

O EMPRESÁRIO

Revista da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha

Ano 23 | Nº 132 | Outubro/Novembro/Dezembro 2021 | R\$ 4,50

QUEM TEM BOCA VAI A ROMA!

Comunicar-se bem é essencial no mundo dos negócios e a valência de falar bem em público, em especial, é um diferencial recorrente nos profissionais de sucesso

The logo for ACI (Associação Comercial, Industrial e de Serviços) features a stylized blue 'A' with a dot above it, followed by the letters 'CI' in a bold, sans-serif font.

ACI comemora 101 anos com diplomação de nova diretoria e talk show

Construção de marca requer tempo

Uma justa homenagem a Marco Aurélio Kirsch



PIX

LIVRE DE TARIFAS

PARA **VOCÊ** E O SEU **NEGÓCIO**

Mais liberdade, segurança e rapidez para pagar e receber.

- Receba pela sua chave-Pix, QR Code e Pix Copia e Cola **sem a cobrança de taxas extras.**
- O dinheiro cai na conta **em poucos segundos.**
- Disponível **24 horas por dia**, 7 dias por semana.
- Mais **segurança e agilidade** nas transações.



É gratuito, seguro, rápido e confiável.

É mais do que pagar e receber, **É PIX.**



Marcelo Lauxen Kehl

Presidente

FOI UM IMENSO PRAZER E UMA HONRA ESTAR À FRENTE DA ACI DURANTE QUATRO ANOS

Com o final de 2021, as mudanças acontecem na nossa ACI. E estamos mais do que acostumados com isto, pois há 101 anos fazemos estas transições regularmente, sabendo que a renovação é necessária para continuarmos em frente cada vez mais fortes.

Diogo Leuck será nosso 29º presidente e, com ele, chegam um Conselho Fiscal renovado e 12 vice-presidentes, alguns inéditos e outros tantos reconduzidos. Este novo time traz consigo experiência, vitalidade e novas ideias, e dá a nós, associados, a certeza de que a entidade estará em ótimas mãos.

Saio da presidência, após quatro anos, com duas sensações distintas: de dever cumprido e de frustração.

E a sensação de dever cumprido vem de múltiplos fatores. O mais importante, embora cronologicamente tenha sido o último, é o fato de Diogo Leuck ter aceito o convite para suceder-me, o que garante-nos um futuro próspero. Posso citar também a histórica vinda de cinco candidatos à Presidência da República à nossa sede e a sensacional vitória em ação que movemos pela exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da Cofins, o que permitiu aos nossos associados um fôlego financeiro poucas vezes conseguido e corrigiu uma

grande injustiça do nosso sistema tributário, algo muito comum, infelizmente. Além disto, o fato de continuarmos sólidos financeiramente, sem recebermos nenhum dinheiro público, é um motivo de muito orgulho. Ah, e a comemoração do nosso 101º aniversário, com a diplomação da nova direção e a vinda de Guilherme Benchimol e seu incrível caso da XP, foi algo memorável!

***“O FATO DE DIOGO LEUCK
TER ACEITO O
CONVITE PARA
SUCEDER-ME
GARANTE À ACI
UM FUTURO PRÓSPERO!”***

Já a frustração vem de tudo que planejamos fazer e não foi possível, devido às nossas dificuldades e aos fatores externos, e neste quesito a pandemia da Covid foi, literalmente, uma catástrofe. A comemoração de nosso centenário, em 2020, seria grandiosa, mas, pela necessidade de distanciamento social, tivemos que fazer algo menor, embora emocionante. E carrego também a tristeza pelo falecimento de nossos ex-presidentes Olívio Jacobus e Ricardo Petry e de nosso diretor e meu grande amigo Marco Aurélio Kirsch.

Nesta edição, vocês encontram muito mais a respeito do que escrevi aqui e tudo sobre nossos eventos, além de matérias que irão ajudá-los a administrar melhor os seus negócios.

Foi um imenso prazer e uma honra estar à frente da ACI nestes quatro anos e agradeço por terem estado comigo neste período. Um grande abraço a todos!

EDITORIAL Marcelo Lauxen Kehl - Foi um imenso prazer e uma honra estar à frente da ACI durante quatro anos	3
MARCAS Construção leva tempo, mas agora é um bom momento para começar	5
MATÉRIA DE CAPA Comunicar-se bem é essencial no mundo dos negócios e a valência de falar bem em público, em especial, é um diferencial recorrente nos profissionais de sucesso	6
COMPORTEAMENTO Controle de emoções ajuda a ter sucesso em conversas difíceis	9
OPINIÃO Cláudia Bressler - Código de Ética na gestão de contratos e nas relações de trabalho	10
ESPECIAL ACI comemora 101 anos em evento com quase 400 participantes	12
ESPECIAL Conheça os integrantes da diretoria da ACI para biênio 2022/2023	14
ESPECIAL Presidente diplomado Diogo Leuck anuncia olhar inovador para Vale do Sinos	15
NOTÍCIAS ACI e Câmara Texana de Comércio promovem Missão Empresarial Texas 2022	16
COMITÊS Grupo de empresários quer retomar projeto de turismo integrado em Campo Bom	17
WEBINARES Atividade exportadora torna empresa mais competitiva	18
WEBINARES ESG cria valor ao negócio a longo prazo	19
RESPONSABILIDADE SOCIAL Fundação Semear completa 25 anos de atividades	20
INOVAÇÃO Caimi & Liaison amplia oferta de produtos mais sustentáveis	21
INOVAÇÃO Solução inédita desenvolvida por Spheric e FlokiSys oferece benefícios à área de produção das empresas	22
INOVAÇÃO Arteca desenvolve termoplásticos extrudados com fibras naturais para calçados e automóveis	23
EDUCAÇÃO NO PÓS-PANDEMIA Todos podemos - e devemos - ajudar a recuperar o tempo perdido	24
EDUCAÇÃO Estado do RS e município de Estância Velha investem para qualificar ensino	25
ENSINO PROFISSIONAL Josiane Alessandra de Borba - É preciso entregar profissionais altamente capacitados ao novo mercado de trabalho	26
AMBIENTES Arquiteta e urbanista Gladis Killing dá dicas de organização e cuidados para trabalho em home office	27
RECURSOS HUMANOS Entrevistas on-line com candidatos consolidam-se nas empresas	28
FEIRAS Indústria e varejo de calçados reencontram-se na Zero Grau 2021 e na Couromoda 2022	30
MAPA DA MINA Eficiência cirúrgica - Especializada no desenvolvimento e produção de equipamentos para operações por videolaparoscopia, a Bhio Supply aposta na inventividade e na qualidade	31
GESTÃO PÚBLICA Ivoti quer ser referência em gestão e qualidade de vida	34
GESTÃO PÚBLICA Campo Bom obtém resultados positivos com planejamento estratégico	35
HOMENAGEM Obrigado, Marco Aurélio Kirsch	36
CAPACITAÇÃO Cursos em janeiro, fevereiro e março	38
INSTITUIÇÕES DE ENSINO Cursos, mestrados, doutorados e serviços com descontos para sócios	39
SÓCIOS Conheça os novos integrantes do quadro social da ACI	40
ASSOCIADOS Empresas recebem homenagem	41
PARCERIAS Empresas apoiadoras de projetos da ACI e anunciantes nesta edição	42



Publicação da Associação
Comercial, Industrial e de
Serviços de Novo Hamburgo,
Campo Bom e Estância Velha
(ACI-NH/CB/EV)

NOVO HAMBURGO: Rua Joaquim Pedro Soares, 540
Centro - CEP 93510-320 - RS

Fone: (51) 2108.2108
acinh@acinh.com.br - www.acinh.com.br

CAMPO BOM: Av. Carlos Strassburger Filho, 5796
Complexo Empresarial HUB 5796

Industrial Norte - CEP 93700-000
Fone: (51) 2108.2108

campobom@acinh.com.br

ESTÂNCIA VELHA: Av. Presidente Lucena, 4266 - sala 2
Bairro das Rosas, no Centro Empresarial do Vale - RS

Fone: (51) 2108.2108

estanciavelha@acinh.com.br

PRESIDENTE: Marcelo Lauxen Kehl

VICE-PRESIDENTES: Adriano Kalfelz Martins (Jurídico),
André Luís Momberger (Economia),

Daniel Antonio de Campos (Serviços), Dênis Furlan
(Comércio), Diogo Leuck (Governança e Qualidade),

Frederico Fleck Wirth (Indústria), Gladis Ester Killing
(Infraestrutura), Leandro Kolling (Regional Estância Velha),

Mayara Roldo (Jovens Empreendedores), Robinson Oscar
Klein (Inovação e Tecnologia) e Rogério Schmökel

(Regional Campo Bom)

DIRETOR: Marco Aurélio Kirsch (In Memoriam)

ASSESSORA-EXECUTIVA: Elen Marques Nunes

GERENTE ADMINISTRATIVA-FINANCEIRA:

Karollin Ferrareze

GERENTE COMERCIAL: Maria Lúcia Chaves de Almeida

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO: GBM Comunicação

FUNDAÇÕES

Fundação Semear

www.fundacaosemear.org.br

semear@fundacaosemear.org.br

PRESIDENTE: Edgar Luiz Fedrizzi F^o

GESTORA SOCIAL: Helena Ilegli Thomé

Fundamental

(Fundação Desenvolvimento Ambiental)

www.fundamental.org.br

fundamental@acinh.com.br

PRESIDENTE: Mário Alberto Marchini

GERENTE ADMINISTRATIVO-SUSTENTABILIDADE:

Bruna Kayser da Silva

JORNALISTA RESPONSÁVEL E EDIÇÃO:

Milton Grabin

imprensa@acinh.com.br

PROJETO GRÁFICO: Toth Design

DIAGRAMAÇÃO: Meta Comunicação

COMITÊ EDITORIAL: Milton Grabin, Mauro Moraes, Carla

Simone Gräf, Elen Marques Nunes, Fernanda Faleiro,

Karollin K. Ferrareze, Marco Aurélio Kirsch (In Memoriam),

Maria Lúcia Chaves de Almeida, Natashe Bolzan e

Ruschelly Kunrath

CONTATO COMERCIAL: (51) 2108.2108

TIRAGEM: 1,5 mil exemplares

IMPRESSÃO: Trimestral

É permitida a reprodução de matérias sem prévia autorização, desde que citada a fonte. As opiniões expressas nesta publicação não refletem, necessariamente, a opinião da ACI, sendo de inteira responsabilidade dos entrevistados e articulistas.



UTILIZE O QR CODE
E FAÇA O DOWNLOAD
DAS PUBLICAÇÕES
DA ACI PARA SEU
SMARTPHONE OU TABLET

Construção leva tempo, mas agora é um bom momento para começar

Construir uma marca forte é o sonho de todo empreendedor, mas quem pretende conseguir isso deve aproveitar o momento favorável para começar e esperar resultados a longo prazo. O estrategista de marcas Felipe Schmitt-Fleischer, palestrante do Prato Principal de setembro, que teve o patrocínio de Sicredi Pioneira e Laboratório Fleming e o apoio m aster de Universidade Feevale, afirma que as dez marcas mais valiosas em nível mundial atualmente foram criadas nos últimos 30 anos e apenas três das que integravam o ranking em 1990 continuam a fazer parte dele: Coca-Cola, McDonald's e Mercedes. As demais desapareceram da lista. "Ninguém sabe como estaremos em 2050, por isso   preciso começar imediatamente a construir marcas que ocupem posi es de destaque no futuro", diz.

Conhecido na região, Felipe enfatiza que marcas líderes são movidas pelo desejo de ser úteis e criar produtos, ferramentas e serviços que resolvam os problemas dos clientes. Mas mesmo as que continuam a investir perdem espaço porque surgem outras mais capazes de fazer isso.

Na indústria automobilística mundial, há muitos exemplos. A Ford tinha o automóvel mais barato, mas perdeu mercado para a GM. Esta, mesmo oferecendo veículos com mais op es, foi superada pela Tesla, que possui os carros mais inteligentes atualmente. "  preciso sempre entender e atender às necessidades dos clientes e investir em diferencia o. Numa sociedade com excesso de similares, o poder está nas mãos de empresas que possuem marcas fortes e que se diferenciam das demais. Tudo o que   igual tende a ser esquecido e virar paisagem", alerta.

Para Felipe, marcas não são criadas para ter f s ou serem amadas. São criadas e construídas para vender mais e melhor e gerar melhores resultados às empresas.



Felipe Schmitt-Fleischer afirma que o poder está nas mãos de empresas que possuem marcas fortes e que se diferenciam das demais

ETAPAS DA CONSTRU O

O caminho de constru o de uma marca inicia-se com o diagnóstico, que significa pesquisar o mercado e entender as necessidades das pessoas. Depois, vem a estratégia, que   sin nimo de segmentar, definir o mercado-alvo e posicionar a marca. A etapa seguinte   a execu o: do produto, do preço, da distribui o e da promo o. "Construir marca não   contratar influenciadores para falar bem dela", argumenta o palestrante, que d  dicas para construir uma marca forte:

1. Faça escolhas e renúncias

Pesquise o mercado e ouça o consumidor. Depois, abra mão de conceitos próprios para atender ao que ele efetivamente precisa.

2. Posicione-se de modo simples e realista

Defina claramente o que quer ser na mente do consumidor e invista. Não queira agradar a todo o mundo e diferencie-se dos demais players para ser escolhido por ele.

3. Aplique códigos largos

Não adianta as pessoas verem a marca e não entenderem o que ela   e faz. Reforce constantemente o investimento para diferenciar-se e ser reconhecido por isso.

4. Invista a curto e longo prazo simultaneamente

Invista agora para obter resultados a longo prazo. Construa uma posi o para estar no grid mental do consumidor e ter a chance de ser escolhido por ele no futuro.

5. Combine quantos canais puder

  a maneira mais inteligente de ser escolhido, resolver os problemas do cliente e obter retorno incremental.

6. Todo detalhe importa

Da recep o da empresa às a es nas m dias sociais, tudo ajuda o cliente a confirmar o que pensa da marca ou a desistir dela.

7. Comece agora

O sonho de se tornar uma marca valiosa e que resolva os problemas dos clientes fica difícil se não houver a decisão de começar. Agora   um bom momento!

Acesse e compartilhe



DESDE 1991

TRANSFORMANDO SEU FUTURO

VIAGENS | CÂMBIO | INVESTIMENTOS

51 3303.3422



Quem tem boca vai a Roma!

Comunicar-se bem é essencial no mundo dos negócios e a valência de falar bem em público, em especial, é um diferencial recorrente nos profissionais de sucesso



Falar em público, seja para um pequeno grupo ou para uma grande plateia, causa arrepios em muitas pessoas. Tanto que, até hoje, uma pesquisa de 2015, feita pelo jornal britânico Sunday Times, é lembrada quando esse assunto vem à tona. Nela, a maioria dos entrevistados garantia ter mais medo de falar em público do que da morte. Exageros à parte, esse estudo dá uma noção do quão difícil pode ser para alguns expressarem-se diante de outras pessoas. Porém, essa é uma valência essencial no mundo dos negócios. Afinal, como diz o famoso ditado: quem tem boca vai a Roma! Resumindo, saber se comunicar pode nos levar aos mais diversos lugares e às mais diversas situações.

Por tudo isso, compilamos importantes dicas para quem deseja ter uma melhor performance neste quesito. Em artigo para a Harvard Business Review, o professor de Psicologia e Marketing do Centennial Annabel Irion Worsham na University of Texas, Art Markman, afirma que uma das premissas básicas para falar bem em público é praticar, praticar, praticar. Além disso,



complementa, é vital conhecer e dominar o tema que será tratado.

No livro “Um. . . : Slips, Stumbles, and Verbal Blunders, and What They Mean”, o autor Michael Erard escreve que erros de fala – gaguejar, esquecer e errar os sons – ocorrem, em média, uma vez a cada dez palavras. “Se as pessoas falam em média 15 mil

palavras por dia, são 1500 erros verbais diários”, escreveu. Como este é um traço comum, o público entende que erros acontecem. Errou? Siga em frente. As pessoas querem saber como você reage para saber como devem reagir também.

Confira a seguir os dez mandamentos para uma boa apresentação.

10

mandamentos de uma boa apresentação

1

Dominarás o conteúdo a ser abordado

Só se pode falar com fluência sobre um assunto ou tema quando se domina o mesmo. Por isso, você deve se preparar e tentar entender e absorver o máximo de informações sobre o tema a ser tratado. Leia sobre ele, converse com outras pessoas e busque dados e números, quando possível, que possam embasar seu pronunciamento.

2

Conhecerás seu público

Tão importante quanto dominar o assunto em pauta é conhecer o perfil do público para o qual irá se apresentar. Esse conhecimento ajuda a escolher entre uma linguagem formal ou informal, quais tópicos precisam ser explicados mais detalhadamente e quais assuntos de interesse você pode usar para conquistar a atenção da sua audiência. Também dará uma ideia sobre quais ferramentas você pode utilizar e o traje mais adequado para a ocasião.

3

Traçarás e seguirás um roteiro

É essencial ter um roteiro previamente definido, com começo, meio e fim, que irá balizar toda a apresentação. Ter esse recurso pronto gera tranquilidade e confiança ao orador. Porém, um alerta, não se pode ficar refém do roteiro e implementá-lo de modo mecânico e artificial. Ele serve para ser o guia da apresentação. Nela, são aconselhados alguns improvisos, para dar um tom dinâmico e natural à fala.

4

Ensaiarás, ensaiarás, ensaiarás

Um dos segredos do sucesso é a repetição. Falar em público não é uma atividade corriqueira para a maioria das pessoas e, portanto, precisa de treinamento para que os pontos fortes sejam reforçados e os fracos, corrigidos. Comece com alguém da sua família ou um pequeno grupo de amigos. Vale também gravar um vídeo para observar a si mesmo. O que importa é treinar o máximo possível antes da apresentação.

5 Usará ferramentas de suporte

Por mais tentador que seja, evite levar “colas”, como papéis, para sua apresentação. Elas podem dar a impressão de que você está despreparado. Em vez disso, utilize slides, sons e outros recursos comuns para lembrá-lo dos assuntos que precisa comentar. Nos slides, por exemplo, é útil inserir imagens, palavras ou expressões que estejam no seu roteiro, pois elas provavelmente vão recordar o tema se der “branco” ou você se perder. Só tenha o cuidado de não encher os slides de texto e ficar apenas lendo.

