



BATE-PAPO

À frente da ADVB/SC, o empresário Juarez Beltrão fala dos desafios até o final do mandato, em 2013

Unidas pela comunicação

As sócias Rachel Sardinha, Sabrina Domingos e Clarissa Antunes comemoram a consolidação da Em Voga Comunicação e o crescimento de 110% no primeiro semestre deste ano em relação a 2011

TranspoTech

Soluções em empilhadeiras e movimentação

STILL



- **VENDAS STILL**
- **LOCAÇÃO**
- **ASSISTÊNCIA TÉCNICA**



A Transpotech conta com
34 unidades móveis para
melhor atendê-lo.

Atendimento na Grande Florianópolis, com técnico residente e unidade móvel.

transpotech.com.br

47 3331.4900

TRANSPOTECH BLUMENAU - (47)3331-4900
VIA EXPRESSA PAUL FRITZ KUEHNRIK, 2377
ITOUJAVA NORTE - BLUMENAU - SC
CEP:89.052-381

TRANSPOTECH JOINVILLE - (47) 3419-0033
RUA PIRATUBA, 84
BAIRRO IRIRIU - JOINVILLE - SC
CEP: 89227-075

CONSOLIDAÇÃO NO MERCADO



Na edição nº 53 da **Líder Capital**, o Destaque é para as amigas Clarissa Antunes, Rachel Sardinha e Sabrina Domingos que, logo depois de formadas, montaram a Em Voga Comunicação, empresa de Assessoria de Imprensa, que está consolidada no mercado catarinense, com clientes nacionais e internacionais.

Confira na seção A Metrópole a greve de ônibus de Florianópolis, que provocou transtornos para a população da cidade. Após três dias de paralisação, motoristas e cobradores aceitaram a proposta dos empresários intermediada pelo Tribunal Regional do Trabalho e Prefeitura. Diante do problema, o Poder Público está trabalhando no edital para a licitação de uma nova empresa para assumir o transporte público da cidade.

Na seção Nossas Bandeiras, vamos abordar outro assunto polêmico. O uso de atestados médicos falsos para a dispensa do trabalho. Mesmo ilegais, ainda são recursos fáceis de serem encontrados no mercado. Para evitar prejuízos com esse tipo de fraude, o Grupo de Trabalho da ACIF, que trata de assuntos ligados à legislação trabalhista, tem se dedicado a estudar o assunto de forma preventiva.

Confira também a reportagem sobre o evento Rio+20 e a entrevista com o publicitário Juarez Beltrão. Vale a pena conferir a edição 53 da publicação. Não deixe de enviar sugestões para o Conselho Editorial e aproveite para anunciar na revista.

Boa leitura!

Conselho Editorial



12. DESTAQUE

A Em Voga conta, hoje, com uma equipe formada por jornalistas, designers, fotógrafos e profissionais especializados nas áreas de Assessoria de Imprensa, Comunicação Empresarial, Marketing e Moda para atender mais de 20 clientes.

20. BATE-PAPO

O empresário Juarez Beltrão disse que se sente preparado para crescer com a ADVB/SC, trilhando caminhos já consolidados, além de abrir outros novos





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

Greve no transporte público reacende discussão sobre o sistema em vigor na Capital.



16. PENSE VERDE

Rio+20 mostra rumo para um mundo sustentável, com mais verde e menos pobreza.

**08. Nossas Bandeiras / 24. Benchmarking
28. Tempo Livre / 30. Vitrine /
32. 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

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 Zilotto • 2º Diretor Financeiro: Igor Loreno Dornit Empinotti • 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 Mira • 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 Ademar 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 Joffre 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, Bernardo Meyer, Alex Lima, Felipe Marcondes, Klaus Raupp, Patrícia de Freitas, Daniella Leoni e Daniele 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

EDIÇÃO: Francielle de Oliveira

GERENTE DE ARTE E DESENVOLVIMENTO: Lucas Gonçalves
lucas@mundieditora.com.br

FOTO DE CAPA: Michele Monteiro

FOTOS: Michele Monteiro, Banco de Imagens e Divulgação

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

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

A NOVELA DA GREVE DOS ÔNIBUS

NOVA EMPRESA DEVE ASSUMIR O TRANSPORTE PÚBLICO DA CIDADE

A greve que parou o transporte público de Florianópolis durante três dias, no final de maio, reacende a discussão sobre o sistema em vigor na Capital. Ano após ano, nesta última década, as paralisações dos motoristas e cobradores de ônibus são utilizadas como pressão para renegociar os reajustes salariais, o que acaba garantindo aumento para os trabalhadores e reflexos na tarifa. Diante do problema, a Prefeitura está trabalhando no edital para a licitação de uma nova empresa para assumir o transporte público da cidade.

Os ônibus pararam do dia 28 a 30 de maio, segunda a quarta-feira, congestionando o trânsito diante do excesso de carros na rua e prejudicando o comércio. Após os três dias de paralisação, motoristas e cobradores aceitaram a proposta dos empresários intermediada pelo Tribunal Regional do Trabalho e Prefeitura. Desta vez, por enquanto, a tarifa do transporte não foi alterada.

Pouco depois do fim da greve, no dia 6 de junho, a Prefeitura apresentou o edital para licitação da empresa que será responsável pelo transporte público em Florianópolis. De acordo com o vice-prefeito João Batista Nunes, a nova licitação deve baratear os preços das passagens de ônibus na Capital e reduzir as despesas administrativas e estruturais, já que somente uma empresa ou consórcio cuidará do serviço. Hoje, são cinco empresas fornecendo o serviço de transporte público para os florianopolitanos. Com isso, há cinco garagens, cinco equipes de manutenção e demais ferramentas que encarecem os custos da passagem.

Além disso, o valor do subsídio pago pela Prefeitura para as empresas de ônibus deve mudar. A nova licitação prevê um subsídio que cubra somente a meia passagem dos estudantes, garantida por lei.

O edital para a nova concorrência,

aberta para qualquer empresa do País, faz algumas exigências quanto à qualidade dos serviços de transportes. Os ônibus terão que possuir ar-condicionado, acessibilidade para cadeirantes e não devem ter mais de 10 anos de vida útil. A empresa ou consórcio vencedor poderá utilizar microônibus para as áreas de difícil acesso em que um carro maior não consegue chegar.

A concorrência se dará por meio do valor da passagem de ônibus. Vencerá quem cumprir todas as exigências e oferecer o menor valor de tarifa – sendo que o teto é o valor atual de R\$ 2,70 no cartão. O edital foi encaminhado para o prefeito Dário Berger para que analise e possa dar início ao processo licitatório.

Hoje, o Sindicato de Empresas de

Transportes Urbanos de Passageiros da Grande Florianópolis (Setuf) engloba as cinco companhias que fazem o transporte municipal - Transol, Canasvieiras, Emflotur, Estrela e Insular - e as três que realizam o serviço no âmbito intermunicipal - Biguaçu, Jotur e Estrela Intermunicipal. No transporte municipal, o preço da tarifa é de R\$ 2,70 no cartão e R\$ 2,90 para quem paga em dinheiro. Mas João Savas, secretário-executivo do Setuf, diz que o valor não está cobrindo todos os custos e as empresas não estão tendo mais lucro. E os descontos das tarifas sociais puxam a média para baixo. Segundo cálculos do Setuf, para cobrir todas as despesas e manter o lucro, teria que ser cobrada uma tarifa de R\$ 3,06.



A COMPOSIÇÃO DA PASSAGEM

- ▶ Custos variáveis (combustível, pneus, peças e acessórios) – **27%**
- ▶ Custos de capital (depreciação do veículo e lucro da empresa) – **14,3%**
- ▶ Custos com pessoal (inclui encargos sociais e benefícios) – **48,3%**
- ▶ Custos administrativos (inclui taxa de utilização dos terminais) – **6,7%**
- ▶ Impostos (PIS e Cofins) – **3,7%**

Fonte: Setuf

IMPACTOS NA ECONOMIA

As consequências da paralisação não afetam somente o usuário, mas prejudicam também a economia da cidade. Além de queda expressiva no movimento das lojas, empresários tiveram que arcar com custos de transporte alternativo para os funcionários. A pesquisa da Fecomércio-SC mostra que a greve dos cobradores e motoristas de ônibus causou uma queda de 53% no movimento das lojas. Ao todo, 23% dos funcionários do comércio se ausentaram do serviço. Além dos faltantes, outros 25,5% chegaram atrasados aos locais de trabalho.

Os impactos só não foram maiores porque desde o anúncio da greve, na semana anterior à paralisação, a maioria das empresas se preparou: 67% afirmaram ter tomado medidas para evitar ausência e atrasos. Do total de estabelecimentos comerciais entrevistados, 45% disponibilizaram transporte alternativo para os funcionários.

Para o presidente da rede Koerich, Antônio Koerich, toda greve deve ser evitada, principalmente quando trata de serviços públicos, por ser uma medida extrema. “Sempre fui defensor do entendimento entre as partes. A greve é uma situação radical. Quem paga é a sociedade. Sou favorável ao trabalho, não a cruzar os braços para exercer pressão. No caso da greve dos ônibus, por exemplo, além dos trabalhadores que perderam o direito de ir e vir, muitos estudantes também tiveram que deixar de ir para as escolas”, avalia.

O presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior, defende que o grande líder do processo preventivo às greves tem que ser o Poder Público, que pode regulamentar e fiscalizar os cumprimentos por parte de prestadoras de serviços e empregados. Mas ele diz que os empresários de todos os setores econômicos, que acabam arcando com boa parte da conta através do Vale Transporte, precisam se organizar e estar atentos para evitar impactos desnecessários nas tarifas e, por consequência, nos custos. “Por meio de entidades representativas fortes, como é o caso da ACIF, os empresários podem fazer valer sua posição de contribuintes e cobrar empenho de concessionárias e concedentes”, destaca.

Para Doreni, muitos prejuízos gerados pela greve são irreversíveis. Ele diz, ainda, que as greves acabam prejudicando a imagem da cidade na hora de atrair novos investimentos. “Isso ocorre não só pelo impacto do custo, mas, principalmente, por demonstrar a fraqueza do Poder Público em liderar questões fundamentais ao desenvolvimento da cidade”, explica.



O CRONOGRAMA DA GREVE

- ▶ **Dia 27 de maio, domingo** - Motoristas e cobradores decidiram pela greve a partir da segunda-feira, dia 28. A reivindicação da redução da carga horária, de 6h40min para 6h, que não teria sido atendida pelos donos das empresas, ao alegar que a medida iria resultar no aumento de 10% da tarifa, é a principal motivação da greve.
- ▶ **Dia 28 de maio, segunda-feira** - No primeiro dia de greve, nenhum ônibus circulou nas ruas, apesar da Lei 7.773, que considera o transporte coletivo como serviço essencial.
- ▶ **Dia 29 de maio, terça-feira** - A greve continua e os motoristas e cobradores não acatam a determinação da Justiça do Trabalho de colocar frota mínima nos horários de pico.
- ▶ **Dia 30 de maio, quarta-feira** - Em assembleia à noite, os grevistas dão fim à greve e anunciam o retorno dos ônibus para a madrugada do dia seguinte. Os grevistas conseguiram aumento no salário dos motoristas de R\$ 1.517 para R\$ 1.591, e dos cobradores de R\$ 910,20 para R\$ 954,60. O vale-refeição subiu de R\$ 400 para R\$ 420. E a jornada de trabalho será reduzida gradualmente, das atuais 6h40min para 6h30min, neste ano, e para 6h20min em 2013. A proposta está abaixo do que foi exigido inicialmente pelos motoristas e cobradores. A categoria pretende reivindicar no próximo ano a redução para 6h. Ricardo Freitas, do Sindicato dos Trabalhadores do Transporte Urbano de Florianópolis (Sintraturb), reconhece que toda greve traz transtornos. Mas para ele, quem tem prejuízo são os grandes empresários do setor, que deixam de lucrar. Ele lembra, ainda, que a greve é um direito legal do trabalhador.

