

BATE-PAPO

O presidente da Acate, Guilherme Bernard, fala dos novos desafios e dá dicas para quem quer empreender no setor

Inglês para os pequenos

Focada no ensino de inglês para crianças, a Teddy Bear, criada por Tony e Luciana Franceschi, possui uma rede de oito franquias e a intenção é, nos próximos cinco anos, chegar a 30 unidades no Brasil

Alarme Monitorado é com a Centralarme

Porque sentir segurança é fundamental

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



Nova sede própria

CentrAlarme
EQUIPAMENTOS ELETRÔNICOS

Novo fone (48) 3251.0200

www.centralarme.com.br

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

PENSANDO NO FUTURO



O destaque desta edição da Revista **Líder Capital** é a escola de inglês Teddy Bear, que oferece uma metodologia totalmente voltada para o universo da criança e do adolescente. A escola nasceu em 1990, em Florianópolis, e, hoje, é uma rede de franquias com oito unidades, incluindo filiais no Paraná e São Paulo. E os planos para o futuro são ainda maiores. A meta da rede de escolas Teddy Bear é chegar a 30 unidades nos próximos cinco anos. Para isso, está sendo finalizado um mapeamento das cidades que poderão receber os novos investimentos.

Na seção **Pense Verde**, a ACIF traz uma reportagem sobre o projeto que vai reconhecer o trabalho das empresas da região que buscam adotar medidas sustentáveis no dia a dia. O programa **Pense Verde** vai criar um sistema de certificação para enquadrar as empresas participantes em diferentes grupos, de acordo com as ações de preservação adotadas na prática. A previsão é de que as primeiras certificadas sejam conhecidas ainda em 2012, na tradicional festa de final de ano da ACIF.

Já o destaque da seção **Nossas Bandeiras** é o Novo Código Comercial para o País, que tem como objetivo sistematizar e atualizar a legislação sobre as relações empresariais entre pessoas jurídicas. O novo código trata, entre outros assuntos, da denominação empresarial, de títulos eletrônicos e do comércio na internet. Um dos principais pontos destacados pelo autor é a permissão para que toda a documentação empresarial seja mantida em meio eletrônico, dispensando-se o uso de papel.

Confira também, nas seções institucionais, assuntos de importância para a associação, como a entrada do programa **ReÓleo** no Guinness, o evento **ACIFeijão**, entre outros assuntos. Vale a pena conferir!

Boa leitura!

Conselho Editorial



18. DESTAQUE

Especializada no ensino de inglês para crianças e adolescentes, a Teddy Bear utiliza música, jardinagem, esporte, arte e ferramentas multimídias durante as aulas

08. BATE-PAPO

Empossado em junho como presidente da Acate, Guilherme Bernard prometeu aumentar a participação e promover a associação como referência do setor tecnológico catarinense





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

Obra de duplicação da rodovia SC-403 deve ser entregue até o final de 2013



10. PENSE VERDE

Programa Pense Verde da ACIF vai certificar empresas que praticam ações sustentáveis no dia a dia

14. 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 Ademair 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

UM NOVO CAMINHO PARA OS INGLESES

A DUPLICAÇÃO DA SC-403 ESTÁ PRÓXIMA DE SAIR DO PAPEL



A duplicação da rodovia SC-403, no caminho para os Ingleses, pode estar perto de sair do papel. A Secretaria de Estado da Infraestrutura já realizou duas reuniões com moradores das proximidades da rodovia, na localidade de Vargem Pequena, e contratou um projeto de duplicação da SC-403 desde o trevo de Jurerê até a entrada dos Ingleses, no Norte da Ilha.

Segundo a secretaria, o projeto deve ficar pronto ainda este ano e o objetivo do governo é licitar a obra no começo de 2013 e iniciá-la logo após a próxima temporada, para concluí-la até o final do ano. Está

sendo projetado um elevado no início do trecho (próximo à entrada do kartódromo dos Ingleses) e uma passagem em nível inferior (passarela subterrânea, com iluminação) em frente à escola local. Como o projeto ainda está sendo elaborado não há valores previstos para a obra. Mas, por se tratar de uma rodovia estadual, o projeto de duplicação deverá ser custeado com recursos do governo do Estado.

A duplicação da rodovia é uma antiga reivindicação da comunidade e dos empresários da região. O diretor da Regional Ingleses da ACIF, Thiago Lewis, considera que se trata de uma obra que trará desenvolvimento e, principalmen-

te, maior segurança aos moradores do Norte da Ilha. "Sabemos da importância da duplicação da SC-403, muitas destas razões são ligadas diretamente ao desenvolvimento da região, mas, outras, com certeza, muito mais importantes, vão de encontro ao que deveria ser o principal objetivo do governo de Santa Catarina: preservar vidas", destaca.

Para Lewis, a melhora na infraestrutura viária, que interliga o bairro dos Ingleses ao Centro, desafogando o trânsito que, hoje, é intenso e trazendo desenvolvimento para a região dos Ingleses diante da diminuição no tempo de deslocamento bairro-centro e vice-versa, é muito importante

também. Mas ele defende que o maior de todos os benefícios desta obra é, sem dúvida, a segurança. “Hoje em dia vemos muitos acidentes e atropelamentos, que com este importante ativo de infraestrutura tendem a diminuir. Hoje, vidas estão sendo ceifadas quase que diariamente, sonhos são interrompidos, em muitos casos de maneira irreversível”, acrescenta.

É por esse importante motivo que a ACIF Ingleses, na gestão 2011-2013, colocou como uma das principais metas a

viabilização dessa obra. “Vamos lutar com toda a nossa força, junto com a comunidade e moradores e somando forças com outras associações, para no fim podermos contar com esta benfeitoria pública”, afirma o diretor Lewis.

Ele lembra que em reuniões já realizadas, envolvendo governo do Estado e comunidade, foram discutidas melhorias no anteprojeto proposto pela Secretaria de Infraestrutura e, até o presente momento, a comissão pró-duplicação da

SC-403 tem mostrado unidade e as opiniões convergem em favor de uma solução rápida. Fazem parte da comissão o presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior; o diretor Thiago Lewis; o diretor da associação dos moradores da Vargem, Luiz Gregório; e Fernando Marcondes, sócio-proprietário do Costão do Santinho, entre outras lideranças locais. O próprio secretário da Infraestrutura, Valdir Cobalchini, também tem acompanhado as reuniões com a comunidade.

PACOTE PARA RODOVIAS

Enquanto o orçamento da duplicação da SC-403 ainda está sendo elaborado, o governo do Estado anuncia verbas para melhorias em outras rodovias estaduais. Corrigir os pontos mais perigosos das estradas de Santa Catarina é um dos quatro eixos do Pacto por SC, programa de investimentos anunciado em julho. Além das obras na área de infraestrutura das rodovias, estão previstos investimentos em prevenção às cheias, prevenção à seca e segurança.

Os quatro eixos somam investimentos no valor de R\$ 719 milhões nesta primeira fase. Apenas na parte das rodovias, a primeira etapa do programa compreende obras que vão consumir R\$ 389,7 milhões em 67 trechos de estradas. Os pontos que receberão atenção foram escolhidos após um levantamento realizado pelo Deinfra e pela Polícia Militar Rodoviária. Segundo o secretário de Infraestrutura, Valdir Cobalchini, as primeiras licitações já foram abertas.

A maioria das obras, cerca de 90%, compreende restauração ou revitalização das estradas, porque levantamento do governo mostrou que os acidentes se repetem nos mesmo trechos. A restauração significa que há uma construção adicional, como terceira pista, acostamento ou melhora no raio de uma curva. Outro ponto considerado é a transformação de estradas secundárias e com pouco movimento em corredores de escoamento de produção. Já a revitalização consiste apenas em recuperar o asfalto das rodovias. Além das restaurações e revitalizações, haverá seis casos de pavimentação de rodovias estaduais.

No total, a primeira fase do Pacto por SC prevê a recuperação de cerca de 1,5 mil quilômetros de estradas. A previsão de entrega varia de acordo com o serviço contratado. “É o início de um grande programa. Vamos atender todo o Estado. Não privilegiamos e não esquecemos nenhuma região, o critério é técnico. A

melhoria da malha viária permite um salto no desenvolvimento de Santa Catarina”, comenta Cobalchini.

No lançamento da primeira fase do programa, o governador Raimundo Colombo reafirmou o compromisso de fazer com que a administração chegue na forma de bons serviços à população. “O Pacto por SC é resultado de um estudo profundo. Estamos dando o primeiro passo de uma longa caminhada. Mas, agora, com a diferença de que estamos preparados para enfrentar os desafios. Temos o controle da gestão e os recursos para os investimentos fundamentais. É hora de acelerar. As obras precisam ter começo, meio e fim”, defende.

O presidente da Fundação do Meio Ambiente (Fatma), Murilo Flores, foi nomeado secretário-executivo do Pacto por SC. Dentre as atribuições, está a de acompanhar o desenvolvimento dos projetos e desatar os nós burocráticos que, muitas vezes, impedem a conclusão de uma obra.



“TODOS OS SEGMENTOS PRECISAM DA TECNOLOGIA PARA SEREM COMPETITIVOS”



A Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (Acate) está sob nova direção. Empossado em junho, o presidente **Guilherme Stark Bernard** contará com o apoio do vice-presidente, Everton Gubert, e do diretor-financeiro, Daniel dos Santos Leipnitz. No discurso de posse, Bernard prometeu honrar o compromisso de liderar a principal entidade de tecnologia de Santa Catarina. “Vamos fomentar e ampliar as relações com órgãos de governo, instituições de ensino e pesquisa, demais entidades e associações”, discursou. Entre as principais metas da nova gestão, estão a ampliação de iniciativas na formação de novos líderes, incentivo à inovação, ao associativismo inovador e qualificação de mão de obra.

Para Bernard, desde a década de 1980, o setor de tecnologia vem transformando não só a cidade, mas toda a região. “Esta transformação ainda continua. Há bastan-

te oportunidade de negócios, de empresas que estão surgindo e de novas tecnologias entrando. A Acate atua no sentido de oferecer apoio ao empreendedorismo inova-

“A fluência na língua inglesa é, hoje, a principal habilidade destacada pelas empresas na contratação de colaboradores”

dor, geração de mão de obra qualificada e em ações que possibilitem ampliar a inovação no Estado”, destacou. Por fim, Bernard prometeu para os próxi-

mos dois anos aumentar a participação e promover a Acate como entidade aglutinadora e referência do setor tecnológico catarinense, em busca de mais benefícios e oportunidades para as empresas associadas. Nesta entrevista à **Líder Capital**, ele fala destes desafios e dá dicas para quem quer empreender no setor.

