de saúde Unimed, que foi dado aos colaboradores.

Taís diz que a empresa também está trabalhando a educação. “Em breve, iremos implantar as aulas de ensino fundamental e ensino médio para quem ainda não tem diploma, e tudo gratuito para os colaboradores. Destacamos ainda a ginástica labo-

ral, três vezes na semana, como busca na criação de hábitos mais saudáveis a todos”, acrescenta. A empresa conta com uma sala de convivência em que, durante o horário do almoço, o colaborador pode descansar, acessar a internet, assistir TV, usar a biblioteca, fazer tarefa da aula etc.

Para implantar essas medidas, Taís diz que a Officeform buscou parcerias que dessem apoio e com quem conseguisse trabalhar de forma gratificante, tanto para empresa, quanto para o colaborador de chão da fábrica. Entre elas, a diretora destaca novamente a parceria com o Sesi. Outra parceria importante foi com a ACIF, que permitiu por em prática o plano Unimed para todos. Entre outras medidas, estão a composição de um quadro profissional qualificado, que se reúne, pensa em novidades para todos e corre atrás do objetivo principal, que é o bem-estar de todo funcionário e que isso reflita no universo da empresa.

E o trabalhador tem papel ativo nesse processo. “Damos atenção total a todo co-

laborador. Nós o escutamos, conversamos. Não tratamos ele como um número avulso no meio de quase 140 pessoas que compõem nosso quadro. Cada um é tão importante quanto o outro. Escutá-los é um diferencial. Isso ajuda no clima, fortalece o laço entre a empresa e o colaborador”, explica Taís. Ela diz que é comum realizar encontros, competições esportivas e outros eventos que integram a todos, um benefício sem um custo elevado e que dá um feedback plausível do trabalho que está sendo implantando. A empresa realiza também treinamentos de capacitação com os setores, para ajudar na formação. “Todas essas medidas que planejamos são voltadas para o bem-estar de todos, o colaborador que é ciente disso não apresenta uma resistência épica de troianos e espartanos, ele assimila para si, sabe que será por uma causa boa e importante. E se houver resistência, nós conversamos com o colaborador, tentamos encontrar uma solução que seja boa para todos”, acrescenta a diretora.

CRITÉRIOS PARA AVALIAR O CLIMA DA EMPRESA

- ▶ 1 - **Estratégia e gestão** – Diz respeito aos mecanismos que a empresa utiliza para disseminar a estratégia e fazer com que todos a conheçam e trabalhem de forma alinhada ao negócio;
- ▶ 2 - **Liderança** – Avalia como as organizações vêm lidando com o time de gestores. Analisa os treinamentos para liderança, a preocupação com a sucessão e as competências que a companhia busca para a formação de novos líderes;
- ▶ 3 - **Cidadania empresarial** – Verifica a responsabilidade das empresas em relação ao ambiente em que estão inseridas, assim como em relação aos públicos interno e externo.
- ▶ 4 - **Políticas e práticas**

Carreira – Identifica quais ferramentas a empresa oferece aos funcionários para que eles cresçam profissionalmente;

Desenvolvimento – Revela quanto a empresa investe na capacitação do pessoal e reconhece a importância da educação para a qualidade e continuidade do negócio e para o desenvolvimento profissional;

Remuneração e benefícios – Expressa a valorização atribuída aos empregados. Os benefícios refletem a preocupação da empresa com o bem-estar do pessoal;

Saúde – Mais do que um bom plano de saúde, essa subcategoria busca avaliar a preocupação da organização com a prevenção de doenças e acidentes de trabalho, assim como o cuidado que tem com a qualidade de vida dos colaboradores.

Fonte: ABRH-SC



TESTEMUNHA DAS BELEZAS DA ILHA

Empresário: **Valter José da Luz** | Hobby: trilhas e admirar as paisagens de Florianópolis

O empresário aposentado Valter José da Luz sempre trabalhou em empresas voltadas ao turismo. Por cerca de 15 anos, foi dono do famoso Ponto Chic, um dos mais tradicionais cafés do centro de Florianópolis. Mas ele mantém, até hoje, o lado de turista, principalmente quando o assunto é admirar as belezas da Ilha de Santa Catarina.

Aos 72 anos, conselheiro da ACIF, ele tem como principal hobby passear pelos cartões-postais da Capital, o que inclui, sempre que possível, fazer algumas das trilhas pela mata rumo às praias mais isoladas de Florianópolis.