Fonte: Setuf

Os RISCOS DOS ATESTADOS MÉDICOS FALSOS

Empresário pode exigir que o empregado seja examinado por médico especialista

O uso de atestados médicos falsos para a dispensa do trabalho é uma preocupação constante para as empresas e para a própria classe médica. Mesmo ilegais, ainda são recursos fáceis de serem encontrados no mercado. Para evitar prejuízos com esse tipo de fraude, o Grupo de Trabalho da ACIF, que trata de assuntos ligados à legislação trabalhista, tem se dedicado a estudar o assunto de forma preventiva.

Para Leonardo Mingotti, advogado na Prade & Prade Advogados Associados e membro do Grupo de Trabalho da ACIF, a identificação da fraude depende da atenção do superior ou gerente da empresa. Este deve estar atento aos funcionários e saber distinguir uma doença ocupacional, resultado do trabalho desenvolvido na empresa, de uma doença ou lesão adquirida fora do contexto laboral. "É claro que algumas doenças podem não ser resultado do trabalho e, mesmo assim, conduzir ao afastamento, mas a atenção e a cautela do empregador são de suma importância para uma primeira análise do caso e posterior investigação do atestado apresentado", avalia.

Ele explica que havendo suspeita de que o atestado médico contenha inverdades, o empresário pode exigir que o empregado seja examinado por médico especialista, que emitirá Atestado de Saúde Ocupacional. Se a suspeita persistir ou o funcionário não aceitar passar por esse novo exame, o empregador deve procurar um advogado de confiança, que estudará minuciosamente o caso e apresentará as alternativas cabíveis. "Ao se exigir que o trabalhador seja examinado por médico especialista ou integrante de clínica especializada em medicina



do trabalho, será emitido um laudo médico despido de dúvidas. O funcionário não sofrerá qualquer prejuízo, caso o atestado por ele apresentado seja fiel à realidade”, acrescenta o advogado.

Mingotti ressalta que o atestado médico é um direito do paciente, não podendo ser negado pelo médico que o examinou. Sendo assim, constatado o problema de saúde, este deve ser atestado pelo médico, não havendo como limitar as doenças e, por conseguinte, os atestados, que, por terem presunção de veracidade, impõem a liberação do trabalhador, sem, no entanto, retirar da empresa o direito de investigação por meio de um médico de confiança.

Em caso de falsificação do atestado, os prejuízos são variados. Para o membro do Grupo de Trabalho da ACIF, o funcionário que se ausenta do trabalho por período inferior a 15 dias com justificativa embasada em

atestado médico falso prejudicará a empresa diretamente em, no mínimo, três frentes: 1) pagamento de salário sem contraprestação do trabalho, 2) pagamento dos encargos daí decorrentes; e 3) ônus com a remuneração e os encargos de novo trabalhador que o substitua, ou com horas extras de empregado já contratado que deverá suprir a ausência do que se ausentou.

Já quando a ausência for superior a 15 dias, fica a empresa com o ônus de arcar com os encargos e a reposição do trabalhador. Mingotti explica que isso tudo aumenta o custo da empresa que, se repassado ao preço do produto, compromete a competitividade no mercado e, se não repassada, põe em risco o caixa da empresa, podendo conduzir ao encerramento das atividades. “Como se vê, a conduta delituosa pode atingir toda a sociedade”, acrescenta.

A punição para o funcionário que

fraudar o atestado se dá em várias esferas. Na trabalhista, a punição pode ser a rescisão do contrato de trabalho por justa causa, o que limita os direitos do empregado sem gerar ônus pecuniário ao empregador. Mas Mingotti diz que é importante frisar que a justa causa resultante da prática de falta grave pelo empregado é a pena máxima aplicada ao trabalhador faltoso, devendo ser robustamente provada pela empresa, a quem incumbe o ônus de produzir prova contundente a respeito dos fatos suscitados.

Além disso, o funcionário e o médico que emite o atestado falso podem sofrer Ação Penal proposta pelo Ministério Público, com pena de reclusão, detenção e multa, dependendo do tipo penal em que a conduta se enquadrar, além de serem obrigados a ressarcir a empresa, na esfera civil, dos prejuízos que as infrações causaram.



“Ao se exigir que o trabalhador seja examinado por médico especialista, será emitido um laudo médico despido de dúvidas. O funcionário não sofrerá qualquer prejuízo, caso o atestado por ele apresentado seja fiel à realidade”

Leonardo Mingotti

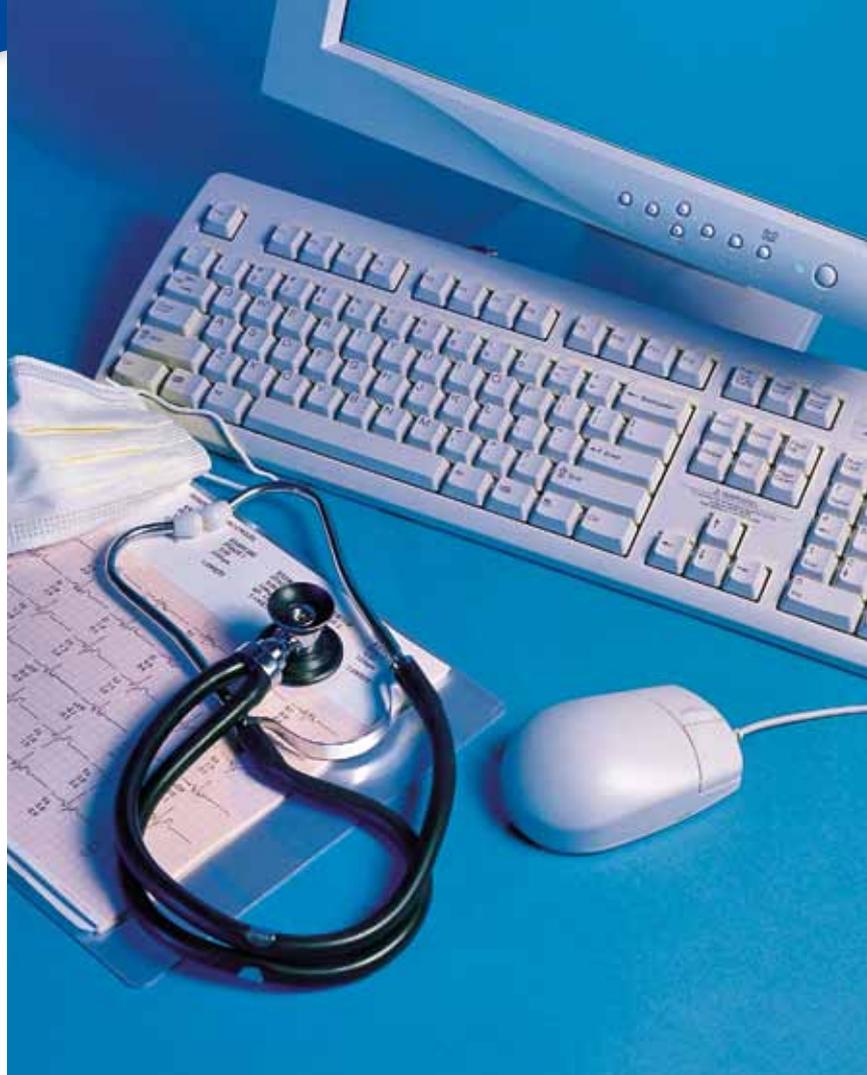
Advogado na Prade & Prade Advogados Associados e membro do Grupo de Trabalho da ACIF

O BOM EXEMPLO DE SÃO PAULO

A Associação Paulista de Medicina (APM) acaba de lançar uma ferramenta pioneira para o combate de atestados médicos falsos. A APM adotou a tecnologia da certificação digital, em parceria com as empresas CertiSign e Veus Technology, para apresentar os formulários digitais de atestados médicos e de saúde ocupacional, lançados em abril. Por enquanto, a iniciativa é válida apenas para o Estado de São Paulo, mas a ideia é levar o projeto para outras regiões.

A associação levou 18 meses para elaborar os e-atestados, disponíveis em oito modelos diferentes, sendo seis médicos e dois de saúde ocupacional. Para o presidente da APM, Florisval Meinão, os novos produtos da APM vêm dar grande contribuição à assistência médica. “As fraudes de atestados são motivo de preocupação para a classe, já que os profissionais são constantemente chamados a depor nos Conselhos de Medicina e delegacias e têm seus nomes envolvidos em processos administrativos dentro de hospitais etc.”, afirma.

A inovação busca resolver diversos problemas, beneficiando médicos, pacientes, estabelecimentos de saúde e empresas públicas e privadas. Diminui o risco de nomes e registros de profissionais associados a falsificações e aumenta a segurança quanto à veracidade das informações relatadas. Os pacientes, por sua vez, ganham com a facilidade de consultar o documento a qualquer momento, evitando, assim, contestações sobre a necessidade de afastamento.



“A aceitação superou as expectativas; estamos felizes com os resultados. Todos se mostraram impressionados com a segurança do atestado. Um hospital, por exemplo, recebe, diariamente, cerca de 30 questionamentos quanto à veracidade dos atestados, mas não possui controle nenhum hoje. O atestado digital será extremamente importante para o combate às fraudes no Brasil”, destaca Murilo Rezende Melo, diretor de Patrimônio e Finanças da APM.

Os médicos (pessoa física ou jurídica), clínicas, hospitais e empresas

de São Paulo já estão aptos a comprar os atestados, desde que os médicos emissores tenham e-CPF, disponível pela APM com 15% de desconto para associados. Há diversos modelos de formulários, que inclusive podem ser personalizados com a inserção de marcas das instituições. Cada atestado digital gera uma combinação de números única, que assegura a autenticidade e impossibilita qualquer alteração posterior.

Mais informações: www.apm.org.br/atestadodigital.

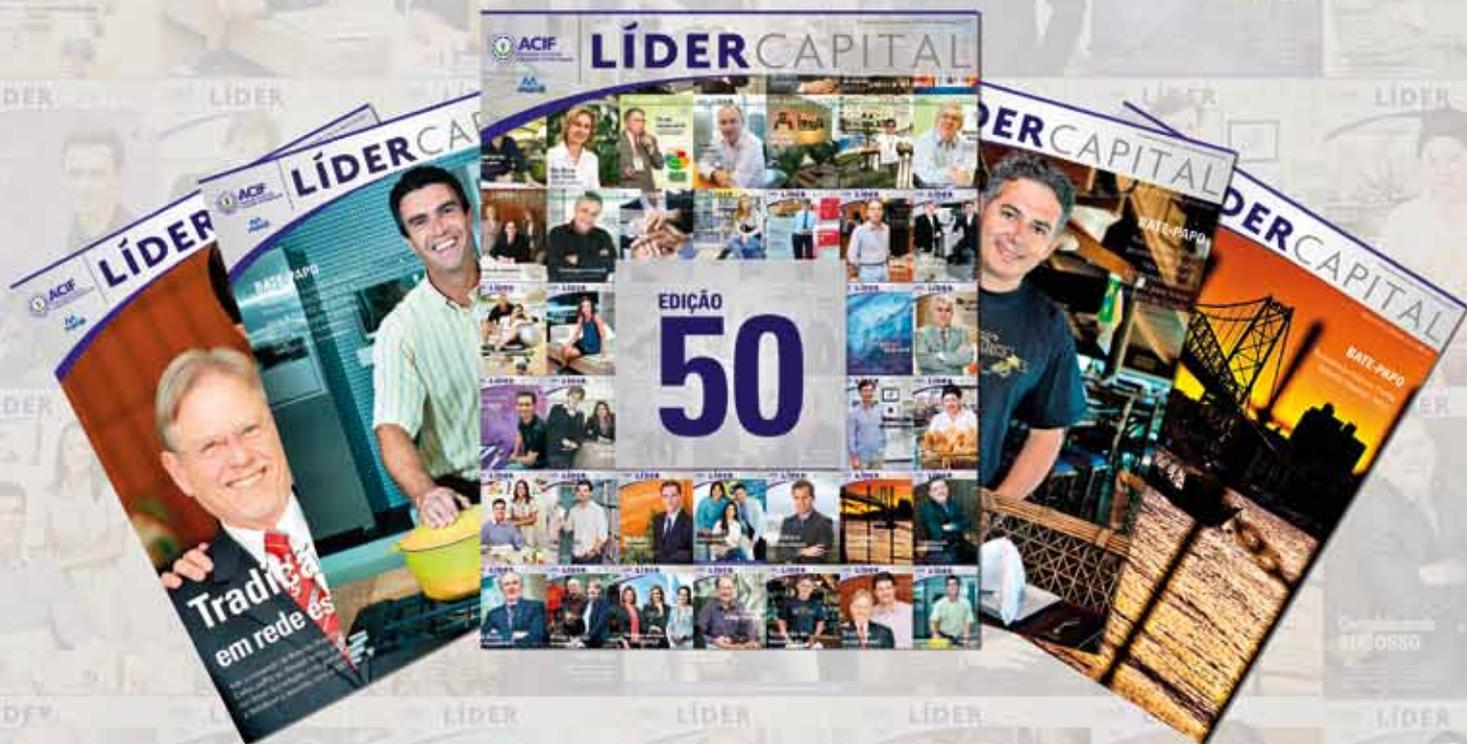
“Um hospital, por exemplo, recebe, diariamente, cerca de 30 questionamentos quanto à veracidade dos atestados, mas não possui controle nenhum hoje. O atestado digital será extremamente importante para o combate às fraudes no Brasil”

Murilo Rezende Melo

Diretor de Patrimônio e Finanças da APM

Consolidação.