Líder Capital - Qual a avaliação do setor de tecnologia de SC neste momento em que o senhor assume a Acate e quais as expectativas para este ano?

Guilherme Bernard - Hoje temos um setor bem organizado, representativo economicamente e em crescimento acelerado. A tecnologia catarinense suporta o desenvolvimento de vários setores da economia: energia, segurança, saúde, telecomunicações, governo, agronegócio, automação comercial, entre outros. Todos os segmentos precisam da tecnologia para serem competitivos, então nosso crescimento está ligado diretamente com o aquecimento da economia. Hoje, só não crescemos mais porque ainda há gargalos na formação da mão de obra – a demanda do setor tem sido maior do que a oferta de profissionais formados nas instituições de ensino, do técnico ao ensino superior.

Líder Capital - Quais serão as principais bandeiras da sua gestão?

Bernard - Vamos continuar a avançar nos programas que estão conhecendo a real demanda por mão de obra. Já editamos na Acate dois mapeamentos de recursos humanos: o primeiro em parceria com a Prefeitura de Florianópolis e acabamos de apresentar, no dia da posse da nova diretoria da entidade, a versão estadual do mapeamento, com o apoio do Governo



do Estado. Estamos dando ampla divulgação para este problema para alertar todos os atores – empresas, governo e escolas – a fomentarem a formação e atração de mão de obra para o setor. Outra bandeira é a promoção da melhoria nos processos e busca de excelência nos produtos e serviços das empresas da nossa região, sempre ancoradas pela inovação. Só assim nossos negócios se manterão competitivos, tanto no mercado nacional, quanto no global. Queremos também contribuir com a sociedade na manutenção e na melhoria da qualidade de vida do Estado de Santa Catarina – isto, hoje, é imprescindível para continuarmos a sermos atrativos para instalação de empresas de base tecnológica. Por fim, vamos manter os esforços de representatividade dos interesses das empresas catarinenses.

Líder Capital - Que alternativas o senhor vê para o problema da falta de qualificação da mão de obra local?

Bernard - Além do mapeamento, vamos ampliar a interação com instituições de ensino, apontando melhorias, e promover a adequação de grade de ensino. Estamos fazendo também um forte trabalho com nossas empresas para que elas também invistam na formação de recursos humanos – não somente entre seus colaboradores, mas no próprio mercado, pensando como fator essencial para crescimento do setor e do próprio negócio. Temos percebido também a importância da melhoria da formação básica,

desde o ensino fundamental, especialmente em disciplinas exatas, como matemática, física e lógica. A fluência na língua inglesa é, hoje, conforme o mapeamento, a principal habilidade destacada pelas empresas na contratação de colaboradores.

Líder Capital - Como a turbulência no mercado internacional tem afetado a vida das empresas de tecnologia do Estado? Por um lado, está mais difícil exportar, mas também pode ser um bom momento para

“Hoje, só não crescemos mais porque ainda há gargalos na formação da mão de obra – a demanda do setor tem sido maior do que a oferta de profissionais formados nas instituições de ensino”

comprar maquinário lá fora, com o câmbio favorável. As empresas têm feito isso?

Bernard - O dólar baixo acirra a disputa pela introdução de tecnologias no mercado nacional, já que facilita a entrada de produtos de países referência em tec-

nologia, sobretudo a China e os Estados Unidos. Dificulta também a exportação dos nossos produtos e serviços e torna imperativa a necessidade das empresas em investirem em inovação e diferenciação nos processos produtivos e na oferta de soluções. O câmbio desfavorável torna atrativa a importação de componentes para desenvolvimento e produção no Brasil. A compra de maquinário é favorecida, porém nossas empresas de tecnologia não demandam investimentos desta ordem, mas sim em pessoas.

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

Bernard - Buscar segmentação, focar em um mercado é cada vez mais fundamental para a sobrevivência de um negócio de tecnologia. Os empreendedores precisam ter conhecimento específico para aplicar a tecnologia de forma inovadora. Persistir no negócio, sem ser míope, é outra característica importante para o empreendedor, pois muitos obstáculos devem ser superados para alcançar sucesso no setor tecnológico. Entender o ambiente, buscar sinergias, colaboração e associativismo garantem competitividade para negócios deste segmento. Ter um modelo de negócio claro e buscar organização desde o início é outra sugestão. Este modelo pressupõe saber desde o começo do negócio quem irá lhe financiar.

CERTIFICAÇÃO VERDE

Programa Pense Verde vai reconhecer empresas que adotam medidas sustentáveis no dia a dia

A ACIF está desenvolvendo um projeto para reconhecer o trabalho das empresas da região que buscam adotar medidas sustentáveis no dia a dia. O programa Pense Verde vai criar um sistema de certificação para enquadrar as empresas participantes em diferentes grupos, de acordo com as ações de preservação adotadas na prática. A previsão é de que as primeiras certificadas sejam conhecidas ainda em 2012, na tradicional festa de final de ano da ACIF.

A diretora de Meio Ambiente da ACIF, Jane Pilotto, diz que a ideia é, na verdade, uma evolução do programa Circuito Viver Melhor, criado e implementado na ACIF e que já teve duas edições. Ela explica que qualquer empresa poderá participar, mas o foco principal será para as associadas da ACIF, sem qualquer custo para a empresa. Jane acredita que, hoje, o consumidor está muito atento para este tipo de certificação. “Se você tiver dois produtos ou serviços similares com preços similares, o consumidor opta por aquele que tenha algo mais, que deixe ele feliz ou satisfeito em contribuir com menos impacto no meio ambiente”, destaca.

Para o presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior, toda certificação é uma referência. “À medida que a referência tomar corpo ela exercerá dois papéis fundamentais. O primeiro é o de dar um norte para as empresas, para que melhorem cada vez mais seus processos, de modo a reduzir o impacto das operações no meio ambiente. Nesse ponto, a ideia é mostrar que com um grupo de ações pequenas já podemos dar um primeiro passo e que os avanços não são tão difíceis quanto imaginamos. O segundo papel, logicamente,



Jane Pilotto acredita que o consumidor está mais atento em contribuir com o meio ambiente

é que isso venha a trazer resultados econômicos para as empresas”, explica.

Ele lembra que, nessa segunda questão, o que se busca é a consolidação e divulgação do indicador como ferramenta de atratividade de clientes. “Temos certeza de que à medida que a população for se conscientizando, maior será o impacto desse indicador na demanda das empresas participantes”, acrescenta.

O objetivo principal do programa Pense Verde é incentivar bons hábitos e disseminar a cultura de preservação ambiental e otimização do uso dos recursos naturais nas empresas. A ideia é expor para a sociedade a preocupação das empresas na preservação do meio ambiente, independentemente do porte ou segmento de atividade, e homenagear aquelas que se destacarem. As três empresas melhor colocadas no ranking receberão troféus na festa de final de ano da ACIF. A proposta é que a premiação torne-se um evento anual dentro da programação

oficial da associação empresarial.

Para isso, será aplicada, anualmente, uma pesquisa sobre a política ambiental atual das empresas, avaliando e pontuando as companhias dentro de critérios pré-estabelecidos pela ACIF. A pontuação vai definir a categoria alcançada por cada empresa. Serão avaliadas questões como consumo de água e energia, reciclagem de materiais e também questões comportamentais que incentivem práticas saudáveis, como existência de bicicletário na empresa e de programa de caronas entre os funcionários.

Todas as empresas receberão um certificado com a pontuação e será oferecida para todas as participantes uma consultoria técnica para melhorar a pontuação com ações internas. As pesquisas serão aplicadas nas empresas por um grupo especialista contratado pela ACIF. Será produzida também uma cartilha temática com divulgação de “ações ecológicas”.

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

AÇÕES A SEREM DIVULGADAS NA CARTILHA

- ▶ **Pequenos hábitos que fazem uma grande diferença**
- ▶ Não jogue lixo na rua. Quem faz isso contribui com sérios problemas em épocas de chuva, entupindo os bueiros e provocando enchentes
- ▶ Doe livros, roupas, brinquedos e outros bens usados
- ▶ Leve sacola própria para fazer as compras, evitando pegar as sacolas plásticas fornecidas nos supermercados
- ▶ Procure comprar produtos reciclados
- ▶ Escolha produtos que utilizem pouca embalagem ou que tenham embalagens reutilizáveis ou de materiais recicláveis
- ▶ Separe o lixo e encaminhe os produtos para reciclagem. Tente organizar em seu edifício, rua, bairro ou condomínio um sistema de coleta seletiva
- ▶ Tampe as panelas enquanto cozinha, assim você aproveita o calor que simplesmente se perderia no ar
- ▶ Antes de cozinhar, retire da geladeira todos os ingredientes de uma só vez
- ▶ Coma menos carne vermelha. A criação de bovinos é um dos maiores responsáveis pelo efeito estufa
- ▶ Use somente pilhas e baterias recarregáveis
- ▶ Troque as lâmpadas incandescentes por fluorescentes
- ▶ Escolha eletrodomésticos de baixo consumo energético. Procure por aparelhos com o selo do Procel (no caso dos aparelhos nacionais) ou Energy Star (no caso dos importados)
- ▶ Mude sua geladeira ou freezer de lugar. Ao colocá-los próximos ao fogão, eles utilizam muito mais energia para compensar o ganho de temperatura
- ▶ Use a máquina de lavar roupas/louça só quando



estiverem cheias

- ▶ Compre matéria-prima certificada e utilize no paisagismo espécies nativas
- ▶ Ande menos de carro
- ▶ Mantenha seu carro regulado
- ▶ Proteja as florestas
- ▶ Informe-se sobre a política ambiental das empresas que você contrata
- ▶ Vá de escada.

AS REGRAS DO PROGRAMA PENSE VERDE

▶ **Certificados com ranking**

Serão quatro categorias para avaliação, de acordo com o percentual de ações praticadas

Categoria diamante - de 90% a 100%

Categoria esmeralda - de 65% a 89%

Categoria safira - de 40% a 64%

Categoria quartzo - de zero a 39%

▶ **Os critérios de avaliação serão adotados nas seguintes áreas**

Economia de energia

Economia de água

Redução de resíduos

Conscientização dos funcionários

Mudanças nos meios de comunicação

▶ **Os resultados**

Todas as empresas receberão pontuação, porém só serão divulgadas as que estiverem nas duas primeiras categorias. Os outros resultados serão sigilosos. As empresas que desejarem poderão receber um diagnóstico preliminar dos pontos fracos. A ACIF terá uma parceria com empresas que podem oferecer um diagnóstico mais especializado e aprofundado. As três empresas melhores colocadas na classificação geral serão premiadas na festa de final de ano da ACIF.