No Centro da Capital, gosta, principalmente, de passear pela região da Avenida Beira-Mar Norte, nas proximidades da Ponte Hercílio Luz, o mais famoso cartão-postal da cidade. E tam-

bém pelo mirante próximo à cabeceira da ponte. Diz que também gosta muito do mirante da Lagoa da Conceição, ponto que fica lotado de turistas do mundo inteiro durante o Verão.

Às vezes, ele aproveita esses passeios para fazer algumas anotações

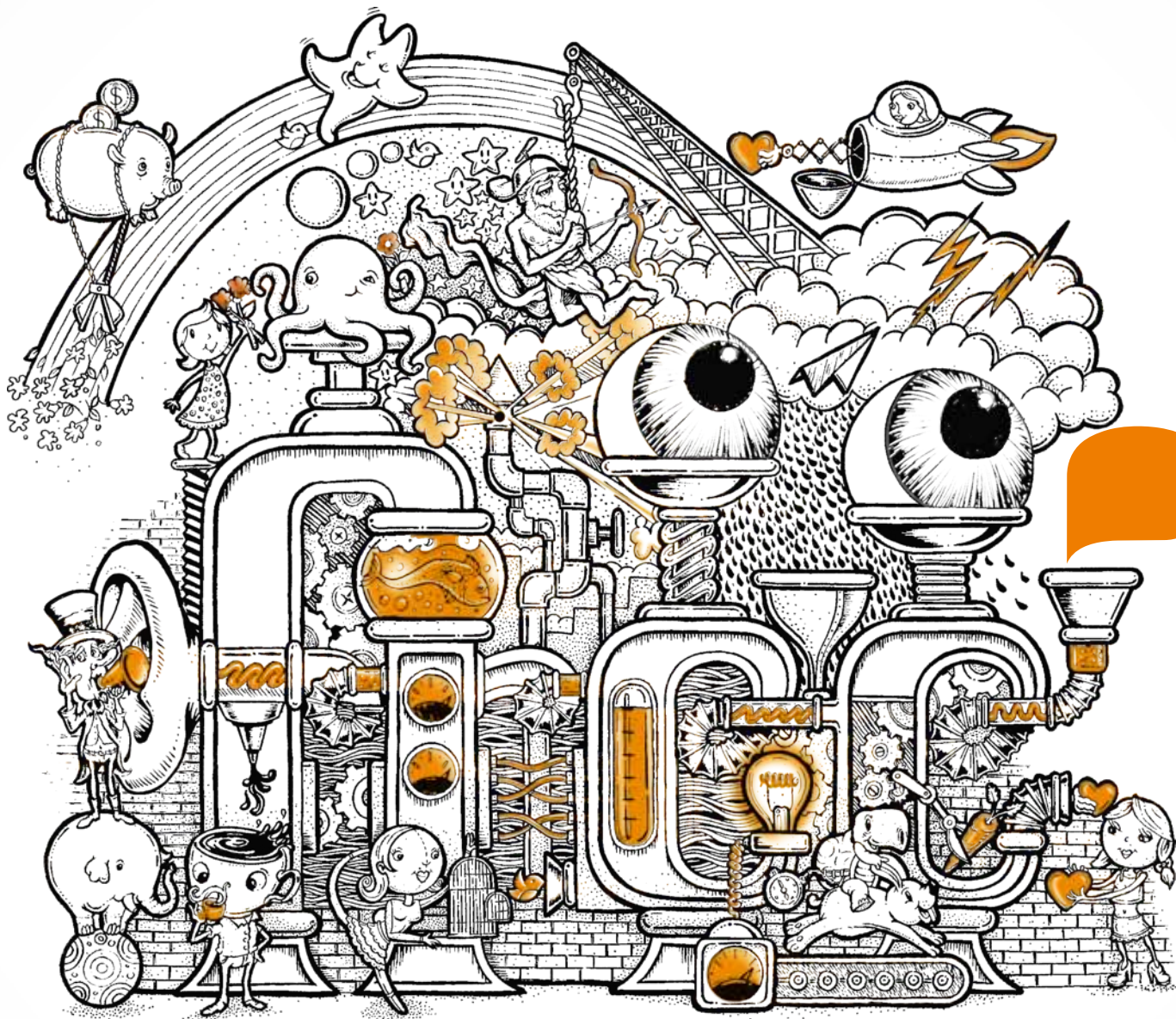
O programa preferido pelo empresário é parar apenas para ficar admirando as belezas naturais da cidade. Ele já ficou mais de uma hora apreciando um único ponto

ou tirar uma ou outra foto. Mas isso não é o mais comum. O programa pre-

ferido pelo empresário é parar apenas para ficar admirando as belezas naturais da cidade.

