

ENTREVISTA

Conceito que alia design e conforto

Formado em Ciências Contábeis, **Filipe Azevedo** já trabalhou como auditor para o Ministério da Fazenda e, durante algum tempo, foi professor universitário. Mas a paixão pelo mundo dos negócios fez com que o empresário largasse tudo para dedicar-se a um novo projeto. Em agosto de 2008, o capixaba, que veio para Brasília aos cinco anos, abriu a primeira loja da Crocs™ no Brasil, aqui em Brasília. O sucesso e a aceitação do público foram tão grandes que, em dois anos, a marca cresceu e o Distrito Federal já conta com quatro lojas exclusivas da Crocs™. A ênfase que a marca dá à qualidade de vida foi um dos motivos que levou Filipe a investir na empresa. “Sempre quis ter meu próprio negócio. Não poderia ter feito uma escolha melhor”, revela. Em relação à nova loja, inaugurada esta semana em Águas Claras, ele garante que as expectativas são as melhores possíveis, visto o crescimento da região nos últimos anos e a identificação da população local com os calçados. Nesta entrevista ao jornal *Alô Brasília*, Filipe revela que, em suas horas vagas, gosta de estar ao lado da família e dos amigos, se divertindo e conta

quais são os principais diferenciais da Crocs™, empresa que conquistou os “pés” de milhões de pessoas no mundo todo.

Jornal Alô Brasília - Como tem sido a aceitação dos brasileiros em relação aos coloridos e descolados calçados Crocs™?

Filipe Azevedo - A melhor possível. O brasileiro adora a Crocs™!

JAB - Os produtos que têm mais saída são para homens, mulheres ou crianças?

FA - No caso dos homens, o destaque vai para o “Santa Cruz” e “Yukon”. Já as mulheres têm buscado muito o “Olívia”. Para o público infantil, a demanda é muito grande pelo “Classic” e pelos licenciados. Mas todos esses públicos estão encantados com o “Crocband”, carro chefe da marca para esse ano.

JAB - Há perspectivas de aumentar o número de lojas aqui em Brasília?

FA - Por enquanto não, pois a expansão depende do planejamento da Crocs™ Brasil. Porém, pretendo melhorar as instalações das lojas já existentes, visando proporcionar mais conforto aos clientes. Es-

tou abrindo uma loja Crocs™ em Vitória/ES no próximo dia 16, a primeira do Estado do Espírito Santo.

JAB - Quais são os diferenciais dos calçados Crocs™?

FA - O conforto, a praticidade e o design arrojado.

JAB - Qual a expectativa de vocês em relação ao Dia dos Pais?

FA - Para a empresa, manter os bons números que essas datas comemorativas proporcionam. Quanto a mim, espero receber o carinho dos meus filhos, Ana Clara (10) e Filipe Filho (7), juntamente com minha esposa, Eliane.



Filipe Azevedo
Empresário

LEITURA OBRIGATÓRIA

VIVENDO E APRENDENDO

“Vivendo e aprendendo”, primeiro giftbook do psiquiatra, escritor e palestrante Roberto Shinyashiki, que a Editora Gente acaba de lançar, traz as ideias do autor sobre como a espiritualidade pode servir de caminho para o desenvolvimento dos verdadeiros valores do ser humano. Em suas páginas o leitor encontrará a síntese de todos os conhecimentos e experiências de Shinyashiki, apresentando lições valiosas que ele aprendeu ao longo da vida

ou que foram vividas por amigos próximos. O motivo principal que impulsionou o autor a escrever este livro, é a esperança na vida, nas pessoas e na história que cada um quer para si. Shinyashiki lembra passagens com seus pais e compila trechos de sua vida que podem ter sido vividos por todas as pessoas que assumiram a sensibilidade como filosofia para viver em contato com humanidade. Conhecedor da alma humana, Shinyashiki em “Vivendo

e Aprendendo” se torna um aluno disposto a vasculhar seus anseios e dividir com cada leitor suas experiências para que possam crescer juntos ou encarar a vida de uma forma mais leve. São momentos de sabedoria que todos poderão usar para realizar os seus sonhos ou para enfrentar os desafios da vida.