ACIFeijão 2012



01/SET
11h às 19h

ESPAÇOS EXCLUSIVOS
Espaço Kids
Espaço Mulher
Espaço Saúde
Espaço Você é a Estrela

BANDAS E DJS
Pagode, samba
sertanejo, axé
e muito mais!

OPEN FOOD/BAR
Feijoadá completa
Cerveja Heineken
Vodka e caipirinha
Água e refri

LOCALIZAÇÃO PRIVILEGIADA
Jurerê Internacional
P12 - Frente para o mar
Melhor parador do Brasil

PONTOS DE VENDA:

LAGOA DA CONCEIÇÃO: 3232-0185 | INGLESES: 3269-4111 | CONTINENTE: 3244-5578
CANASVIEIRAS: 3266-2910 | SUL DA ILHA: 3237-4388 | CENTRO: 3224-3627

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

Apoio:
mercado

Realização:
 **ACIF**
Associação Comercial
e Industrial de Florianópolis

Filiado CACB FACISCE

MUDANÇAS NO COMÉRCIO EM DEBATE

Novo Código Comercial aborda a denominação empresarial, títulos eletrônicos e comércio na internet

É hora de rever as regras do comércio brasileiro. Com essa proposta audaciosa, os deputados federais estão debatendo o Projeto de Lei 1.572/11, que cria um novo Código Comercial para o País. Em março deste ano, foi instalada na Câmara Federal a comissão especial que vai analisar o assunto. Em Florianópolis, a ACIF promove encontros em torno do tema no núcleo de trabalho da associação.

A proposta do novo Código Comercial é de autoria do deputado Vicente Candido (PT-SP) e tem o objetivo de sistematizar e atualizar a legislação sobre as relações empresariais entre pessoas jurídicas. O novo código trata, entre outros assuntos, da denominação empresarial, de títulos eletrônicos e do comércio na internet. Um dos principais pontos destacados pelo autor é a permissão para que toda a documentação empresarial seja mantida em meio eletrônico, dispensando-se o uso de papel.

O texto conta com 670 artigos, divididos em cinco livros. O primeiro é uma parte geral sobre a empresa; o segundo trata das sociedades empresariais; o terceiro regula as obrigações dos empresários; o quarto aborda a crise da empresa; e o quinto trata

Objetivo é sistematizar e atualizar a legislação sobre as relações empresariais entre pessoas jurídicas

das disposições transitórias. Depois de ser analisado pela comissão especial, o projeto será votado pelo Plenário, o que ainda não tem data confirmada para acontecer.

No campo das obrigações empresariais, além da previsão de prazos prescriçio-

nais mais curtos, "necessários à segurança jurídica nas relações empresariais", segundo o autor Vicente Candido, o projeto de Código Comercial estabelece normas próprias para a constituição das obrigações entre empresas, atentas à realidade das atividades econômicas. Também disciplina os principais contratos empresariais, como a compra e venda mercantil, o fornecimento, a distribuição, o fretamento de embarcações e outros. "A reunião da disciplina destes negócios jurídicos num diploma sistemático possibilitará maior previsibilidade nas decisões judiciais sobre direitos e obrigações contratuais das empresas", acredita o deputado de São Paulo.

Para o advogado Felipe Lückmann Fabro, diretor institucional da Gasparino, Fabro, Lebarbenchon, Roman, Sachet & Marchiori Sociedade de Advogados, a necessidade de atualização é evidente. "O mundo globalizado, dentre outras coisas, trouxe consigo alta competitividade. Isso exige que nossa legislação se adapte para criar um ambiente jurídico mais favorável aos negócios, atrair e reter investimentos no Brasil", destaca o advogado que trata do assunto com os membros do núcleo de trabalho da ACIF.

"Leis confusas, atrasadas, diferentes interpretações pelos tribunais, burocracia da vida societária, insegurança jurídica, revisão dos contratos assinados, concorrência desleal e dificuldade para a cobrança dos inadimplentes são temas cotidianos a todo o empresariado. Essas são as dificuldades que um Código Comercial pode e deve reduzir", acrescenta. Ele defende que é importante que os empresários participem deste processo democrático, pois são eles os que mais conhecem as verdadeiras dificuldades de empreender no Brasil.

Fabro aponta três principais frentes que devem representar um real avanço para o empresariado brasileiro com o novo Código Comercial. A primeira consiste em





HOSPITAL
SANTA CATARINA
BLUMENAU



FG
EMPREENDIMENTOS

TOP OF MIND 2012/SC

Um dos maiores exemplos do trabalho bem feito é o reconhecimento. Mas é a determinação para transformar possibilidades em negócios, ações e grandes ideias que faz esse desafio diário ser especialmente marcante.

A parceria da Escala, Metra com seus clientes é uma mostra de que a comunicação proporciona esse envolvimento. Um esforço conjunto que vai muito além dos caminhos óbvios. É assim que criamos oportunidades todos os dias. Afinal, cada conquista é uma nova oportunidade para fazer mais e melhor.

Parabéns à FG Empreendimentos e ao Hospital Santa Catarina de Blumenau.

COMUNICAÇÃO CONQUISTA

**ESCALA,
METRA**

PUBLICIDADE

www.escalametra.com.br | 47 3321 6900





O Código Comercial ideal deveria aglutinar toda a legislação empresarial e ficar ao lado do Código de Defesa do Consumidor

simplificar a vida das empresas, eliminando entraves burocráticos desnecessários e outras regras demasiadamente complexas. A segunda em dar maior segurança jurídica para as empresas, em suas relações com outras empresas, dotando o Judiciário de instrumentos legais mais apropriados ao adequado julgamento das ações referentes a estas relações. E a terceira frente busca atualizar a le-

gislação ao nosso tempo. “É necessário, por exemplo, disciplinar a documentação empresarial eletrônica e o comércio via internet que cresce espantosamente”, explica. Trabalhando nestas três frentes, ele acredita que as mudanças permitirão, inclusive, baratear os preços e fomentar o consumo em nosso País.

Mas Fabro reconhece que ainda não é possível prever quando o novo

Código Comercial poderia entrar em vigor na prática. “O processo democrático é, naturalmente, lento e exige que todos os setores da sociedade se façam ouvir no Congresso Nacional. Esperamos, contudo, que nossos parlamentares estejam atentos às mudanças no mundo globalizado e saibam responder a altura com a melhor de nossa legislação”, defende.

URGÊNCIA DE ATUALIZAÇÃO

A necessidade de atualização das regras que regem o comércio brasileiro é reconhecida por lideranças políticas e empresariais. O antigo Código Comercial, de 1850, tornou-se defasado e teve a maior parte revogada em 2003, quando entrou em vigor o novo Código Civil (Lei 10.406/02). Do antigo Código Comercial, restaram poucos artigos, tratando de temas como Direito marítimo.

Para o professor de Direito Comercial e Empresarial da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Fábio Ulhoa Coelho, autor de livros como “Código Comercial e Legislação Complementar Anotados”, a modernização do Código Comercial é essencial diante das mudanças na economia bra-

sileira nos últimos tempos e da necessidade de desburocratizar as relações empresariais. Ele considera que o atual código foi “esfacedado” e agora precisa ser unificado.

Atualmente, o Direito empresarial brasileiro é disciplinado na maior parte pelo Código Civil, que trata também de questões privadas, envolvendo pessoas físicas. Há outras questões relacionadas às empresas que são reguladas por leis específicas – como a das Sociedades Anônimas (6.404/76), a de Falências (11.101/05) e a dos Títulos de Crédito (6.840/80), que não são revogadas pela nova proposta. Já a Lei de Duplicatas (5.474/68) seria revogada.

O advogado Felipe Lückmann Fabro se diz convencido de que o Código Comercial

ideal deveria aglutinar toda a legislação empresarial num único instrumento e ficar ao lado do Código de Defesa do Consumidor em todos os estabelecimentos comerciais. Assim, o empresário teria mais afinidade com as regras que precisa seguir para respeitar ao consumidor e aquelas que protegem e valorizam a empresa. “Contudo, em razão da forte resistência da comunidade jurídica, bem como de eventual insegurança que uma mudança desse porte poderia proporcionar ao ambiente de negócios brasileiro, acompanhei meus pares na comissão de juristas quando recomendou a Câmara dos Deputados não mexer na Lei das Sociedades Anônimas e de Recuperação e Falência da sociedade empresarial”, acrescenta.

O ENVOLVIMENTO QUE VOCÊ MERECE COM A EXPERIÊNCIA DE QUE SUA MARCA PRECISA.

Com 27 anos, a Ativa cresceu e determinou seu foco:
SER UMA AGÊNCIA ASSERTIVA.

Equilibrando expertise em boas negociações com capacidade
de atendimento. Compreendendo as dificuldades e as reais
necessidades de cada cliente. Do jeito que sua marca merece ser tratada.
Como uma grande parceira.

Ative sua marca e conecte-se com a gente.

ATIVA 27 ANOS. MARCA DE BONS RELACIONAMENTOS.

47 3326-4233
ativa.art.br | facebook.com/ativacom

ativa
ASSERTIVA COM SUA COMUNICAÇÃO



INGLÊS DESDE OS PRIMEIROS PASSOS

Teddy Bear ensina inglês para crianças, utilizando música, esporte, jardinagem e ferramentas multimídias



Luciana e Tony Franceschi foram os fundadores da escola

A escola, que nasceu em 1990 em Florianópolis, é, hoje, uma rede de franquias com oito unidades, incluindo filiais no Paraná e em São Paulo. E os planos para o futuro são ainda maiores. A meta da rede de escolas de inglês Teddy Bear, focada no ensino para crianças e adolescentes, é chegar ao número de 30 unidades nos próximos cinco anos. Para isso, está sendo finalizado um mapeamento das cidades que poderão receber os novos investimentos.

O diretor administrativo Tony Franceschi explica que desde o início a escola foi criada especializada no atendimento de crianças, daí o slogan "English for kids and teens". Esse diferencial ajudou a conquistar espaço no concorrido mercado de escolas de idiomas. A ideia da Teddy Bear era começar a ensinar inglês para aqueles que nem estavam alfabetizados no português ainda, por meio de vivências na escola. À medida que as crianças iam começando a aprender português, iam também avançando nos estudos do inglês. Hoje, a escola atende crianças de dois anos até adolescentes de 17 anos. Após concluir o curso, o aluno pode optar por fazer mais um ano e prestar o teste para a certificação internacional TOEFL (Test of English as a Foreign Language), que atesta a fluência no idioma inglês.