Ele já ficou mais de uma hora apreciando um único ponto. Nas praias, em especial na Ponta das Canas, onde tem casa, gosta muito de assistir ao nascer e por-do-sol. "Ajuda muito a relaxar e a organizar as ideias", recomenda.

Valter também gosta de fazer trilhas. Diz que já fez praticamente todas as existentes na Ilha. E não se cansa de fazer novamente aquelas que já foram trilhadas tantas vezes no passado. Ele conta que a idade o obrigou a reduzir bastante o ritmo e lamenta que a segurança na cidade não seja mais a mesma, mas, ainda assim, o empresário aposentado tenta fazer, pelo menos, duas trilhas por ano. Entre as preferidas, estão a da Lagoa do Peri e, principalmente, a do Canto da Lagoa.



25 anos

Comunicação que dá resultado.

free
MULTIAGÊNCIA

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, tem a icebox. São encontradas em várias cores pelo preço de, aproximadamente, R\$ 7 mil.

www.sdonline.com.br



BEM MISTURADO

Uma empresa norte-americana desenvolveu uma coqueteleira que torna ainda mais interessante o preparo de bebidas, como o drymartini do agente secreto 007. Ela cria um ciclone líquido dentro do cilindro enquanto mistura a bebida. Batizada de Cocktail Cyclone Portable Drink Mixer CSS-565, a invenção já está disponível para compra na loja virtual Amazon. É escolher os ingredientes, jogar dentro da coqueteleira, apertar o botão, assistir e, depois, degustar.

www.meijer.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 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. Os novos modelos são feitos com madeira e acetato e possuem acabamento à mão, tornando cada armação uma peça única.

www.vulkeyewear.com





MESA DE JOGOS

A mesa para jogos Emica era tudo o que você precisava para deixar seu ambiente mais divertido. Este móvel de design foi projetado especialmente para aqueles que apreciam um bom jogo e também uma bela decoração. Possui gavetas para acomodar o que desejar e tem um tampo reversível em feltro verde. Disponível para compra online por R\$ 3,3 mil.

www.obravip.com

AS LEGÍTIMAS VIRAM TÊNIS

Uma das sandálias que viraram acessórios indispensáveis para os pés dos brasileiros ganha diversos modelos a cada ano que passa, sendo que, para 2012, estão sendo fabricados diversos modelos de tênis, isso mesmo, tênis Havaianas, ideais para quem pretende ir para praia ou sair para a balada. O nome da nova coleção é Soul Collection e está disponível em várias cores.

www.havaianas.com.br



LUXO COLORIDO

Baume&Mercier, tradicional marca suíça de relógios e reconhecida pela excelência nas peças que são verdadeiras relíquias, lança uma variação na coleção Linea, especialmente criada para as mulheres. Além de poder trocar as pulseiras, os novos Linea, que devem chegar ao Brasil a partir de abril, trarão cores ao universo dos relógios de luxo. São três opções de pulseiras em couro, acompanhando o dia a dia da mulher casual e chic ao mesmo tempo. Para iniciar o dia, Baume indica a pulseira pink e purple, remetendo às cores do céu ao nascer do sol. No decorrer do dia, é possível trocar pela pulseira branca e azul. No cair da tarde, a marca sugere um âmbar-alaranjado, como o por-do-sol.

www.baume-et-mercier.com



Processo Seletivo

SENAC 2012

CURSOS DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA SENAC:

- Processos Gerenciais
- Gestão Comercial
- Gestão da Tecnologia da Informação

ENADE
4

Inscrições
até 29/04
www.sc.senac.br

Prova
06/05



FACULDADE DE
TECNOLOGIA
SENAC FLORIANÓPOLIS
Rua Silva Jardim, 360
Prainha - (48) 3229-3200



VIDAL RAMOS VIRA EXEMPLO

O grande número de pessoas que transita pela Vidal Ramos comprova o sucesso da revitalização da via, primeiro shopping a céu aberto do Centro Histórico de Florianópolis, inaugurado dia 15 de março. A repercussão da iniciativa já sensibilizou outros empresários do Centro da Capital a seguirem o exemplo. Durante a solenidade de inauguração, a Prefeitura de Florianópolis anunciou o início da revitalização da Rua Jerônimo Coelho, transversal da Vidal Ramos, e do terminal Cidade de Florianópolis, para este mês.