A Líder Capital ultrapassou a 50ª edição
Atingiu mais de 1 milhão de leitores
Garantiu satisfação aos anunciantes



Anuncie na Líder.

Seja reconhecido em toda a Capital.

COMUNICATIVAS E EMPREENDEDORAS

Com clientes nacionais e internacionais, a Em Vogá inova no mercado de comunicação

Sabrina Domingos, Rachel Sardinha e Clarissa Antunes comandam a empresa



Já na faculdade, as amigas Clarissa Antunes, Rachel Sardinha e Sabrina Domingos decidiram que queriam ser empreendedoras. Terminado o curso de Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina, as três montaram a própria Assessoria de Imprensa. Seis anos depois, a Em Vogá Comunicação é uma empresa consolidada no mercado catarinense, com clientes nacionais e internacionais e uma equipe disposta a inovar sempre.

A empresa fecha o primeiro semestre do ano com mudanças que refletem esse bom momento, como a conquista de novos parceiros e a criação de outras áreas de atendimento. São inovações que fizeram a equipe da agência catarinense crescer para atender os mais de 20 clientes de Assessoria de Imprensa, comunicação e desenvolvimento de estratégias de marketing.

Com os novos parceiros, a Em Vogá criou núcleos para personalizar o atendimento e os serviços de cada nicho de mercado. Em janeiro de 2012, a empresa iniciou também o núcleo de projetos editoriais com a produção de duas revistas de circulação nacional em parceria com a Editora LA: uma especializada em arquitetura e decoração (a Design & Conforto), e outra com foco no mercado de veículos de grande porte, como caminhões, tratores e ônibus (a Auto Pesado). Além da produção das revistas, o núcleo atua na elaboração e criação de identidade visual, informativos, materiais institucionais, folders e outras publicações customizadas.

A criação do departamento de projetos editoriais, aliado à conquista dos novos clientes, trouxe a necessidade da contratação de mais colaboradores e a mudança da empresa, em março deste ano, para uma sede com o dobro do tamanho da anterior. Hoje, a Em Vogá conta



com uma equipe formada por jornalistas, designers, fotógrafos e profissionais especializados em áreas como Comunicação Empresarial, Marketing e Moda. Há um ano, eram cinco pessoas trabalhando na empresa. Hoje, a equipe é de 11 pessoas, todas regulamentadas. O faturamento também está em crescimento. O resultado do primeiro semestre deste ano registrou um ganho de 110% em relação ao mesmo período do ano passado.

Na Assessoria de Imprensa, a conquista de dois novos clientes de renome nacional viabilizou a criação do núcleo de moda, que surge como mais um diferencial da agência para 2012. Além dos serviços de comunicação, o núcleo abrange planejamento de marketing e produção

de moda. O departamento responde pela conta da marca Makenji e Jorge Bischoff.

A Em Vogã também ampliou o número de clientes com a chegada da Primo Tedesco e da Top Car ao núcleo empresarial, que já atende organizações consolidadas como construtoras, concessionárias, agências de ecoturismo e empresas das áreas de consultoria e contábil. Os outros núcleos de atendimento da Em Vogã são focados em eventos e entretenimento, gastronomia, luxo, saúde e serviços.

Para a sócia-diretora Clarissa Antunes, as recentes mudanças na empresa refletem o bom trabalho que a equipe desenvolve no mercado. "Nosso crescimento é fruto de um trabalho sério desenvolvido ao longo dos seis anos", explica.

Um próximo passo que começa a ser planejado é a consolidação de uma estrutura de atendimento da Em Vogã em São Paulo. Hoje, Clarissa já viaja com frequência para a capital paulista para reuniões com clientes ou para visitar veículos de comunicação que podem publicar notícias dos clientes catarinenses. "A ideia agora é montar uma estrutura para atender novos clientes que têm sede em São Paulo e também os clientes de Santa Catarina lá em São Paulo, fortalecendo a divulgação dos produtos e serviços nos grandes centros", explica.

O objetivo é ter uma estrutura física e uma equipe fixa em São Paulo. Segundo as sócias, é uma questão de tempo para a ideia virar realidade.



A equipe é formada por jornalistas, designers, fotógrafos e profissionais especializados em Comunicação Empresarial, Moda e Marketing



A PALAVRA DOS CLIENTES

Nestes seis anos, a Em Vogua Comunicação atendeu grandes empresas e fez a divulgação de importantes eventos que passaram por Santa Catarina. A CowParade, que espalhou esculturas de vacas customizadas pelos artistas locais por diferentes cidades do Estado, foi um deles. E o resultado é comemorado por Giovane Pasa, idealizador da CowParade Santa Catarina. “O trabalho da Em Vogua foi espetacular e os resultados não poderiam ser melhores. Nenhuma edição da CowParade no Brasil havia conseguido tanta veiculação na mídia quanto em Santa Catarina, isso antes mesmo do início oficial do evento”, destaca.

“Nós estamos comprometidos com o cliente. Identificamos as necessidades dos nossos parceiros e traçamos planos de ação visando os resultados”, acrescenta a sócia-diretora Clarissa. Comprometimento destacado também por Leonardo Ghidini, gerente de Marketing das empresas Dimas, um dos clientes da assessoria. “Podemos afirmar, sem sombra de dúvidas, que a Em Vogua Comunicação veio realmente para somar e fazer a diferença”, afirma.

Para Clarissa, a Em Vogua é hoje um

nome forte, sinônimo de confiança, respeito, honestidade e, principalmente, de um excelente trabalho. Características que conquistaram parceiros como Grupo ALL, ActionCoach, complexo Music Park

Durante os seis anos de atuação, a Em Vogua já atendeu grandes empresas e fez a divulgação de importantes eventos que passaram por Santa Catarina

(que engloba as casas Posh Club, Pacha Floripa e Stage Music Park), Crematório Vaticano, Instituto Padre Vilson Groh, complexo gastronômico Spazio Jurerê Internacional (com os restaurantes Jurê, Forneria, Don Rodriguez e Second Floor), Top Car, Expedição Olímpica, Feistock, Jorge Bishoff, Makenji, dermatologista Débora Cadore, Primo Tedesco, Jurerê Open

Shopping, Restaurante Bate Ponto, entre outros. A Em Vogua também já atendeu divulgações internacionais. A empresa fez a divulgação no País do livro sobre a morte de Michael Jackson e que aborda o lado maligno da indústria do entretenimento, “O que realmente aconteceu a Michael Jackson”, escrito por Leonard Rowe, gerente de negócios que trabalhou por mais de três décadas com a família Jackson. Lançado no final de junho de 2010 nos Estados Unidos, o livro teve a primeira edição com um milhão de exemplares, esgotada em menos de quatro meses. No Brasil, a Em Vogua Comunicação assumiu toda a assessoria de imprensa do projeto.

Com o apoio da PS Comunicação, o livro foi amplamente divulgado no País. Mais de 80 jornalistas dos principais veículos de comunicação participaram de uma coletiva de imprensa e foram publicadas e exibidas reportagens nos mais variados jornais e revistas, como Folha de São Paulo, O Globo, O Estado de São Paulo, Caras, Contigo! e Isto É, além dos principais noticiários de TV. Para fazer a divulgação, as sócias da Em Vogua trataram diretamente com o autor Leonard Rowe e com o pai do Rei do Pop, Joe Jackson.

ATENTAS ÀS TENDÊNCIAS

Entre jornalistas, fotógrafos e designers, a equipe da Em Vogu conta com um profissional exclusivo para trabalhar com redes sociais. Ele cuida da imagem da própria empresa na internet e também divulga os produtos e serviços dos clientes da Em Vogu em páginas como o Facebook e o Twitter, entre outras redes populares. O objetivo é trabalhar a comunicação das empresas em diferentes plataformas e quanto mais essa comunicação for integrada com as tendências do mercado, melhor.

A sócia Sabrina explica que a equipe da Em Vogu busca trabalhar de acordo com a necessidade de cada cliente. “Em algumas empresas, participamos da reunião da diretoria e ajudamos a tomar decisões envolvendo assuntos que nem são diretamente ligados à comunicação. Existe uma relação de confiança que nos ajuda a identificar as necessidades da empresa e propor soluções”, explica.

Essas reuniões também servem para ajudar a identificar o real objetivo do cliente, se é vender mais ou atingir um novo público específico, por exemplo, e ver quais os passos necessários para alcançar essa meta. Com base nessas conversas são traçadas as soluções estratégicas a serem trabalhadas pela equipe da Em Vogu.

Mas para criar essa sintonia, Rachel explica que a Em Vogu busca clientes com produtos e serviços em que as três sócias acreditam. “É preciso vestir a camisa do cliente. E, para isso, quem faz a assessoria e a empresa que contrata o serviço precisam ter uma visão de mercado parecida”, explica.

Outro desafio do cenário atual é convencer pequenas empresas de que a comunicação é uma área que precisa de investimento. Hoje, as menores empresas ainda têm resistência a investir no setor. “As empresas precisam se comunicar, mostrar para o mercado o que têm de interessante, se não perdem competitividade. E hoje, são as grandes e médias empresas que ainda percebem isso com mais facilidade”, acrescenta Sabrina. Ela defende, ainda, que o trabalho de assessoria deve ser visto como algo de médio e longo prazo, que ajuda a consolidar e manter a marca presente no mercado, e não como um trabalho esporádico.



VOCAÇÃO PARA A ASSESSORIA

Clarissa Antunes, Rachel Sardinha e Sabrina Domingos sempre trabalharam com o mercado de Assessoria de Imprensa. Quando ainda estavam na faculdade, os primeiros estágios já eram na área. Os trabalhos de conclusão de curso também foram direcionados para o ramo da assessoria.

Depois de formada, quando fez um serviço já como jornalista profissional, Sabrina precisava tirar uma nota fiscal para cobrar o trabalho. Foi quando conversou com as amigas e percebeu que elas teriam a mesma necessidade. Com a ajuda de um amigo administrador, as três resolveram abrir uma empresa como sócias. “Nossos colegas de faculdade estavam indo para São Paulo ou para o Rio de Janeiro. Mas nós queríamos ficar em Florianópolis e ser bem sucedidas aqui. Por isso, decidimos começar do jeito certo, com uma empresa regulamentada”, lembra Sabrina.