Vivendo e aprendendo
Autor: Roberto Shinyashiki
Fotos: Fernanda Friedrich Genthon
Editora: Gente
Gênero: Giftbook
Formato: 18 x 12
Páginas: 64
Preço: R\$ 19,90
Ano e nº da edição: 2010 / 1ª edição

EXTREMIDADES

MERCADO DE SPAS

De acordo com a Associação Brasileira de Clínicas e Spas (ABC-Spas), o mercado de spas vem crescendo em nível nacional, com destaque para as unidades urbanas. Só para se ter uma ideia, em 2008, existiam 643 empreendimentos desta área no Brasil. Hoje, são cerca de mil.



POLUIÇÃO URBANA



Um estudo da Anfavea constata que um automóvel com 15 anos ou mais de uso emite até 18 vezes a quantidade de poluentes produzida por um veículo recém-saído da fábrica. Da frota de 833 mil carros do DF, segundo o Denatran, quase 25% (cerca de 219 mil) têm mais de 15 anos.

NOTAS

Benefício ampliado

Os clientes do programa de relacionamento “Ponto pra Você”, do Bando do Brasil (BB), que são usuários dos planos pré-pago da Vivo também, podem, a partir de agora, adquirir créditos para seus celulares utilizando os pontos do programa. A proposta, que é inédita no mercado, teve início no BB em fevereiro deste ano, em uma parceria com a Claro. Os clientes dessas operadoras após acumularem pontos no programa “Ponto pra Você” em função do seu relacionamento com o BB, como a contratação de seguros ou empréstimos, a utilização de canais de autoatendimento e do cartão na função crédito ou débito, e trocam créditos para os seus telefones pré-pagos a partir de 600 pontos do programa. A parceria beneficia principalmente os clientes de menor renda, que têm mais dificuldades em acumular pontos no programa.

Repaginada no visual

As empresárias Cristiane Oliveira e Luciana Alencar, novas proprietárias da Visage, reinauguraram a loja – com dez anos de mercado – com muitas novidades para suas clientes. A boutique, situada na comercial da 309 Sul, abriu suas portas totalmente repaginada e com um mix consagrado de marcas como a Linda de Morrer, a Letage e a Iorane Rabelo, entre outras. Além disso, apresenta nova coleção, acessórios diferenciados, semi-jóias e bolsas. Ao todo, foram investidos no negócio cerca de R\$ 100 mil. A meta agora é atingir um faturamento 30% maior nos próximos seis meses.

Camisetas descoladas

Após oito anos de sucesso em diversas cidades do país, a grife paulista Banca de Camisetas chega a Brasília. Com a proposta de oferecer camisetas descoladas e divertidas, a marca inaugura hoje (dia 6), no Terraço Shopping, sua primeira loja na capital federal. Ao entrar na Banca de Camisetas, o cliente tem a sensação de estar numa grande banca de jornal. No entanto, em vez das mais variadas publicações, encontra t-shirts com estampas exclusivas e frases que fazem rir e pensar. Das situações cotidianas aos ícones da música pop e do cinema, tudo é tema para as criativas peças. Para fidelizar o cliente, a cada 15 dias novos modelos chegam às araras. Segundo o proprietário da franquia brasiliense, Rafael de Medeiros Ribeiro, a escolha do local foi pensada no estilo dos clientes. “O público moderno e antenado do shopping se encaixa perfeitamente em nossa proposta de desenvolvimento do negócio”, conta Rafael.

AGENDA

Mulheres reconhecidas

Reconhecer o empreendedorismo feminino é o objetivo do Prêmio Sebrae Mulher de Negócios, que chega a 7ª edição em 2010. Até o dia 15 de setembro, proprietárias de microempresas e empresas de pequeno porte, estabelecidas formalmente há pelo menos um ano e membros de grupos de produção formal (cooperativas e associações) de pequenos negócios produtivos, poderão se inscrever para concorrer ao prêmio. Mais informações no site: www.mulherdenegocios.sebrae.com.br.

Construir Brasília

Vem aí o Construir Brasília 2010 – Feira Internacional da Construção. O evento acontece de 29 de setembro a 2 de outubro, no Centro de Convenções Ulysses Guimarães. Informações pelo site: www.feiraconstruir.com.br.

Prêmio Colibri

Acontece no próximo dia 27 de agosto, na sede da Asbac, a partir das 20h, o Prêmio Colibri, voltado para premiar o trabalho dos melhores corretores de imóveis do DF. A iniciativa é do Creci-DF, Secovi-DF e Sindigeci. Informações: (61) 3347-0815 / 9934-9967.