6 Cuidará da aparência

Parte da autoconfiança para falar em público vem da sua imagem pessoal e profissional. Por isso, é importante cuidar da aparência, escolher uma roupa que deixe confortável e que represente sua personalidade no momento de falar para um grupo. Lembre-se de se olhar no espelho com atenção antes de qualquer apresentação.

7 Serás flexível

Estar preparado para imprevistos tem muito a ver com a capacidade de improvisar e a flexibilidade. Pessoas flexíveis conseguem tirar proveito até de situações que parecem ruins, porque sabem que sempre há diferentes modos de enxergar o que acontece. Se o microfone não funcionar, por exemplo, a reunião pode ser adiada ou se tornar mais intimista. Depende da forma como encara o problema.

8 Agirá naturalmente

Quanto mais espontâneo você for, mais cativante será sua abordagem e maiores as chances de sucesso. A naturalidade favorece a construção de um vínculo de empatia com o seu público, que passa a se identificar com o que você está falando, compreender melhor a mensagem e até promover contribuições importantes no final do discurso.

9 Atentarás para a linguagem corporal

Não são apenas suas palavras que conversam com o público – seu corpo também fala. Por isso, procure evitar gestos bruscos, que possam ser compreendidos como hostis, ou os que expressem descaso, como colocar a mão no bolso, ou contrariedade, como manter os braços cruzados por muito tempo. Também não é recomendado ficar estático, pois isso transmite nervosismo e falta de confiança quanto ao que você fala. Outra dica é ter cuidado ao escolher o que vestir. Se for uma reunião formal de negócios, aparecer usando camiseta e tênis pode deixar uma impressão ruim. Mais uma vez, tudo depende da ocasião e do público para quem se fala. A linguagem corporal também é importantíssima na arte de falar bem em público. Quanto mais você alinhar seus gestos à sua fala, melhor as pessoas vão te compreender e se interessar pelo que você está dizendo.

10 Usará exemplos e frases de efeito

Citações de personalidades são bem-vindas durante uma apresentação, mas usar “chavões” pode desestimular o público. Importante escolher frases e pensamentos de pessoas que sejam mais facilmente identificadas pela plateia. Independentemente do tom do seu discurso, você não precisa imitar um apresentador de programa de auditório, pedindo para o público gritar ou repetir frases várias vezes. Seja autêntico e peça que a plateia participe quando isso for relevante. No mesmo sentido, exemplos práticos sempre têm boa aceitação do público. Novamente vale a regra de usar conteúdo apropriado ao meio em que se encontra.

Atenção especial à voz

A voz será seu principal instrumento para se comunicar com o público e ter sucesso na sua apresentação. Por isso, é importante que você encontre o tom e altura certa para valorizar sua voz e treine as ênfases na hora de falar as frases.

Confira algumas dicas:

- Treine leituras, grave e ouça sua voz
- Pronuncie as palavras compassadamente, sem redução ou troca de letras
- Faça pausas curtas entre as frases (especialmente se estiver em uma reunião on-line)
- Esteja atento à pontuação e ao tipo de assunto tratado
- Dê entonação ao que diz (sons graves ou agudos nos momentos certos)
- Não fale alto e nem baixo demais, adequar o volume de sua voz
- Momentos antes da apresentação, também é interessante calibrar sua voz, testar o microfone (se houver) e fazer alguns exercícios de aquecimento como ruídos de “Brrrrrrr”, “Rrrrrrrr” e “Mmmmmm”
- Cuide da pronúncia e do vocabulário
- Uma das maiores preocupações em falar bem em público é superar os vícios de pronúncia e adequar nosso vocabulário. Isso porque, no dia a dia, nós costumamos “engolir” algumas letras, usar gírias e simplificar palavras - mas esses hábitos podem pegar mal na apresentação

Estes são os erros de dicção que você deve evitar:

- Suprimir o “R” e o “S” no fim das palavras (Ex: “fazê” em vez de fazer, “vamo” em vez de vamos)
- Omitir a semivogal nos ditongos (Ex: “pexe” em vez de peixe)
- “Num” no lugar de não



Controle de emoções ajuda a ter sucesso em conversas difíceis



Resolver situações e problemas torna-se mais fácil quando há transparência e objetividade

Ter conversas difíceis (que também podem ser chamadas de cruciais ou de alto risco) faz parte do rol de atividades pessoais ou profissionais diárias, e saber agir adequadamente é essencial para resolver uma situação e evitar que ela fique pior do que era.

A Dra. Renata Roos, psicóloga e vice-diretora da Faculdade e Cursos Técnicos IENH, palestrante de um webinar promovido pela ACI em setembro, enfatiza que conversas de alto risco envolvem altos interesses, emoções afloradas e opiniões divergentes, e todos os envolvidos têm algo a ganhar ou perder, por isso alguns cuidados são importantes. “O primeiro passo é resolvermos o problema de acreditar que os outros são a fonte de tudo o que nos atormenta”, diz. O evento teve o patrocínio de Eccel Restaurantes Empresariais, Sicoob MaxiCrédito e Unimed Vale do Sinos.

Conforme Renata, a regulação emocional é essencial para que a conversa tenha o resultado esperado. Significa equilibrar emoção e pensamento (comportamento), prestar atenção na história (interpretação) e identificar distorções cognitivas (explicações inadequadas à situação), como

vitimização, supergeneralização, minimização do positivo e catastrofização.

Para ter um bom controle emocional, a especialista recomenda o seguinte passo a passo: 1 – Reconhecer emoções penosas e difíceis, 2 – Aceitá-las como parte de uma vida completa, 3 – Avaliá-las de forma não pejorativa, 4 – Evitar a catastrofização, 5 – Reconhecer que são temporárias e usá-las como guia para perseguir valores e virtudes que são importantes ao indivíduo e 6 – Desenvolver a capacidade de sentir tudo, ao invés de apenas buscar sentir-se bem. “A capacidade de sentir tudo está relacionada às zonas de maior aprendizado, realização e crescimento pessoal”, acrescenta.

SOFRIMENTO

Mestre e doutora em psicologia social e institucional, pós-graduada em gestão de equipes criativas e professora, a Dra. Renata diz que o que causa sofrimento emocional não são os fatos em si, e sim o modo como o indivíduo os interpreta, e essa interpretação é resultado dos pensamentos distorcidos gerados pelo seu esquema emocional. “Deve-se dirigir a emoção para o que a gente acha mais importante e para os objetivos que se tem”, explica.

O desejo de que os outros mudem, seja um amigo ou um liderado na empresa, é um sentimento comum. Mas, por mais que os outros precisem mudar ou desejamos que mudem, a única coisa que se pode continuamente inspirar, estimular ou moldar, na avaliação da palestrante, é ver a situação do outro de uma forma diferente.

Em situações difíceis, três tipos de comportamento costumam surgir nos envolvidos: necessidade de vencer (começa-se querendo resolver o problema, mas, assim que uma pessoa começa a questionar a nossa precisão ou correção, muda-se de objetivos num piscar de olhos), necessidade de punir (passa-se a desejar que ela seja prejudicada) e segurança pessoal (prefere-se ficar quieto a dialogar). “Nenhuma das três ajuda a criar um ambiente psicológico seguro para as pessoas poderem falar diante de uma situação. Por

isso, o ideal é ouvir com atenção, ver a situação de outra forma e procurar interpretar palavras e afirmações com naturalidade”, sugere.

Durante uma conversa, deve-se observar o que acontece com os nossos objetivos: se estamos começando a mudá-los para salvarmos a nossa pele, evitarmos constrangimento, vencermos, sermos corretos ou punirmos os outros.

LIDERANÇA

Conforme a palestrante, líderes em geral sabem o que desejam e acreditam no diálogo para resolver problemas e situações. Mas, muitas vezes, o que ocorre é o distanciamento do diálogo e é preciso adiar a solução. “Quando a situação estiver muito ativada emocionalmente, pode-se suspender temporariamente a reunião ou a conversa difícil e retomá-la em outro momento”, sugere a Dra. Renata. O diálogo consiste em fluxo livre de informações relevantes e o obstáculo número um desse fluxo é a falta de segurança. “Por isso, fique atento ao seu estilo quando estiver sob pressão e avalie se está buscando o silêncio ou a agressividade. Procure resolver a situação com a análise mais realista possível dos fatos”, indica.

GESTÃO DE ERRO

Para as empresas, a Dra. Renata indica usar a estratégia de avaliação de desempenho e gestão de erros para que as pessoas possam saber se estão no caminho certo e em que podem melhorar. Em vez de culpar o funcionário por um erro, ela recomenda analisar o processo e verificar o que o originou.

“Não é preciso, logicamente, concordar com tudo”, afirma a psicóloga da IENH, destacando que o líder deve assumir responsabilidades, tomar decisões mesmo com informações não consensuais e seguir em outra direção se necessário for diante dos objetivos da empresa. “Resolver situações e problemas torna-se mais fácil quando há transparência e objetividade por parte do líder, que também age sem ser duro e sem tratar as coisas de forma pessoal”, finaliza.

Código de Ética na gestão de contratos e nas relações de trabalho



Estabelecer relações justas entre pessoas e organizações é um dos preceitos da ética nas empresas

Cláudia Bressler

Advogada de empresas e entidades

A dinâmica empresarial envolve a tomada de decisões constantes em vários aspectos e relações contratuais distintas. Decisões econômico-financeiras, gestão de pessoas, aplicação de determinações legais, comunicação com o público consumidor, comunicação entre os sócios e interação com o mercado são alguns exemplos das múltiplas demandas do empresário.

Por sua vez, a ética permeia todas as relações existentes, uma vez que ela tem por fundamento estabelecer relações justas entre pessoas e

organizações, sendo que sua complexidade reside na compreensão sobre “o que é justo”. Nas organizações, tem crescido a preocupação de estabelecer a sua identidade ética, ou seja, definir quais são os valores e o propósito da empresa, bem como a forma de comunicar essa identidade para o público interno e externo, o que pode se dar por meio da elaboração de Código de Ética.

É importante destacar que a empresa deve perseguir o lucro, a sustentabilidade financeira, entretanto uma organização saudável deve ter como pressuposto fazer com que seus profissionais identifiquem na empresa outros valores, que são igualmente afirmados. A valorização do trabalho, a

preocupação com os eixos da sustentabilidade, a identificação com a comunidade e geração de desenvolvimento são finalidades que, quando confirmadas na experiência cotidiana, geram sentimento de cuidado recíproco, tanto pelo público interno, como pelo externo.

Esses postulados éticos não podem se resumir a documentos escritos ou publicações veiculadas na mídia. Devem ser vivenciados nas relações estabelecidas, tendo a alta direção como o exemplo concreto. Pessoas e empresas são o que fazem, de modo que a construção do Código de Ética da empresa deve ser fruto de ação conjunta, observando a cultura da organização e a força do exemplo.

Diversas relações podem ser

contempladas na construção do Código de Ética, oportunidade em que a empresa afirma como se deve proceder em situações específicas, tais como: normas relacionadas ao ambiente de trabalho e comunicação interna, relacionamento com clientes e fornecedores, uso de equipamentos da empresa ou de equipamentos eletrônicos pessoais, política de gratificações ou recebimento de presentes, contato com os meios de comunicação e relações com sindicatos, entre outros.

É oportuno salientar que o Código de Ética, quando vivenciado e compartilhado, favorece a tomada de decisões justas e até mesmo a defesa em eventuais ações trabalhistas, além de prevenir conflitos de interesses.

Elemento importante que já estava sendo observado, mas ganhou importância adicional a partir da experiência da pandemia, está no regramento que as empresas podem estabelecer aos seus profissionais quanto às manifestações em suas redes sociais privadas. Trata-se de aspecto delicado, no entanto, existe, sim, a possibilidade de

serem fixados limites, especialmente quando o profissional se identifica na rede social como vinculado a determinada empresa ou é conhecido na comunidade por sua atuação profissional na organização.

As mídias sociais integram todas as relações do sujeito, de modo que muitos precisarão de apoio e orientação direta sobre como devem tratar a empresa em suas publicações, o que pode e deve constar da política interna.

A presença dos colaboradores na internet e nas mídias sociais tem potencial para afetar diretamente a empresa, portanto, alguns cuidados são essenciais, tais como não compartilhar imagens (fotos e vídeos) da instituição, dos colaboradores e dos clientes em redes sociais públicas, ou qualquer forma de comunicação, que não seja a interface interna, sem a autorização formal das áreas de comunicação e marketing, por exemplo. É preciso observar, igualmente, que a LGPD, traz determinações com relação ao tratamento de dados pessoais, o que deve ser colocado em perspectiva por todas as empresas, mas com

especial cuidado, para aquelas que têm atuação voltada para a saúde, para a educação de crianças e adolescentes e para o manejo de informações sensíveis.

No que toca à gestão de contratos e às relações de trabalho, a empresa deve agir com transparência, afirmando o que espera dos seus profissionais e assegurando que a sua cultura seja vivenciada e compartilhada. Isso significa, por exemplo, ter normas claras sobre contratação de profissionais, parentesco e relacionamentos amorosos no ambiente de trabalho, critérios para a contratação de fornecedores e recebimento de presentes, pois esses pontos delicados podem dar margem a conflito de interesses.

A empresa ética, portanto, estabelece relações em que as trocas justas são materializadas pelo exemplo, valoriza a construção de relações saudáveis na hierarquia, constrói reputação interna e externa, atua positivamente na comunidade próxima e desenvolve estratégias para efetivamente interferir na sustentabilidade e responsabilidade social.

PÓS UNISINOS

Conheça nossos cursos de

**DOUTORADOS,
MESTRADOS, MBAs
& ESPECIALIZAÇÕES.**

Em meio a tantos
questionamentos, nós
temos uma certeza:

**O CONHECIMENTO
É O MELHOR CAMINHO
PARA OS DESAFIOS
DO AMANHÃ.**

Por isso, nossa pós-graduação é orientada para a formação de profissionais capazes de encontrar novas respostas e soluções inovadoras em suas áreas de atuação.

ACI comemorou 101 anos em even



Guilherme Benchimol, da XP Investimentos, foi entrevistado pelo jornalista Mauro Moraes

A comemoração dos 101 anos da ACI reuniu quase 400 pessoas no Salão Social da Sociedade Ginástica Novo Hamburgo, no dia 18 de outubro. Atuais dirigentes, ex-presidentes, integrantes de comitês, associados, autoridades, colaboradores, representantes de entidades empresariais, patrocinadores, apoiadores e imprensa acompanharam a diplomação da nova diretoria da entidade e suas fundações para o biênio 2022/2023 e o talk show com Guilherme Benchimol, fundador e presidente do Conselho de

Administração da XP Investimentos. Para acesso e permanência no salão social, todos os participantes tiveram que apresentar certificado de vacinação e fazer uso de máscara, entre outros cuidados.

Na abertura do evento denominado Um Novo Centenário Começou, o presidente Marcelo Lauxen Kehl agradeceu a Benchimol, às autoridades presentes, à equipe de colaboradores e aos voluntários que se dedicam à causa da entidade. Destacou as principais ações e conquistas ao longo de seus quatro

anos de mandato e lamentou as perdas ocorridas entre 2018 e 2021, como a morte dos ex-presidentes Olívio Jacobus e Ricardo Petry e do diretor Marco Aurélio Kirsch, cuja sala que ocupava receberá seu nome em cerimônia no dia 24 de novembro.

A prefeita de Novo Hamburgo, Fátima Daudt, também fez referência a Marco Aurélio Kirsch, que foi seu diretor nos dois mandatos na presidência da ACI, e parabenizou os ex-presidentes e os atuais dirigentes por fazerem com que a entidade seja cada vez mais



Presidente Marcelo Lauxen Kehl destacou ações e conquistas da entidade em seus dois mandatos



Diretor Marco Aurélio Kirsch, falecido em setembro, recebeu homenagens durante o evento



Prefeita Fátima Daudt destacou o trabalho dos ex-presidentes e atuais dirigentes da ACI

to marcante, no dia 18 de outubro



Acesse o QR Code acima e assista o evento na íntegra

Marcelo Lauxen Kehl e Diogo Leuck



Autoridades políticas prestigiaram evento em comemoração aos 101 anos da ACI



Cerca de 400 pessoas participaram do evento, no Salão Social da Sociedade Ginástica

forte e reconhecida.

O presidente eleito da ACI, Diogo Carlos Leuck, comandou a diplomação dos novos presidentes da Fundação Semear (Flávio Bueno Fischer) e da Fundamental, Mário Marchini, bem como os vice-presidentes e integrantes do Conselho Fiscal.

Em seu discurso, Leuck enfatizou que o legado de Marco Aurélio Kirsch será honrado e apresentou as principais diretrizes da gestão que se iniciará em janeiro. “Continuaremos a disseminar o conhecimento, que é a

melhor maneira de promover o desenvolvimento sustentável. Daremos ainda mais ênfase à inovação, seja na forma de webinars, cursos on-line, eventos híbridos e até o network à distância, ou com novos produtos e serviços realmente disruptivos. Para tanto, iremos reforçar antigas parcerias e buscaremos outras novas”, revelou. Conforme Leuck, a nova gestão trabalhará intensamente a inovação, além de incluir três novos pilares no foco de ações: transformação digital, sustentabilidade e internacionalização.

TALK SHOW

Outra atração do evento foi o talk show com Guilherme Benchimol, fundador e presidente do Conselho de Administração da XP Investimentos, que, durante cerca de uma hora, revelou as estratégias que fizeram a pequena corretora que fundou, com capital de apenas R\$ 10 mil, tornar-se uma empresa com 6 mil funcionários, 3,5 milhões de clientes e R\$ 850 bilhões de investimentos sob custódia.