Logo surgiram os primeiros clientes também na área de entretenimento, como o festival Claro que é Rock. Além de divulgar o evento, era preciso organizar as coletivas com os artistas, providenciar tradutores para os convidados de fora, entre outras novas funções que se somaram ao trabalho de assessoria. Com a experiência conquistada na prática, a Em Vogu consolidou uma forte estrutura para atender eventos e o núcleo de clientes na área de entretenimento é hoje um dos principais da empresa.

A empresa foi criada no início de 2006. A sócia Rachel lembra que elas conseguiram dar a largada para o negócio com um capital inicial de R\$ 7,5 mil. Os primeiros clientes vieram das experiências que cada uma das três sócias tinha realizado individualmente no mercado de assessoria de imprensa. Eram empresas que já tinham sido atendidas por uma das três, e aprovaram o profissionalismo do serviço.

No começo, a ideia era focar, principalmente, em empresas de moda, onde a sócia Clarissa tinha mais experiência. Mas quando clientes de outras áreas começaram a bater na porta da Em Vogu, as três foram aceitando os novos contratos para fortalecer a empresa.

Mas se elas já dominavam o trabalho como assessoras, era preciso reforçar as funções de gestoras que cada uma passou a executar. Elas fizeram uma série de cursos na área, entre iniciativas oferecidas pela ACIF e pelo Sebrae, por exemplo, para buscar o apoio necessário para a rotina de empresárias. Entre 2009 e 2010, iniciaram também um trabalho de coaching.

Rachel lembra que outro ponto chave para a Em Vogu foi quando as três sócias decidiram largar os trabalhos paralelos que cada uma tinha fora da empresa para se dedicarem exclusivamente à rotina na própria assessoria de comunicação. “Foi preciso controlar as contas. Todo o dinheiro que entrava era reinvestido, mas foi a partir daí que começamos a deslanchar de verdade. Foi uma decisão necessária para a empresa continuar crescendo”, avalia.

Cada uma das sócias assumiu uma função específica: Clarissa é a diretora executiva, Rachel a diretora de marketing e recursos humanos e Sabrina a diretora financeira e administrativa. As escolhas foram tomadas com base nas afinidades de cada uma e nas especializações que as três cursaram depois da faculdade.

O MUNDO DEBATE O MEIO AMBIENTE

A Rio+20 reuniu mais de 63 mil pessoas de 193 países para discutirem o desenvolvimento sustentável

O Brasil acaba de sediar um evento com a ousada meta de fazer o mundo parar para pensar no meio ambiente. Mais de 63 mil pessoas de 193 países contribuíram com os diálogos para o desenvolvimento sustentável, elaborando recomendações para líderes mundiais. Uma plataforma inovadora marcou a discussão sobre desenvolvimento sustentável na Rio+20, encerrada no dia 22 de junho, no Rio de Janeiro.

Com os diálogos para o desenvolvimento sustentável, realizou-se, pela primeira vez em conferências das Nações Unidas, um processo participativo e inclusivo, para que representantes da sociedade civil pudessem apresentar recomendações ao segmento de alto nível da conferência. Os diálogos consistiram em 10 rodadas de discussão, que abordaram temas prioritários da agenda internacional de sustentabilidade. Os debates foram transmitidos ao vivo pelo site das Nações Unidas. Além das conversas, foram promovidas ações educativas com crianças e exposições artísticas voltadas à temática ambiental.

O texto final da Rio+20, intitulado "O futuro que queremos", foi publicado no site oficial da conferência. A principal resolução do documento é lançar um processo para a definição de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Trata-se de um conjunto de metas que visa substituir os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio a partir de 2015, incorporando critérios socioambientais. A proposta das metas será feita em 2013, após sua definição por um comitê técnico designado pela Organização das Nações Unidas (ONU).



Outra decisão para o futuro é a criação de um grupo de 30 especialistas para propor, em 2014, uma solução inovadora para o financiamento ao desenvolvimento sustentável.

Mas, o resultado foi alvo de reclamações. A declaração final da Cúpula dos Povos, apresentada pelos movimentos sociais e ambientais que compõem o evento paralelo à Rio+20, fez duras críticas ao documento elaborado pelos governos na conferência mundial do meio ambiente. De acordo com os manifestantes, o evento mostrou um retrocesso em relação à edição anterior, a Eco-92. "Há vinte anos, o Fórum Global, também realizado no Aterro do Flamengo, denunciou os riscos que a humanidade e a natureza corriam com a privatização e o neoliberalismo. Hoje, afirmamos que, além de confirmar nossa análise, ocorreram retrocessos significativos em relação aos direitos humanos já reconhecidos", afirma o documento da Cúpula.

Para a diretora de Meio Ambiente da ACIF, Jane Pilotto, a agenda da Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável é complexa e de difícil consenso, uma vez que as questões que afetam a sustentabilidade de um país em relação ao outro, ou mesmo entre regiões de um país do porte do Brasil, variam enormemente. "Seu objetivo maior é o de contribuir para a definição de uma agenda comum sobre o meio ambiente nas próximas décadas, com foco principal na economia verde e na erradicação da pobreza", avalia.

Para Jane, uma das questões em debate, a proposta chamada de "economia verde", tem como objetivo "reinventar" a economia tradicional por meio de ações políticas consensuais. "Um dos pontos mais atraentes desta edição do programa é a divulgação de ganhos econômicos com impactos positivos nos resultados financeiros de empresas que adotam medidas ambientalmente

Queremos ouvir você.

A ACIF tem a marca da modernidade e está sempre um passo à frente.

Um exemplo disso é a ferramenta de OUIDORIA que está à disposição de todos, associados ou não. Através do site www.acif.org.br você pode fazer **reclamações, sugestões** ou **perguntas**.

Você terá atendimento rápido e poderá acompanhar o andamento das suas solicitações. Sinta-se à vontade para usar este serviço.

A ACIF é toda ouvidos para você.

 **Ouvidoria**
ACIF
www.acif.org.br

sugestões
reclamações
dúvidas



sustentáveis, conseguindo obter significativos ganhos de escala. Foram citados exemplos de companhias que vem utilizando práticas como reutilização de água e geração eólica para produção de energia e adoção de programas de eficiência energética nos processos produtivos”, destaca.

Ela ressalta que um dos exemplos apresentados foi o programa de redução de uso da água do grupo mexicano Bimbo que, segundo a ONU, possibilitou economia de US\$ 700 mil em três anos. Outro exemplo foi o do grupo General Motors, cujo programa de aproveitamento de recursos reduziu em 40% as perdas na produção, gerando economia de US\$ 30 milhões ao longo de seis anos.

Para a diretora da ACIF, uma das características intrínsecas do crescimento econômico é a capacidade de induzir a criação de novas tecnologias que otimizem o uso de energia e de recursos naturais. “No entanto, nem toda responsabilidade está nas mãos só do setor produtivo, porque políticas públicas que possam guiar e andar em conjunto com todo o investimento das empresas também são fundamentais para criar e manter condições para que o desenvolvimento econômico possa florescer e se expandir de forma saudável, isto é, sem entraves artificiais”, acrescenta.

Uma grande novidade deste encontro diz respeito à ruptura com antigos paradigmas. Jane acredita que está florescendo na classe científica um movimento chamando de “transgressão aos padrões”, uma forma nova de conscientizar a todos de que durante anos acreditamos em falsas verdades, a respeito de preservação e uso de recursos naturais. “A verdade é que a cada dia fica mais claro de que somente pelo crescimento econômico será possível prosseguir com os esforços para a contínua expansão do conhecimento que leva às inovações. E são as inovações que nos vêm conduzindo à verdadeira sustentabilidade. Só o crescimento econômico viabiliza a melhoria contínua da condição humana e o processo de resgate de milhões de pessoas que ainda vivem abaixo da linha da pobreza absoluta”, explica.



SC DEFENDE PROJETO BARCOS DO BRASIL

O ex-presidente da ACIF, Armando Luiz Gonzaga, participou da Rio+20 como um dos defensores do projeto Barcos do Brasil. Santa Catarina, em especial Florianópolis, pela forte relação com o mar, abraça a causa. A iniciativa, promovida pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), visa a preservação e a valorização das embarcações tradicionais brasileiras.

“Não trabalhamos com o passado. Trabalhamos com o que precisa fazer parte do futuro”, defendeu o superintendente do Iphan em Santa Catarina, Dalmo Vieira Filho, durante a Rio+20. A mesma ideia norteia também a filosofia de trabalho do navegador, pesquisador e construtor naval, Myr Klink, conhecido internacionalmente pelas viagens em torno do mundo, que também participou do encontro.

Segundo Vieira Filho, o Brasil tem a maior diversidade de embarcações do Planeta. São 200 tipos diferentes de jangadas, canoas e barcos, construídos com técnicas antigas de várias origens, acumuladas ao longo do tempo e trazidas ao País pelos povos que aqui se estabeleceram para formar a população brasileira. Este importante segmento, ainda pouco conhecido, é um dos mais ameaçados do nosso patrimônio cultural. Para preservá-lo, o governo criou, há quatro anos, o projeto Barcos do Brasil, que reúne oito ministérios e tem o apoio da Unesco.

Além do significado para a cultura do País, também deve ser destacada a importância desse setor para o desenvolvimento socioeconômico, tanto na indústria pesqueira quanto no transporte de cargas e passageiros.



PRIMEIRA EDITORA COM
SERVIÇO COMPLETO
EM REVISTA DIGITAL

mundi



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

A editora de maior market share de Santa Catarina. Fonte: Levantamento do Instituto de Pesquisa MAPA.

47 3035-5500

mundieditora.com.br

“VAMOS DAR ÊNFASE ÀS AÇÕES DE CAPACITAÇÃO”



O empresário do setor publicitário, **Juarez Beltrão**, da empresa Neovox, assumiu o comando da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing de Santa Catarina (ADVB-SC) até o final de 2013. Na cerimônia de posse, em março, ele anunciou como uma de suas metas aproximar a entidade das regionais Chapecó, Lages, Joinville, Blumenau, Criciúma e Tubarão, além de ampliar a oferta de cursos de capacitação como forma de fortalecer o mercado. Ele se mostrou confiante com o atual cenário. “Quero aproveitar o bom momento econômico do País para surfar essa onda e assumir o posto de portador de boas notícias, aplaudindo as boas práticas, o sucesso empresarial, as ideias inovadoras. Sinto-me capaz e preparado para crescer junto com a entidade, trilhando caminhos já abertos e consolidados, além de abrir outros novos, sempre com inovação e dinamismo”, destacou.

Presente na cerimônia de posse, o governador Raimundo Colombo salientou a importância da entidade para o mercado catarinense e a capacidade de Juarez Beltrão. “A ADVB é um fermento para o mercado catarinense, pelo reconhecimento das melhores práticas e incremento de novas soluções. Juarez tem conhecimento da área e vai somar muito”, afirmou.

A ADVB-SC é uma entidade civil sem fins lucrativos, fundada em 1984, com atuação estadual, que tem por objetivo prestar apoio e incentivo à formação e desenvolvimento dos dirigentes de Marketing e Vendas, através de atividades que possibilitem a coleta sistemática de informações, a troca, a análise e a crítica de experiências.

A ADVB promove cursos, conferências e seminários, prestando, assim, suporte técnico para o desenvolvimento dos dirigentes e das empresas nas diversas áreas

do mercado. Realiza também concursos e promoções para incentivar, dignificar e premiar os desempenhos mercadológicos das empresas e dos dirigentes de Marketing e Vendas.

Beltrão fez um relato da trajetória profissional em agências de propaganda. "Para chegar até aqui, eu trilhei um longo caminho, sempre com muito trabalho. Mas também tive sorte de encontrar as pessoas certas e, assim, o privilégio de aprender com os melhores professores. Ao longo desses 20 anos no mercado da comunicação sempre tive excelentes companheiros", disse, citando os sócios e ex-colegas de trabalho. Nesta entrevista à **Líder Capital**, ele fala um pouco mais sobre os próximos desafios à frente da ADVB-SC.