Com 22 anos de atuação no mercado, a Teddy Bear ensina inglês com aulas que utilizam a música, o esporte, as artes, a culinária, a jardinagem, a expressão corporal, ferramentas multimídia e outras técnicas para tornar natural a compreensão do idioma e despertar a vontade de aprender. "Somos uma empresa estruturada, que atua em um nicho de mercado bem definido e



com reconhecido sucesso no ensino da língua inglesa para crianças e adolescentes”, define o diretor Tony.

Mas a realização de aulas pedagógicas como a experiência culinária ou a jardinagem, em que os alunos fazem um prato ou cuidam de uma horta ao mesmo tempo em que estudam inglês, exige a disposição de instalações físicas compatíveis. Assim, muito mais do que salas de aula, a Teddy Bear conta com espaços específicos para desenvolver tais atividades, como cozinha, horta doméstica, quadra de esportes e sala de informática. “É por isso que a escola tem endereço fixo. Não podemos aplicar nossa metodologia em salas de aula montadas em prédios comerciais ou em colégios de ensino fundamental e médio. Nossa opção é por casas que podem ser adaptadas conforme nosso método de ensino”, ressalta a diretora pedagógica Luciana Machado de Franceschi.

Um bom indicador do sucesso da Teddy Bear é o alto índice de retenção de estudantes, entre 90% e 95%. Para Luciana, esse desempenho é resultado de uma estratégia que a escola não abre mão desde a fundação. “Nosso foco é a qualidade do ensino, e não o

volume de alunos. O objetivo é manter nossos estudantes entretidos e motivados em estudar inglês”, afirma. Por isso, as turmas têm, no máximo, 10 alunos. Cada aluno faz duas aulas por semana, de uma hora e meia cada aula. As mensalidades nas unidades catarinenses são, em média, R\$ 300 por estudante.

O diretor Tony diz que, hoje, com a empresa consolidada, a maturidade

O uso da tela interativa e sensível ao toque estimula o aluno a querer aprender

do negócio permitiu traçar o plano de expansão, que prevê atingir a marca de 30 unidades nos próximos cinco anos. Mas como algumas das escolas atuais são bem recentes, a previsão é de um crescimento acentuado nos próximos anos, também considerando apenas a atual estrutura. Hoje, são atendidos 2,2 mil alunos e a capacidade instalada das oito escolas permite o atendimento de cerca de 5 mil estudantes. Cres-

cimento que será ainda maior com as novas unidades projetadas.

Outro foco de investimento são os profissionais que integram a Teddy Bear. O quadro atual de funcionários é de cerca de 120 empregados. Os professores participam de um programa de educação corporativa em que estão em constante aprendizado. “É preciso investir em quem está dentro da instituição. O profissional pode e deve buscar um aperfeiçoamento por conta própria. Mas a escola não pode só esperar isso e precisa incentivar e promover essa qualificação permanente. A ideia é que o professor use toda a inteligência complementada à nossa, agregando valor e buscando a excelência em educação”, acrescenta Luciana.

Por exemplo, para estimular a participação de educadores da rede no 13º Braz-Tesol, congresso nacional para professores de inglês, realizado em julho, no Rio de Janeiro, a Teddy Bear concedeu apoio pedagógico e financeiro. O esforço deu resultado: dois projetos foram apresentados por quatro professores da escola. O evento ocorre a cada dois anos e conta com a participação de renomados palestrantes nacionais e internacionais.

VIVENCIANDO O APRENDIZADO

O projeto da Teddy Bear foi criado como resultado da parceria entre o casal Tony e Luciana de Franceschi. Ele trabalhava com publicidade e marketing e assumiu o comando administrativo da nova empresa. Ela, formada em Letras pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), tinha recém voltado de uma viagem à Europa, onde estudou novas metodologias de ensino, e assumiu o desenvolvimento da proposta metodológica da nova escola.

A ideia era desenvolver o inglês a partir de vivências do dia a dia das crianças. Dentro desta proposta, tarefas como preparar um bolo de chocolate ou cuidar da horta doméstica passaram a ser adotadas para ensinar o novo idioma. Desenvolvida pela Teddy Bear, a nova metodologia despertou o interesse dos pais e atraiu para a sala de aula estudantes que, normalmente, esperariam mais alguns anos para iniciar os estudos. “Criamos um método diferenciado, que permite aos nossos alunos aprender inglês de uma forma dinâmica, vivencial e agradável, pois respeita as faixas etárias e o nível de inglês de cada aluno”, explica Luciana.

Outro diferencial da rede Teddy Bear foi defender que as turmas devem ser formadas por estudantes da mesma idade (ou próxima) e com nível de conhecimento e maturidade semelhantes. Além disso, os professores precisam preparar as aulas conforme esses requisitos. “É por isso que desenvolvemos atividades pedagógicas diferenciadas, como experiências de culinária e de jardinagem. São aulas atrativas para crianças de dois a seis anos e que também despertam o interesse de adolescentes com 12 a 16 anos, pois proporciona autonomia, que é um requisito muito importante para a compreensão do idioma”, conta Luciana.

Também fazem parte das atividades didáticas da escola: a prática de esportes, a música e atividades multimídia. “Entender a letra de uma canção ou a sequência de um programa de computador ajuda a aprender o inglês”, explica Luciana.

O método de ensino da Teddy Bear também destaca duas atividades pedagógicas realizadas anualmente por todas as unidades e que estimulam a leitura e a expressão oral dos estudantes. No pri-



meiro semestre, a escola promove o Reading Project, projeto educacional que associa a leitura em inglês com atividades culturais. Para tanto, os alunos, a partir do nível Elementary 1, são orientados a ler livros em sala de aula e, posteriormente, desafiados a contar a história através de expressões artísticas. Para apresentar esse novo roteiro, vale utilizar diversos tipos de manifestações, desde teatro até a elaboração de cartazes, textos e maquetes. O objetivo é incentivar a conversação, a integração e a criatividade das crianças e adolescentes, além de ampliar o vocabulário da língua inglesa.

Já o projeto de expressão oral, chamado de Bearfest, é um evento cultural que se tornou tradição na escola. Todos os anos, no mês de novembro, os alunos de todas as turmas da Teddy Bear interpretam aspectos de um tema previamente selecionado por meio de peças teatrais, apresentação musical e da prática do idioma inglês. No ano passado, o tema

escolhido foi a Broadway e seus musicais consagrados, como “Cats”, “O Fantasma da Ópera”, “Mamma Mia”, entre outros. Aberto ao público, a Bearfest é uma atividade didática que oferece a oportunidade para que os alunos possam se expressar oralmente, estimulando a conversação e a autoconfiança. Para este ano, o tema do evento será os Beatles.

Apesar do modelo metodológico consolidado, a diretora Luciana afirma que a proposta da Teddy Bear é manter um aperfeiçoamento constante. “O desafio é saber o que motiva cada geração a aprender inglês e buscar novos métodos para atender esses estudantes”, explica. Sempre de acordo com cada faixa etária, o inglês é ensinado com as crianças vivendo novas experiências e usando o novo idioma para algo que seja realmente prático e útil. O uso de novas tecnologias na sala de aula, como a tela interativa e sensível ao toque, é outro recurso para estimular o aluno a querer aprender.

EXPANSÃO PELAS FRANQUIAS

Criada em Florianópolis, a Teddy Bear levou sua metodologia para outras cidades e até para outros estados por meio de franquias. Mas para manter o foco na qualidade, a expansão da marca é feita com cautela e análise minuciosa. “Somos rigorosos na aceitação de novos franqueados. Além de requisitos básicos como viabilidade econômica, mercado e localização, nossos critérios consideram também aspectos mais específicos, como identificação com o segmento educacional infanto-juvenil”, explica o diretor administrativo Tony Franceschi.

A preocupação com a boa imagem institucional pode ser constatada pelo

tempo que a escola levou para expandir a marca. No ano 2000, exatos 10 anos após iniciar o negócio, quando já tinha as três unidades de Florianópolis (localizadas nos bairros de Coqueiros, Centro e Beiramar), a Teddy Bear decidiu abrir as primeiras franquias em outras cidades. “Percebemos que a escola tinha potencial para crescer”, revela Tony.

A empresa se filiou à Associação Brasileira de Franchising (ABF) e, em 2004, inaugurou a primeira franquia da rede na cidade de Blumenau. Era uma espécie de piloto e, após ajustes na formatação, Curitiba, no Paraná, recebeu a segunda unidade, em 2008. Na

sequência, vieram Jundiaí, no interior de São Paulo, em 2009, e duas unidades na capital São Paulo: uma no bairro Alto de Pinheiros, em 2010, e a outra no bairro Vila Nova Conceição, em 2011.

Atualmente, a Teddy Bear contabiliza aproximadamente 2,2 mil alunos nas oito unidades, além de já haver formado cerca de 5 mil estudantes desde a fundação, em 1990. E é com essa experiência que a escola pretende expandir a rede de franquias nos próximos anos. O primeiro passo, nesse sentido, foi a criação da Big Bear Franchising, empresa constituída para cuidar exclusivamente do processo de abertura de novas unidades escolares.



Com 22 anos de atuação no mercado, a Teddy Bear é uma rede com oito franquias, incluindo filiais no Paraná e em São Paulo



AS DIFERENTES FASES DO APRENDIZADO

A Teddy Bear recebe crianças a partir dos dois anos. A diretora pedagógica da escola, Luciana de Franceschi, argumenta que o estudo da língua inglesa juntamente ao aprendizado das primeiras palavras em português permite ao aluno falar um segundo idioma com pronúncia quase sem sotaque quando chegar na adolescência. “A criança consegue assimilar a segunda língua de modo mais natural e a percepção costuma ser melhor”, explica.

Dos dois aos seis anos, a criança está descobrindo um mundo completamente novo, repleto de experiên-

cias e tem necessidade de compreender oralmente (ouvir) e produzir os próprios pensamentos (falar). Para este grupo, a Teddy Bear proporciona experiências que favorecem o aprendizado por meio de atividades lúdicas como brincadeiras, jogos, música, teatro, artes, culinária e até jardinagem.

Com as crianças de seis a oito anos, a leitura e a escrita são trabalhadas suavemente, favorecendo os aspectos que envolvem a alfabetização tanto do português quanto do inglês. Com os pré-adolescentes, as aulas têm ênfase na compreensão e produção oral, trabalhando de forma balan-

ceada a leitura e a escrita da língua inglesa e utilizando tópicos referentes a questões pessoais e sobre temas como meio ambiente, escola e família.

Entre os adolescentes, a ênfase continua na comunicação oral e escrita. Nesse período de transição para a vida adulta, as aulas são elaboradas de acordo com os interesses dos adolescentes. O uso e a importância do inglês são focados não só para o futuro, mas também para o momento que o adolescente está vivenciado. Assim, os alunos desenvolvem o uso de estruturas mais complexas e são preparados a conduzir situações em inglês com fluências e precisão.