Presidente diplomado Diogo Leuck anunciou principais diretrizes da gestão que se inicia em janeiro



Atração musical da reunião-almoço foi a dupla Mari Kerber & Ale Ravello



Todos os participantes foram orientados a apresentar certificado de vacinação para acesso ao evento

Integrantes do Conselho Deliberativo e do Conselho Fiscal - Gestão 2022/2023

Presidente ACI-NH/CB/EV

Diogo Carlos Leuck

Presidente Fundamental

Mário A. Marchini

Presidente Fundação Semear

J. Flávio Bueno Fischer

Vice-presidentes

Comércio

Dênis Furlan

Indústria

Frederico Fleck Wirth

Serviços

Daniel Antonio de Campos

Regional Campo Bom

Rogério Schmökel

Regional Estância Velha

Leandro Kolling

Economia

André Luís Momberger

Gestão Estratégica

Eduardo Cansi

Governança e Sustentabilidade

Maria Cristina Bohnenberger

Infraestrutura

Gladis Ester Killing

Inovação e Tecnologia

Robinson Oscar Klein

Jovens Empreendedores

Roberta Cassel Greenfield

Jurídico

Ítalo Bronzatti

Conselho Fiscal

Membros titulares

Janaína Riegel

João Viegas da Rocha Neto

Tanha Maria Lauer mann Schneider

Suplentes

Luís Adelar Paz

Sandro Debastiani

Simone da Silva Mattes



Novos integrantes do Conselho Deliberativo e do Conselho Fiscal também foram diplomados

Perfil do novo presidente da ACI



Diogo Leuck diz que ACI será referência de entidade e exemplo de transformação digital aos associados

O presidente diplomado da ACI, Diogo Carlos Leuck, tem 46 anos e é casado com Janaína e pai de Arthur e Ana Carolina. Natural de Novo Hamburgo, morador de Dois Irmãos e empresário em Estância Velha, ele assume o cargo de 29º presidente da entidade centenária a partir de janeiro, em substituição a Marcelo Lauxen Kehl, que exerce a presidência desde 2018.

O economista formado pela Unisinos (com duas especializações pela Fundação Dom Cabral) atua desde 2008 na ACI, onde iniciou como

integrante do Conselho da Regional Estância Velha e atualmente exerce a vice-presidência de Governança e Qualidade. Após ter sido referendado pelo Conselho de Ex-presidentes, em agosto, foi eleito em setembro, por unanimidade de votos, em Assembleia Geral Ordinária.

Além da ACI, Diogo tem vinculação direta com outras entidades empresariais, como a Associação Gaúcha de Empresas Florestais (Ageflor), a Fundação Paulo Leuck Schuck (Fundacouro), a Associação Sul Brasileira de Empresas Florestais (ASBR) e o Fundo Nacional de Controle de Pragas Florestais (Funcema).

Trajétória na entidade

2008/2009 - Integrante do Conselho da Regional EV

2010/2011 - Vice-presidente do Comitê da Regional EV

Jan/março 2012 - Vice-presidente do Comitê da Regional EV

2012/2019 - Integrante do Comitê da Regional EV

2020/2021 - Vice-presidente de Governança e Qualidade

'ACI terá olhar inovador para Vale do Sinos', diz Diogo Leuck



Diogo Leuck foi aplaudido pelos integrantes da gestão 2022/2023

Após ser diplomado no dia 18 de outubro, Diogo Leuck anunciou que a ACI terá um olhar inovador para o Vale do Sinos a partir de janeiro, quanto tomará posse. “A ACI continuará a disseminar o conhecimento, que é a melhor maneira de promover o desenvolvimento sustentável. Daremos ainda mais ênfase à inovação, seja na forma, como com os webinars, cursos on-line, eventos híbridos e até o network à distância, ou com novos produtos e serviços realmente disruptivos. Para tanto, iremos reforçar antigas parcerias e buscar outras novas”, acrescentou.

Leuck enfatiza que o que trouxe a entidade até este momento, que será mantido e incrementado, certamente não será suficiente para levá-la aos

próximos 101 anos. Por isso, a nova gestão trabalhará intensamente a inovação, além de incluir mais três pilares no foco de ações: transformação digital, sustentabilidade e internacionalização

“A pandemia já nos mostrou que quem se digitalizou ganhou espaço e mercados em detrimento dos que não inovaram nesse quesito. Portanto, é fundamental que a ACI seja referência como entidade e exemplo aos associados em transformação digital. E faremos isto através do engajamento e empoderamento das pessoas neste processo. Essa tarefa será coordenada, de forma transversal em todos comitês, pela vice-presidência de Inovação e Tecnologia, a cargo de Robinson Klein”, acrescentou.

Ajustes na estrutura diretiva

A sustentabilidade é requisito fundamental para que possam ser aproveitados os mercados que se abrem ou reabrem para os produtos brasileiros, principalmente na Europa e Estados Unidos, além do próprio mercado interno. São mercados que buscam diminuir a dependência dos Asiáticos, mas que exigem custos compatíveis, além do respeito ao social, ambiental e cultural. A vice-presidência que passa a se chamar Governança e Sustentabilidade terá a importante missão de disseminar as boas práticas de gestão através destes conceitos e será comandada por Maria Cristina Bohnenberger. E o Comitê de Regional de Recursos Humanos (CRERH) passa a integrar esta vice-presidência. Luis Arthur Mendes da Silva permanece na coordenação.

Comitê de Internacionalização

Internacionalizar a ACI também faz parte da estratégia em guiar os associados para o mercado global. A aliança com câmaras de comércio de outros países, a estruturação de missões empresariais e comerciais internacionais, a disseminação de conhecimentos e a conexão dos associados com empresas estrangeiras será prática constante da entidade. Esta missão caberá ao Comitê de Internacionalização, que inicia suas atividades dentro da vice-presidência da Indústria. Marcelo Sperb vai coordenar essa pasta.

Vice-presidência de Gestão Estratégica

Para dar foco e manter a coordenação de mais de 200 empresários voluntários, 21 colaboradores e 4 assessorias, a nova diretoria da ACI criou a Vice-presidência de Gestão Estratégica, que, também de forma transversal, atuando com todos vice-presidentes, irá garantir a implementação do plano estratégico da entidade. O vice-presidente responsável é Eduardo Cansi. “Para que este plano dê certo, precisamos do engajamento de todos. Alinhem os seus propósitos (o propósito de cada um de vocês) com o propósito da ACI, que é promover o desenvolvimento sustentável dos associados e da região”, finalizou Diogo Leuck.

Patrocinadores - Sicredi Pioneira, Valle Investimentos, Domínio Tributário, Sanca Assessoria Empresarial e Exatus Contabilidade

Apoiadores - Dimel Materiais de Embalagem – Soluções Únicas Como Os Seus Produtos, Unisinos, Certivale, Soul Renováveis, Killing Tintas e Adesivos, Bibi, Carpena Advogados, MultiArmazéns e Imobiliária Vila Rica

Missão Empresarial ao Texas 2022



Houston é uma das cidades que serão visitadas pelos integrantes da missão empresarial

Um grupo de empresas associadas à ACI iniciará 2022 com uma perspectiva de internacionalização. A entidade e a Câmara Texana de Comércio no Brasil promovem, entre os dias 20 e 30 de março, uma Missão Empresarial ao Texas, estado que pode ser uma porta de entrada para empresas gaúchas que pretendem exportar aos Estados Unidos ou mesmo instalar unidades fabris em solo americano.

O lançamento ocorreu em setembro, em reunião na sede da ACI, coordenada pelo vice-presidente de Governança e Qualidade, Diogo Leuck, e que contou com a presença do presidente da Câmara Texana, Max Paul, e empresários do Vale do Sinos que vão participar da iniciativa.

Exclusiva para associados da ACI, a missão tem como objetivo conhecer as potencialidades econômicas do Estado do Texas para a geração de

negócios às empresas participantes nas áreas de interesse, como gestão, inovação, cultura e idioma, logística, serviços, mobilidade urbana e segurança.

Os cerca de 20 participantes vão visitar as cidades de Houston, Austin e San Antonio, que concentram 80% da população economicamente ativa do Texas e integram a região denominada de Texasplex, uma das mais ricas dos Estados Unidos e conhecida pelo baixo custo e pela qualidade de vida.

TEXAS

- Maior estado continental dos Estados Unidos
- Possui 2,5 vezes a extensão territorial do RS, 30 milhões de habitantes e PIB de US\$ 1,9 trilhão
- É a segunda maior economia norte-americana
- Conhecido pela alta qualidade e pelo baixo custo de vida
- Baixa carga tributária e ambiente favorável aos negócios atraem empresas e investidores
- Economia diversificada e em crescimento há vários anos seguidos
- Predominam indústrias de tecnologia, aeroespaciais, farmacêuticas, químicas e de energia limpa

Empresas podem destinar recursos à segurança pública

Empresas podem destinar até 5% do saldo devido de ICMS ao Estado para serem aplicados na área de segurança pública, como compra de veículos, armamentos, munições, capacetes, coletes balísticos, rádios comunicadores, equipamentos de rastreamento, de informática, bloqueadores de celular, câmeras e centrais de videomonitoramento.

Durante recente visita à ACI, o delegado titular da 1ª DP de Novo Hamburgo, Tarcísio Kaltbach, o diretor da 3ª Delegacia de Polícia Regional Metropolitana, Eduardo Hartz, e o secretário-executivo do Programa de Incentivo ao Aparelhamento da Segurança Pública (Piseg/RS), Antônio Lapis, informaram que empresários podem realizar de forma 100% on-line



Em outubro, três novas viaturas foram entregues ao 3º Batalhão de Polícia Militar, em Novo Hamburgo

o trâmite para adesão ao programa e a compensação do imposto. Ao acessar o site, devem utilizar o mesmo login e senha do e-CAC (Centro de

Atendimento Virtual ao Contribuinte) da Secretaria da Fazenda e escolher a modalidade de participação.

Em 2021, empresas do Vale do Sinos já destinaram R\$ 3,5 milhões ao Piseg. Em todo o Estado, o programa, criado há dois anos, já superou a marca de R\$ 35 milhões revertidos para ações de prevenção e compra de novas ferramentas às forças vinculadas à Secretaria da Segurança da Pública (SSP).

Em outubro, foram entregues 37 Dusters semiblandadas e 10 Camionetas Hillux adquiridas com recursos do programa em todo o Estado. Das 37 Dusters, três já são utilizadas pelo 3º Batalhão de Polícia Militar, de Novo Hamburgo, onze em São Leopoldo, uma em Estância Velha e uma em Ivoti.

Retomada do turismo integrado em Campo Bom

Retomar o projeto de turismo integrado em Campo Bom é o objetivo de um grupo de empresários do município. Em outubro, o Comitê Regional da ACI, coordenado pelo vice-presidente Rogério Schmökkel, realizou duas reuniões para debater o assunto. A elas estiveram presentes, além dos integrantes do comitê, dirigentes de outras empresas locais convidadas.

Uma das primeiras ações deverá ser a elaboração de um roteiro de visita às empresas participantes, como Apoteka, Solar das Orquídeas, Cervejaria Imigração, Elementtar, Padaria Requite & Sabor e Meu Sapato Preto, entre outras, que vêm preparando instalações, equipes e produtos.

A ideia é oferecer benefícios aos guias e descontos aos turistas que



Integrantes do Comitê Regional e empresários de Campo Bom estão atuando de forma conjunta

deslocam-se em direção à serra em vans que partem diariamente de Porto Alegre, que passariam a incluir as empresas de Campo Bom em seus roteiros de visitação.

Também deve ser colocada uma

identificação do município no posto de combustíveis RS-239, localizado num dos principais acessos à cidade, que servirá como um receptivo turístico informal e terá materiais promocionais das empresas participantes e dos pontos turísticos à disposição dos visitantes.

Empresas locais possuem clientes em diversos estados que manifestam interesse em conhecê-las em suas visitas ao Rio Grande do Sul. Além destes, o objetivo é atrair também visitantes de outras cidades gaúchas e a própria população local.

Campo Bom tem atrativos históricos, culturais, rurais e gastronômicos que, se mais divulgados, podem despertar a atenção de um número maior de turistas e movimentar a economia local.

Governança corporativa é para todas as empresas

Governança corporativa é um conjunto de regras que se propõe para a empresa ter sucesso. Este e outros conceitos foram apresentados por Gladis Killing, conselheira da Killing S.A., arquiteta e vice-presidente de infraestrutura da ACI, na reunião mensal do Comitê da Regional ACI Estância Velha em setembro, coordenada pelo vice-presidente Leandro Kolling.

Para Gladis, a governança corporativa deve estar presente em todas as esferas, pois os requisitos transparência, equidade e comunicação são importantes a todos os segmentos. “Mas não existem regras fixas de governança para serem aplicadas a todas as empresas.

Existem caminhos e cada uma deve escolher os seus”, disse.

Um dos modos de compreender a importância do tema é através dos chamados três círculos: família, sociedade e empresa. Família diz respeito ao cuidado com familiares e sociedade relaciona-se aos sócios e sucessores, envolvendo o ensino de como ser sócio da empresa. Para Gladis, os conselhos são um modelo interessante para empresas de todos os tamanhos, sendo necessário desmistificar a crença de que são apenas para as grandes companhias. “A partir do acordo de sócios, tem-se a clareza dos papéis e a família torna-se mais feliz, pois fica claro em que momentos serão tratados os assuntos relacionados à empresa”, acrescentou.

Gladis mencionou que a governança corporativa fornece regras bem estabelecidas que auxiliam no dia a dia da empresa, como as regras de trânsito ajudam a dirigir com segurança. Para ser ter sucesso ao implantar a governança, Gladis sugere, primeiro, ações de conscientização, já que uma das grandes dificuldades é a divergência de pensamento entre fundadores e sucessores. Lembrou que, mesmo que se mude para melhor, as mudanças são difíceis e é necessário adaptar-se a elas.

“A partir do acordo de sócios, tem-se a clareza dos papéis e a família torna-se mais feliz.”

Por que é preciso mudar

Palestrante convidado para a reunião mensal do Comitê de Serviços em setembro, o consultor de empresas Marco Juarez Reichert afirmou que a Indústria 4.0 – também denominada de 4ª Revolução Industrial – obriga os profissionais em geral a mudar, isto é, desenvolver novas competências e habilidades de trabalho, pois o que faziam e dava certo por muitos anos pode não dar mais.

“O mundo muda cada vez mais rapidamente, a evolução tecnológica é exponencial e é preciso manter a empregabilidade”, diz, destacando que a cada dia surgem novas tecnologias e novos desafios em todas as áreas. Nos empregos, por exemplo, já é necessária rápida adaptação para que o progresso não deixe de lado aqueles que têm habilidades distinguíveis e especiais. “Em vez de especialista, é preciso ser cada vez mais generalista”, explica Reichert.

Para o palestrante, a colaboração também é característica marcante da nova era, assim como o surgimento de novas profissões e novos componentes na relação homem x máquina. Na área de educação, a necessidade de continuar estudando é ainda mais evidente, o ensino EAD se tornará cada vez mais forte e os profissionais valerão mais pelo que sabem do que pela sua titulação.

Exportação torna empresa mais competitiva



Transporte marítimo é uma das opções que as empresas têm para enviar seus produtos ao exterior

A atividade exportadora, além de aumentar o faturamento, torna a empresa mais competitiva em diversos aspectos. A opinião é de um especialista em comércio exterior, Edmilson Milan, vice-presidente de comércio internacional da ADVB-RS. Palestrante de um webinar em setembro, com a moderação do vice-presidente de governança e qualidade, Diogo Leuck, Milan diz que são

muitos os motivos para exportar, como diversificação de mercado, conquista de novos clientes, faturamento em moeda forte, expansão da empresa e, principalmente, melhoria intrínseca que torna a empresa mais competitiva em diversos aspectos.

Mas, segundo ele, antes de começar a atividade exportadora, a empresa precisa preparar-se, inserindo a atividade como estratégia em seu planejamento, ter visão de longo prazo, conhecer como exportar e definir quais produtos quer exportar e para que países. “Visita a feiras internacionais e participação em missões empresariais ao exterior são ações indicadas para quem quer conhecer o mercado internacional e realizar negócios com outros países”, afirma.

Edmilson Milan destaca fatores internos e externos que estimulam a exportação. Os internos são o compromisso dos administradores da empresa, o aumento do faturamento, o crescimento da companhia e o desenvolvimento de produtos com qualidade superior e características únicas.

Externos, por sua vez, são melhores oportunidades no exterior, programas de apoio à exportação e pedidos de compras de clientes.

Numa negociação internacional, características do produtos e diferenças culturais são fatores importantes, por isso preço, incoterms (termos internacionais de comércio) e modalidade de pagamento precisam ser claramente definidos.

O mesmo cuidado deve-se ter em relação à escolha da modalidade de pagamento. Diversos são os fatores que influenciam a escolha, pelo exportador, para assegurar-se de que receberá o valor correspondente à operação. Aspectos mercadológicos envolvem a quantidade de fornecedores e compradores internacionais. Risco de crédito relaciona-se ao conceito e à capacidade financeira do importador, bem como à tradição de negócios entre as empresas. Aspectos financeiros envolvem a capacidade econômica do vendedor e risco país refere-se a possíveis intercorrências políticas extraordinárias no país pagador.

Elementos de um plano de marketing eficaz

Objetivos, estratégias e ações são os elementos de um plano de marketing eficaz, segundo Claudia Peruzzato, palestrante do webinar marketing realizado pela ACI em setembro, com a moderação de André Luís Momberger, vice-presidente de economia, e o patrocínio de Sicredi Pioneira e Unimed Vale do Sinos.

Os objetivos, segundo ela, assim como suas métricas, devem ser curtos e claros e, além disso, refletir em pelo menos quatro métricas: financeira, do cliente, dos processos internos e da organização. Para cada objetivo, devem existir estratégias organicamente relacionadas, que também devem ser curtas e bem-definidas. “As estratégias não significam como fazer e sim o que fazer”, explica. As ações estão relacionadas às estratégias e explicam como fazer.

Conforme a palestrante, uma estratégia de marketing não é necessariamente válida para todas as empresas de um mesmo segmento. “É preciso conhecer a estratégia que melhor

se desenha à empresa”, afirma.

Marketing, vendas e propaganda são coisas diferentes, de acordo com Claudia. Vendas priorizam o produto, marketing focaliza a satisfação das necessidades do cliente e propaganda busca atingir o subconsciente dele e despertar nele a necessidade de compra.

Já o marketing de vendas tem como intuito aumentar as vendas, ou seja, atrair clientes e vender mais e, conseqüentemente, atingir os objetivos propostos pela empresa. Também desempenha o papel de agradar aos clientes, fazendo com que prefiram comprar sempre dela, não só pela qualidade dos produtos, mas também por todos os benefícios que oferece.