Líder Capital - Quais serão as principais bandeiras à frente da ADVB-SC?

Juarez Beltrão - A ADVB-SC é uma entidade sem fins lucrativos, com diretores voluntários, que atua na capacitação de líderes e gestores, através de cursos, workshops e seminários; atua também no reconhecimento de práticas vitoriosas de marketing e vendas, através das premiações consagradas como o Prêmio Top de Marketing e Vendas, o Prêmio Personalidade de Vendas e o Prêmio Empresa Cidadã, só para citar três exemplos; e complementa a atuação promovendo o relacionamento entre o mercado, com eventos pontuais, como por exemplo, o Encontro de Ideias ADVB-SC.

Nestes próximos dois anos da nossa gestão, vamos dar ênfase às ações de capacitação, trazendo mais cursos e ampliando a parceria existente com a ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing), uma garantia de qualidade incontestável. E vamos reforçar nossos polos regionais onde temos vice-presidentes e diretores nas principais cidades catarinenses.

Líder Capital - Hoje, em Santa Catarina, quais os setores que são exemplos de bom uso do marketing e que têm comprovado isso com bons resultados de vendas?

Beltrão - Aqui em Santa Catarina, tradicionalmente, o marketing tem sido uma boa plataforma para alavancar novos produtos e para manter os níveis de ven-



das elevados. Vários segmentos da nossa economia se utilizam - e muito bem - das diversas ferramentas que o marketing proporciona. Os segmentos de tecnologia, entretenimento, varejo de eletrodomésticos, automóveis e varejo de supermercados são bons exemplos.

"Quem resiste ao marketing, via de regra, perde espaço e vê seus concorrentes ganharem esse espaço"

Líder Capital - E quais aqueles onde investir no marketing ainda parece ser uma resistência? Como fazer para reverter isso?

Beltrão - Quem resiste ao marketing, via de regra, perde espaço e vê seus concorrentes ganharem esse espaço. Estaremos sempre divulgando nossos cursos e eventos, afinal, a ADVB-SC acredita muito na força das ferramentas de marketing, e acredita que premiando os melhores exemplos, aquelas empresas que, porventura ainda resistam, aos poucos, consigam perceber as vantagens e comecem a investir.

Líder Capital - As médias e pequenas empresas também estão mais atentas à importância do marketing para o crescimento dos negócios? Qual a atenção que a sua gestão

voltará para as pequenas empresas?

Beltrão - A atuação da ADVB-SC é focada nos líderes, diretores e gerentes, e não existe nenhuma distinção quanto ao porte da empresa. O Estado de Santa Catarina, pela característica econômico-geográfica, tem milhares de pequenas e médias empresas, muito bem distribuídas por todo o Estado. E são dessas empresas que a ADVB-SC quer estar próxima, oferecendo os produtos de capacitação e dando oportunidade para estas empresas mostrarem seus "cases" vitoriosos, através dos nossos prêmios.

Líder Capital - Quais os incentivos que a ADVB-SC espera do Poder Público (federal, estadual e municipal) para o crescimento das empresas? Hoje, em Santa Catarina, existe um bom diálogo entre empresas e representantes do governo?

Beltrão - A ADVB-SC é uma entidade associativista, que dá a sua parcela de contribuição para o crescimento das empresas, na medida em que proporciona oportunidades de bons cursos de capacitação dos seus líderes, que divulga ótimos exemplos através das premiações e acreditamos também que contribuimos na medida em que proporcionamos uma rede de relacionamentos forte e qualificada. Por isso mesmo, os únicos "incentivos" que esperamos, não só do Poder Público, mas também das empresas privadas, é a participação ativa na ADVB, seja se associando ou patrocinando nossos eventos. É desta forma que estaremos fortalecendo e retroalimentando cada vez mais o mercado empresarial.



InvestFloripa

[48] 3025 4499

[48] 9161 4499



**SEU
IMÓVEL**
A PARTIR DE
R\$ 169 Mil

- *Na Lagoa da Conceição
- *1,2 e 3 Dormitórios
- * Piscina externa aquecida
- * Segurança 24hs



**SEU
IMÓVEL**
Aqui no
João Paulo

- * Estilo Loft
- * 3 Dormitórios
- * Piscina opcional
- * Vista Panorâmica
- * Projeto inovador



**SEU
IMÓVEL**
Pronto Para
Morar

- *No Itacorubi
- *2 e 3 Dormitórios
- * Piscina externa
- * Vagas Duplas

COTA



**SEU
ESCRITÓRIO**
Centro
Altos da
Rio Branco

- *Centro - Florianópolis
- *Pronto e entregue
- * Salas com 48 m² ou mais
- * Garagem Rotativa
- * Perto de tudo !

koprime
CONSTRUTORA E INCORPORADORA

'OBS: TODAS IMAGENS, PRAZOS E PREÇOS PODERÃO SOFRER ALTERAÇÕES A QUALQUER MOMENTO, INVALIDANDO ESTE ANUNCIO'

VISITE NOSSO SITE E CONFIRA

WWW.INVESTFLORIPA.COM

Imóveis residenciais, comerciais, de lazer,
terreno, construção ou reforma.

**SEU
IMÓVEL**
A PARTIR DE
R\$ 269,48
POR MÊS

R\$ CRÉDITO	150 ⁽¹⁾ MESES
50.000,00	269,48
80.000,00	497,57
100.000,00	621,96
120.000,00	746,35
172.400,76	771,12

CONSULTE OUTROS VALORES DE CRÉDITO.

⁽¹⁾Parcela reduzida até a contemplação ou conforme a configuração do grupo. O saldo devedor será dividido pelo prazo restante da cota. Parcelas calculadas com seguro de vida obrigatório de 0,0329% mensal sobre o saldo devedor.



InvestFloripa
Consórcios

[48] 3025-4499

[48] 9103-2755

Vamos
até
você!

SUORTE ÀS BOAS IDEIAS

Incubadoras e aceleradoras ganham espaço no mercado brasileiro



Boas ideias no ramo da inovação encontram boas opções da ajuda para sair do papel em Florianópolis. O suporte oferecido por uma incubadora, como as premiadas Celta e Midi Tecnológico, da Capital, fazem a diferença na hora de transformar um projeto em realidade.

Além das incubadoras, ganham espaço no mercado brasileiro as chamadas aceleradoras, que são lideradas por empreendedores ou investidores experientes que oferecem espaço para novatos desenvolverem projetos. As aceleradoras usam capital privado para financiamento dos negócios, além de abrir portas no mercado, e apostam em ideias, investin-

do capital, mesmo correndo risco de não ter retorno. Já as incubadoras buscam apoiar pequenas empresas de acordo com alguma orientação governamental ou regional. Por exemplo, incentivar projetos de biotecnologia devido à proximidade de algum centro de pesquisa nessa área.

O Centro Empresarial para Laboração de Tecnologias Avançadas (Celta), incubadora de base tecnológica da Fundação Certi, foi a primeira no Brasil a contar com um processo formal de incubação. O modelo tem se provado como o ideal para o desenvolvimento de empresas em Florianópolis, pois permite que boas ideias, muitas vezes projetos de jovens recém-formados sem capital inicial, pos-

sam ser desenvolvidas e recebam aportes de capital.

Servindo de referência para implantação de outras incubadoras similares no México, Peru e Venezuela, além de várias em todo o Brasil, o Celta é a única autossustentável do País, ou seja, não depende de recursos públicos para se manter. Os recursos são provenientes das próprias empresas, que contribuem com taxas de manutenção para receberem os serviços prestados pela incubadora. Entre eles estão: suporte financeiro, jurídico, gerencial, de marketing, tecnológico, apoio na busca de financiamentos, promoção de cursos e treinamentos.

Ao longo dos 25 anos, já graduou 70 empresas, as quais têm um índice

de sobrevivência no mercado superior a 90%. Hoje, abriga 29 incubadas dos mais diversos setores, as quais faturam juntas R\$ 45 milhões por ano e são responsáveis por empregar 750 pessoas. O Celta mantém edital de seleção permanentemente aberto. A incubação de uma empresa depende da avaliação do plano de negócios apresentado e da disponibilidade de vagas.

Além disso, desde o fim de 2010, existe a unidade do Celta Pedra Branca, resultado da iniciativa de entidades como Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), Associação Empresarial da Palhoça (Acip), Prefeitura de Palhoça e a empresa Pedra Branca Empreendimentos Imobiliários S/A. No balanço anual de 2011, as 15 empresas em processo de incubação de projeto Pedra Branca geraram R\$ 4 milhões em negócios e 80 empregos, com perspectivas de triplicar estes valores até 2013.

A Cellmídia é uma das empresas que teve a oportunidade de contar com o suporte de uma incubadora em Florianópolis. Ela está no Celta desde o início de 2010. "A Cellmídia foi fundada em 2004 e o plano de negócios de nossa empresa havia sido aprovado nessa época, mas escolhemos abdicar do direito para ficarmos mais próximos da empresa de um de nossos sócios. Mais tarde, com o surgimento de novos projetos e negócios, acreditamos que seria o momento de nos unirmos à incubadora para ampliar nossa competitividade e ficarmos em um ambiente onde se respira inovação e negócios startups", explica o diretor Rodrigo

Estrázulas Rossoni.

Ele acredita que a empresa deixará a incubadora dentro de dois ou três anos. Desse período incubada, Rossoni afirma que os principais benefícios estão relacionados à estrutura que o Celta dispõe, concentrando nesse ambiente uma série de serviços que facilitam a vida dos empreendedores de novos negócios. "Isso permitiu que mantivéssemos estrutura enxuta no período em que as receitas estavam se formando. A Cellmídia oferece serviços inovadores em marketing digital e foi necessário esse apoio para favorecer nosso crescimento", acrescenta.

Para o diretor-executivo do Sapiens Parque, José Eduardo Fiates, que já foi diretor do Celta, são três as principais diferenças entre incubadoras e aceleradoras. A primeira são os prazos: as aceleradoras trabalham com prazos de suporte mais curto, de seis meses a um ano, enquanto que as incubadoras trabalham com prazo de dois a quatro anos.

A segunda diferença diz respeito ao tipo de suporte. A aceleradora monta um pacote de serviços mais intenso, porque geralmente a empresa está em fase inicial, mais embrionária do que aquela empresa que entra na incubadora, em geral mais estruturada.

Em terceiro lugar, não é obrigatório, mas, frequentemente, há um aporte de recursos para a empresa na aceleradora, de R\$ 20 mil a R\$ 50 mil. Ele defende que o Celta, hoje, é uma incubadora, mas tem um processo de aceleração para algumas empresas. São três atualmente nesse processo.

senacvarejo

Amplie seu conhecimento e aumente o sucesso do seu negócio.



Workshops e Palestras

MARKETING E VENDAS
LOGÍSTICA NO VAREJO
CONTABILIDADE GERENCIAL
GESTÃO DE PESSOAS

A partir
30/07

Você adquire um Workshop e ganha uma Palestra para até 5 colaboradores seus.

Valor: R\$ 490,00

01 Workshop para 1 pessoa
+ 01 Palestra para até 5 pessoas

Confira também

Missão Técnica Internacional Senac Varejo

Data: Janeiro 2013 | NOVA YORK

São palestras, workshops, visitas técnicas a empresas e participação no maior evento de varejo no mundo: a Retail's Big Show. Participe e busque novas ferramentas e tecnologias para o seu negócio. Consulte valores.

Consulte datas
48 3229 3200
www.sc.senac.br



APÓCIO



Sindicato Patronal



REFERÊNCIAS PARA O MERCADO NACIONAL

Também em Florianópolis, o Midi Tecnológico é outra referência nacional em incubadora. Para a coordenadora do Midi Tecnológico, Jamile Sabatini Marques, a distinção entre incubadora e aceleradora está pautada na realização de ações específicas em um período de tempo para alcance da maturidade empresarial, no caso das incubadoras, e algo mais flexível, com envolvimento de investidores, voltado a empresas que possuem potencial de crescimento rápido, no caso das aceleradoras.