Com as crianças de seis a oito anos, a leitura e a escrita são trabalhadas favorecendo a alfabetização do português e do inglês

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

marketing@sbtsc



SANTA CATARINA

SBT SANTA CATARINA
CRESCENDO COM VOCÊ

DECIFRANDO O COACHING

Processo impulsiona cliente em direção aos objetivos



Falar de coaching está na moda no meio executivo. Mas, mais do que um conceito, o processo de coaching ganha forma prática em empresas de diferentes portes e setores. Com o acompanhamento de especialistas, vira uma importante ferramenta para impulsionar a carreira profissional rumo aos novos desafios. Mas, para isso, é preciso entender a proposta deste conceito.

Para Roberta Caringi Raupp, formada pela Sociedade Brasileira de Coaching e sócia proprietária da empresa BDR Desenvolvimento Organizacional, coaching é um processo de impulsionamento do cliente (pessoa, grupo ou empresa) em direção aos objetivos. “O foco não se dá no problema e sim na solução. Ele pode ser utilizado em diversos contextos, basta ter um objetivo a ser alcançado”, destaca.

Ela explica que a aplicação dele é

feita por meio de técnicas com base em questionamentos, que possibilitam o esclarecimento para a própria pessoa sobre o que ela poderá fazer para atingir seus resultados. Depois de cada encontro, a pessoa percebe que para ela atingir o seu objetivo é necessário a ação, que é estruturada em etapas, com foco no objetivo final.

Roberta defende que o profissional deve buscar esse tipo de serviço sempre que tiver interesse em focar em algum

*Para Roberta Raupp,
o foco não se dá
no problema, mas
na solução*

objetivo e pensar em soluções. “O coaching ajuda a clarear e fomenta a ação em busca dos resultados esperados”, acrescenta. Ela diz que a BDR, por exemplo, já trabalhou por meio do coaching com empresários que estabeleceram diversos objetivos, como: ampliar faturamento, abertura de novos negócios, melhoria na liderança, gestão de carreira, redução de carga horária profissional, entre outros.

Na BDR, o coaching é estruturado em sessões, com uma média de 10 encontros semanais. “Independente do tempo de alcance das metas, o coachee, pessoa que procura o coaching, terá em mãos uma variedade de ferramentas trabalhadas que lhe dará a independência, ou seja, após a finalização do trabalho ele mesmo saberá o que precisará fazer para chegar ao objetivo final. Por vezes, pode ser necessário realizar encontros esporádicos de manutenção”, explica.



Inspiração todo dia

PRAIA BRAVA • ENTRE ITAJAÍ E BALNEÁRIO CAMBORIÚ / SC



Privilegio é encontrar uma nova forma de viver o que você mais ama. E é na Praia Brava, esse refúgio paradisíaco entre Itajaí e Balneário Camboriú, que o condomínio residencial Brava Beach Internacional oferece a você oportunidades únicas, como uma vista incomparável e espaços de lazer exclusivos.

ESPAÇO RESIDENCIAL

São 6 reservas residenciais. Confira as unidades já à venda.

VOCÊ SÓ ENCONTRA AQUI

Open shopping • Hotel Resort • Espaço Boulevard
Espaço para prática de esportes (tênis e futebol society)



twitter.com/bravabeach

facebook.com/bravabeachinternacional

www.bravabeach.com.br

REALIZAÇÃO:



Brava Beach

INTERNACIONAL

More de frente para o mar

CENTRAL DE VENDAS
(47) 3360.0101
visite os apartamentos decorados

Roberta destaca que o coaching pode ser feito com todo tipo de empresário ou pessoa. Ela diz que micro e pequenas empresas, por exemplo, muitas vezes estão envolvidas em diversas frentes e o coaching pode ser uma grande ferramenta para focar e direcionar suas energias para o que é realmente importante. “O coaching ajuda o empresário a focar no estratégico e muitas vezes sair das operações, que muitas vezes podem ser delegáveis”, ressalta.

Hoje, segundo a sócia da BDR, geralmente as pessoas ou empresas buscam pelo coaching quando têm algum problema e se surpreendem quando o foco não se mantém neste e, sim, nas possíveis soluções. Buscam pelo coaching, pessoas e empresas que procuram resultados rápidos e efetivos, que gostam de objetividade e têm energia para ação. Também quem está atento às necessidades de mercado e deseja estar à frente e que gostam de testar novas alternativas. A BDR atende clientes que buscam pela gestão de carreira, que desejam potencializar a liderança e trabalho em equipe, empresas familiares com ajustes na gestão de pessoas, empresas com foco em inovação, entre outras.

O CEO da Knowtec – Inteligência para Inovação, Luiz Alberto Ferla, é um dos profissionais que já reconheceram a importância dos serviços de coaching. Ele diz que muito antes do termo surgir, a empresa já praticava iniciativas semelhantes com informalidade. Embora os resultados sejam difíceis de serem mensurados, ele aponta que o índice de felicidade no trabalho e o índice de performance empresarial mostram que os serviços de coaching estão garantindo resultados práticos, aliados a uma constante e informal troca de conhecimento entre funcionários. “O conhecimento e as informações circulam pela empresa rapidamente e, rapidamente, se transformam em produtividade, qualidade, inovação e satisfação de participar de algo relevante para a sociedade. Consideramos que em nossa empresa a capacidade de aprender, uns com outros, todos os dias, é um grande diferencial”, explica.



As sócias Roberta Raupp e Danielle Alves afirmam que o coaching dá resultados rápidos e efetivos

SAIBA MAIS

► O que é coaching?

Coaching é um processo que visa elevar a performance de um indivíduo (grupo ou empresa), aumentando os resultados positivos por meio de metodologias, ferramentas e técnicas cientificamente validadas, aplicadas por um profissional habilitado (o coach), em parceria com o cliente (o coachee). É uma assessoria pessoal e profissional que visa potencializar o nível de resultados positivos nas diversas áreas da vida de um cliente, grupo ou empresa. É uma parceria entre o coach e o cliente que busca a evolução, crescimento, aperfeiçoamento, felicidade, bem-estar e o aprimoramento da qualidade de vida.

► O que não é coaching?

Mentoring: é quando um profissional sênior, considerado mais experiente, oferece conselhos e transmite as vivências, atuando como um modelo a ser seguido. Coaching e mentoring têm em comum o fato de trabalharem com realizações no presente e no futuro.

Aconselhamento: acontece quando o cliente precisa de orientação e conselhos. O conselheiro deve ser especialista na área em que o cliente necessita auxílio, e o foco também está na solução de um problema.

Terapia: a terapia trabalha com o cliente que busca alívio de sintomas psicológicos ou físicos. Coaching não é nenhum tipo de terapia. A terapia lida com a saúde mental do cliente e o processo de coaching trabalha com expansão, o crescimento da mente.

Treinamento: é o processo de adquirir habilidades, colocando-as em prática em um “laboratório”. Você descobre o conceito e pratica-o, buscando aprimorar alguma competência.

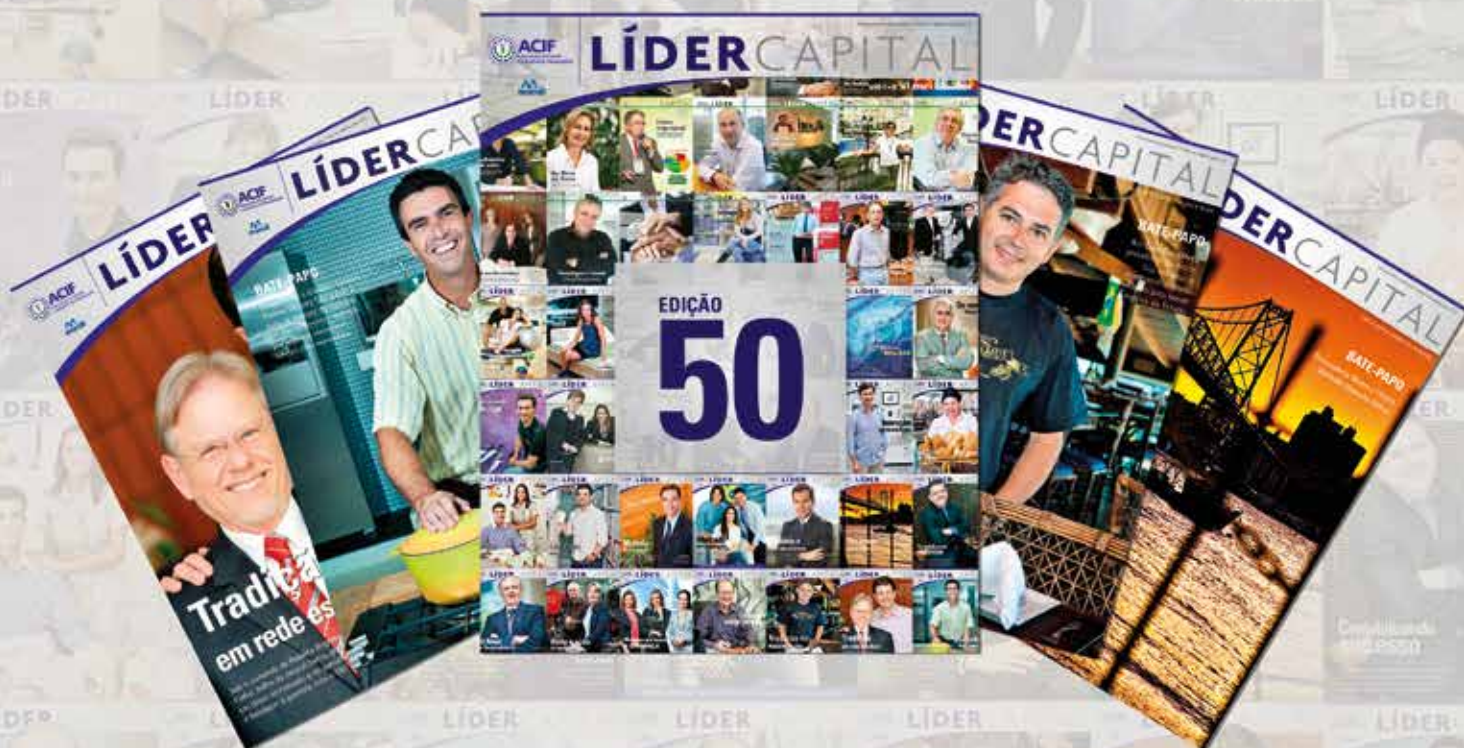
Consultoria: o consultor fornece conhecimento especializado e soluciona problemas do negócio, ou desenvolve um negócio de maneira global.