Aplicação do marketing de vendas

Claudia enfatiza que, para aplicar o marketing de vendas, a primeira ação da empresa é estudar seu público, isto é, descobrir quais são as pessoas que pertencem ao seu nicho de atuação, o seu poder

de compra e os seus hábitos de consumo. Outra é criar uma mensagem impactante, como um slogan curto e objetivo, e utilizar o marketing sensorial, ligando, por exemplo, um aroma à marca. Também são indicadas ações para conquistar novos clientes e manter os atuais, integrar as equipes de vendas e de marketing de vendas e automatizar as ações das equipes.

Ações para atender, satisfazer e manter clientes

No webinar, Claudia também listou seis ações que a empresa pode fazer para atender, satisfazer e manter seus clientes.

1. Administrar seus recursos
2. Estar atenta às novas oportunidades de mercado
3. Estar à frente de seus concorrentes
4. Antecipar tendências de mercado
5. Acompanhar as variações das necessidades
6. Priorizar caminhos rumo à satisfação contínua

ESG cria valor ao negócio a longo prazo

Uma das siglas mais utilizadas ultimamente no mundo dos negócios, ESG (environmental, social and corporate governance, em inglês) faz referência às melhores práticas ambientais, sociais e de governança que as grandes empresas vêm implantando para gerenciar risco e oportunidades, qualificar seu desempenho e também atrair investimentos.

A ACI e o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), com o patrocínio de Sicoob MaxiCrédito, realizaram em outubro um webinar sobre o tema, que contou com palestras de duas especialistas. O moderador foi Denys Pacheco Roman, fundador da belndOn ESG Services e mestre em gestão da sustentabilidade pela FGV.

Andrea Pampanelli, doutora em sustentabilidade, professora do Programa de Pós-graduação em Minas, Metalurgia e Materiais (PPGE3M) da UFRGS e fundadora da The Green Factory, enfatizou que a implantação do ESG requer pensamento sistêmico, isto é, deve envolver

todo o negócio, por ser a principal competência da sustentabilidade. “O ESG, ao integrar as quatro dimensões, constitui-se numa abordagem de negócio que cria valor a longo prazo, gerenciando riscos e oportunidades”, afirmou.

A especialista destacou duas práticas ambientais que podem ser adotadas pelas empresas. A chamada economia circular prevê a aplicação de alternativas inteligentes para reaproveitamento de todas as correntes de materiais utilizados, melhorando significativamente a reciclabilidade. Já lean & green é a utilização do pensamento lean para solucionar problemas ambientais e melhorar os fluxos de suporte, reduzindo significativamente os custos.

Gestão de partes interessadas

Em sua palestra, Claudia Silber,

doutoranda em administração e pesquisadora sobre gestão de stakeholders, enfatizou que a gestão do grupo que pode afetar ou ser afetado pelas ações relacionadas à realização do propósito de uma organização deve ser parte da política da empresa, assim como é a gestão dos interesses dos sócios na governança corporativa (shareholders).

Trata-se de um momento do chamado capitalismo consciente, segundo o qual as empresas não se limitam somente a gerar lucro, renda e empregos, mas também devem estimular valores de bem-estar social e gerar impacto positivo para a sociedade. “Uma empresa consciente é aquela movida por quatro pilares: propósito maior, liderança consciente, cultura consciente e ambiente de trabalho que valorize as partes interessadas”, disse Claudia.



53 ANOS DE

credibilidade
tecnologia
inovação
qualidade
resultados

**53 ANOS
DE SOLUÇÕES.**



A Dimel é uma das maiores referências nacionais em fechamento de embalagens, codificação industrial, unitização de produtos ou cargas e diversos outros serviços da área.

Experiência e inovação para solucionar as necessidades da sua empresa.

Conheça a linha de produtos em: www.dimelnet.com.br



Dimel Materiais de Embalagem

☎ 3561.4550



Semear completa 25 anos de ações sociais transformadoras



A Fundação Semear completou, no dia 17 de outubro, 25 anos de atuação. Criada por iniciativa de um grupo de empresas e empresários, com apoio da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha (ACI-NH/CB/EV), a organização desenvolve ações, projetos e programas sociais com foco no desenvolvimento social e comunitário.

“A história da Semear é marcada por afeto, profissionalismo e transparência nas ações. São 25 anos trabalhando com pesquisas sociais, investindo na qualificação e capacitação de ONGs, atendendo crianças, adolescentes e jovens em situação de vulnerabilidade e transformando realidades”, afirma o presidente Edgar Luiz Fedrizzi Filho. “Nossos mantenedores, investidores e parceiros tornam as ações possíveis. A contribuição e

apoio de cada um ressignifica e reafirma o objetivo de criação da Semear há 25 anos: unir esforços no apoio ao desenvolvimento social”, acrescenta.

A Semear cria, fomenta e integra ações sociais estratégicas e transformadoras para a sociedade, mobilizando investimento social privado e buscando promover a transformação social. Para isso, realiza implantação e desenvolvimento de projetos próprios de atendimento a crianças, adolescentes e jovens; ações de apoio e formação técnica para ONG's; fomento à prática da responsabilidade social e do investimento social privado; ações de cooperação e trabalho em rede.

“Completar 25 anos é motivo de alegria e agradecimento. É muito gratificante saber que proporcionamos oportunidades, revelamos talentos, potencializamos habilidades,

fortalecemos vínculos e atuamos na defesa e garantia de direitos. Fizemos muito em 25 anos e ainda há muito que fazer. Continuamos na busca por uma sociedade mais solidária com oportunidades para todos e todas. Com a união de esforços seguiremos nossa caminhada na promoção do desenvolvimento social”, salienta a gestora da Fundação Semear, Helena Thomé.

Para celebrar a data, a Semear apresentou a atualização do logotipo, com selo de 25 anos e divulgou um vídeo comemorativo, que pode ser assistido com o QR Code. Também fez a entrega de um mimo de agradecimento e o reconhecimento, com certificado, para mantenedores e investidores.



Faça parte!

O trabalho da Fundação Semear é mantido por meio da doação e do investimento social de pessoas físicas e jurídicas, por meio da participação em editais de projetos e com a mobilização de recursos via Funcriança (destinação de parte do IR devido). Entre em contato conosco e saiba como participar! Contatos: (51) 99332 2214, (51) 3069 2618 e semear@fundacaosemear.org.br.

É possível acompanhar o trabalho da Fundação Semear pelo facebook.com/fundacaosemear e instagram @fundacaosemear e pelo site www.fundacaosemear.org.br.

Caimi & Liaison amplia oferta de produtos mais sustentáveis



Na indústria calçadista, é cada vez maior a utilização de materiais mais sustentáveis na produção. O aumento do consumo decorre da preferência crescente dos consumidores por calçados e bolsas feitos com matérias-primas com maior compromisso com a sustentabilidade e também dos investimentos feitos por empresas fornecedoras, dos quais resultam opções inovadoras em toque, estrutura e durabilidade.

Uma das empresas que se destacam no desenvolvimento de laminados é a Caimi & Liaison, de Novo Hamburgo. Em 19 de outubro, a empresa lançou sua linha de produtos com design sustentável, resultado de interações com clientes e vários meses de pesquisa e desenvolvimento. Em breve, eles estarão presentes em calçados e bolsas de diferentes marcas, embelezando vitrines de lojas e proporcionando conforto e bem-estar a consumidores de todo o país.

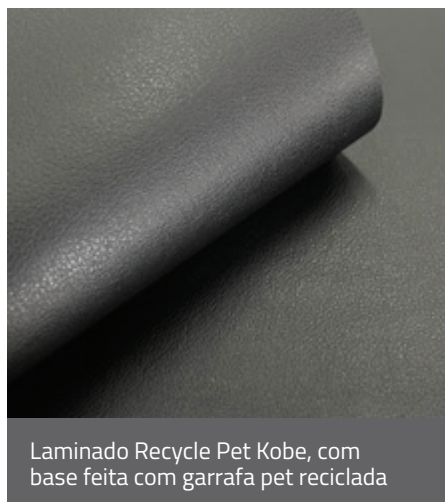
Integrante da linha sustentável, o laminado Bio Bamboo Kyoto é um produto desenvolvido para aplicação em cabedais. Devido à tecnologia inject, não necessita de asperação mecânica para adesão da injeção da sola ao cabedal, reduzindo custos de fabricação e geração de resíduos.

É antiviral, o que reduz a capacidade

infecciosa e inativa vírus envelopados, como o coronavírus e o influenza. Além disso, possui substâncias restritivas dentro dos limites da norma nacional ABNT NBR 16905:2020, com menor impacto sobre a saúde e o meio ambiente.

Bio Bamboo Grove é um produto para uso em forro. É antimicrobiano e antibactericida. Possui Aloe Vera, que proporciona suavidade e sensação de conforto em contato com a pele, e substâncias restritivas também conforme a norma nacional.

A base sobre a qual a empresa aplica o poliuretano (PU) é uma fibra



Laminado Recycle Pet Kobe, com base feita com garrafa pet reciclada

têxtil de bambu regenerado e, em condições normais de uso e fabricação, possui garantia de resistência à hidrólise de cinco anos.

O Bio Cotton Diamantino possui uma estrutura têxtil com 50% de algodão reciclado para aplicação em cabedal. Também parte da linha sustentável, dispensa o tingimento, gerando economia de água, corantes e pigmentos. É antiviral, não necessita de asperação e possui níveis de substâncias restritivas permitidos pela norma brasileira ABNT NBR 16905:2020. Além disso, possui maior resistência à hidrólise, se asseguradas as condições normais de uso e fabricação.

Outro desenvolvimento da Caimi & Liaison na linha sustentável é uma base para cabedal feita com garrafa PET reciclada. Os novos produtos estão



Calçado produzido com laminado Bio Bamboo Kyoto

em sintonia com as tendências de moda nos grandes centros internacionais e podem ser desenvolvidos em cores exclusivas aos clientes, permitindo, desta forma, diferenciação em relação aos concorrentes.

Responsabilidade socioambiental

De acordo com a empresa, a produção é dotada de responsabilidade socioambiental, isto é, está alinhada com os critérios do Programa Origem Sustentável. A Caimi & Liaison possui o Selo Diamante do programa, que incorpora nos seus processos produtivos preceitos da sustentabilidade nos aspectos ambientais, sociais, culturais, econômicos e de gestão.

Solução 'cutuca' operador de máquina em caso de problema ou fim de ciclo



Operador recebe avisos no relógio/pulseira em caso de problema ou fim do ciclo da máquina

A Spheric Automação Inteligente e a startup FlokiSys, de Novo Hamburgo, desenvolveram uma solução, sem similar no país e no mundo, que proporciona benefícios à área de produção de fabricantes de ferramentas para jardinagem e de máquinas agrícolas e, aos poucos, tem sua aplicação ampliada para outros setores.

A solução mhcoLLab é resultado de um projeto de integração entre operador e máquina desenvolvido inicialmente para a área de produção de cilindros da Stihl, em São Leopoldo. O dispositivo criado notifica o operador pelo relógio em caso de problema na máquina ou ao fim de ciclo, principalmente quando ele não estiver em frente a ela.

“Antes de a solução ser implantada, a empresa tinha perdas de ciclos de produção devido a paradas das quais o operador não se dava conta”, afirma o diretor-executivo da Spheric e da FlokiSys, Giuliano Hoffmann. De acordo com ele, a solução literalmente ‘cutuca’ o operador para chamar sua atenção e evitar perdas por paradas “esquecidas” ou não vistas. Atualmente, 19 CNCs da Stihl têm o sistema instalado.

“Com o conceito de smartstop (parada inteligente), a Stihl eliminou

as perdas e se mantém em um caminho sólido, tecnológico e sustentável, com processos robustos e confiáveis”, afirma Lucas Schardong, da área de engenharia de automação.

Outra empresa que já utiliza a solução para monitorar máquinas é a fabricante de tratores AGCO, de Canoas, que igualmente enfrentava problemas na área de produção. Ela foi implantada há cerca de seis meses para agilizar a chamada da cadeia de ajuda. No processo anterior, o facilitador recebia os avisos em uma televisão, o que, na maioria das vezes, atrasava o processo, caso ele não estivesse atento. Hoje, em qualquer lugar da fábrica que ele esteja, recebe o alerta da chamada de ajuda direto no pulso. “Ao ser cutucada, é impossível a pessoa não dar atenção, o que faz com que o trabalho dela seja ainda mais efetivo”, explica Cláudio Vasconcelos, técnico de processos da AGCO.

Outro benefício é que, com a coleta automática dos dados, a empresa conseguiu criar um histórico de chamadas, o que facilita o mapeamento de erros que ocorrem durante a produção, importante para análise e tomadas de decisão. “Quando se mede a disponibilidade de equipamentos de forma automática, geralmente vê-se que

aquilo que se tem no papel não corresponde à realidade, porque é da natureza humana fazer ‘ajustes’ para que os números fiquem melhores. Dessa forma, a informação não é fidedigna e a eficiência real da fábrica é menor do que o papel indica”, destaca Giuliano. Conforme ele, com números reais de produção coletados automaticamente, pode-se tomar decisões melhores sobre aumento de escala e investimentos, por exemplo.

Outras aplicações

A área de saúde é outra em que a solução já tem aplicação. Uma clínica médica do interior do Rio Grande do Sul já a utiliza para monitorar o atendimento aos pacientes em salas terciarizadas. Durante a feira Mercopar, realizada em Caxias do Sul, no início de outubro, a Spheric e Flokisys receberam consultas da área hospitalar, em que a equipe de manutenção precisa estar atenta para agir rapidamente, especialmente em casos de emergência. “Consegue-se combinar conceitos da área da indústria com conceitos da área de saúde na mhcoLLab”, afirma Giuliano.

Perfis

Há 22 anos no mercado, a Spheric comercializa no Rio Grande do Sul os produtos da empresa americana Banner Engineering, uma das líderes mundiais em fabricação de sensores. Também é uma das principais distribuidoras da marca Banner no país, além de manter parceria com as empresas Turck, Fortress Interlocks, Mechan, Micro Epsilon e Red Lion no fornecimento de produtos com tecnologia de ponta. “Todas estas linhas juntas contribuem para que possamos ofertar um conjunto de soluções inteligentes aos nossos clientes”, destaca Giuliano Hoffmann.

A FlokiSys foi criada em 2019 e é responsável pelo desenvolvimento de softwares, atuando de forma integrada com a Spheric, inclusive em área física. Recentemente, a identidade visual da empresa foi modernizada e os materiais de divulgação foram também atualizados.

Termoplásticos extrusados com fibras naturais para calçados e automóveis



- 1 PISO DE HABITÁCULO
- 2 REVESTIMENTO DE TETOS
- 3 REVESTIMENTO POSTERIOR DO BANCO TRASEIRO
- 4 PORTA PACOTES
- 5 REVESTIMENTO DA 5ª PORTA
- 6 PISO DO PORTA MALAS
- 7 CAIXA DE RODAS
- 8 MEDALHÕES
- 9 PAINEL DE PORTA

Família Ecofibra, conhecida no setor calçadista em couraças e contrafortes, também é amplamente utilizada no setor automotivo

Inovação é um conceito que sempre esteve ligado à Arteccla. No Vale do Sinos, seu perfil inovador é reconhecido na cadeia calçadista, setor onde a empresa teve início como a pequena fábrica de colas do Seu Francisco Xavier Kunst. A Inovação da Arteccla, porém, está em muitos outros setores e em uma variedade imensa de produtos. Em sementes que irão germinar nas grandes plantações, em partes de automóveis, em esteiras para granjas de ovos, em embalagens de alimentos e fármacos, em móveis, livros e até mesmo na construção civil.

“Sempre trabalhamos com o objetivo de nos diferenciarmos”, diz o presidente executivo, Eduardo Kunst. “Quando se investe em inovação, é possível criar novos processos e até mesmo mudar padrões de produção, situação que aplicamos nos vários mercados em que atuamos”, destaca. “Produtos e processos inovadores geram melhores resultados para o cliente, para o nosso negócio e para a sociedade.”

Com esta visão, a Arteccla é a única empresa na América Latina que oferece ao mercado termoplásticos extrusados com fibras naturais. Registrados sob a marca Ecofibra, os materiais são 100% recicláveis e ainda podem ser biodegradáveis, outra exclusividade da Arteccla para esse tipo de produto.

A família Ecofibra é conhecida no setor calçadista, em couraças e contrafortes. Também é amplamente utilizada no setor automotivo. Direcionado às sistemistas que abastecem as montadoras, o produto é aplicado em diversas partes do interior de automóveis, como revestimento posterior do banco traseiro, medalhões e painéis de portas, revestimento de tetos, porta-pacotes e porta-malas.

O laminado com fibras naturais se tornou um grande sucesso da Arteccla para o segmento, usado em modelos da Fiat, Jeep, Honda, Hyundai, Renault, Nissan e Toyota. O motivo é que reduziu peso e complexidade na montagem dos carros. Recentemente, foi lançado o Ecofibra Híbrido, nova geração que combina fibras naturais com sintéticas e tem performance ainda melhor. Esta nova versão é patenteada pela Arteccla e está no “Capitulato” da Fiat, o que permite utilização mundial nos veículos da marca.

Hoje a Inovação da Arteccla está cada vez mais focada em sustentabilidade. “Os produtos são pensados dentro do espectro da ecoeficiência, sempre focando no menor impacto ao meio ambiente. E para gerar também ganhos econômicos e sociais, pela rentabilidade e por integrarem o conceito de Economia Circular”, enfatiza o dirigente. Várias

linhas são recicláveis e, além disso, reutilizam material reciclado em sua produção. Os laminados com garrafa PET reciclada estão nesse conceito. Cada mil pares de contraforte equivalem a 400 garrafas PET reutilizadas, transformando resíduos em matéria-prima.

Somando todos os tipos de materiais reaproveitados em diversos produtos da Arteccla, somente em 2021 já foram mais de 3,4 mil toneladas, 43% acima da meta. Em adesivos, a empresa também desenvolve a linha de produtos Afix Green, alinhando alta performance e formulações amigáveis ao meio ambiente.

Constante evolução

Em processo contínuo de evolução, a Arteccla apresentou sua nova identidade visual. A transformação foi resultado de mais de dois anos de pesquisas, estudos e investimentos, e simboliza um novo ciclo de crescimento estratégico da companhia, que reforça seu perfil de empresa Multilatina. “Estamos levando para fora a grande mudança interna que já estava acontecendo, depois de anos recentes de dificuldades e grande aprendizado”, ressalta Eduardo Kunst. A nova identidade visual reforça também a definição de uma marca única para todas as linhas de produtos da empresa, agora padronizadas na América Latina com a grife Afix.