Os empresários da via comemoram. “O ambiente ficou mais acolhedor e o movimento da rua aumentou. Agora, as pessoas gostam de vir para a Vidal, que se tornou a rua mais bonita da cidade e ponto de encontro de muita gente”, afirma Richard Amorim, da Perfecta Farmácia de Manipulação.

Segundo o presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior, a inauguração marcou a conclusão da primeira etapa do projeto, com a mudança visual da via. O próximo passo será a consolidação da estrutura de gestão do shopping, oferecendo consultoria aos lojistas e promoções para atrair o consumidor. “A Vidal é um marco de revitalização do Centro Histórico de Florianópolis, resultado da união e ação de pessoas e entidades. Um exemplo que a Parceria Pública-Privada pode dar certo”, ressalta Caramori Júnior.

Durante a inauguração, a coordenadora da Câmara dos Lojistas da Rua Vidal Ramos, da ACIF, Rose Macedo Coelho, foi homenageada em reconhecimento ao trabalho realizado para a efetivação do projeto, que conta com a parceria dos lojistas da Vidal Ramos, ACIF, Sebrae/SC, Prefeitura de Florianópolis e Fecomércio/SC.

2º PRÊMIO DE JORNALISMO

Muita expectativa cerca o anúncio dos vencedores do 2º Prêmio ACIF de Jornalismo, que irá premiar as melhores reportagens com enfoque em Negócios e Associativismo na Capital catarinense. Os vencedores serão conhecidos dia 15 de maio, na solenidade que vai celebrar os 97 anos da entidade, no Teatro Pedro Ivo Campos.

Os principais veículos de comunicação da cidade inscreveram trabalhos e concorrem ao prêmio nas categorias impresso, rádio, televisão e web. O Melhor Programa de Entrevistas, de TV ou rádio, assim como da Mídia Regional (integrado o pelos jornais que participam do Núcleo de Mídia Regional da ACIF), também serão contemplados.

A melhor matéria entre todos os inscritos, independente da categoria, levará o Prêmio Especial do Júri e R\$ 5 mil. Nesta edição, os primeiros colocados em cada categoria também ganharão tablets. Com o prêmio, a ACIF quer reconhecer o importante papel da imprensa e dos profissionais que produzem conteúdo de interesse direto da entidade e de seus associados.

Concorrem ao prêmio reportagens publicadas entre 28 de novembro de 2011 e 6 de abril de 2012, de autoria de jornalistas devidamente registrados. O Prêmio ACIF de Jornalismo tem o apoio da Associação Catarinense de Imprensa (ACI), do Núcleo de Mídia Regional da ACIF, da Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão (Acaert), da Associação dos Diários do Interior (ADI) e da Associação dos Jornais do Interior (Adjori).

Premiado Especial do Júri de 2011



PÓS

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

Início 2º Semestre 2012:

Criação de Moda
Gestão de Projetos de Design Gráfico
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

pós-graduação **senac**



Informações
e matrículas
(48) 3229-3200
posfpolis@sc.senac.br

**FACULDADE DE TECNOLOGIA
SENAC FLORIANÓPOLIS**
Rua Silva Jardim, 360 - Prainha
www.sc.senac.br

CRIADA DIRETORIA INTERNACIONAL

Na busca por novas oportunidades para empresas catarinenses nos Estados Unidos, e vice-versa, a ACIF criou a Diretoria de Assuntos Internacionais. Presidida pelo advogado Klaus da Silva Raupp, a diretoria busca inserir a Associação no contexto das principais Câmaras de Comércio Brasil-Estados Unidos. O foco inicial está em promover programas conjuntos e criar ferramentas recíprocas que estimulem a expansão global de empresas associadas à ACIF. Missões empresariais para os EUA e outros países também estão sendo planejadas.

Os primeiros contatos da ACIF foram com a Brazilian-American Chamber of Commerce of Florida, buscando não só a associação mútua, mas, também, a realização de um evento para apresentar aos empresários de Florianópolis e de todo o Estado, detalhes sobre os processos de importação e exportação através do Estado da Florida. Na mesma linha, também já se está fazendo contato com a Câmara de Nova York. Segundo Raupp, a ACIF está sendo a pioneira, dentre as associações empresariais do tipo no Brasil, a associar-se a essas Câmaras de Comércio bilaterais nos EUA.