Ensino: no ensino, o professor sabe algo que o aluno não sabe. O coaching é exatamente o contrário. O coachee é o especialista e é ele quem tem as respostas, e não o coach.

Fonte: Sociedade Brasileira de Coaching e Vanessa Tobias Coaching

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.

SUPERAÇÃO DE DESAFIOS NA TERRA E NO AR

Empresário: Sanderlúcio Fabiano de Mira / Hobby: corrida



O empresário Sanderlúcio Fabiano de Mira gosta de desafios. Seu atual hobby, a prática de corridas, surgiu diante da vontade de participar da tradicional Corrida Internacional de São Silvestre, que ocorre todo dia 31 de dezembro, em São Paulo. A ideia surgiu quando ele acompanhava o evento pela TV, no final de 2010. “Era um mar de gente de todos os cantos do Brasil e do mundo. Cada um com o seu sotaque. Cada um com o seu propósito. Cada um em busca de seu desafio. Por rápidos instantes refleti o que os movia, o que os incentivava para, no último dia do ano, muitas vezes longe da família ou investindo as suas economias, ir até São Paulo correr a São Silvestre? Como não consegui ter certeza da resposta, resolvi experimentá-la”, recorda o empresário e diretor de eventos da ACIF.

A partir de janeiro de 2011 ele começou a se preparar para a prova, o que também incluiu muita pesquisa, como a identificação da pisada correta e dos tênis mais adequados. Ele lembra que no primeiro treino,

na Avenida Beiramar Norte, correu apenas 100 metros e caminhou o restante. Aos poucos, foi aumentando o tempo, complementando o treinamento com musculação e cuidados na alimentação. “Felizmente, fui tomando gosto pela corrida e, aos poucos ia ganhando fôlego e confiança”, destaca.

Mas Sander lembra que a confiança foi um pouco demais. Ele acabou exagerando

“Assim como na corrida, no dia a dia é preciso se planejar e se organizar para alcançar um objetivo”

nos treinos e sofreu uma lesão no joelho, o que o deixou cerca de três meses afastado das corridas e fazendo fisioterapia. Mas ele conseguiu ser liberado a tempo de fazer a prova de 2011 e tentar cumprir o desafio proposto no último dia do ano anterior. O resultado? “Completei a prova em

1h34min. Estou com a medalha no peito, uma experiência sensacional na cabeça e uma alegria muito grande no coração”, afirma o empresário. Hoje, aos 39 anos, Sander treina corrida três vezes por semana e pratica atividades complementares, como musculação, outros dois dias por semana. Não sabe se voltará a correr a São Silvestre, mas participa de outras maratonas. Ele também associa a atividade à rotina de empresário. “Assim como na corrida, é preciso se planejar e se organizar para alcançar um objetivo. A disciplina do treinamento é mais difícil do que a prova em si”, destaca.

Outro exemplo de superação de Sander se deu bem longe das pistas. Para vencer de vez o medo de altura, o empresário decidiu, por duas vezes, em 2009 e em 2011, saltar de paraquedas. Ainda não chega a ser um hobby, mas foi uma experiência muito marcante para ele. “Antes, entrar em um elevador panorâmico muito alto já gerava certo desconforto. Hoje, estou muito mais confiante. É uma sensação de realização muito grande”, explica.

SUA EMPRESA
NO ENDEREÇO
MAIS ESTRATÉGICO
DA REGIÃO.



RIVIERA CONCEPT

OFFICES



Salas Comerciais
de 26 a 560 m²



Perspectiva ilustrativa da Sala de Reuniões



Perspectiva ilustrativa do Lobby Offices



Perspectiva ilustrativa da fachada do Offices

VISITE O SHOWROOM DECORADO NO LOCAL: Rod. Osvaldo Reis, 3281 | Praia Brava
INFORMAÇÕES: **47 3241 2300** ou www.rivieraconcept.com.br

RIVIERA 
Valor, Inovação e Originalidade

PARA MULHERES QUE DECIDEM

Leve e sofisticada, a seda é o destaque da estação e aparece nos modelos das camisas femininas da linha Pedras Preciosas, facilmente identificadas pela flor-de-lis, logomarca da Dudalina, que ganha contornos de cristais Swarovski. A gotinha luxuosa também está cravejada na gola e ponta de gola, além de aparecer nos botões de tonalidade rubi, safira, ametista e esmeralda.

www.dudalinafeminina.com.br



MALBEC ARGENTINO

Indicado como um dos 100 melhores Vinhos do Mundo pela Wine Spectator, o Catena Malbec se tornou um verdadeiro clássico, com uma elegância e um senso de proporção raramente encontrado em outros tintos argentinos. Um vinho encantador, com concentração e intensidade, charme e muito caráter. O vinho amadurece em barricas de carvalho francês. Não é clarificado ou filtrado e é perfeito para acompanhar carnes, grelhados e empanadas.

www.ciadovinho.com.br

DECANTADOR

Para degustar o vinho de forma correta e mais gostosa, você pode recorrer à utilização de decantadores. E uma excelente opção é o Decanter Elegance III. Com capacidade para 750ml em uma altura de 250mm, os decantadores de cristal são mais porosos e ideais para serviços de média área de oxigenação.

www.decanter.com.br





UM LUXO

O primeiro floral da Paco Rabanne, o Lady Million, traz na composição notas de laranja amarga, gardênia, mel, aromas e patchouli. O frasco tem a forma de um grande diamante multi-facetado, com tampa metalizada. Só o frasco já é um luxo!

www.pacorabanne.com

ESTILO E SOFISTICAÇÃO

A marca de relógios suíços Baume & Mercier traz novidades que acabam de ser lançadas mundialmente, com os novos modelos para a linha Hampton, candidatíssimos a agradar mulheres que procuram discrição e luxo. O novo Hampton 10051 é um relógio pequeno, feito em diamante e aço, com acabamento polido/acetinado e mostrador em madrepérola. A pulseira é de aço com fivela de segurança tripla dobrável.

www.baume-et-mercier.com



LOUIS VUITTON PARA HOMENS

A nova backpack masculina é um dos novos lançamentos da Louis Vuitton. E, como inspiração, um mix dos estilos Safari e Heritage. O que chama a atenção é a qualidade impecável e o tamanho – bem maior do que já estamos acostumados.

www.louisvuitton.com



REÓLEO PODE ENTRAR NO GUINNESS BOOK

Criado há 14 anos pela entidade, hoje, o ReÓleo atende toda a Grande Florianópolis, com quase mil pontos de coleta espalhados pelas cidades de Florianópolis e Biguaçu e, com a parceria da Ambiental Santos, do Paraná, transforma os resíduos em produtos de limpeza. A educação ambiental também integra o projeto. Periodicamente são realizadas palestras com o tema “Reciclar é Educar”, voltadas especialmente para alunos de escolas da rede pública e particular de ensino das cidades onde atua – cerca de 3 mil crianças já assistiram às apresentações educacionais.

Além disso, qualquer pessoa pode participar, recolhendo seu óleo em casa e levando-o acondicionado em garrafas pet até os pontos de coleta. Escolas e condomínios, além da mobilização de alunos e moradores, também podem se tornar um ponto de coleta, assim como restaurantes e hotéis. Basta apenas fazer o cadastro via email junto ao programa e seguir as orientações.

Mais informações no site <http://www.acif.org.br/reoleo/>.

CONHEÇA MAIS O PROJETO REÓLEO

O projeto ReÓleo da ACIF já coletou e reciclou mais de um milhão de litros de óleo de cozinha, que evitaram a contaminação de um enorme volume de água. Apesar do número expressivo, o projeto busca novas metas, e a escolhida para este ano foi a entrada no livro dos recordes, o Guinness Book.

O ReÓleo quer receber a certificação pelo maior volume de óleo coletado durante um mês – 10 mil litros é o objetivo. Por isso, vai começar uma grande campanha junto à comunidade. O ‘ponta pé’ inicial da coleta será dia 1º de setembro, durante o ACIFeijão, e seguirá até o dia 1º de outubro. Todos podem participar: é só guardar o óleo utilizado e levá-lo em garrafas pet até o local do

ACIFeijão (P12, em Juererê Internacional), nas regionais da entidade ou no Centro de Atendimento ao Turista da ACIF (CAT), na SC-401. O CAT será o ponto de entrega oficial do Guinness até o dia 1º de outubro.

“Se conseguirmos mais essa importante conquista, será a coroação de um trabalho sério e organizado que tem feito um grande papel na preservação ambiental”, diz Luiz Falcão de Moura, coordenador do ReÓleo.

Para o presidente da ACIF, Doreni Caramori Júnior, o projeto, orgulho para a entidade, é um exemplo a ser seguido. “De uma necessidade na Lagoa da Conceição, surgiu uma ideia que, com trabalho e comprometimento, transformou-se num programa estruturado e extremamente importante para o desenvolvimento sustentável da cidade”, destaca. “Já estamos buscando mais parceiros para ampliar o ReÓleo em rede de coleta, participação da comunidade e em educação ambiental”, diz o presidente.

Em 2008, o programa recebeu o prêmio “Empresa Cidadã” da ADVB/SC, na categoria Preservação Ambiental e, em 2012, foi considerado o Melhor Projeto de Responsabilidade Ambiental pela Apae de Florianópolis, recebendo o Troféu Apae de Responsabilidade Social.



ACIF LANÇA PRÊMIO VENCER

Com o objetivo de reconhecer o trabalho das empresas integrantes das 18 Câmaras e Núcleos Setoriais, e todas as MPEs, a ACIF irá lançar o Prêmio Vencer, uma remodelagem do Prêmio Conselho de Núcleos pela Excelência, praticado em 2011. O Prêmio Vencer é baseado e segue o regulamento do prêmio de competitividade do Sebrae, o MPE Brasil, que avalia os pontos positivos e negativos e as oportunidades para a melhoria do negócio, estimulando a busca contínua pela excelência em gestão.

Por meio de um questionário do MPE/Sebrae, as empresas somam pontos de acordo com o grau de eficiência em gestão e as que demonstrarem maiores patamares serão premiadas. Além da empresa nucleada que obtiver a maior pontuação no Prêmio a ACIF destaca também o núcleo que possuir a maior média de pontos entre os integrantes.