Todos podemos – e devemos – ajudar a recuperar o tempo perdido



A pandemia vai deixar um legado extremamente negativo numa das áreas mais sensíveis da nossa sociedade, a educação. Muitos especialistas calculam em anos o tempo necessário para recuperar o atraso no aprendizado, resultado de mais de 18 meses de ausência das aulas presenciais. Enquanto os governos, em todas as suas esferas, elaboram estratégias e planos para retomar a normalidade, a sociedade como um todo deve estar engajada para também colaborar nesse processo. E como podemos ajudar crianças e adolescentes nesta fase de retomada, potencializando o aprendizado? Pedagogos especializados especificamente em processos de recuperação de conteúdos perdidos ou pouco explorados apontam algumas medidas práticas e objetivas, que certamente trarão bons resultados a médio e longo prazos. Confira as orientações:

Uma rotina adequada

Para que crianças e adolescentes consigam acelerar o processo de recuperação dos conteúdos perdidos da maneira mais rápida e eficiente possível, é preciso que eles tenham uma rotina adequada e factível. O ideal é que pais ou responsáveis ofereçam suporte e ajudem a criar uma rotina com hábitos que favoreçam a organização dos alunos para atender às exigências da escola, evitando o estresse. Reserve um determinado período do dia – entre uma

e duas horas, no máximo – para estas atividades, de modo flexível e que não comprometa as demais atividades e nem o lazer do estudante.

Um espaço de estudo adequado

Boa parte do sucesso nesse processo está intimamente ligada à qualidade do espaço de estudo. Para estimular o aprendizado e manter as crianças interessadas nas aulas, sejam elas remotas ou presenciais, é importante que elas tenham um ambiente propício a isso. A organização de um espaço de estudo colabora para a autorregulação e, conseqüentemente, para as propostas das aulas que serão ofertadas. Deve-se cuidar para que o ambiente tenha boa iluminação, mobiliário funcional e demais recursos necessários, como computador, TV, calculadora, etc. Ele também deve ser aconchegante e seguro, afinal o aluno passará bastante tempo nesse local.

Um diálogo adequado

Transparência, sinceridade e abertura ao contraditório são elementos essenciais de um diálogo adequado entre os estudantes e seus pais ou responsáveis. É uma medida simples e muito eficiente, desde que clara e honesta. Quando as intenções são compartilhadas com as crianças ou adolescentes, elas conseguem se organizar emocionalmente para encarar as

novidades do dia a dia com serenidade. Nesse contexto, também devem estar as cobranças razoáveis, que geram comprometimento e determinam os objetivos a serem alcançados.

Apoio emocional adequado

Reconhecer o potencial dos filhos e dependentes é essencial. É preciso estimular neles a confiança e dar segurança para que o processo de aprendizagem seja o mais tranquilo possível. Certamente surgirão momentos de estresse, desânimo, cansaço e frustração. Eles devem ser trabalhados com muito amor e compreensão. Não se pode perder de vista que esta situação não é culpa do estudante. Ele, mais que todos, é uma vítima deste cenário e não pode carregar o peso sozinho de superá-lo.

Atividades extras adequadas

Os pais ou responsáveis podem desenvolver atividades extras para fortalecer o aprendizado, criando um ambiente mais atrativo aos estudantes. Leituras adicionais sobre o tema que está sendo estudado, assistir filmes relativos ao conteúdo ou fazer jogos também associados aos estudos tornam as horas mais prazerosas e colaboram para um clima de harmonia e alegria. Para propor e desenvolver atividades adicionais apropriadas, é essencial estar interagido com o conteúdo que está sendo estudado. Lembre-se que você também faz parte da solução.

No tempo adequado

O aprendizado vai acontecer, mas a recuperação de 2020 não se dará de uma hora para outra. E, no tempo que será preciso, as famílias devem ter paciência para lidar com as crianças e adolescentes. Punição ou broncas exageradas não são adequadas e podem comprometer o processo. Ao mesmo tempo, cada um tem seu próprio ritmo, que deve ser respeitado, sempre que possível. Da mesma maneira, pais e responsáveis não podem – de modo algum – se sobrecarregarem na ânsia de ajudar os estudantes, pois isso pode ter um efeito contrário, ou seja, prejudicar o processo de retomada dos estudos e recuperação do conteúdo perdido.

Estado e município anunciam investimentos na rede escolar



Secretária de educação disse, no Prato Principal de agosto, que a pandemia agravou a crise da educação pública do RS

A secretária de educação do Rio Grande do Sul, Raquel Figueiredo Alessandri Teixeira, revelou durante o Prato Principal de agosto que a pandemia agravou a crise na educação pública gaúcha, que caiu da 3ª para a 15ª posição no ranking nacional entre 2007 e 2021. O evento teve patrocínio da Sicredi Pioneira e do Laboratório Fleming; e apoio máster da Universidade Feevale. “Diante de queda tão expressiva e após mais de um ano e meio de escolas fechadas, não há mais tempo a perder”, disse.

Na oportunidade, a secretária afirmou que, com recursos advindos das privatizações de estatais, a Secretaria de Educação (Seduc) desenvolveria uma série de novos projetos para reverter o quadro.

Um desses programas foi anunciado em 14 de outubro, véspera do Dia do Professor. O Avançar na Educação prevê investimento de R\$ 1,2 bilhão até o final de 2022. Os recursos serão aplicados em reforma de escolas, compra de equipamentos (chromebooks, por exemplo), salas de informática e treinamento de professores. Também serão contratados 4 mil professores de português e matemática. Parte do dinheiro virá do orçamento da educação e parte, das privatizações de estatais.

Avançar na Educação integra a série “Avançar”, lançada em junho,

com previsão de investimentos de R\$ 10 bilhões e é sustentada em três eixos: sustentabilidade, crescimento e pessoas. A saúde, por exemplo, terá R\$ 249,7 milhões. A inovação receberá R\$ 112,3 milhões e a educação, R\$ 1,2 bilhão. Os recursos para a educação estão entre os mais volumosos pelo número de alunos e professores envolvidos, além da necessidade de melhorar a estrutura física de escolas que se deterioraram ao longo do tempo.

Escolas padrão

O governo também anunciou as primeiras “escolas padrão” do Estado. O projeto piloto servirá de modelo para as escolas do futuro, com um padrão que vai da arquitetura ao mobiliário, passando por ginásio de esportes, biblioteca, refeitório e sala de informática.

O plano de investimento estadual ainda reserva recursos para o Instituto de Educação Flores da Cunha, em Porto Alegre, que dará lugar a um centro de referência e formação de professores. O instituto foi escolhido para representar a Escola do Amanhã. Para isso, serão investidos R\$ 59,3 milhões na conclusão das obras de restauração do prédio, assim como na implantação do Centro de Desenvolvimento dos Profissionais da Educação, do Centro Gaúcho de Educação Mediada por Tecnologias e do Museu Escola do Amanhã.

Pacote totaliza R\$ 14 milhões em Estância Velha

O pacote de investimentos em educação que a prefeitura de Estância Velha apresentou no mesmo dia do anúncio feito pelo estado totaliza R\$ 14 milhões. Inclui instalação do Plano de Prevenção de Incêndio (PPCI) em todas as 26 escolas municipais, construção de uma nova escola infantil no Bairro Lago Azul, entrega de 495 chromebooks aos professores, compra de uniformes para os 6,6 mil alunos da rede municipal, aquisição de mobiliário e instalação de alarme anti-furto e botões de pânico nas escolas, entre outras ações.

A maior parte dos recursos do pacote de educação provém de sobras de repasses do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica (Fundeb) em 2020. O município também receberá R\$ 1,9 milhão do governo do Estado pela venda da CEEE. Com o valor, somado a R\$ 1,6 milhão originário de economias feitas em 2020, a prefeitura vai comprar uma casa histórica na cidade (Casa Cassel) e instalar nela a Biblioteca Pública Municipal Profº Luiz Santos, que tem um acervo de 40 mil livros.

Também estão previstas a formação continuada de gestores e professores da rede municipal, através de convênios com o Sebrae RS e o Sesc, e a reabertura do espaço cultural do município, que vai permitir a oferta de 14 novos cursos de sensibilização artística à população.



Josiane Alessandra de Borba

Pedagoga e vice-diretora da rede Capacitar UNIP

É PRECISO ENTREGAR PROFISSIONAIS ALTAMENTE CAPACITADOS AO “NOVO” MERCADO DE TRABALHO

Existia um mundo antes da pandemia, outro durante e teremos um novo pós-pandemia. E, se pensarmos em mercado de trabalho, é necessária preparação, pois o “normal” de antes não será o mesmo “normal” de agora e, com isso, surge o “novo” mercado de trabalho.

As pessoas precisam começar a pensar na vida pós-pandemia, por mais difícil que possa parecer. É preciso voltar a sonhar e a ter planos para o futuro e objetivos a serem alcançados. Precisamos de mais esperança, carecemos de mais positividade.

Por isso, devemos refletir sobre como as instituições de ensino superior podem auxiliar na formação de profissionais para o “novo” mercado de trabalho. Nunca na história se teve uma procura tão forte por bons profissionais como já temos e teremos cada vez mais. Emprego sempre existiu, o que é escasso é o capital humano qualificado. Essa é a maior queixa das empresas.

As instituições passaram por adaptações durante esse período. Tiveram que se reformular com as aulas presenciais, avaliações, metodologias e didática. Com isso, o educando também precisou se adaptar. Muitos acabaram desistindo no caminho, por justamente não conseguirem seguir as novas metodologias. E, com certeza, muitas dessas mudanças permanecerão, pois facilitaram o aprendizado e a vida acadêmica dos alunos.

Os educadores e instituições de ensino, naturalmente, já preparam os educandos para o mercado de trabalho, para assumirem novos cargos, trocarem de emprego e, muitas vezes, de área. Trabalham com vidas e sonhos e todos sabemos o impacto que a educação pode causar na vida das pessoas. A educação transforma, liberta e enaltece grandes talentos.

O futuro será do digital e do on-line. A pandemia apenas antecipou um pouco isso. E, por essa razão, as Instituições possuem um papel fundamental nesse retorno da economia, pois

agora as exigências aumentarão. Se, antes, ter no curriculum cursando ensino superior já fazia diferença, agora fará muito mais. Mas não é só isso: o mercado de trabalho está cada vez mais exigente e isso já ocorria antes da pandemia. A busca por profissionais cada vez mais autodidatas, comunicativos, espontâneos, proativos, flexíveis às mudanças e mais familiarizados com o mundo digital está só aumentando.

As empresas também se atualizaram. Tiveram que se modernizar e se moldar ao cenário que se apresentava com a chegada da pandemia. Boa parte acabou migrando para o home office, modalidade que sempre existiu, mas que acabou sendo utilizada fortemente agora, pois não havia outra possibilidade.

Os empresários sabiam que os negócios não poderiam parar. Foi preciso analisar o mercado novamente e se reinventar para tentar conseguir se manter ativo.

Houve também muitas demissões, a maioria por corte de gastos. Mas, em alguns casos, foi por que as empresas perceberam que talvez aquele funcionário não conseguiria se moldar ao novo formato de trabalho ou talvez que já não se fazia mais tão necessário, tendo em vista que as demandas de trabalho foram diminuindo.

Quando as coisas voltarem ao “normal”, certamente essas empresas voltarão a contratar, pois as demandas voltarão a surgir. É com isso que as IES precisam se preocupar, em formar pessoas capazes de “pensar fora da caixa” sempre que necessário. Não basta apenas entregar um profissional formado em contabilidade, mas sim alguém que saiba pensar em estratégias inovadoras capazes de salvar empresas de possíveis crises. É preciso entregar mais que um diploma e sim profissionais altamente capacitados ao “novo” mercado de trabalho, que não se contentará com o mediano.

Esse é o papel das instituições agora: abraçar essa fatia que busca por qualificação e moldar excelentes profissionais, capazes de reerguer a economia do Brasil.

**“OS NOVOS
PROFISSIONAIS
PRECISAM SABER PENSAR
EM ESTRATÉGIAS
INOVADORAS
CAPAZES DE SALVAR
AS EMPRESAS DE
POSSÍVEIS CRISES.”**

Organização e cuidados para trabalho em home office



Manter a tela do computador à altura dos olhos e a coluna ereta ajuda a ter conforto no trabalho em casa

Gladis Killing

Arquiteta e urbanista

Com a pandemia, a maioria de nós teve que se adaptar ao trabalho em home office. Hoje já questionamos se esta modalidade de trabalho e estudo não veio para ficar, uma vez que as plataformas digitais nos possibilitam, cada vez mais, a comunicação e a interação à distância.

Mas se, para muitas coisas, o trabalho em home office facilita a vida, é inegável que nossas casas, em sua maioria, não estão preparadas para esta situação. Para muitos, a casa é ambiente de descanso e lazer e não está adaptada ao trabalho ou ao estudo remoto.

Os profissionais de arquitetura têm sido requisitados para auxiliar nessas adaptações e podem dar muitas sugestões de melhoria para adequar os espaços existentes, buscando, principalmente, analisar como o ambiente impacta na eficiência com qualidade de vida e no bem-estar dos seus usuários.

A neuroarquitetura é uma disciplina que aplica os princípios da neurociência à arquitetura, buscando avaliar

como os ambientes impactam no funcionamento do cérebro humano. Estes estudos revelaram que certos aspectos podem desencadear gatilhos saudáveis ou prejudiciais ao nosso cérebro. Mas você não precisa ser especialista, pois, com certeza, muitas coisas simples podem melhorar seu ambiente de trabalho em casa. Comece observando e mudando seus hábitos e ambientes sobre os seguintes aspectos:

ORGANIZAÇÃO - Defina o local de cada coisa. Invista em prateleiras suspensas para organizar seu material de trabalho, principalmente se você tiver crianças em casa. Utilize caixas e potes com rótulos para separar e organizar suas coisas e descarte o que você não usa mais. Este é um bom momento para deixar sua casa mais prática e organizada!

MOBILIÁRIO - Evite trabalhar na cama ou no sofá ou com o tablet no colo. Mantenha em sua mesa ou escrivaninha um acessório que ajuste a tela à altura dos olhos, mantenha a coluna ereta e invista em uma cadeira confortável. Sua saúde merece!

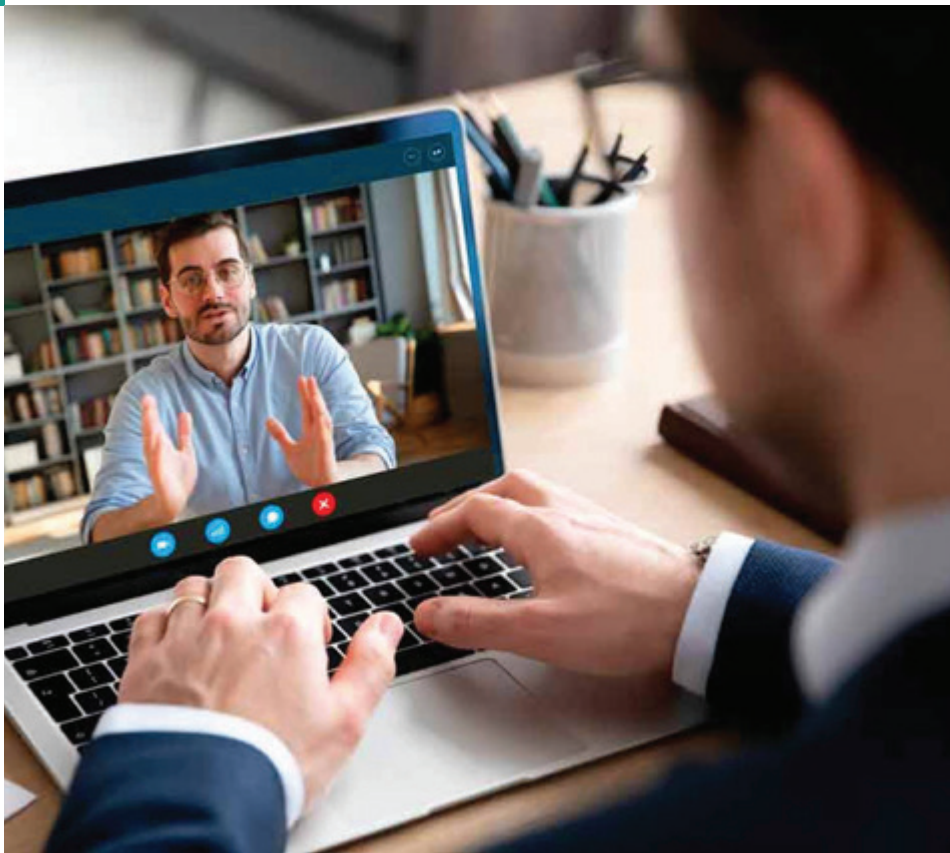
AMBIENTAÇÃO - Dê preferência a luz e ventilação naturais, pois são

superimportantes para manter sua mente alerta e focada. A iluminação do ambiente através de luminárias deve ser pensada para cada atividade de trabalho, principalmente o noturno. Sons e ruídos causam desconforto e interrupção, levando à desconcentração da tarefa ou do raciocínio. Excesso de informação ou cores muito fortes atrapalham a concentração e cansam a mente, por isso procure cores que tranquilizem e evite acúmulo de objetos de decoração.

PLANTAS - Estudos comprovam que as plantas têm a capacidade de reduzir em até 14% os níveis de tensão e ansiedade, em 44% a sensação de raiva e em 38% a de fadiga, o que, obviamente, impacta na disposição emocional e física para o trabalho.

Um dos aspectos mais importantes para se ter uma boa produtividade e, principalmente, uma boa saúde mental e física é um ambiente agradável. Esta avaliação é pessoal e não existe uma receita única; no entanto, o ambiente de trabalho ou estudo em casa pode ser feliz e saudável. Portanto, invista em soluções de conforto e ergonomia. Com certeza, vai valer a pena!