“Florianópolis tem um potencial enorme a ser explorado junto ao mercado internacional. Entre os setores que podem ser beneficiados estão, por exemplo, o de tecnologia e o de turismo, duas das principais vocações da cidade”, afirma o presidente da ACIF, Doreni Caramori Jr. Segundo ele, a internacionalização também permitirá às empresas maior acesso ao conhecimento de novas práticas de gestão e até mesmo de programas de fomento que podem beneficiar os empreendedores locais.

Recentemente, uma reportagem publicada no jornal Valor Econômico mostrou que os fundos de private equity norte-americanos estão bastante capitalizados, embora cautelosos quanto a onde investir. Logo, abrem-se oportunidades a países como o Brasil, que vivem um momento diferente dos países mais afetados pela crise e estão com mercados da nova economia em ascensão.

“Os Estados Unidos ainda são a maior economia do mundo e uma terra de oportunidades; por lá transita a maior parte dos negócios globais. Logo, é estratégico para a ACIF ocupar esse espaço, neste momento em que o Brasil é considerado o ‘novo menino no quarteirão’ do cenário econômico mundial”, comenta Raupp.



FESTA COMEMORA 97 ANOS DA ACIF

Os 97 anos da ACIF serão comemorados no dia 15 de maio, em grande estilo, com um evento no Teatro Pedro Ivo Campos. E não é para menos. A Associação, fundada em 13 de maio de 1915 por alguns dos principais empreendedores de Florianópolis, é uma das mais importantes e atuantes do Estado.

Com mais de 3 mil associados, é a maior entre as que compõem a Federação das Associações Comerciais e Industriais de Santa Catarina (Facisc). Nestes quase 100 anos de existência, a ACIF vem trabalhando no sentido de dar apoio aos negócios dos associados e colaborar para o desenvolvimento e a melhoria da qualidade de vida na Capital e região.

“O aniversário da ACIF é sempre motivo de comemoração, pois estamos falando de uma entidade quase centenária que tem um passado e um presente de conquistas importantes no cenário da Capital. É responsável pela criação de muitas outras entidades que auxiliam e representam a classe empresarial, o que mostra força e representatividade”, diz o presidente Doreni Caramori Júnior.

Durante a solenidade, serão homenageados os associados com 15 e 25 anos de associativismo ininterruptos e haverá a entrega da Ordem do Mérito Empresarial e das medalhas Carl Hoepcke e Emílio Blum para empresas, instituições e personalidades de destaque. Fechando o evento, será entregue o prêmio aos vencedores da segunda edição do Prêmio ACIF de Jornalismo, que destaca as melhores reportagens sobre Negócios e Associativismo em Florianópolis.

QUEM SE DESTACA, VIRA NOTÍCIA.

Venha conhecer os grandes vencedores da segunda edição do Prêmio ACIF de Jornalismo.

Data: 15/05/2012

Teatro Pedro Ivo Campos



PRÊMIO **ACIF** DE JORNALISMO

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.

Parceiros:



FOCO NAS EMOÇÕES



Psicóloga Nora Nadir Soares ensina a usar a inteligência emocional em benefício da organização

Capacitar as pessoas para que utilizem a inteligência emocional e social no contexto organizacional é a especialidade da psicóloga clínica e organizacional Nora Nadir Soares, que trabalha com terapia cognitiva-comportamental, promovendo treinamentos e palestras de motivação pessoal em vendas, liderança e comunicação.

Na área empresarial, Nora tem dois programas sob medida - 'Saúde Empresarial (coaching)' e 'Fitness Cognitivo-Empresarial, uma jornada em habilidades sociais', além de desenvolver equipes de acordo com a necessidade de cada cliente. Também faz parte de sua rotina atendimento clínico individual para crianças, adolescentes, adultos, idosos e casais. No trabalho coletivo, desenvolve os grupos terapêuticos 'Aprendizagem Dinâmica', 'Reabilitação Cognitiva', 'Sem Medo de Voar' e 'Cuidando da Autoestima'. Nora Nadir também capacita psicólogos iniciantes, fisioterapeutas e enfermeiros na visão da psicologia cognitiva-comportamental para o enfrentamento das situações difíceis da profissão. "Ofereço um serviço

diferenciado no contexto do Modelo Cognitivo de Ser Humano, que reflete diretamente no bem-estar de toda a organização," diz. Nora Nadir também faz atendimento clínico em consultório particular, na Associação de Idosos Asaprev-SJ, nas clínicas UP – Psiquiatria e Personal. Em 2012, está nos planos da profissional abrir uma empresa de Treinamento e Desenvolvimento Pessoal.