A empresa mais bem colocada receberá uma bolsa integral do Empretec, um selo de qualidade com vigência de um ano, consultoria gratuita do Sebrae, matéria destaque na Revista Líder Capital, troféu e divulgação interna na entidade. Já o núcleo mais bem colocado será considerado o núcleo de excelência do ano e cada integrante ganhará um adesivo com a logo do núcleo personalizada e divulgação nas mídias da ACIF. “Além de reconhecer nossas empresas, queremos incentivá-las a participarem do MPE Brasil, já que o questionário é um instrumento de aprendizado e referência para a melhoria, gerando aumento de competitividade e visibilidade no mercado em que atuam”, explica o coordenador do Conselho dos Núcleos da ACIF, Marcelo Bohrer de Almeida.

Para concorrer, as empresas devem acessar o site www.mbc.org.br/mpe/index.php/processo-de-avaliacao/ e seguir as instruções para inscrição e preenchimento/envio do questionário. O prazo encerra em agosto.

MISSÃO EMPRESARIAL À EQUIPOTEL

A diretoria de Intercâmbio Empresarial da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis está organizando uma Missão Empresarial para a Equipotel 2012, que acontece de 10 a 13 de setembro, no Pavilhão do Anhembi, em São Paulo. A Equipotel é a maior feira na América Latina e figura entre as cinco maiores do mundo do segmento, sendo um polo de negócios e relacionamentos fundamental para o sucesso de empresas dos setores de hotelaria, gastronomia, alimentação e turismo. Neste ano, o evento vai completar 50 anos.

Profissionais e donos de restaurantes, bares, hotéis, spas, buffets, entre outros terão a oportunidade de conhecer os lançamentos, tendências, serviços e inovações tecnológicas, participar de eventos de capacitação, além de fechar negócios. Também está programada uma visita técnica à empresa Catupiry Laticínios.

Em parceria com o Sebrae/SC, o programa de missões empresariais da ACIF, aberto para associados e não-associados, tem o objetivo de promover o intercâmbio de experiências entre os profissionais e conhecer as novidades e últimas tendências de cada setor.

A missão sairá de Florianópolis no dia 9 de setembro (domingo), às 19h, e retorna no dia 13 (quinta-feira), às 6h. Valores: R\$ 500,00 (para associados e parceiros), R\$ 550,00 (para outras ACIs) e R\$ 600,00 (para não-associados). Estes valores incluem ida e volta em ônibus leito, traslado para a feira e hospedagem no hotel Excelsior Ipiranga.

Mais informações e inscrições pelo telefone (48) 3224-3627 ou pelo e-mail educacao@acif.org.br.

PROGRAMAÇÃO

▶ 9/9 (domingo)

19h - Saída de Florianópolis (Trapiche Beira-Mar)

▶ 10/9 (segunda-feira)

5h - Chegada prevista em São Paulo (Hotel Excelsior Ipiranga)

11h - Visita Técnica a Catupiry

13h - Feira Equipotel

20h - Retorno da Equipotel para o Hotel

21h - Happy Hour no Bar da Brahma

▶ 11/9 (terça-feira)

13h - Feira Equipotel

20h - Retorno da Equipotel para o Hotel

21h - Happy Hour no Bar da Brahma

▶ 12/9 (quarta-feira) - Retorno para Florianópolis

13h - Feira Equipotel

12h - Check out

13h - Feira Equipotel

20h - Retorno da Equipotel e volta para Florianópolis

20h30min - Jantar na Churrascaria Caminho do Sul

▶ 13/9 (quinta-feira)

6h - Chegada prevista em Florianópolis (Trapiche Beira-Mar)

TRADICIONAL ACIFEIJÃO

A expectativa é grande para a quarta edição do ACIFEIJÃO, tradicional feijoada promovida pela ACIF. Cerca de três mil pessoas são esperadas para a festa, que acontece dia 1º de setembro, a partir das 11h, no P12, em Jurerê Internacional. Serão oito horas de festa com muita diversão e atrações com estilos musicais para todos os gostos – axé, pagode, samba, sertanejo e eletrônico.

No cardápio, feijoada completa e open bar com cerveja, água, refrigerante, vodka e a famosa caipirinha. Também haverá sorteio de brindes e áreas especiais: o Espaço Kids, com recreação para crianças; o Espaço Saúde, com massoterapia, avaliações e dicas de saúde; o Espaço Mulher, com cabeleireiro e maquiagem; e espaço com karaokê. “A aceitação e participação são enormes, tanto que, do primeiro até este quarto ACIFEIJÃO, praticamente quadruplicamos o tamanho do evento”, diz Sanderlúcio DeMira, diretor de Eventos da entidade.

Quem quiser participar do 4º ACIFEIJÃO, pode comprar a camiseta-ingresso na matriz da ACIF, em todas as regionais da Associação ou pelo site www.blueticket.com.br. Até o dia 24 de agosto, associados pagam R\$ 110,00 e não-associados R\$ 200,00. Depois, os valores passam para R\$ 130,00 e R\$ 220,00, respectivamente. Nas compras acima de duas camisetas-ingresso há descontos progressivos. “Esses pacotes promocionais são uma boa para as empresas que querem oferecer um ‘bônus’ aos colaboradores e integrar a equipe. Dependendo da quantidade comprada, o valor cai pela metade”, destaca o diretor.



REDUÇÃO DO RISCO DE INADIMPLÊNCIA

ACIF oferece aos associados o Siscovem, um grande banco de dados de dívidas vencidas e não pagas

Segundo pesquisa da Fecomércio/SC, em junho deste ano, 20,2% das famílias catarinenses estavam inadimplentes com as contas, e 34,9% delas disseram que não iriam conseguir pagar totalmente as dívidas naquele mês. Além disso, 7% das famílias afirmaram que não terão condições de quitar débitos futuros.

Para evitar que empresas sejam prejudicadas ao fechar negócios ou oferecer crédito a quem não consegue estar em dia com os compromissos financeiros, o Siscovem (Convem Devedores) tem sido uma importante ferramenta. Criado pelo Serasa e oferecido pela ACIF aos associados, por meio de parceria com a Facisc, o Siscovem é um grande banco de dados de dívidas vencidas e não pagas, alimentado diariamente por milhares de empresas de vários segmentos da economia. Dessa forma, centraliza informações de pendências financeiras de todo o mercado, auxiliando os empresários a mensurarem o risco do negócio. Além disso, é mais um instrumento que ajuda na recuperação do crédito.

“Apesar de não ter a função de cobrança, com o registro da dívida na base do Serasa o devedor tem maior dificuldade na obtenção de novos créditos. O resultado é um estímulo para que pague sua dívida”, explica Silvana Hoffner, responsável pela solução Serasa na Facisc.

Para Maria das Dores de Souza Ricardo, da empresa Digital Tecnologia da Informação, os diferenciais dessa ferramenta são o menor custo e a maior rapidez em relação a outras formas de cobrança. “O processo se torna mais rápido porque nós mesmos podemos incluir o nome do devedor no sistema. Além disso, há maior facilidade de negociação da dívida, porque podemos tratar diretamente com o cliente, muitas vezes até antes do nome dele ser negativado”, diz. A empresária utiliza o Siscovem desde o final de 2011. Empresas de qualquer porte podem contar com a ferramenta.

COMO FUNCIONA

O acesso ao serviço é ágil e fácil de operar. As inclusões e exclusões de pendências financeiras podem ser feitas pela internet, diretamente pelos associados das entidades. Depois disso, a Serasa Experian envia uma carta-comunicado para o endereço do cliente informando sobre a existência de uma dívida não paga, o valor do débito, a data em que o contrato foi firmado com a loja ou o estabelecimento (credor) e os dados para contato com essa instituição, além de alertar o cliente sobre a necessidade de entrar em contato com o credor no prazo de 10 dias, a partir do recebimento da correspondência, para negociar a pendência.



Para Maria das Dores, os diferenciais do Siscovem são o menor custo e a maior rapidez em relação a outras formas de cobrança

BENEFÍCIOS

Redução do risco de inadimplência. As empresas que concedem crédito ou vendem a prazo, ao consultarem as informações sobre dívidas vencidas e não pagas fornecidas pelas demais empresas participantes, podem mensurar, de forma mais adequada, o risco inerente a cada concessão de crédito ou realização de negócio e, caso julguem conveniente, evitar o endividamento maior do comprador ou do tomador. Além disso, há aumento da competitividade, pois as empresas podem oferecer modalidades mais flexíveis de pagamento; e da agilidade, já que se contactam devedores com mais facilidade; além da redução de custos com recuperação de crédito.



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

KNOW HOW EM TI



Megatek especializa-se no atendimento ao setor público, associações e federações

Com sólido know how em Tecnologia da Informação, principalmente, voltado à internet, a Megatek especializou-se no atendimento às demandas do setor público, associações e federações, sendo responsável pelo gerenciamento do parque de máquinas, servidores e sistemas. Agora, quer ampliar a rede de contatos, estendendo os serviços também para a iniciativa privada.

Dentre as soluções que a empresa possui para a área empresarial, estão ferramentas que garantem a estabilidade do sistema, emails corporativos com alto grau de detecção de spam e pragas da internet, gerenciamento de servidores e sistemas de alta disponibilidade. Seus profissionais são graduados e certificados em diversos órgãos regulamentadores.

“Queremos crescer mantendo a qualidade dos serviços

que prestamos. Nossa motivação é aprimorar o setor de TI de nossos clientes, agregando recursos de gerenciamento e técnicas comprovadas existentes no mercado, sempre levando em conta o custo e a facilidade de uso”, diz o proprietário Leandro Noskoski.

MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Megatek**
 - ▶ **Contato:** (48) 3365-9767
 - ▶ **Na internet:** www.megatek.net.br
megatek@megatek.net.br
- Associados à ACIF têm descontos especiais

ALIANÇA ENTRE RAZÃO E EMOÇÃO

É assim que a Mercado define a essência e o jeito de trabalhar, com planejamento e criatividade



MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Mercado Propaganda e Marketing**
- ▶ **Contato:** (48) 3365-7707
- ▶ **Na internet:** www.mercado.ppg.br

Razão e emoção como ‘alma’ do negócio. É assim que a Mercado Propaganda e Marketing define sua essência e jeito de trabalhar, com muito planejamento e criatividade. “O diferencial da agência é, justamente, a aliança entre razão e emoção. Criamos relações contagiantes e duradouras entre as marcas e as pessoas, chegando onde nenhuma pesquisa é capaz: no coração do consumidor”, diz Ricardo Barbosa Lima, diretor executivo da Mercado.

Com 22 anos de atuação, a Mercado Propaganda é, hoje, uma das poucas agências de publicidade de Santa Catarina a realmente oferecer soluções completas, desde captação de informações até a divulgação das peças nas mídias. “Com um modelo de gestão criativa, onde diretor e supervisor de criação mantêm o suporte à equipe e, acima de tudo, a interatividade junto ao cliente”, explica o diretor. Sendo parte da Publicis, rede internacional de agências em 75 países e em 30 cidades do Brasil, a Mercado conta com apoio, informações e tendências do setor.