Entrevistas on-line com candidatos a emprego se consolidam nas empresas



Na entrevista, deve-se fazer perguntas abertas e pedir exemplos daquilo que o candidato responder

A pandemia causou mudanças inclusive no processo de recrutamento e seleção das empresas em geral, que o realizam cada vez mais de forma on-line. Em algumas, inclusive, o modelo – que mostrou-se desafiador no início – será mantido mesmo após o fim da crise sanitária.

A consultora Vivian Schell realiza entrevistas on-line com candidatos a vagas para empresas da região. O novo modelo, segundo ela, atende às necessidades tanto de empresas quanto de candidatos e, para ser bem-sucedido, requer preparação prévia, como ter a descrição de cargos, alinhar habilidades e competências esperadas e preparar perguntas prévias. “A inexistência destas definições é um erro comum”, enfatiza.

“Na entrevista, deve-se fazer perguntas abertas (que motivem respostas

maiores do que simplesmente sim ou não) e pedir exemplos daquilo que o candidato estiver respondendo. Também é indicado deixá-lo falar de si mesmo para identificar eventuais inverdades e somente ao final falar sobre a empresa e a vaga, quando for o caso de recrutamento para outra empresa”, diz Vivian. Para ela, é preciso ser transparente com o candidato, não ter preconceitos e dar retorno ao final do processo, mesmo que ele não tenha sido selecionado.

A consultora também diz utilizar uma tabela de avaliação de candidato, com pontuação de um a cinco, o que torna mais transparente o processo, especialmente quando há mais candidatos à vaga. Vivian também destaca a possibilidade de uso do Gerador de Perguntas do LinkedIn, que gera perguntas a serem feitas de acordo com as habilidades e competências desejadas.

Dicas para entrevistas

Antes

- Saiba as características e habilidades necessárias para a vaga
- Crie perguntas abertas que revelem se o candidato possui as habilidades e em qual grau
- Pode-se criar uma tabela para preencher ao longo da entrevista
- Ao agendar, comente com o candidato com quem ele irá falar e se haverá outra etapa

Prepare a avaliação

- Utilize o gerador de perguntas do LinkedIn, se quiser – www.interviewquestiorgenerator.com
- Identifique e descreva as competências desejadas (conjunto de conhecimento, habilidade e atitude - CHA)
- Identifique as evidências de cada competência e dê exemplos que auxiliem gestores e avaliadores a analisá-las
- Dê peso de um a cinco para cada competência de acordo com relevância da mesma

Avalie o candidato

Com tudo preparado, faça as entrevistas e descubra quem é o candidato mais aderente à vaga em questão

- Durante o contato, quantifique cada evidência e dê nota de um a cinco
- Verifique a porcentagem e aderência do candidato com a competência em questão, levando em consideração a nota dada para cada evidência e o peso de cada uma
- No fim da avaliação, junte o resultado de cada competência e você terá uma análise quantitativa da aderência do candidato de acordo com as competências buscadas
- Apresente-se, pergunte o que ele sabe sobre a vaga e sobre a empresa e fale brevemente sobre ambas
- Cuide para falar detalhadamente sobre o que está buscando, pois você pode induzir o candidato a responder o que você quer
- Comece pedindo para falar sobre ele e coisas interessantes que não estão no currículo, tanto pessoais quanto profissionais. Deixe-o livre nesse momento
- Siga com perguntas relacionadas com a vida pessoal
- Anote os pontos importantes e depois conecte-os com novas perguntas

Ao final

- Seja transparente e dê mais detalhes sobre a vaga e a empresa para que o candidato tenha a visão geral
- Informe ao candidato quais serão os próximos passos e os prazos
- Dê feedback caso ele não seja selecionado.
- Tenha um onboarding estruturado
- No primeiro dia de trabalho, os novos colaboradores estão ansiosos, empolgados e assustados. Então, acolha-os da melhor maneira possível

Redução de custos e ganho de tempo

Na Unimed Vale do Sinos, as entrevistas para os processos seletivos estão acontecendo, em sua maioria, de forma on-line. Segundo as Analistas de Recrutamento e Seleção da cooperativa, Andrea Santos e Maiara Viana, a prática foi inicialmente adotada em função da pandemia, mas está consolidada e a ideia é de que seja mantida. E alguns dos benefícios que essa forma de atuação proporciona são a redução de custos de deslocamento para os candidatos e o ganho de tempo para os profissionais da área.

Até o início do ano passado, todas as entrevistas eram realizadas de forma presencial, na sede da empresa, em Novo Hamburgo. Em função da restrição de deslocamento e necessidade de distanciamento social, foi necessário buscar uma alternativa para a realização das entrevistas, pois as contratações se faziam cada vez mais necessárias, em função da pandemia. Em média, são preenchidas 70 vagas por mês na empresa, com média de cinco entrevistas realizadas por dia, e esse processo precisava continuar acontecendo, por isso a opção foi pela realização das entrevistas à distância.

O agendamento é feito por telefone

ou por WhatsApp e a entrevista, por aplicativos gratuitos. São também encaminhadas orientações aos candidatos, como, por exemplo, a escolha de um local sem interferência externa, com iluminação adequada, uso plataforma fixa

(como já ocorreu), pode-se continuar a entrevista pelo telefone ou agendar um novo horário, para não prejudicar o candidato.

“A tecnologia facilita muito as nossas atividades e podemos, por exemplo, contratar profissionais de TI de qualquer lugar do país, o que antes da pandemia não era possível”, diz Andrea. A lista de profissionais mais entrevistados e contratados pela empresa é liderada por enfermeiros, técnicos em enfermagem, recepcionistas e higienizadores.

Conforme Maiara, as entrevistas on-line permitem “entrar na casa dos candidatos” e conhecê-los melhor do que presencialmente, em muitos casos. Em geral, as pessoas se preparam para causar boa impressão, mas algumas vezes ocorrem surpresas negativas, que resultam em não andamento do processo seletivo com aquele candidato após essa primeira entrevista.

Ao contrário de outras empresas, a Unimed aumentou as contratações desde o início da pandemia. Cerca de 100 trabalhadores temporários e 200 novos colaboradores efetivos foram contratados para atuar nas unidades de atendimento na região e no novo hospital em Novo Hamburgo.

“A tecnologia facilita muito as nossas atividades e podemos, por exemplo, contratar profissionais de TI de qualquer lugar do país”

e realização de teste do aplicativo antes do início das conversas. De um modo geral, as entrevistas têm sido realizadas com sucesso pelas plataformas Zoom e Meeting. Nos casos de conexão instável

Grupo Sinos utiliza ferramenta de avaliação de perfil

Outra empresa que adotou e aprovou as entrevistas on-line com candidatos a emprego é o Grupo Sinos, que publica, entre outros veículos, o Jornal NH. As entrevistas são realizadas em duas etapas. A inicial é on-line, em que o candidato é contatado diretamente em sua residência pelo Desenvolvimento Humano (DH), como é denominada a área da empresa responsável, e a final ocorre de forma presencial, com as lideranças realizando a análise dos selecionados.

Mensalmente são feitas cerca de 25 entrevistas, que são marcadas com um ou dois dias de antecedência, no máximo, para evitar desistências, e realizadas pela plataforma Google Meet. “Durante entre 30 e 45 minutos, procuramos fazer perguntas mais abertas e deixar que a pessoa traga o que importa

“O relatório é analisado em conjunto com as informações da entrevista”

para ela. A partir disso, a conversa tem continuidade de acordo com o interesse da empresa”, afirma a analista de recrutamento e seleção Adriana Trindade Ribeiro.

As perguntas objetivam conhecer a vida pessoal e também obter

informações profissionais do candidato, como os últimos empregos e situações reais de trabalho em equipe, por exemplo, que são levadas em consideração na análise do perfil.

Para realizar as perguntas adequadas, Adriana utiliza a ferramenta de avaliação de perfil Disc, através da qual envia o link ao candidato, que acessa-o para responder. As respostas geram um relatório, que é enviado por ele à empresa. “O relatório é analisado em conjunto com as informações da entrevista”, explica Adriana, para quem as entrevistas presenciais, apesar de estarem limitadas atualmente pela pandemia, são melhores. “Nelas, consegue-se o olho no olho, verificar a linguagem corporal e perceber se a pessoa ficou desconfortável diante de alguma pergunta”, finaliza.

Indústria e varejo de calçados reencontram-se na Couromoda 2022



Edição de 2022 terá a presença das principais marcas de calçados e acessórios brasileiras

De 17 a 19 de janeiro, será realizada em São Paulo a Couromoda 2022. A primeira grande feira brasileira de caráter global a ser realizada de forma presencial no pós-pandemia marcará o reencontro da indústria com o varejo de calçados e acessórios.

As principais marcas brasileiras vão apresentar no Expo Center Norte suas novas coleções de alto verão 2021/2022 e outono-inverno 2022 para lojistas de todo o Brasil e importadores de diversos países, que também visitam a feira para realizar compras e abastecer seus negócios em todos os continentes. Entre os expositores, estão micro e pequenos fabricantes de calçados e artefatos gaúchos do Estação Moda Rio Grande do Sul, projeto que reúne Sebrae RS, ACI-NH/CB/EV, Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado (Sedec) e Movimento em Prol do Vale.

O fundador e presidente da Couromoda, Francisco Santos, afirma que até a feira a maioria absoluta da população brasileira estará com o esquema vacinal completo, o que garante a segurança sanitária para a realização de bons negócios, num clima de quase normalidade. Ainda assim, serão seguidos todos os protocolos sanitários vigentes.

Em relação aos negócios, Santos

destaca que a mesma demanda reprimida que há em termos de contato humano existe no âmbito do consumo. “As pessoas compraram menos no último ano e meio por estarem mais em casa e até mesmo por temor de ver suas economias diminuídas diante das incertezas da pandemia. Entretanto, tudo isso já está sendo superado e o Natal e o final de ano devem ser de vendas elevadas. Com isso, os lojistas precisarão se reabastecer e a Couromoda é a plataforma ideal para isso, realizada no momento mais propício, três semanas após os eventos de final de ano”, explica.

Campanha destaca diferenciais

A campanha publicitária Couromoda+, desenvolvida para dar destaque aos principais diferenciais positivos da mostra, se propõe a consolidar o conceito de que a mostra vai muito além da definição usual. “A Couromoda é o principal ponto de convergência anual da inteligência e do business ligados ao setor calçadista brasileiro. Ao enfatizar quatro pilares – Moda, Negócios, Conectividade e Conteúdo –, a campanha projeta no mercado uma imagem de múltiplas facetas, atraindo com a mesma intensidade expositores e visitantes. Além disso, a campanha não se

limita somente ao evento presencial de 2022. Ela também contempla ações ao longo de todo o próximo ano”, detalha o diretor-geral da feira, Jeferson Santos.

PRESEÇA NA ZERO GRAU 2021, EM GRAMADO

A Zero Grau 2021, realizada de 15 a 17 de novembro, em Gramado, contou novamente com o estande coletivo Estação Moda RS, que tem como parceiros o Sebrae RS, a ACI, o Movimento em Prol do Vale e a Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Governo do Estado do Rio Grande do Sul (Sedec), além de prefeituras do Vale do Sinos.

Nesta edição, participaram 14 pequenos fabricantes de calçados e artefatos: Cacau Couros, Catri, Conceito Bartzen, Dasllus, Dina Mirtz, Dora Lis, Dutti, Eliz Conceito, Estilomix, Liver, Menta e Hortelã, Pandora, Paolattore e Zadora. Eles ocuparam uma área de mais de 400m² e realizaram negócios com lojistas de todo o país.

Na feira, o presidente Marcelo Lauxen Kehl, o presidente eleito, Diogo Leuck, a gerente comercial, Maria Lúcia Chaves de Almeida, e a coordenadora comercial da ACI, Carla Gräf, fizeram visitas a empresas associadas e estiveram presentes ao Estação Moda RS.

Eficiência cirúrgica

*Especializada no desenvolvimento e produção de equipamentos para operações por videolaparoscopia, a **Bhio Supply** aposta na inventividade e na qualidade*



Com o objetivo de atender a uma demanda específica de equipamentos e ferramental para cirurgias por videolaparoscopia, surgiu, em 2006, a Bhio Supply, resultado da sociedade entre três profissionais do mercado da área médica: Marcelo Saraiva, Rodolfo Linck e Ivan Miranda, primeiro fabricante de material para laparoscopia no Brasil, isso no final dos anos 1980. Unindo a valência dos três – todos técnicos engenheiros –, a Bhio Supply se consolida como referência nacional no setor.

Marcelo Saraiva, CEO da



Marcelo Saraiva, CEO da empresa



Esta técnica, por ser menos invasiva, traz diversos benefícios ao paciente e ao sistema de saúde como um todo

O vasto portfólio de produtos é reflexo de mais de 25 anos dedicados à pesquisa, desenvolvimento e inovação em prol da qualidade de vida do paciente:

- + de 86 famílias de produtos*
- + de 55 protocolos de patente no INPI*
- + de 10 especialidades atendidas*
- + de 9000 produtos registrados na Anvisa*

empresa, lembra que, no período de 2006 a 2010, a Bhio Supply avançou rapidamente, conquistando clientes em todo o país e posicionando-se na vice-liderança no ranking brasileiro do segmento. No ano de 2010, percebendo a potencialidade do caráter inventivo da indústria, foi criado um Departamento de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, ao lado da engenharia convencional, que alçou a companhia a um patamar ainda mais elevado, com ênfase em desenvolvimento de produtos especiais.

Essa aposta gerou reconhecimento, traduzido por intermédio de diversos prêmios nas áreas de atuação. A empresa se destacou com as seguintes categorias: O Projeto CENTRYPORT (portal de acesso único) foi destacado “Prêmio Nacional de Inovação MBC-SENAI-CNI 2013” e no “10º Prêmio ALCOA de Inovação 2012”, entre outros.

Hoje a Bhio Supply tem 6 mil itens em suas diversas linhas, sendo mil produtos os mais recorrentes. Além dos permanentes, que estão no catálogo desde o início e seguem sendo comercializados, a empresa desenvolveu linhas de artigos descartáveis, mais acessíveis em termos de custos, mas com o mesmo padrão

de excelência, que gera segurança e excelente custo benefício a quem o usa. No segmento de permanentes, têm as linhas de cirurgia geral, urologia, ginecologia, torácica e monitoração. Já na área de descartáveis, estão as linhas de implantáveis/clipes e de cirurgia geral.

A moderna visão empresarial e o aporte de recursos impulsionam a implantação de extensa linha de fabricação de instrumentais e equipamentos médico-hospitalares localizada em duas plantas industriais, a matriz em Esteio e a segunda unidade, em Campo Bom. A planta de Esteio possui cerca de 1.795,26m² e abriga um parque de equipamentos de usinagem de alta tecnologia que produzem próximo de 120 mil peças anuais. Além disso, possui uma sala limpa classe ISO 7 para produtos estéreis. A planta de Campo Bom, localizada no Feevale Techpark, possui cerca de 401,60m² e abriga linha de montagem e sala limpa classe ISO 7 para produtos implantáveis e de uso único. As duas plantas abrigam profissionais que atuam em diversas áreas desde a operação propriamente dita até mesmo na pesquisa e desenvolvimento, formada por engenheiros, farmacêuticos, técnicos e a equipe de administração.

O projeto estratégico da



Equipamentos desenvolvidos pela Bhio Supply possibilitam simulações de cirurgias

Bhio Supply prevê constante ampliação de sua linha de produtos e consequente capacidade industrial e tecnológica. Como empresa de alta tecnologia, acredita que o continuado processo de PD&I é estratégico para o crescimento e sucesso dos objetivos mercadológicos. Adotando o sistema de “inovação aberta” (Open Innovation) e o envolvimento de centros-pesquisadores universitários, a Bhio Supply recebe incentivos de instituições fomentadoras

da inovação, materializando o conceito da “hélice tripla” (Empresa-Academia-Governo) para seus inúmeros projetos de inovação de produtos médico-hospitalares. FINEP, CNPq, Senai, BNDES e os ministérios de Ciência e Tecnologia, da Saúde e da Educação são os entes públicos apoiadores. Estes se somam aos ICTs e Centros Universitários de Pesquisa da UFRGS (HCPA e Labiomat), da Federal Fluminense (UFF), ULBRA, PUCRS (Hospital São Lucas), IPEMEC-CETREX, IEP (Hospital Moinhos de Vento), Complexo Hospitalar ISCMPA, Instituto Jacques Perissat, Hospital Albert Einstein e a inúmeros cirurgiões-pesquisadores em efetivo intercâmbio de know-how nos projetos de inovação.

Atualmente, o “pipe-line” de projetos de inovação possui cerca de mais de 100 ideias que passam pelo “funil de desenvolvimento” e vão se tornar produtos viáveis. Assim, na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), existem 134 produtos registrados, que, na prática, são cerca de 90 mil códigos disponíveis para comercialização. Hoje, em termos de propriedade industrial devidamente registrada no INPI, a Bhio Supply possui cerca de 16 processos de patente de invenção



Participação em importantes eventos globais, como a Medica, na Alemanha, garante atualização constante. Na foto, os sócios Marcelo Saraiva, Rodolfo Linck e Ivan Miranda

e 35 processos de desenho industrial, totalizando cerca de 51 processos de propriedade intelectual com diversos investidores nacionais e internacionais.

Presente positivo e futuro promissor

Marcelo revela que a empresa vem crescendo, em termos de faturamento, cerca de 20% ao ano, nos últimos anos. São cerca de 110 colaboradores internos e diretos e uma força de vendas de aproximadamente 50 pessoas, entre representantes e distribuidores, que levam os produtos a todo o território nacional e também ao exterior, com destaque para os mercados do Mercosul e da Europa, atendidos nos segmentos de peças e também de produtos finais. Também atuam como importadores de alguns itens específicos, como matérias-primas que não são produzidas no país, como ligas específicas de aço e outros materiais.

Marcelo Saraiva revela que o segmento de cirurgias por videolaparoscopia tem um espaço enorme de crescimento no Brasil. Esta técnica, por ser menos invasiva, traz diversos benefícios ao paciente e ao sistema de saúde como um todo. Ela possibilita uma redução expressiva

no tempo de internação, diminui drasticamente as chances de infecção hospitalar e proporciona uma recuperação mais rápida e menos dolorosa. Tudo isso acaba por se traduzir em redução de custos e alívio no sistema de saúde, seja ele público ou privado. “Na cirurgia de vesícula, a mais feita no mundo, o paciente leva de sete a dez dias para voltar para casa. Pela laparoscopia, em dois dias ele sai do hospital. Isso tudo representa redução de custos e melhor qualidade de vida para os pacientes”, complementa.