MAIS INFORMAÇÕES

Psicóloga Nora Nadir Soares - CRP 12/06649

▶ **Contato:** (48) 9928-1493

▶ **Na internet:** noranadirsoares.site.med.br
noranadir@hotmail.com

▶ Associados da ACIF têm desconto de 50% sobre o limite médio da tabela do CRP.

NEGÓCIOS E LAZER NO EXTERIOR

Student Travel Bureau é líder nacional no setor de viagens internacionais para estudo e turismo



MAIS INFORMAÇÕES

Student Travel Bureau

▶ **Contato:** Carlos Gomes (48) 3025-7769 / 9154-1259

▶ **Na internet:** www.stb.com.br | cogomes@stb.com.br

▶ Associados e colaboradores da ACIF recebem descontos especiais.

Cada vez mais o conhecimento de outros idiomas e experiências internacionais se tornam imprescindíveis nos currículos de quem deseja entrar no disputado mercado de trabalho. Presente em mais de 40 cidades brasileiras e com mais de 65 lojas e escritórios na Austrália e Nova Zelândia, o Student Travel Bureau é líder nacional no segmento de turismo jovem e de educação internacional.

A empresa monta a viagem de acordo com a necessidade do cliente, com os melhores especialistas em intercâmbio, assim como viagens de turismo e negócios. "Acreditamos que uma experiência fora do Brasil, estudando em escolas internacionais, com cursos focados no idioma estrangeiro ou em cursos mais específicos em áreas como negócios, marketing, gastronomia, entre outras, é uma excelente ferramenta de crescimento profissional e pessoal. Por isso, buscamos proporcionar vivência internacional de qualidade", afirma Eduardo Wildi Hosterno, proprietário do Student Travel Bureau.

Como associada da ACIF, a empresa disponibiliza programas aos associados e colaboradores que buscam crescimento pessoal, acadêmico e profissional. São experiências que possibilitam crescimento pessoal pela convivência in loco de outra cultura e de novas tendências de mercado.

Este ano, a empresa quer dar uma atenção especial e fortalecer o principal objetivo de oportunizar ao mercado vivências internacionais de qualidade como ferramenta de crescimento pessoal, acadêmico e profissional.



SURPREENDA-SE

ALL
ENTRETENIMENTO

www.grupoall.com.br

COMUNICAÇÃO É ARTE

Studio de Comunicação atende em todo o Estado



Na era da informação, a comunicação eficaz pode garantir o bom relacionamento interno e externo de uma empresa. O Studio de Comunicação possui uma equipe multidisciplinar composta de jornalistas, publicitários e fonoaudiólogos, que presta consultoria e assessoria em comunicação para o empresário que busca transmitir a melhor imagem ao público-alvo. A equipe trabalha com o media training, que prepara o cliente para se comunicar melhor. “Nosso espaço foi construído especialmente para o treinamento de entrevistas, palestras ou outras situações em que o profissional precisa se apresentar em público”, explica a fonoaudióloga Janete Aragonês Didoné, proprietária da empresa.

Outro trabalho que o Studio de Comunicação realiza é a produção audiovisual, um produto que vem para aproximar o cliente da empresa sem precisar sair do lugar. “A possibilidade de disseminar vídeos que contam a história, valores, qualidades, produtos e serviços das empresas através da internet ou em grandes eventos o torna um produto inovador de marketing de baixo custo em relação aos benefícios” diz Janete.

Visando prestar uma assessoria completa às empresas, o Studio oferece também o vídeo de sistematização de funções, que é realizado na empresa do cliente. Esse vídeo tem o objetivo de descrever cada tarefa para preparar novos colaboradores, atualizar ou apenas reforçar o aprendizado da função. “Através da padronização do sistema, o gestor economiza tempo, dinheiro e facilita a compreensão das regras internas”, acrescenta Janete. Com sede no bairro Coqueiros, a empresa atende em todo o Estado.

MAIS INFORMAÇÕES

Studio de Comunicação

► **Contato:** (48) 3371-4438

► **Na internet:** www.studiodecomunicacao.com
studiodecomunicacao@gmail.com

► Associados da ACIF têm uma consultoria gratuita com agendamento prévio.