Entre os clientes da agência estão: Água Mineral Imperatriz, CBN Diário, Fiesc, General Motors, Sesc, Senai, Clear Educação e Inovação, Aliança Francesa, Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Sustentável de SC, Secretaria de Agricultura do Estado de SC, TDS, Armada Yachts, OCESC/SESCOOP/SC, Stafe e Educandário Santa Catarina, voluntariamente.

CONFORTO DURANTE AS FÉRIAS E TRABALHO

Rede Mar de Canasvieiras pretende ampliar os negócios

Canasvieiras, no Norte da Ilha, é uma das praias de Florianópolis que mais recebe visitantes, principalmente no Verão, temporada forte de turismo no local. Para atender a grande demanda de hóspedes, a Rede Mar de Canasvieiras – Hotelaria conta com três hotéis na região: o Mar de Canasvieiras Hotel & Eventos, o Luisa Palace e o Al Mare Palace, totalizando 298 apartamentos. Todos os hotéis têm como foco o conforto com tarifas competitivas.

“Recebemos hóspedes de todo Brasil e países do Cone Sul e temos movimento durante todo o ano, principalmente, com hóspedes ‘de negócios’. Por isso, oferecemos piscina com vista para o mar, sala de jogos, business center e quatro salas para eventos com capacidade para até 500 pessoas”, destaca Evandro Boabaid, um dos sócios- proprietários do negócio familiar, que também tem no comando Fernando Boabaid, Marcelo Boabaid e Murillo Boabaid.

A ampliação dos negócios não deve demorar. Este ano, a Rede Mar deve iniciar a construção de um novo empreendimento, também em Canasvieiras. O novo projeto vai contar com um



MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Rede Mar de Canasvieiras – Hotelaria**
- ▶ **Contato:** (48) 3266-1949
ou reservas@rmar.com.br
- ▶ **Na internet:** www.redemardecanasvieiras.com.br

novo hotel combinado com um centro comercial com 30 salas, academia, agência de turismo, lojas de conveniência, farmácia, entre outras opções.

BRASILEIROS VIAJAM CADA VEZ MAIS

Vivato Turismo oferece tudo o que o cliente precisa para uma viagem segura e confortável

Em 2012, pela primeira vez, o número de turistas viajando pelo mundo vai chegar à marca de um bilhão, segundo a Organização Mundial do Turismo - o setor responde por 5% do PIB mundial. Já no Brasil, o turismo doméstico representa 85% do mercado, ou seja, um em cada 10 turistas brasileiros viaja para o exterior. A economia turística brasileira representa 3,6% do PIB.

Os números mostram dois grandes mercados a serem explorados. E esse é justamente o trabalho da Vivato Turismo, a primeira agência de viagens instalada na região Sul de Florianópolis. São três segmentos: agência emissiva, para venda de passagens aéreas nacionais e internacionais, cruzeiros, reservas em hotéis e locações de carros; agência receptiva, com venda de serviços personalizados em Florianópolis; e agência clube de viagens para venda de planos e pacotes de viagens, com representação da Coobrastur, em Santa Catarina.

“Este ano, estamos lançando uma loja virtual de serviços personalizados em Florianópolis, para quem quiser conhecer mais da Ilha da Magia. Teremos muitos passeios, como city tour cultural, city tour gastronômico, trilhas, entre outros”, destaca a proprietária Silvia Simioni.

MAIS INFORMAÇÕES

- ▶ **Vivato Turismo**
- ▶ **Contato:** (48) 3338-0905
- ▶ **Na internet:** www.vivatoturismo.com.br



O BRASIL SUPLICA POR MUDANÇAS

Ruhan Gustavo Gonçalves

Diretor de Assuntos Tributários

No exercício financeiro de 2011, o Impostômetro do Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário e das associações comerciais e industriais do Brasil registrou a marca histórica de R\$ 1,5 trilhão recolhidos em tributos aos entes municipais, estaduais e a União Federal. Até 23 de julho de 2012, o citado medidor já atingiu o patamar de R\$ 854 bilhões percebidos em obrigações tributárias.

Evidentemente que um dos fatores que contribuíram para o aumento da arrecadação tributária nos últimos anos e, por consequência, para a diminuição da sonegação fiscal, foi o aperfeiçoamento nos modelos de recolhimento de tributos. A informatização é forte aliada da Fazenda Pública nesse processo de aprimoramento.

Cabe esclarecer que não se contesta a nítida melhora nesse setor, muito pelo contrário, entende-se que o interesse público e a participação da sociedade, resguardada a capacidade contributiva de cada um, devem preponderar. Ademais, a máquina pública precisa ser abastecida para continuar operante. O que se refuta, na verdade, é a ausência de contraprestação estatal condizente com os valores vultosos angariados e o modelo defasado da política tributária brasileira.

Ora, diante do precário serviço público oferecido pelo País, não é razoável que o contribuinte trabalhe aproximadamente cinco meses de um ano apenas para adimplir seu compromisso tributário. É inconcebível que, além da alta carga tributária devida, a população brasileira ainda tenha que se preocupar com plano de saúde particular, escola privada, seguro de automóveis, dentre outras, por ineficiência das atividades de responsabilidade dos entes públicos.

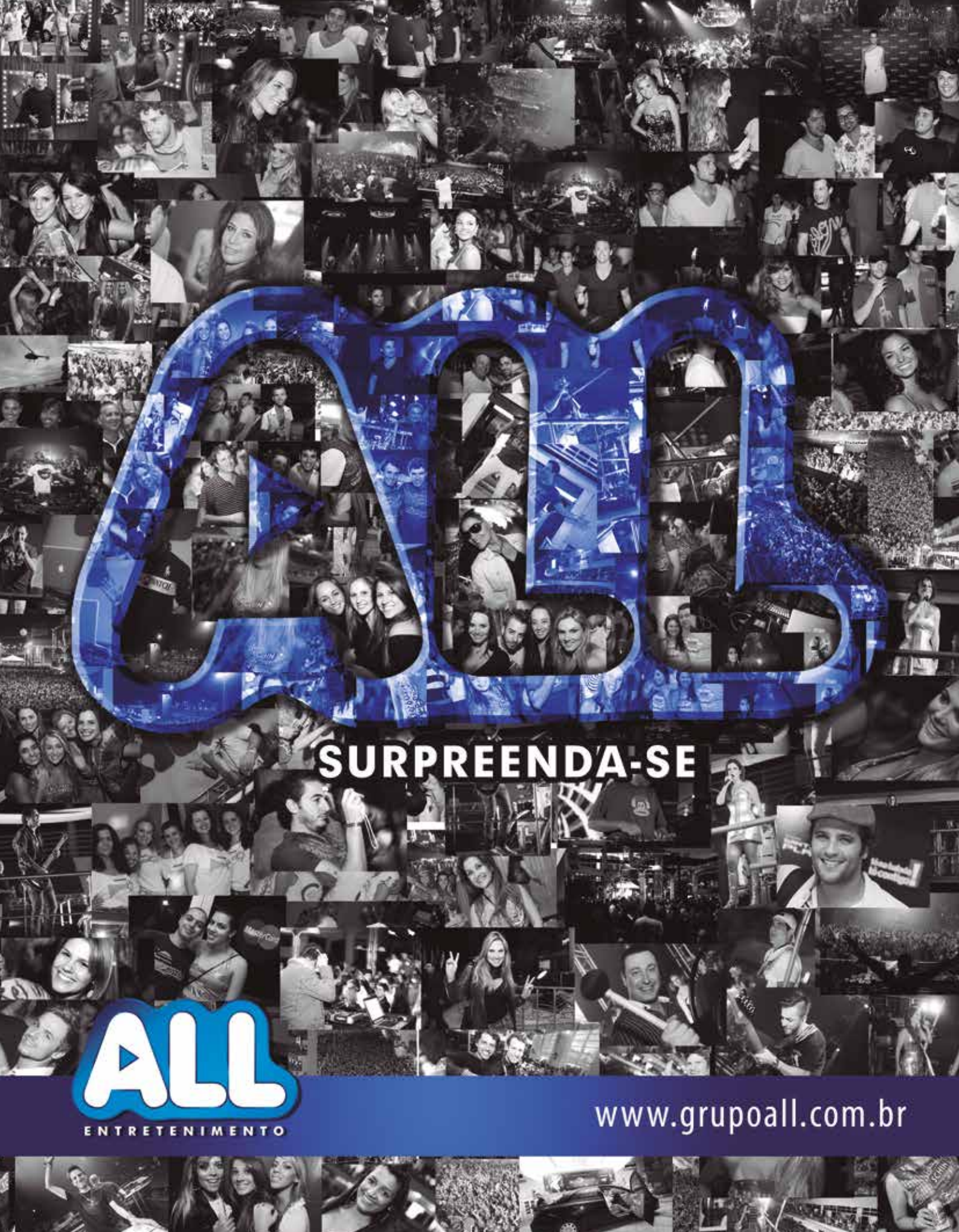
Além disso, outro fator que reflete de modo negativo neste cenário atual é o ultrapassado sistema tributário brasileiro. A realidade contemporânea nos apresenta um aparelho complexo e que onera demasiadamente os contribuintes e as empresas, fato notório que desaquece a economia do País, por impedir que o empresário propicie maiores investimentos em seu negócio, o que freia indiretamente o consumo e, por decorrência lógica, a geração de novas oportunidades de emprego.

Portanto, não é admissível que um País, com 200 duzentos milhões de habitantes, de faixa territorial invejável, com capacidade tecnológica e industrial em constante ebulição e com o mercado imobiliário aquecido, seja segurado pela barreira imposta pela desatualizada política tributária. Não é de hoje que o País suplica por um avanço nessa área. Enfim, é tema que merece tratamento prioritário pelo governo federal.



“A realidade nos apresenta um aparelho complexo e que onera demasiadamente os contribuintes e as empresas, fato notório que desaquece a economia do País”

“O que refuta, na verdade, é a ausência de contraprestação estatal condizente com os valores vultosos angariados e o modelo defasado da política tributária brasileira”



ALL

SURPREENDA-SE

ALL
ENTRETENIMENTO

www.grupoall.com.br



Cuide do esgoto. Senão, tem volta.

A Casan está melhorando a rede de esgoto.
Mas pra tudo dar certo é importante que você faça a sua parte.
Não jogue óleo na pia da cozinha. Mantenha a caixa de gordura limpa.
Não jogue camisinha, fralda e outros detritos no vaso sanitário.
Assim, você preserva a rede de esgoto, a sua saúde e o meio ambiente.



Saiba mais em www.casan.com.br