“No entanto, acredito que há um modelo que compila de forma harmônica essas duas vertentes, como é o caso do Midi Tecnológico, que possui critérios e benefícios estabelecidos para apoio as empresas, mas que, simultaneamente, oferece contato com investidores”, destaca.

Jamile defende que o Midi Tecnológico é uma incubadora por possuir um programa de incubação que prevê diferentes ações e oportunidades que são oferecidas às empresas que atendem em um prazo máximo de quatro anos. Por outro lado, o Midi Tecnológico também apresenta viés e aproximação intensos com fundos de investimentos e investidores-anjos, o que pode caracterizá-lo adicionalmen-

te como uma aceleradora.

Os investidores-anjos são profissionais experientes que têm capital para investir em novos empreendimentos. Em troca desse capital, ganham um percentual da empresa investida, ou seja, se tornam sócios do negócio. O investidor-anjo costuma arcar com os primeiros custos que a startup terá para aprovar o modelo de negócio.

Jamile destaca que, hoje, Florianópolis é a única capital brasileira que possui duas incubadoras de referência e que foram premiadas como melhores incubadoras do País pelo Prêmio Nacional de Empreendedorismo Inovador, concedido pela Anprotec. Além disso, em 2010, o idil Tecnológico e o Celta figuraram entre o grupo de 20 incubadoras de destaque no País por intermédio de uma indicação das Pequenas Empresas Grandes Negócios (PEGN).

Ele lembra que o Midi Tecnológico, a partir de 2009, implantou a incubação virtual como forma de atender uma demanda latente de empresas que buscavam apoio de uma incubadora. “Florianópolis já não dispunha de mais vagas em suas incubadoras, e havia boas empresas que tinham mérito para incubação e, foi nesse cenário, que o Midi Tecnológico aumentou a capilari-

dade de atuação e permitiu que mais empresas tivessem a oportunidade de serem apoiadas”, explica.

Na incubação virtual, as empresas têm acesso a todos os benefícios e oportunidades concedidos à modalidade residente, com exceção do espaço físico para instalação da empresa.

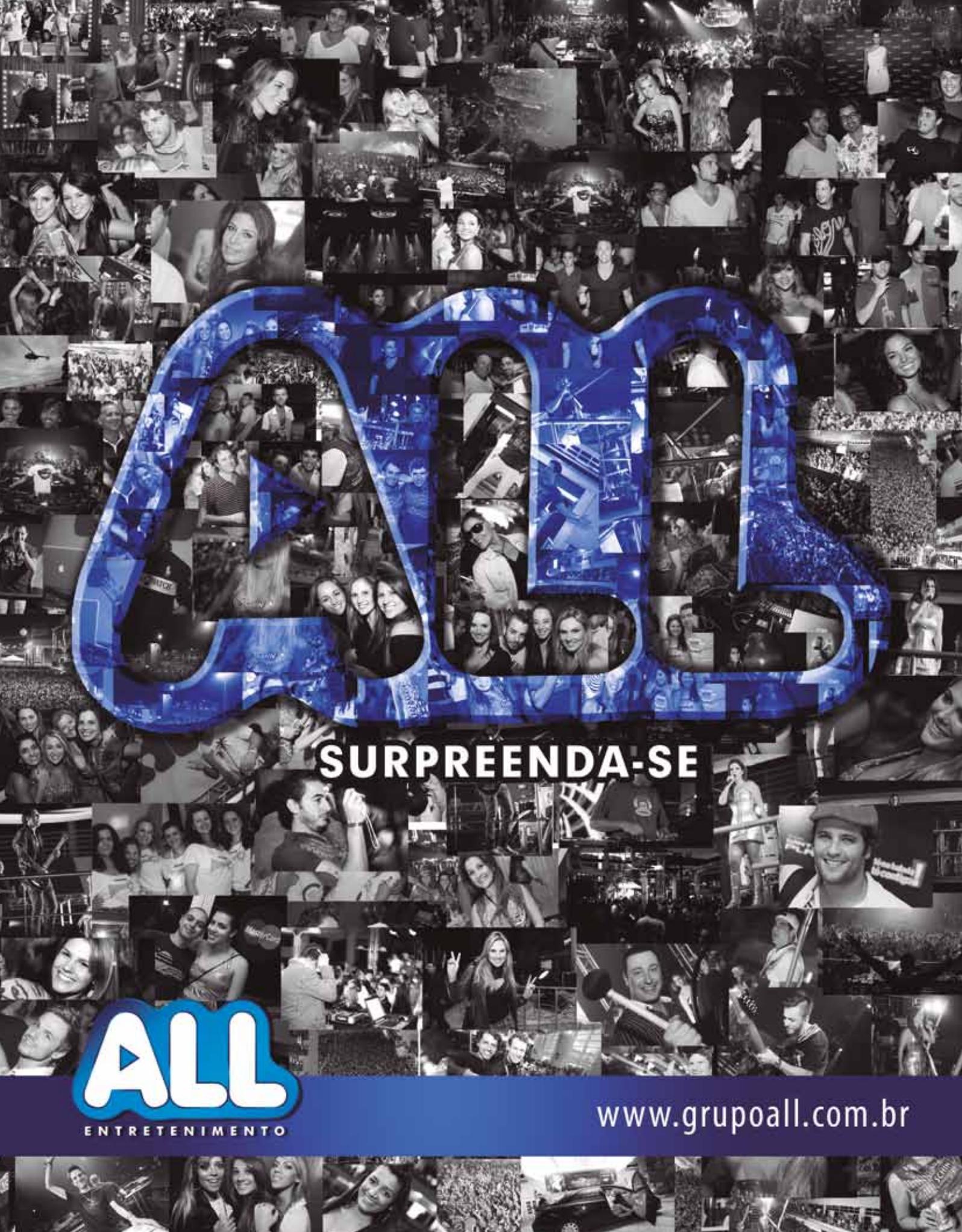
Outra característica do Midi Tecnológico é a aproximação que estabelece com as empresas que saem da incubadora, as chamadas graduadas. Hoje, grande parte delas permanecem associadas à Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (Acate) – gestora da incubadora – e continuam participando de um ambiente de contatos, negócios, eventos e associativismo, enquanto outras permanecem no condomínio em que a incubadora está sediada.

Hoje, o Midi Tecnológico conta com 23 empresas incubadas, sendo 11 residentes e 12 virtuais. As empresas incubadas geram cerca de 600 empregos diretos e indiretos. No momento, estão em análise propostas para preenchimento de seis vagas (quatro residentes e dois virtuais). Se não houver preenchimento de todas as vagas, poderá ser aberto novo processo seletivo em agosto.

MAIS INFORMAÇÕES:

- ▶ www.acate.com.br
- ▶ www.celta.org.br
- ▶ www.miditecnologico.com.br





AM

SURPREENDA-SE

ALL
ENTRETENIMENTO

www.grupoall.com.br

VELA EM ALTO-MAR

Empresário: Thiago Freitas – Hobby: vela oceânica



O empresário Thiago Freitas vê uma ligação direta entre o dia a dia na empresa e o hobby favorito: a prática de vela oceânica. Para ele, tanto agindo como empresário quanto comandando a vela em alto-mar, você sabe aonde quer chegar, mas precisa aprender a lidar com os imprevistos e a identificar o melhor caminho. “O barco vai na direção que o vento indica e você tem que fazer de tudo para aproveitar as condições e manter a rota. Numa empresa, você sabe o objetivo, mas também pode ter que mudar o rumo em determinados momentos para conseguir chegar onde planeja. Nos dois casos, saber onde se quer chegar não significa que você já sabe qual é o caminho certo”, compara.

Thiago é diretor da Blueticket e coordenador do projeto ReciclaTec, programa da ACIF voltado para a reciclagem de

computadores e treinamento de pessoal. A vela oceânica é um hobby recente na vida do empresário. Ele começou a praticar o esporte há pouco mais de dois anos. O cunhado de Thiago o levou para velejar as primeiras vezes e o empresário

“Virou um dos meus objetivos de vida, comprar um veleiro e sair velejando e cruzar oceanos em uma grande aventura”

logo tomou gosto pela atividade, por ser um esporte diferenciado e pelo total contato com a natureza.

Hoje, ele pratica o esporte pelo me-

nos uma vez por mês, dependendo das condições do vento. Ainda não tem a própria embarcação, mas faz planos de comprar uma assim que possível. “Virou um dos meus objetivos de vida, comprar um veleiro e sair velejando e cruzar oceanos em uma grande aventura”, conta. Para isso, a rotina de preparação do empresário de 34 anos inclui musculação todos os dias, porque além de raciocínio rápido, o esporte em alto-mar exige força e agilidade.

Thiago diz que a maior aventura pela qual passou até hoje foi quando saiu para velejar na Finlândia, onde vive uma de suas irmãs, que também pratica o esporte. Ele entrou na rota dos transatlânticos e, como o vento acabou, teve que remar muito para não se aproximar dos grandes navios. Mas nada que o intimidasse a parar de planejar novas aventuras em alto-mar.



As pessoas que fazem a diferença

Qualidade, tradição e tecnologia de ponta você já sabe que a Gráfica Natal tem. Mas aqui, é o elemento humano que faz a diferença.

É gente que trabalha com dedicação para a sua marca ficar com a melhor impressão.

48 3244 0058



O VALOR DA IMPRESSÃO

MAIS ZOOM E AUTONOMIA

Com lentes Fujinon, presentes em satélites e binóculos de precisão, a FinePix SL300, da Fujifilm, traz essa tecnologia para as câmeras. Com zoom óptico de 30 vezes (equivalente a uma 24 – 720 mm no formato tradicional de 35 mm), o modelo dispõe de dois mecanismos de zoom para controle e enquadramento. Além de todo esse alcance, a SL300 possui função macro com 2 cm de distância para não perder nenhum detalhe do close.

A SL300 possui sensor de imagem CCD (charge-coupled device) com 1/2.3 e 14 megapixels de resolução. A câmera possui tela de LCD de 3 polegadas com 460 mil pontos de resolução, com um ângulo de visão de 160 graus. Preço sugerido: R\$ 1199,00

www.fujifilm.com.br



SACA-ROLHAS

A abertura da garrafa de vinho é uma operação simples, mas pode-se transformar numa dor de cabeça se não se dispõe de um saca-rolhas adequado. O ideal é que o acessório seja eficiente e que facilite a ação, permitindo que se retire a rolha sem danificá-la. O saca-rolhas de dois estágios modelo Sommelier é prático e funcional. Preço sugerido de R\$ 19,00.

www.ciadovinho.com.br



BONITO E CONFORTÁVEL

Há anos, a marca Calvin Klein vem integrando estilo aos sapatos masculinos. Bonitos e confortáveis, a coleção de Inverno traz o Tênis Calvin Klein Dourado Básico, com um super bordado na lateral escrito "Calvin Klein – Jeans". Este modelo proporciona muito mais estabilidade na hora de andar e é feito de camurça, um material super-resistente.

www.calvinklein.com



NA PALMA DAS MÃOS



O Phaser Kinno Plus é o tablet que é a cara de quem é ligado em tecnologia. Acompanhado de um case exclusivo com teclado embutido, esse aparelho tem o discreto aspecto de uma agenda. Pode ser transportado na bolsa com conforto e segurança. Com memória de 4GB, é ideal para gravar músicas, vídeos ou filmes. Já vem com fones de ouvido, tela touch-screen capacitiva de 7", conexão de internet Wi-fi e 3G e saída mini HDMI para assistir vídeos na televisão ou projetor. E ainda a câmera de 2MB pixels, que garante ótima qualidade nas fotos. O poderoso processador A10 de 1.2 Ghz consegue ser totalmente multitarefas, permitindo ler um livro, escutar músicas, continuar acompanhando as redes sociais e sincronizando e-mails. O preço sugerido é R\$ 599.