EM BUSCA DO CANDIDATO CERTO



Strategic Advanced Serviços Especializados faz recrutamento

As pessoas são a força propulsora que conduz as organizações ao sucesso, por isso é preciso conhecer os candidatos interessados em ocupar uma vaga, assim como analisar se eles se adequam às necessidades e valores do cliente. Tudo isso na velocidade que o mundo corporativo exige. Para auxiliar nesse trabalho, a Strategic Advanced Serviços Especializados atua com recrutamentos especializados, através de testes psicológicos avançados que determinam o melhor perfil dos profissionais que serão selecionados. “Nosso trabalho consiste em alinhar, em conjunto com nossos clientes, o perfil do profissional que mais se adequa à vaga disponível”, diz Carlos Rosa, fundador da empresa.

A Strategic atua também com consultoria em gestão empresarial, realizando treinamentos, pesquisas de clima organizacional, plano de cargos e salários, avaliação de desempenho, outplacement (recolocação profissional), consultoria financeira e estratégica. Com matriz em Manaus, a empresa atende indústrias de grande porte na Zona Franca e tem filiais no Pará, Maranhão e SC.

Em 2012, como associada da ACIF, a companhia busca fortalecer sua rede de relacionamentos em Florianópolis e outras praças estratégicas. Para as empresas associadas da entidade, a Strategic Advanced Serviços Especializados Ltda. oferece descontos especiais, além de cortesia em palestras e eventos.

MAIS INFORMAÇÕES

Strategic Advanced Serviços Especializados Ltda.

► **Contato:** (48) 4009-2262 / 4009-2559

► **Na internet:** www.strategicadvanced.com.br

Viviane Freire: geoperacionalsul@strategicadvanced.com.br

► Associados da ACIF contam com descontos especiais e cortesia em palestras e eventos.

PLANO ODONTOLÓGICO MELHORA SATISFAÇÃO

Empresas como a Advanta e Automatisa aderiram ao serviço oferecido pela ACIF

Grande parte das empresas tem percebido que manter o bem-estar dos colaboradores não é só uma boa forma de reter talentos, mas também de crescer e se fortalecer no mercado. Isso porque já está comprovado que a produtividade está diretamente relacionada com a satisfação dos colaboradores. O empresário Robson Silveira sabe muito bem disso. Administrador da Advanta Comércio de Sementes, ele diz que, no segmento em que atuam, não pode deixar de dar assistência aos colaboradores, não somente para igualar os benefícios ofertados pelas concorrentes - grandes multinacionais -, mas, também, para garantir-lhes saúde e bem-estar no desenvolvimento do trabalho e nas horas de lazer.

Entre os benefícios oferecidos pela Advanta está o plano odontológico, parceria da Uniodonto com a ACIF. "Além de beneficiar nossos colaboradores, contamos com atendimento personalizado com custo mais acessível para a empresa, o que nos abre margem para proporcionar outros benefícios", diz. A opção pelo plano deve-se também à abrangência, pois a Uniodonto tem cooperados em todo Brasil. Os colaboradores aprovam a iniciativa. "Quando perguntei a um funcionário que reside e trabalha em Uberlândia, Minas Gerais, sobre o plano, ele respondeu



como um bom mineiro que o plano/empresa/cooperativa é bom demais da conta", acrescenta.

Marcio Lichtbalu, diretor da Automatisa Sistemas Ltda., confirma a importância do plano odontológico no conjunto de benefícios oferecidos pela empresa aos colaboradores. "Em pesquisa periódica de clima organizacional realizada pela empresa foi possível perceber que o plano foi bem aceito, o que nos dá tranquilidade ao saber que os colaboradores estão focados em suas atividades,

sem preocupações com a saúde bucal, bem como de sua família - para aqueles que incluíram os familiares - pois estão aos cuidados de profissionais qualificados e de uma empresa de renome na área", acrescenta o empresário.

A ACIF tem planos odontológicos vinculados a dois grandes parceiros, Uniodonto e Dentalprev e para conhecer melhor basta agendar a visita com um dos assistentes de vendas da entidade ou visitar a Regional mais próxima.

BENEFÍCIOS DO PLANO ODONTOLÓGICO NAS EMPRESAS:

- ▶ Redução de faltas de funcionários por problemas de saúde bucal;
- ▶ Reduz os riscos à gravidez causados por problemas bucais;
- ▶ Satisfação da equipe, aumento da autoestima dos funcionários, que passam a produzir mais e melhor;
- ▶ Agrega valor no processo de recrutamento e seleção de profissionais.