Segundo o CEO, hoje, no Brasil, cerca de 20% das cirurgias são feitas por vídeo, dentro do universo das que são possíveis. Na Alemanha, 73% são por vídeo; no Reino Unido, 74%; e na Austrália, 81%.

Por tudo isso, a Bhio Supply espera seguir sua trajetória ascendente e ‘democratizar’ a videolaparoscopia no país, passando de um faturamento anual atual de R\$ 35 milhões para R\$ 100 milhões nos próximos cinco anos, também com a adesão à robótica.

QUALIFICAÇÃO

Programa OMNI Bhio Academia

O programa “OMNI” contribui, sob demanda, com os cursos de

pós-graduação e, internamente, no treinamento e qualificação de nossos atuais 40 agentes comerciais. Estes objetivos são alcançados com treinamentos conduzidos por especialistas, quer na sede da empresa ou in loco, nas instituições de pós-graduação.

ATENDIMENTO

Completa assessoria e atendimento full service

A Bhio Supply presta a seus clientes parceiros completa assessoria e atendimento full service. A equipe de representantes e seus agentes comerciais cobrem todo o território nacional, garantindo atenção e pronta resposta no atendimento e prestação de nossos serviços.

APOIO EDUCACIONAL

Treinamento no uso de instrumentais videocirúrgicos

Com o objetivo de capacitar cirurgiões nas técnicas da videocirurgia, a Bhio Supply empresta seu total apoio aos principais cursos e especializações em cirurgia minimamente invasivas. Aos programas de pós-graduação, a empresa oferece cooperação técnica e disponibiliza seus instrumentais a instituições espalhadas em todo o Brasil. Hoje são apoiados 17 cursos, sendo eles com cadáver ou em simulação, contando com um simulador próprio para cursos de graduação e de especialização.

Diferenciais da Bhio Supply

- Presença dos sócios à frente dos negócios, integrados e atuantes
- Desenvolvimento constante de novos produtos
- Inovação como pilar
- Atualização em nível mundial no que se refere à tecnologia e à gestão
- Presença em grandes eventos e visitas técnicas periódicas aos principais clusters da área
- Um olhar para o futuro com planejamento, pensando na perpetuação do negócio
- Valorização das pessoas, vitais ao processo, por intermédio de um bom ambiente de trabalho, treinamentos e perspectiva de crescimento

Ivoti quer ser referência em gestão e qualidade de vida



DÉBORA ERTHEL / GRUPO SINOS

População de Ivoti será beneficiada com ações integradas em diversas áreas

A administração municipal de Ivoti elaborou um planejamento estratégico para qualificar a gestão, tornar o município referência em qualidade de vida e diversificar e fortalecer a economia local.

A convite do prefeito Martin Kalkmann, a consultora Fernanda Klauck, integrante do Comitê de Governança e Qualidade da ACI, coordena a estruturação do programa, que está alinhado com as propostas apresentadas durante as eleições de 2020 e envolve todos os órgãos do executivo.

Em reuniões de trabalho com integrantes do primeiro escalão, foram analisados diversos indicadores do município e definidas as diretrizes estratégicas e objetivos que vão nortear a atuação do gabinete, das secretarias e da autarquia municipal de água e saneamento.

A missão é proporcionar, com excelência, a melhor qualidade de vida à comunidade, a partir de valores como transparência, responsabilidade, engajamento dos servidores, sustentabilidade, respeito nas relações, foco na excelência, trabalho em equipe, valorização das pessoas e gestão participativa. A visão é ser excelência em gestão transparente e sustentável para atender às necessidades da comunidade.

As principais métricas do planejamento estratégico são obter, até 2024, o Selo Transparência nota 10 do Tribunal de Contas do RS, ampliar para 12% o volume de esgoto tratado, alcançar índice de satisfação da comunidade de 75% e ampliar o Ideb de 0,7% para 0,8%.

Para a elaboração do plano, também foram feitas consultas a pessoas-chaves do município. As informações obtidas serviram de base à estruturação de um mapa estratégico, em que grupos de trabalho estão encarregados de desenvolver ações para aprimoramento da comunicação interna e externa da gestão, realização de lives e eventos para divulgação de iniciativas das secretarias, ampliação dos canais de atendimento e instalação de monitores nos principais postos de saúde para informar o público sobre as ações desenvolvidas pelo executivo.

Aperfeiçoar processos e fazer reestruturação organizacional

Esse objetivo tem como iniciativa a desburocratização de processos, utilizando a tecnologia como aliada para garantir mais agilidade e integralidade. Além disso, o município prevê oferecer serviços mais eficientes e diversificados.

Diversificação e fortalecimento da economia

A diversificação e o fortalecimento da economia do município também fazem parte do mapa estratégico. Dois novos loteamentos industriais estão sendo estruturados para acomodação de empresas que queiram instalar-se. A prefeitura também está criando um coworking para empresas de pequeno porte. No local, em parceria com o Sebrae, serão disponibilizadas oportunidades de capacitação em ferramentas de gestão. Além disso, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento aprimorará o processo de qualificação de pessoas para sucessão rural.

Educação e saúde

Em Ivoti, o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é de 0,7, considerado alto, mas a gestão municipal pretende elevá-lo para 0,8 (índice considerado muito alto). Para isso, as escolas municipais serão alvo de ações focadas em tecnologia, por meio da escola digital, e em metodologia qualificada de ensino. Na área da saúde, além da qualificação dos principais postos de saúde da área urbana, uma unidade móvel para realização de exames básicos vai atender à população da área



rural. O município também vai investir na ampliação da oferta de serviços de média e alta complexidade e ampliar e qualificar a oferta do serviço de fisioterapia, entre outras ações.

Ações integradas para qualidade de vida

Visando proporcionar maior qualidade de vida à população, atividades de esportes, cultura e lazer

serão incentivadas. O Departamento de Esportes coordenará a implantação de um caminhôdromo na área central da cidade, entre outras iniciativas, enquanto a Secretaria de Meio Ambiente será responsável por desenvolver um projeto de arborização, uso de lâmpadas LED, aproveitamento de água de chuva em prédios do município, gerenciamento do lixo e promoção da reciclagem.

Principais métricas do PE

- Obter, até 2024, o Selo Transparência nota 10 do Tribunal de Contas do RS
- Ampliar para 12% o volume de esgoto tratado
- Alcançar índice de satisfação da comunidade de 75%
- Ampliar o Ideb de 0,7% para 0,8%.

Campo Bom obtém bons resultados com a implantação de planejamento estratégico

Em 2017, o prefeito de Campo Bom, Luciano Orsi, coordenou a implementação do planejamento estratégico do município. Como missão, Campo Bom estabeleceu “Proporcionar qualidade de vida à população, otimizando a utilização de recursos públicos e oferecendo os melhores serviços à comunidade, prezando justiça social”, que foi desdobrada em diversos objetivos, como manter as contas públicas equilibradas, avançar na qualidade da educação, avançar na qualidade da saúde, incentivar o desenvolvimento das empresas, mapear e agilizar processos e estabelecer o plano diretor estratégico para os próximos dez anos.

Em decorrência do planejamento, o município já colhe resultados, como conquista da classificação diamante do projeto Sala do Empreendedor, melhor cidade para empreender da Região Sul e a quarta do Brasil, desenvolvimento do distrito industrial, reforma, ampliação e construção de espaços públicos, desenvolvimento de capacitação para qualificação de mão de obra voltada



Manutenção das condições de tráfego em avenidas e ruas da cidade é uma das ações prioritárias

para tecnologia da informação, reformas das Unidades Básicas de Saúde, da farmácia e do pronto atendimento, ampliação da central de reciclagem, realização de obras de pavimentação,

drenagem, capeamento e recapeamento de ruas e avenidas e instalação de câmeras de alta resolução e da nova central de monitoramento da cidade.

Obrigado, Marco Aurélio Kirsch!

ACI realiza, no dia 24 de novembro, ato de inauguração da Sala Marco Aurélio Kirsch, em homenagem ao diretor falecido em 15 de setembro deste ano. Localizada na Diretoria Executiva, a sala era onde Marco trabalhava e recebia muitos dos que visitavam a ACI. “É uma forma de homenagear a memória do nosso eterno diretor Marco”, afirma o presidente Marcelo Lauxen Kehl, que trabalhou com Marco nos últimos quatro anos.

Gentil, amigo, culto, articulador, envolvido com as causas da ACI e da comunidade.

São muitas as características que podem ser atribuídas a Marco Aurélio Kirsch, cujo falecimento deixou tristes centenas de amigos, colegas de trabalho, conhecidos e familiares, mas também um legado que por muito tempo certamente será lembrado e seguido.

Durante os 15 anos em que atuou como diretor da ACI, ele personificou a entidade e foi uma espécie de primeiro-ministro leal e dedicado. Desempenhou de forma brilhante as atividades que lhe cabiam e também muitas outras que soube, habilidosamente, adicionar ao seu dia a dia, como uma missão que crescia a cada novo dia. Por isso, conquistou admiradores entre dirigentes, associados e funcionários. E, fora do ambiente da entidade, ganhou o respeito de



empresários, autoridades e dirigentes de entidades coirmãs pela presença sempre certa em seus eventos e pela capacidade de expressar opiniões seguras e positivas.

Na vida pessoal, com sua cumplicidade e seu carisma, foi capaz de atrair uma legião de amigos, nos mais diversos círculos sociais, pelos quais transitava com naturalidade. Na vida comunitária, não mediu esforços pela valorização da cultura, do esporte e do bem-estar geral.

Seu falecimento causou tristeza e dor em todos aqueles que o conheciam e, principalmente, tiveram a oportunidade de trabalhar com ele e desfrutar de seu jeito amigo e gentil de tratar a todos.

A Revista O Empresário, em nome de todos os voluntários, colaboradores e associados, presta uma homenagem a Marco, como era carinhosamente chamado por todos.

Trajatória

Nascido em 25 de março de 1964, em Novo Hamburgo, e advogado por formação, Marco iniciou sua trajetória na ACI em 2004, como consultor da Comissão Antipirataria do Calçado, a convite do então vice-presidente de Indústria, Ernani Reuter. O excelente trabalho realizado tornou a comissão reconhecida em nível nacional e levou o então presidente Flávio Fischer a convidá-lo para o cargo de diretor de Relações Institucionais da entidade, que assumiu em 01 de maio de 2006.

“O perfil dinâmico do Marco caiu como uma luva para o intenso ritmo de atividades que a ACI tinha já naquele período”, diz a gerente comercial Maria Lúcia Chaves de Almeida (Cota), mais antiga funcionária da ACI e que trabalhou diretamente com Marco.

Dono de estilo humano e divertido, ele logo ganhou a confiança



da equipe, com quem construiu um grande alinhamento e era transparente a ponto de dividir aspectos de sua vida pessoal. Seu alto astral também contagiava a todos, assim como a segurança com que resolvia assuntos delicados e atuava em defesa dos interesses dos associados da entidade centenária.

Com talento para relacionar-se, foi um verdadeiro diplomata, capaz de circular por diferentes ambientes, das pequenas empresas às grandes companhias, de trocar ideias sobre diversos assuntos e manter diálogo com outras pessoas por longo tempo.

Além de um relacionamento muito próximo aos associados da ACI e a dirigentes de entidades empresariais do Vale do Sinos, também teve atuação destacada no relacionamento com outras entidades empresariais gaúchas, sendo sempre chamado a trocar experiências em eventos da Federasul, do Transforma RS e da Fecomércio RS, em Porto Alegre. Em maio deste ano, foi homenageado pelos 15 anos dedicados à ACI.

Quando jovem, Marco viajou por vários países e residiu por algum tempo com o tio e pintor Ernesto Frederico Scheffel (mesmo nome que leva a fundação do artista) em Firenze, na Itália, o que lhe rendeu grande conhecimento das artes e da cultura mundial. Na Europa, morou uma temporada na Inglaterra.



Talento reconhecido

Dono de um estilo único e forte na defesa das ideias em que acreditava e dos interesses da entidade, mas doce no trato com todos, mesmo com aqueles que tinham posições diferentes das suas.

Marcelo Lauxen Kehl
presidente da ACI.

Sua energia e alegria sempre foram contagiantes, assim como seu destemor ao enfrentar as tarefas e dificuldades permanentes de uma entidade forte e atuante como a nossa.

Flávio Bueno Fischer
ex-presidente que contratou Marco para atuar na ACI.

Foi um privilégio termos tido nossa existência perto de uma pessoa tão inteligente e amorosa.

Cristina Kirsch Bergonsi
Irmã de Marco.

Dedicado, respeitoso e inteligente, qualidades que o destacaram ao longo de sua vida profissional.

Fátima Daudt
prefeita de Novo Hamburgo, que trabalhou com Marco na ACI.

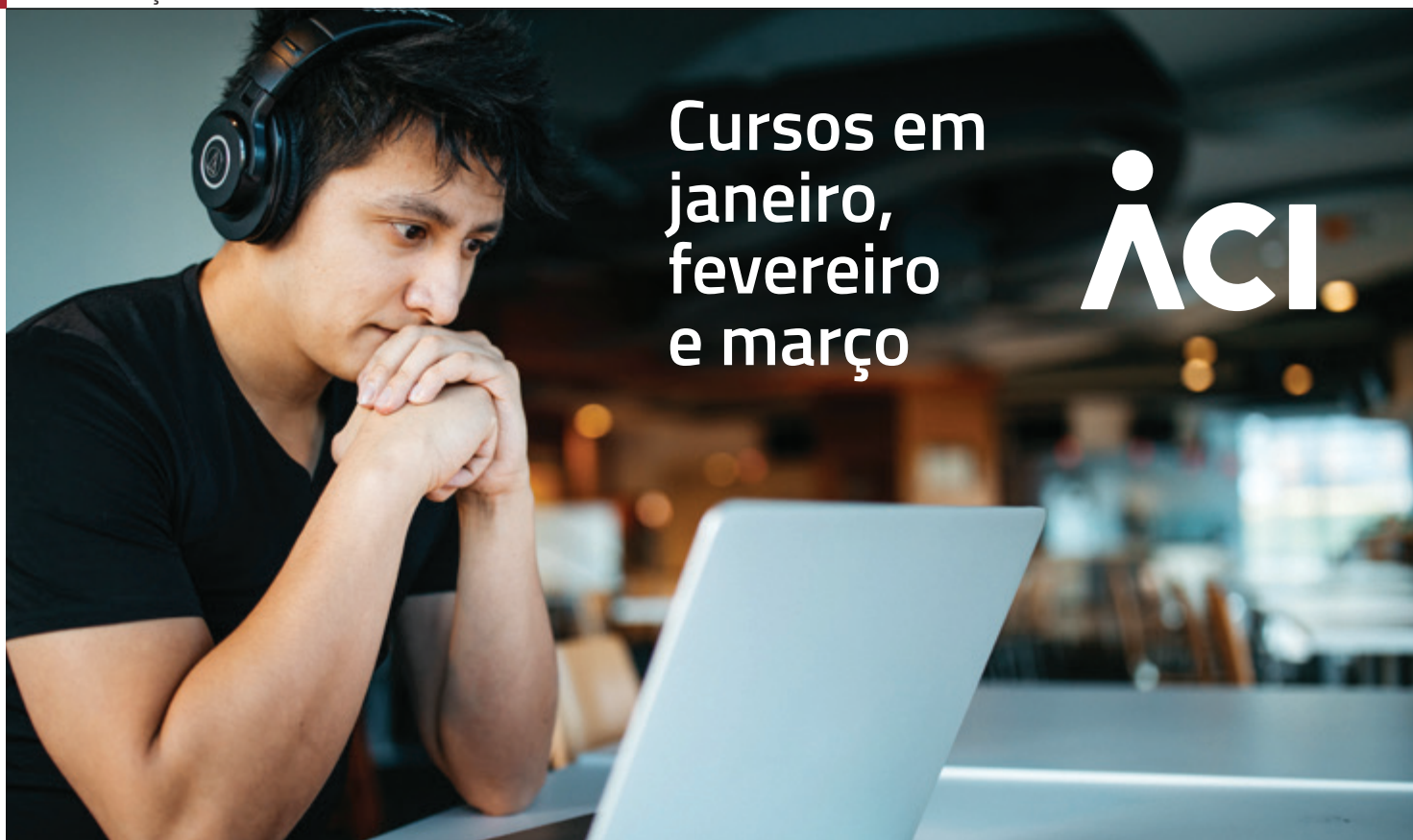
Um líder de diálogo e construção.

Artur Lemos
secretário-chefe da Casa Civil do Governo do Estado.

Dono de uma cultura invejável, era admirador da música e tinha entre os seus grandes amigos os músicos Wander Wildner e Fughetti Luz, com os quais reunia-se frequentemente antes da pandemia. Nas horas em que não estava na ACI, dedicava-se à família: a esposa, Denise Caselani, e ao filho Daniel Caselani Kirsch, além dos pais, Nelson e Lia Kirsch, dos irmãos Cristina e Luiz Fernando e milhares de amigos.

Também tinha o hábito de ler e praticar karatê (era faixa preta nesta arte marcial), além de conversar com os ex-presidentes da entidade, de quem procurava ouvir experiências e obter conselhos para o desempenho de suas atividades como diretor da ACI, onde alcançou grande êxito.

“Uma pessoa extraordinária! Dono de um estilo único, forte na defesa das ideias nas quais acreditava e dos interesses da entidade, mas doce no trato com todos, mesmo com aqueles que tinham posições diferentes das suas. Articulação, agilidade mental, presença de espírito em todos os momentos; estas eram algumas de suas inúmeras habilidades. De uma humildade impar para alguém tão formidável. E soube formar uma bela família, com Denise sendo a parceira ideal, firme como uma rocha até o final, e Daniel, um filho muito amado e muito bem criado, e que certamente alcançará o mesmo sucesso que o pai”, afirma o presidente da ACI, Marcelo Lauxen Kehl, que teve em Marco o seu braço direito nas atividades da entidade nos últimos quatro anos.



Cursos em janeiro, fevereiro e março



A ACI programou para os meses de janeiro, fevereiro e março cursos para a qualificação profissional em diversas áreas do conhecimento. Para realizá-los, a entidade está preparada com as melhores ferramentas, dispõe de instalações adequadas e congrega profissionais experientes. Acesse o cronograma completo em www.acinh.com.br/cursos, inscreva-se e capacite-se.