www.phaserkinno.com.br

DE SANGRE 2008 - LUIGI BOSCA

É um vinho de cor grená muito intensa. É feito com uvas de vinhedos de altitude, selecionadas, sendo 70% Cabernet Sauvignon, 15% Merlot e 15% Syrah. Vinho argentino da vinícola Luigi Bosca, é campeão de venda da importadora Decanter. Complexo e sedutor, com taninos muito macios, perfeito com carnes bovinas grelhadas ou cordeiro. O produtor sugere até 15 anos de guarda para o vinho e seu preço sugerido é de R\$ R\$ 95,45.



www.decanter.com.br

DESCANSO MERECIDO

Uma boa noite de sono é essencial não apenas para ficar acordado e bem disposto no dia seguinte, mas para manter-se saudável, ter mais qualidade de vida e longevidade. O sono regula funções importantes do organismo e, para isso, o uso do travesseiro em altura e suporte apropriados faz com que a postura de descanso favoreça a coluna, permitindo que a pessoa se levante bem disposta e sem dores. O travesseiro Alpino de corpo, da Duoflex, tem altura regulável 100% Nasa, automoldável com quatro opções de altura. O travesseiro tem espuma poliuretano, gomos massageadores que estimulam a circulação, capa 100% algodão com zíper lavável, forro 100% algodão e é recomendado para alinhamento corporal, evita atritos entre joelhos e tornozelos e apoia o queixo, evitando a flexão com o pescoço. O preço sugerido é R\$ 69.

www.duoflex.com.br





EM BUSCA DA REVITALIZAÇÃO

O sucesso da revitalização da Rua Vidal Ramos, iniciada por um núcleo de lojistas criado pela ACIF e que revigorou o comércio local, tornou-se referência para lojistas de outras regiões da cidade. Recentemente, comerciantes das ruas Conselheiro Mafra e Francisco Tolentino também formaram uma Câmara de Lojistas. A movimentação em busca da revitalização já começou e tem sido intensa.

No início de junho, os lojistas reuniram-se com representantes da Prefeitura e Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF) e acertaram alguns pontos para avançar na revitalização, como o esboço do projeto arquitetônico e questões de segurança na região.

Além disso, ações promocionais em ocasiões especiais como Páscoa, Dia das Mães, Dias dos Namorados e comemorações juninas, que também integram o processo de revitalização, têm ajudado a melhorar o movimento, aumentar as vendas e conquistado os clientes. “Enquanto a reestruturação física não começa, vamos dando uma nova vida a região com ações de marketing, promoções e eventos abertos para resgatar nosso público”, diz o coordenador da Câmara de Lojistas, Francisco de Nez.

Segundo o coordenador, mais que o caráter físico e arquitetônico, o Núcleo de Lojistas pretende criar um novo conceito de comércio para o centro. “O resgate histórico do local e a promoção do turismo devem devolver a vitalidade da região central de Florianópolis”, ressalta.

GINCANA SOLIDÁRIA COM A INTEGRACIF

Promover a integração entre todos os colaboradores da ACIF. Essa é a principal ideia da primeira edição do IntegrACIF, uma espécie de gincana solidária que, além de entreter e integrar, vai ajudar instituições sociais da cidade. Todo o projeto foi criado e está sendo desenvolvido pelos próprios funcionários da entidade, coordenados pela equipe institucional da associação, e deve iniciar em meados de julho.

A gincana com brincadeiras e provas tem como objetivo arrecadar itens e produtos de limpeza, higiene e alimentos que serão entregues a Casa Lar-Emaús, localizada no bairro Santa Mônica, que abriga crianças e adolescentes de sete a 18 anos. “Lançamos a ideia internamente e todos aderiram. Entendemos que é oportuno realizar atividades coletivas em prol do bem comum, resgatando a solidariedade”, diz Patrícia Valério de Freitas, gerente Institucional da ACIF.

Já foram montadas comissões de marketing, regulamento, logística e evento final para organizar a gincana e a entrega do material, prevista para o início de setembro. Para este dia, também estão programadas atividades lúdicas e esportivas para as crianças da Casa Lar.

“Esperamos que a experiência marque e deixe o aprendizado de que juntos somos mais fortes”, destaca a gerente. A intenção é realizar uma edição do IntegrACIF todos os anos e ajudar diferentes instituições assistenciais.



LANÇAMENTO DA ACIFPREV

Neste mês de julho, a ACIF vai lançar, oficialmente, um plano de previdência, o ACIFPrev. O plano é uma parceria com a administradora Sul Previdência e está disponível para associados e seus colaboradores.

O ACIFPrev está dividido em duas modalidades de investimento: o PlenoPrev/ACIF, para pessoas físicas (associados ACIF), e MicroPrev, para empresas que querem oferecer um futuro seguro aos colaboradores. “Os planos da ACIF não tem as altas taxas administrativas do mercado, não tem as restrições da previdência aberta e tem as mesmas vantagens fiscais dos produtos bancários”, destaca o diretor de Assuntos Mercadológicos da ACIF, Luciano Pinheiro.

No PlenoPrev/ACIF, a adesão é individual. Nesta modalidade, o participante é quem decide quanto quer investir mensalmente. E é o valor investido, relacionado ao tempo de contribuição, que vai determinar o valor da aposentadoria. Já o MicroPrev é um plano patrocinado, em que a empresa e o empregado contribuem conjuntamente para uma conta individual que, no futuro, vai gerar a aposentadoria. A vantagem é que a empresa pode definir o valor da contribuição, tornando o plano flexível para caber no orçamento de empresas de qualquer tamanho.

Assim como no PlenoPrev, o valor do benefício é calculado com base no tempo de contribuição e no valor das parcelas mensais. Tanto o PlenoPrev quanto o MicroPrev oferecem cobertura de aposentadoria programada, aposentadoria por invalidez, pensão por morte de participante ativo ou assistido e renda educacional.

“Aproveitar a aposentadoria depende de uma série de medidas tomadas ao longo da vida economicamente ativa. Fazendo investimentos inteligentes para melhorar a renda mensal, não teremos sustos financeiros no futuro”, explica o diretor Luciano.

REGIONAL SUL É INAUGURADA COM PROGRAMAÇÃO INTENSA

A Regional Sul da ACIF está de “casa” nova. A antiga sede foi trocada por um novo espaço com instalações mais amplas e confortáveis. A inauguração está marcada para dia 23 de julho, junto ao início da Semana do Empresário do Sul da Ilha, evento que será realizado nas novas dependências.

A Regional Sul fica localizada na Rodovia SC-405, número 969, no bairro Campeche. A regional ainda contará com um belo jardim e um estacionamento para cerca de 30 veículos. “O novo espaço é de grande importância, já que vai melhorar o atendimento e o trabalho dos colaboradores. Ganhamos um novo fôlego, aumentando o empenho com o crescimento da entidade. Já pretendemos ampliar os serviços com atendimento frequentes do Pace e com um Centro de Atendimento ao Turista (CAT) permanente para o Sul da Ilha”, diz o diretor da regional Júlio Ferreira.

O primeiro evento na nova sede contará com palestras e cursos de capacitação em Investimentos Financeiros e Segurança Patrimonial, por exemplo; oficinas do Sebrae; reunião da Diretoria Executiva da entidade; encontro com diretores de escolas e líderes de associações da região para apresentação do projeto ReÓleo, de reciclagem de óleo de cozinha; serviços do Pace para resoluções de pequenos conflitos, e do Banco de Talentos para cadastro de vagas de emprego e currículos profissionais; blitz do ACIFMóvel para apresentar os serviços da entidade para a comunidade; e mais uma edição do Trocando Ideias Empreendedoras – edição Negócios, promovida pela ACIF Mulher. Durante todos os dias, haverá arrecadação de peças para a Campanha do Agasalho da entidade.

PROGRAMAÇÃO SEMANA DO EMPRESÁRIO SUL DA ILHA

▶ 23/07

9h – Blitz ACIF Móvel

20h – Inauguração da nova sede da Regional (para convidados)

▶ 24/07

15h – Oficinas SEI – Sebrae

19h – Reunião da Diretoria Executiva da ACIF

21h – Jantar da Diretoria Executiva

▶ 25/07

9h – Blitz ACIF Móvel

10h – Café da manhã com o coordenador do Programa ReÓleo, Luiz Falcão, para diretores de escolas e líderes de associações da região

19h – Palestra do Vitrine ACIF: Investimentos financeiros

20h30 – Palestra do Vitrine ACIF: Segurança Patrimonial

▶ 26/07

Das 9h às 17h – Serviços para comunidade: Pace (Posto avançado de conciliação extraprocessual), contabilidade e Banco de Talentos (cadastro de vagas de trabalho e currículos)

19h – Trocando Ideias Empreendedoras – Edição de Negócios - da Câmara da Mulher Empresária da ACIF

▶ 27/07

Das 9h às 17h – Serviços para comunidade: Pace (Posto avançado de conciliação extraprocessual), contabilidade e Banco de Talentos (cadastro de vagas de trabalho e currículos)

Das 9h às 17h – Espaço Kids: programação voltada para as crianças

19h – Encerramento com a apresentação de um case de sucesso da região

EVENTOS ACIF: SUCESSO E QUALIDADE

ACIF promove diferentes encontros para integração com entidades, Poder Público e empresários

Para quem pensa que eventos são sinônimos só de festa e diversão, a ACIF tem mostrado aos associados que o ponto forte deste tipo de programa é mesmo o fortalecimento do relacionamento institucional da associação com outras entidades e com o Poder Público, e entre os próprios empresários. “Além do entretenimento e integração, os eventos geram também um intenso networking entre os participantes”, destaca o diretor de Eventos da ACIF, Sanderlúcio de Mira.

Com uma agenda repleta durante o ano, a diretoria de Eventos promove diferentes encontros e comemorações, reunindo variados públicos. Um exemplo é a Semana do Empresário, realizada uma vez por ano em cada uma das cinco regionais da entidade.

Durante cinco dias, há uma programação repleta de serviços, como cursos de capacitação, encontro de ideias e serviços orientacionais, além de uma reunião com representantes de órgãos públicos. O evento é importante para mostrar que a ACIF e suas ações não estão voltadas apenas para o centro da cidade, mas espalhadas pelos bairros de Florianópolis. O formato permite que a associação conheça mais de perto as necessidades dos associados de cada região. A média de público chega a 400 participantes.

Outros dois grandes eventos promovidos pela entidade são as comemorações de aniversário da associação e de final de ano. Comemorado no dia 13 de maio, o aniversário da ACIF reúne cerca de 800 convidados, entre autoridades e empresários de todo o Estado, além de homenagear associados, personalidades e entidades públicas.

Há dois anos, essa confraternização também conta com a participação da imprensa local, já que durante a solenidade são conhecidos e premiados os vencedores do Prêmio ACIF de Jornalismo. Já a FestACIF é a tradicional celebração de final de ano. Mais descontraído, temático e sempre com uma grande atração musical, o evento reúne cerca de mil pessoas para um jantar especial e balanço das ações da entidade. No ano passado, a banda gaúcha Nenhum de Nós cantou Beatles para os convidados.

A diretoria de Eventos da ACIF ainda promove, em meados de agosto, o ACIFeijão, mais voltado aos as-



Sanderlúcio de Mira diz que eventos geram um intenso networking entre os participantes

sociados, seus colaboradores e familiares. A ideia da tarde festiva têm sido cada vez mais bem recebida e, em 2011, juntou 3 mil pessoas no clube P12, em Jurerê Internacional.

Para a comunidade, a entidade desenvolveu o projeto Encanto de Natal, que vai para a 3ª edição. Durante uma semana, são feitas apresentações de corais natalinos no centro e em alguns bairros da cidade. A proposta visa estimular o comércio fora dos shoppings e a comemoração do Natal em família. A média de público é de 7 mil pessoas por noite no centro da cidade.