FOCO E DESFOCO NO NEGÓCIO

Jamir Booz,

consultor da Nível 10 Consultoria Empresarial

Quando traçamos um objetivo na vida e estamos definindo algo que queremos atingir, montamos uma estratégia e determinamos um prazo para que isso ocorra. Parece simples, mas, na verdade, não é. A dificuldade é que a todo momento somos tentados a desviar do nosso objetivo, algo que definimos como realmente importante para nós. Ao fim de um período, observamos que o tempo passou e o nosso objetivo continua distante de ser alcançado. Diante dessa situação, sempre há duas alternativas: ou nos conformamos e, assim, evitamos maiores questionamentos e aborrecimentos; ou mudamos nossa postura, assumindo uma nova condição - trabalhar mais o objetivo, o foco.

Como na vida, muitas empresas agem da mesma forma: define-se um objetivo e uma estratégia de trabalho, mas, gradativamente, parece que não era bem aquilo que se esperava, a dificuldade é maior e, sem perceber, muda-se o foco que foi definido. É o ciclo do foco e desfoco no próprio negócio.

Como numa transformação, é preciso fazer uma ruptura nessa sequência viciosa. Um exemplo clássico é a mudança para hábitos saudáveis que uma pessoa se obriga a ter após sofrer um ataque cardíaco. Nas empresas, isso também acontece,

principalmente quando a situação financeira torna-se crítica. A dificuldade é que quando essa condição doentia é identificada tardiamente, a empresa pode já estar em colapso e, nesses casos, a possibilidade de recuperação torna-se remota.

A prevenção é sempre a melhor alternativa, seja para pessoas ou para empresas. Alguns movimentos podem indicar que algo não está como deveria, servindo de alerta de que a empresa está percorrendo caminhos imprecisos. Contínuos lançamentos de produtos sem que os anteriores tenham atingido o ciclo de maturidade, grande quantidade de itens sem direcionamento para um segmento específico, diversificação nos segmentos de atuação sem ter em nenhum deles participação expressiva ou, ao menos, estar em crescimento, alto turnover de pessoal, baixo giro dos estoques. Esses são alguns exemplos de que a empresa pode estar desfocada.

É importante destacar que definir caminhos ou fazer escolhas nunca foi tarefa fácil e identificar o peso certo para cada decisão exige um bom trabalho de análise e, ainda assim, as respostas obtidas podem não estar de acordo com as nossas intenções. Portanto, ao definir o foco, é importante mantê-lo no centro das atenções e saber que objetividade não tem nenhuma relação com ansiedade.



“É importante destacar que definir caminhos ou fazer escolhas nunca foi tarefa fácil e identificar o peso certo para cada decisão exige um bom trabalho de análise”

GUARUJÁ AM 1420

100% VOCE

A rádio ligada em você.

A Rádio Guarujá está com nova programação, trazendo mais informações sobre a comunidade e o esporte da nossa região. Sintonize e fique ligado na Rádio Guarujá.

A Rádio 100% você.

Sintonize na Guarujá AM. Aqui você tem voz e opinião.

100% Comunidade | 100% Informação | 100% Esporte



www.radioguaruja.com.br



Santa Catarina

ENCURTE A DISTÂNCIA ENTRE VOCÊ
E AQUILO QUE VOCÊ ESTÁ PROCURANDO.

formula



O Max Tower Business Center é um empreendimento completo, feito sob medida para quem está procurando um bom negócio. Localizado no tranquilo bairro de Coqueiros, perto do centro, das vias expressas e do comércio, possui toda a infraestrutura que você precisa. Não fique dando voltas. Venha fazer sucesso no Max Tower Business Center.

Salas comerciais a partir de 37 m²

Em frente à Globovel
Av. Eng. Max de Souza, 960

- Amplo estacionamento rotativo
- Recepção com porta automatizada
- Sistema digital de CFTV
- Reaproveitamento da água da chuva
- Coleta seletiva de lixo
- Medidor de água individual
- Flexibilidade de projeto
- Projeto paisagístico
- Infraestrutura para ar-condicionado split
- Infraestrutura para comunicação de voz e dados

PLANTÃO DE VENDAS
3212-3883

koprime
CONSTRUTORA E INCORPORADORA