ON-LINE: PRODUTIVIDADE EM VENDAS

Data: 17, 18, 19 e 20 de janeiro de 2022
Horário: 19h às 22h
Instrutor: Sandro Schuh

ON-LINE: ROTINAS DO DEPARTAMENTO PESSOAL COM ESOCIAL

Data: 17 e 20 de janeiro de 2022
Horário: 18h30 às 22h30
Instrutor: Thiago Rodrigues

PRESENCIAL: COMO TRABALHAR SUA DICÇÃO E ORATÓRIA PARA OBTER RESULTADOS POSITIVOS EM SUA PROFISSÃO?

Data: 24, 25 e 26 de janeiro de 2022
Horário: 18h30 às 22h30
Instrutora: Endinara Fabiana Siqueira

PRESENCIAL: RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Data: 24, 25 e 26 de janeiro de 2022
Horário: 18h30 às 22h30
Instrutor: Marco Antônio Peruzzato

ON-LINE: EXPORTAÇÃO SEM MISTÉRIOS

Data: 01 e 02 de fevereiro de 2022
Horário: 19h às 22h
Instrutora: Ana Cristina Klein

ON-LINE: LEI DE PROTEÇÃO DE DADOS

Data: 07 e 08 de fevereiro de 2022
Horário: 19h às 22h
Instrutora: Cláudia Bressler

ON-LINE: AUMENTANDO A EFICÁCIA NA COBRANÇA

Data: 15 de fevereiro de 2022
Horário: 19h30 às 21h30
Instrutor: Hermes D'Ávila

ON-LINE: MOTIVANDO SUA EQUIPE PARA A MUDANÇA

Data: 14, 15 e 16 de fevereiro de 2022
Horário: 19h30 às 21h30
Instrutora: Telma Cristina Soares Esmerio

PRESENCIAL: LIDERANÇA NA PRODUÇÃO

Data: 21, 22 e 23 de fevereiro de 2022
Horário: 18h30 às 22h30
Instrutor: João Antônio Pires Rodrigues

PRESENCIAL: VENDAS POR TELEFONE - TÉCNICA ALINHADA A RESULTADOS

Data: 22 e 23 de fevereiro de 2022
Horário: 18h30 às 22h30
Instrutora: Claudia Peruzzato

ON-LINE: GESTÃO DE CRISES NA ERA DIGITAL

Data: 07 e 08 de março de 2022
Horário: 19h às 22h
Instrutor: Stefan Ligocki

ON-LINE: GESTÃO FINANCEIRA DA EMPRESA

Data: 16 e 17 de março de 2022
Horário: 19h às 22h
Instrutor: Ricardo Zanchin

PRESENCIAL: EMPATIA NO ATENDIMENTO AO PÚBLICO

Data: 21 e 22 de março de 2022
Horário: 18h30 às 21h
Instrutora: Vivian Laube

ON-LINE: DESENVOLVIMENTO E AVALIAÇÃO DE FORNECEDORES

Data: 28 e 29 de março de 2022
Horário: 18h30 às 22h30
Instrutor: Thiago A. Finimundi

ON-LINE: ATUALIZAÇÃO EM ICMS ST 2022

Data: 30 e 31 de março de 2022
Horário: 19h às 22h
Instrutor: Francisco Laranja

Cursos, mestrados, doutorados e serviços especializados com descontos para associados



Informações:
51 2108.2108
acinh@acinh.com.br
www.acinh.com.br

CAPACITAR

Graduação e pós-graduação
Desconto de 15% nos cursos de graduação EAD e isenção da taxa de inscrição do vestibular e 50% na taxa de matrícula da pós-graduação EAD. Cidades de abrangência: Canoas, Novo Hamburgo, Parobé, Sapiranga e São Leopoldo.

ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING – ESPM SUL

Desconto de 5% nos cursos abertos de MBA, pós e intensivos para diretores e colaboradores.

INSTITUTO DE EDUCAÇÃO IVOTI

Desconto de 10% nos cursos de extensão, idiomas e pós-graduação.

IERGS/UNIASSELVI

Desconto de 5% nos cursos de graduação e pós-graduação nas modalidades presencial e à distância. Desconto acumulativo ao desconto de balcão concedido ao beneficiário, com exceção dos cursos promocionais de R\$ 159,00. Válido para alunos veteranos e novos alunos, sendo extensivo aos familiares.

FACCAT

Graduação e pós-graduação
Desconto de 40% nos cursos de graduação em uma disciplina por semestre e 20% na pós-graduação lato sensu. O desconto é válido independentemente do número de funcionários.

FEEVALE

Graduação, pós-graduação, mestrado, extensão, serviços especializados, atividades físicas, atividades aquáticas e idiomas
Desconto de 10% nos cursos de graduação no Feevale Digital e no crédito de graduação presencial, sendo necessário que o aluno esteja matriculado em, no mínimo, oito créditos. Nos cursos de pós-graduação e extensão, desconto de 10%. No mestrado, desconto de 10% para um aluno, 20% de dois a quatro alunos e 25% acima de cinco

alunos, sendo o desconto exclusivamente para o curso de Mestrado Acadêmico em Administração.

Desconto de 12% em cursos de graduação e pós-graduação quando o pagamento das mensalidades do acadêmico for realizado integralmente pela conveniada ou empresa associada, mediante formalização expressa.

Nas atividades físicas e aquáticas, serviços especializados e cursos de idiomas, desconto de 10%.

FTEC FACULDADES

Cursos técnicos, graduação e pós-graduação

Para alunos dos polos de Novo Hamburgo e Porto Alegre, desconto de 60% para 120h. Na graduação presencial, modalidade híbrida, desconto de 50% para alunos que cursarem três disciplinas ou mais de 180h. Para graduação EAD, desconto de 50%. Já na pós-graduação presencial e EAD, desconto de 25%. Nos cursos técnicos presenciais e EAD, desconto de 40%. Bônus de 40 cursos livres (conforme a disponibilidade dos mesmos).

Benefício de taxa de custo fixa de R\$ 20,00 para atendimento psicológico nas unidades de Caxias do Sul e Bento Gonçalves, não aplicável a estudantes de psicologia ou dependentes. Os descontos são extensivos aos familiares e não são cumulativos a outros descontos ou bolsas ofertados pela instituição.

INSTITUIÇÃO EVANGÉLICA NH (IENH)

Cursos técnicos, idiomas, especializações e graduação

Para os cursos técnicos, graduação e especializações até dois alunos, desconto de 10%. De três a cinco alunos, 15% e acima de seis alunos, desconto de 20%.

ULBRA

Desconto de 10% no valor das mensalidades nos níveis de ensino oferecidos pelas unidades mantidas pela AELBRA (Unidades de Ensino Fundamental, Médio e Superior). Desconto também é extensivo a dependentes legais, desde que regularmente matriculados na graduação em, no mínimo, 12 créditos, no semestre letivo. Não terão direito aos descontos os alunos de medicina, veterinária, odontologia, cursos de graduação presencial modulares e cursos de pós-graduação.

UNISINOS

Graduação, MBA's, pós-MBA's, LLM's, extensão, informática, línguas, especializações, mestrado e doutorado
Desconto de 7,5% a alunos que cursarem até 12 créditos e 10% aos que cursarem acima de 12 créditos no semestre. No intensivo, desconto de 7,5%. Nos MBA's, especializações, superiores de complementação de estudos, línguas, extensão, informática, mestrado e doutorado, desconto de 10%. Os descontos são válidos para todas as modalidades (presencial, híbrida e EAD) e em todos os campus e polos da Unisinos.

UNIPACS

Cursos técnicos e de qualificação
Desconto de 5% no parcelamento de cursos técnicos e qualificação em massagem. O desconto não se aplica à taxa de matrícula e ao pagamento à vista dos cursos.

UNINTER

Cursos de graduação e pós-graduação
Desconto de 10% nos cursos de graduação e pós-graduação na modalidade EAD e presencial.

UNOPAR/ANHANGUERA/OLIMPIO

Anhanguera/Unopar - Desconto de 25% a 40% nos cursos de graduação e pós-graduação somente para novos alunos. Desconto de 10% aos colaboradores que realizarem o pagamento de suas mensalidades pontualmente ou com antecedência. O desconto poderá ser cumulado com outras bolsas, com exceção de pós-graduação, cujas parcelas serão fixas de acordo com a contratação, sendo extensivo aos familiares. Para alunos que já possuem cursos em andamento, o desconto permanece em 20%.

Olimpio - Desconto de 45% nos cursos profissionalizantes somente para novos alunos. Desconto de 14% aos colaboradores que realizarem o pagamento de suas mensalidades pontualmente ou com antecedência. O desconto poderá ser cumulado com outras bolsas, sendo extensivo aos familiares.

SENAI - NOVO HAMBURGO E ESTÂNCIA VELHA

Desconto de 10% sobre os preços vigentes dos cursos de iniciação e aperfeiçoamento profissional e 8% sobre os preços vigentes dos cursos técnicos, limitados a cinco alunos por turma.

Novos integrantes do quadro social

O quadro social da ACI recebeu 15 novos integrantes nos meses de agosto, setembro e outubro. As empresas abaixo citadas recebem as boas-vindas da diretoria, dos colaboradores e dos associados da entidade.

AGOSTO

Bhio Supply	51 3459.4000	www.bhiosupply.com.br
Centro Educacional Sulzenco	51 3069.2689	www.ead.unifacvest.edu.br
Despachante João	51 3593.1747	despachantejoao@gmail.com
Centroeco	51 3065.9700	www.centroeco.com.br

SETEMBRO

Câmara Texana de Comércio no Brasil	21 3736.3873	www.betchamber.org
Kranz Contabilidade	51 3594.6983	www.kranzcontabilidade.com.br

OUTUBRO

Agência Costa	51 99965.7934	www.agenciacosta.com
Andreoli	51 3582.4440	www.andreolimarcaspatentes.com.br
AtlanFish	48 3206.8088	www.atlanfish.com.br
FlokiSys	51 99870.0725	www.flokisys.com
Hoffmeister & Leal Advogados	51 3253.4727	www.hoffmeisterlealadvocacia.com.br
Kienbaum	51 3311.0444	www.kienbaum.com.br
Polo Franquias	51 99241.8298	www.polofranquias.com.br
Polymarket	51 3594.4491	njb.nho@terra.com.br
Sílica Sul	51 3527.2667	www.silicasul.com.br

Guia de Descontos ACI

Nova empresa integrante

No último trimestre, uma nova empresa passou a integrar o Guia de Descontos da ACI e a oferecer benefícios aos associados na compra de seus produtos e/ou utilização de seus serviços. Veja ao lado o nome, a especialidade e o desconto oferecido.

CENTROECO

Categoria: Exames
Especialidade: Ecografia
Desconto de 10% da tabela particular.
Convênio extensivo ao colaborador

Empresas recebem homenagem

Os meses de agosto, setembro e outubro foram especiais para 35 empresas associadas à ACI. Elas comemoraram aniversário e receberam um troféu alusivo à data durante o Prato Principal nos respectivos meses. As empresas abaixo relacionadas receberam homenagem pelo critério de fundação a cada cinco anos. Aos seus diretores, funcionários, parceiros e clientes, a entidade deseja um longo caminho de sucesso.

Agosto	Setembro	Outubro
5 Inovação Consultoria Técnica	5 All Trade	5 Raul Bergesch Advogados
Exata Contabilidade		
SOS Box Embalagens	Bondan, Bronzatti & Pienis Advogados Associados	10 Calçados Somavilla
10 Capacitar NH	10 Novo Conceito Contabilidade	20 Liniar Assessoria Contábil
Bellenzier Pneus		
15 Next Brazil	Estrelatur	Calçados Beira Rio S/A
25 BL Auto Peças		25 Étika Gestão Condominial
30 Sinoscom	20 Camerini & Camerini Advogados	
A Gazeta		
Fepam Ferramentas	Brasilpel	Bourbon Shopping Novo Hamburgo
35 Tholz Sistemas Eletrônicos		
Tudo Imobiliária	30 Beplast Indústria e Comércio de Plásticos	30 Novopê Calçados
60 Fenac	35 Couros Nobre Beneficiamento	Brascheng Comércio de Componentes para Calçados
	45 Prontomed - Novo Hamburgo	ESPM
	50 Ferga Alimentos	35 Contec Serviços Contábeis
	75 SESC - Novo Hamburgo	45 Impressos Portão



Participação empresarial valorizada

Para a realização de seus diversos eventos, a ACI conta com importantes parceiros, os quais permitem que a entidade ofereça oportunidades de qualificação, desenvolvimento, crescimento e novas perspectivas de negócios a empresas de toda a região em que atua. A ACI reconhece a importância e agradece às organizações parceiras abaixo destacadas:

26/08 | 30/09
Prato Principal Híbrido

Patrocínio



Apoio Master



06/08 | 17/09 | Webinar RH

Patrocínio



10/08
Webinar Economia & Negócios

Patrocínio



13/08 | 24/09 | Webinar Marketing

Patrocínio



Fórum Governança em Empresas Familiares de Pequeno e Médio Porte

Patrocínio



Parceria



20/08 | 09/09 | Webinar Jurídico

Patrocínio



03/09 | 07/10
Webinar Inovação

Patrocínio



01/10 | Webinar Empreender

Patrocínio



Parceria



29/10
Webinar Empreender

Patrocínio



Parceria



18/10 | 101 Anos: Um Novo Centenário Começou

Patrocínio



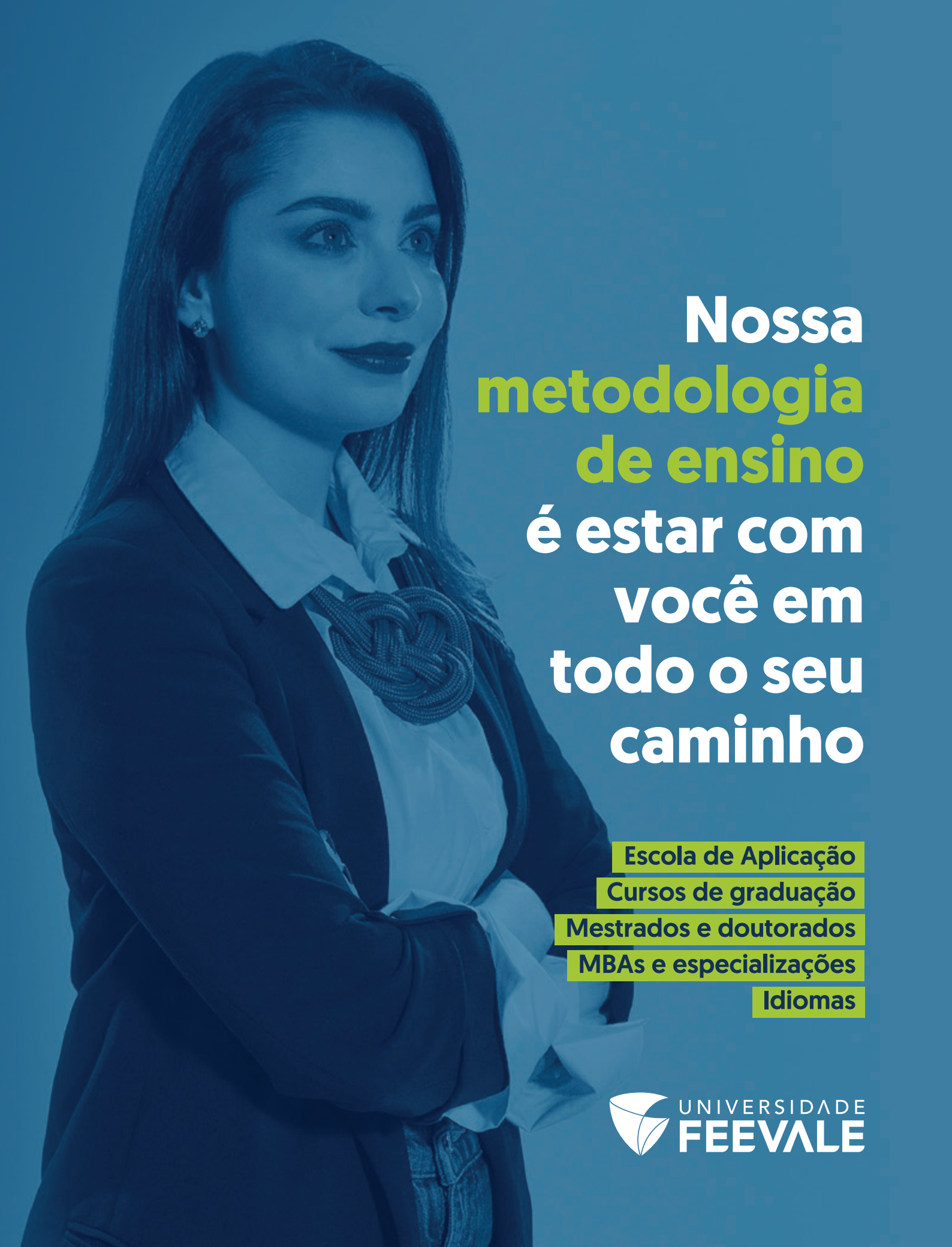
Apoio



ANUNCIANTES DESTA EDIÇÃO



Dimel Materiais de Embalagem - Soluções Únicas Como Os Seus Produtos	www.dimelnet.com.br
Executive Corretora de Câmbio	www.executivecambio.com.br
Laboratório Fleming	www.fleming-lab.com.br
Sicredi Pioneira	www.sicredipioneira.com.br
Unisinos	www.unisinos.br
Universidade Feevale	www.feevale.br



**Nossa
metodologia
de ensino
é estar com
você em
todo o seu
caminho**

Escola de Aplicação

Cursos de graduação

Mestrados e doutorados

MBAs e especializações

Idiomas

O melhor de nós, por você

No Laboratório Fleming você e sua família encontram exames com qualidade certificada, e um atendimento com o cuidado e a atenção que merecem. Oito unidades de atendimento em Novo Hamburgo, Campo Bom, Estância Velha e São Leopoldo.



Central de Atendimento

51 3065-3888 | www.fleminglab.com.br

Atendimento empresarial: (51) 99180-0160



fleming
LABORATÓRIO