Alarme Monitorado é com a Centralarme

Monitoramento de
Alarmes e Câmeras



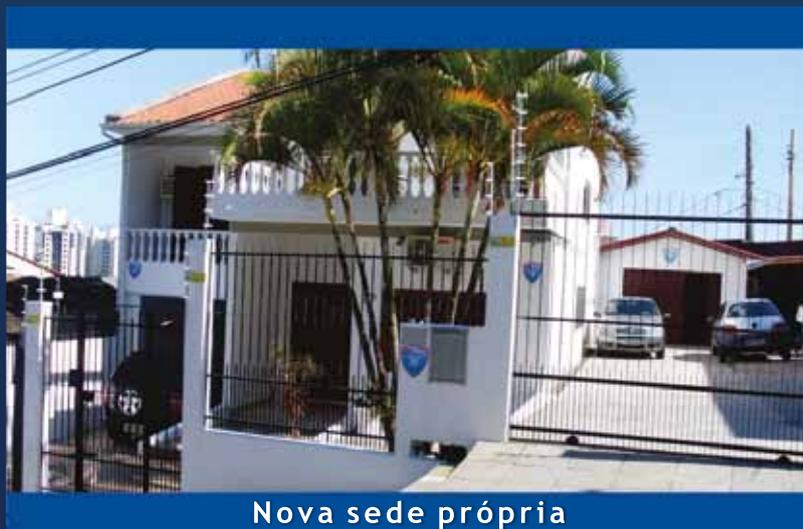
Cercas
Eletrônicas



Vídeo Monitoramento
24h pela Internet



- Instalação
- Monitoramento
- Inspeção Técnica
- Controle de Acesso
- Manutenção em condomínios
- Assistência Técnica Especializada
- Monitoramento também Via Rádio



CentrAlarme
EQUIPAMENTOS ELETRÔNICOS

Novo fone (48) 3251.0200

www.centralarme.com.br

Rua General Nestor Passos, 179
Centro - 88020-460 - Florianópolis - SC

PLATAFORMAS DIGITAIS

AG Consulting cria aplicativos e define as melhores estratégias



O uso crescente de plataformas digitais móveis, como smartphones e tablets, abriu uma nova fronteira para as ações de marketing e promoção de conteúdo de empresas para seus clientes. O desafio, agora, é criar aplicativos que atraíam e fidelizam o consumidor, cativando a atenção e fortalecendo o relacionamento entre cliente e empresa. Criar e definir as melhores estratégias e formatos para plataformas digitais é o papel da AG Consulting – Agência Digital.

Atendendo em Florianópolis, São Paulo, Rio Grande do Sul e Espírito Santo, a AG Consulting desenvolve, além de sistemas e aplicativos móvel, web sites com gerenciamento próprio de conteúdo e aplicativos para Facebook; gestão de redes sociais; entre outros serviços para meios digitais - CDL Palhoça, Coca-Cola, Agemed são alguns dos cases de sucesso. “A ideia é sempre pensar no cliente final, sem deixar de

lado a inovação e a criatividade, características indispensáveis no mundo virtual”, diz Anderson Gomes, presidente da AG.

Outro diferencial da AG Consulting é o projeto Inova AG, que incuba ideias dos próprios colaboradores, fazendo deles sócios de cada projeto que trouxerem para a empresa. “Destaca Ana Gomes, diretora Administrativa da AG.

MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **AG Consulting**
- ▶ **Contato:** (48) 3039-0121 ou contato@agconsulting.com.br
- ▶ **Na internet:** www.agconsulting.com.br

MERCADO AQUECIDO

Mais Implantação Topográfica comemora o crescimento do mercado da construção civil



MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Mais Implantação Topográfica**
- Contato:** (48) 3207-0744 / 9918-7551
ou contato@maistopografia.com.br
- Na internet:** www.maistopografia.com.br

A indústria de construção civil começou o ano cheio de apetite em Florianópolis. A área autorizada para novas obras chegou a 492 mil metros quadrados no primeiro trimestre, um número 232,4% superior aos 148 mil metros quadrados do mesmo período de 2010. Entre janeiro e março de 2012, foram concedidos 465 alvarás de construção na Capital, mais do que o dobro do ano passado.

O aquecimento deste mercado é comemorado pela Mais Implantação Topográfica, empresa que trabalha diretamente com construção civil, desenvolvendo procedimentos que atendem as principais demandas do setor, no que diz respeito à medição e posicionamento em obras.

“O grande diferencial da Mais é o controle geométrico, que consiste em técnicas mais eficientes para execução dos processos de medição e posicionamento, aumentando a produtividade sem perder a qualidade e a segurança dos elementos locados”, explica Samuel Bauer, proprietário da Mais Implantação.

Dessa forma, diz Bauer, atuamos não só na fundação da obra, mas também nas fases posteriores, com controle de qualidade do que está sendo executado em tempo real. “Isso gera resultados como redução de gastos excessivos com insumos e retrabalhos, gestão de resíduos e agilidade à equipe de mão de obra construtiva”, afirma.

MAIS SEGURANÇA

Oriento é especializada em consultoria e seguros

Com a correria do dia a dia e tanta coisa acontecendo ao mesmo tempo, problemas, surpresas, criminalidade ou apenas a má sorte podem 'dar às caras' de uma hora para outra. Por isso, nada melhor do que a tranquilidade de estar assegurado em caso de imprevistos pessoais ou profissionais e evitar gastos inesperados.

Com sede na cidade de Blumenau e escritórios em Florianópolis, Brusque, Itajaí, Ituporanga, Joinville, Rio do Sul e São Paulo, a Oriento Consultoria e Corretora de Seguros desenvolve um trabalho focado para empresas e pessoas físicas, com produtos nas áreas patrimoniais e pessoais – seguros de automóvel, empresarial, vida individual e corporativo, acidentes pessoais, previdência complementar, responsabilidade civil geral e profissional, riscos de engenharia, garantia contratual, entre outros -; além de cartões de crédito, consórcios e financiamento. "Atendemos sempre analisando e oferecendo o que é necessário para o cliente", diz Auri Bertelli, que comanda a Oriento junto a Dionice de Almeida Zardo, Juliana Adriano Caponi e outros sócios.

Para este ano, um dos focos da Oriento, além de manter a



MAIS INFORMAÇÕES

► **Oriento Consultoria e Corretora de Seguros**

► **Contato:** (48) 3028-6366 / (47) 3222-9200 / (11) 7292-3094
ou oriento@orientoseguros.com.br

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

Associados ACIF contam com consultoria especializada em seguros e produtos financeiros.

qualidade no atendimento, está a abertura da Filial São Paulo, sob responsabilidade da sócia Juliana Caponi. "Pretendemos ampliar ainda mais nossa carteira de clientes e trazer novos serviços aos nossos segurados", destaca Juliana.

BEM-ESTAR E SAÚDE

Academia Power Fit possui mais de 15 modalidades físicas e participa de projetos sociais

Há quase seis anos no mercado catarinense, a Academia Power Fit, na Lagoa da Conceição, atende a um público eclético, formado por moradores do bairro e proximidades, e turistas brasileiros e estrangeiros. A equipe, formada por profissionais altamente qualificados, prima pela qualidade de atendimento nas áreas de treinamento e saúde, com mais de 15 modalidades esportivas à disposição dos alunos.

Mas não é só isso. Além da preocupação com o bem-estar dos alunos, a direção investe também em projetos de cunho social. "Nesse aspecto, promovemos o Power Dance, com várias modalidades de dança de salão, e a gincana Beach Games que, além da prática esportiva descontraída, ainda arrecadam agasalhos, alimentos destinados a entidades ou campanhas assistenciais, e até doadores de sangue e medula para o Hemosc", diz Verena Fiori, uma das proprietárias.

Sempre atualizada e em busca de atividades que somem à rotina dos atletas e funcionários, a Power Fit estreou, em abril deste ano, mais uma novidade: as aulas de Aero Kickboxe, uma atividade aeróbia embalada pelo ritmo da música, que utiliza movimentos técnicos e de preparação do boxe e de outras artes marciais, mas sem confronto. "A modalidade, que proporciona um alto gasto calórico, tem se revelado atividade de grande tendência nas melhores academias", comenta Fiori.

MAIS INFORMAÇÕES

► **Academia Power Fit**

► **Contato:** (48) 3232-1137 ou
academiapowerfit@academiapowerfit.net

► **Na internet:** www.academiapowerfit.net

Associados ACIF contam com isenção da taxa de matrícula e avaliação física e postural gratuitas.



MOBILIDADE URBANA NA CAPITAL

Bernardo Meyer

Diretor de Relações Governamentais
Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF)

Um dos temas mais comentados em Florianópolis é a mobilidade urbana. Os engarrafamentos e congestionamentos que assolam todos aqueles que circulam pela capital do Estado de Santa Catarina justificam toda a discussão. Procurando contribuir com novas alternativas que visem melhorar esse aspecto da cidade, a ACIF realizou, em dezembro de 2011, evento com a presença de especialistas na construção de túneis.

Na discussão, foi apresentada proposta de ligação ilha-continente por meio da construção de túnel submerso, o qual apresenta inúmeras vantagens em relação ao projeto da quarta ponte, apresentado pelo Governo do Estado. A principal delas é ser uma alternativa econômica e ambientalmente mais recomendada, além de reduzir o impacto visual do projeto na orla da cidade.

Isso representa um diferencial importante, tratando-se de uma cidade com belezas naturais inquestionáveis. Essa alternativa está baseada na tecnologia de túneis imersos, a qual, apesar de pouco conhecida no Brasil, vem sendo cada vez mais usada, principalmente, na Europa. É importante frisar que a alternativa dos túneis imersos pode e deve ser integrada ao transporte de massa, tendo vias dedicadas exclusivamente a trens, metrô e ônibus.

Durante as discussões do evento, outro elemento veio à tona: onde fazer o novo local da travessia ilha-continente? A concentração de travessias em um mesmo local foi apontada como um dos principais problemas da mobilidade da cidade. Por isso, reconheceu-se como sendo de vital importância a realização de um estudo que munici os gestores públicos com as informações específicas para a montagem de uma matriz de tomada de decisão. Essa ferramenta gerencial permitirá identificar o melhor ponto para a travessia e, posteriormente, escolher a forma de se fazer essa travessia.

Florianópolis precisa continuar buscando formas de melhorar a qualidade de vida de sua população. Isso requer o exame de novas e criativas maneiras de se atacar os problemas que afligem a cidade. A mobilidade urbana precisa melhorar para que a Capital do Estado continue sendo uma cidade agradável para se viver e trabalhar. A ACIF, como representante ativa da sociedade civil, continuará buscando maneiras de apoiar os gestores públicos com novos projetos e ideias.



“A alternativa dos túneis imersos pode e deve ser integrada ao transporte de massa, tendo vias dedicadas exclusivamente a trens, metrô e ônibus”

A TV QUE MAIS **CRESCCE** EM SANTA CATARINA



Santa Catarina

SBT SANTA CATARINA
CRESCENDO COM VOCÊ

**Prêmio
SENAisc
Aprendizagem
Cidadã
2012**

O reconhecimento que sua empresa esperava

O **Prêmio SENAIsc Aprendizagem Cidadã** vai reconhecer e premiar as indústrias catarinenses que possuem jovens aprendizes estudantes do SENAIsc e cumprem sua função social, contribuindo para o desenvolvimento do nosso país e de um futuro melhor para todos nós.

**Se sua empresa possui jovens aprendizes do SENAIsc,
participe deste projeto.**

As inscrições vão de 2 de julho a 14 de setembro.

- Categoria I — Indústria de médio porte (entre 100 e 500 empregados)
- Categoria II — Indústria de grande porte (acima de 500 empregados)

**Acesse www.aprendizagemcidadada.com.br
e leia o regulamento completo.**