

Parabólica Econômica



Flávio Resende

e-mail: flavioresende@terra.com.br - Tel.: 3242-9058

BRASÍLIA EM NÚMEROS

Vestuário cresce com a Copa

O setor de vestuário brasileiro espera movimento 30% maior na venda de produtos e artigos esportivos, durante o período da Copa do Mundo. De acordo com Márcio Mendonça França, presidente do Sindiveste-DF, as encomendas começaram na segunda quinzena de abril e devem permanecer em alta até o início do evento, em junho, quando começa a variar, conforme os resultados dos jogos da seleção.

Azul poderá ligar Brasília a Campinas

A Azul Linhas Aéreas Brasileiras devem começar a operar a rota Campinas-Brasília a partir de agosto. Isso se a ANAC autorizar. Serão três frequências diárias entre as duas cidades, sem escalas e com duração de 1h10. A operação da Azul deverá ser feita exclusivamente a partir do Terminal 2 do Aeroporto de Brasília, que tem maior capacidade de operação. A companhia tem a única frota composta exclusivamente por jatos 100% brasileiros, os modernos E-Jets fabricados pela Embraer.

RP's têm encontro em Brasília

Brasília vai sediar a 27ª edição do Congresso Interamericano de Relações Públicas de 26 a 30 de setembro, no Centro de Convenções Ulysses Guimarães. A promoção é da Associação Brasileira de Relações Públicas – Seccional DF, presidida por Antônio Carlos Lago. O tema este ano é “Relações Públicas e Novos Paradigmas de Responsabilidade Social e Sustentabilidade”. Mais informações pelo telefone 61 3327-3013 ou pelo site www.abrp.com.br.

Agenda Legislativa 2010 é lançada

A Federação das Indústrias do DF (Fibra) lançou a edição 2010 da Agenda Legislativa da Indústria do DF. O documento foi entregue no último dia 9, ao presidente da Câmara Legislativa do DF, deputado Wilson Lima, em cerimônia na sede da federação.

Capital Digital à vista

As obras do Parque Tecnológico Capital Digital, enfim, saíram do papel, embora a construção (e divisão do terreno em quadras) entre a Granja do Torto e o Parque Nacional – prevista para ser entregue em 2012 – esteja sendo questionada pelo Supremo Tribunal Federal, em uma Ação Direta de Inconstitucionalidade. Além disso, o Ibama alegava que a iniciativa envolvia uma área ambiental. Entretanto, o projeto foi refeito para que pudesse ser licitado e no início deste ano, a Terracap, dona do terreno, transferiu para o Banco do Brasil a propriedade da área pretendida pelo consórcio BB/Caixa Econômica. É cruzar os dedos para que o projeto, tão importante para a cidade, seja efetivamente materializado.

BRA\$IL S/A

RIC substituirá RG

Começa a ser emitido a partir de outubro o Registro de Identificação Civil (RIC), que substituirá o Registro Geral (RG). O novo modelo de identidade, que será único no país e terá dez dígitos (uma sequência de nove números mais um dígito verificador), será similar a um cartão bancário com chip, reunindo dados pessoais, CPF e título de eleitor. A emissão do documento começará por meio de projeto piloto em um estado de cada região. E a intenção é trocar todos os documentos – 150 milhões no total – em até dez anos.

Recorde na arrecadação

Os impostos federais, estaduais e municipais pagos pelos brasileiros este ano alcançaram R\$ 500 bilhões no último dia 2 de junho, segundo a Associação Comercial de São Paulo (ACSP). O valor, registrado pelo Impostômetro, instalado no centro de São Paulo, aponta crescimento na arrecadação de impostos, já que em 2009 esse valor montante (de R\$ 500 milhões) foi atingido em 24 de junho. A previsão é de que ocorra um novo recorde de arrecadação em comparação com o ano passado, que foi de R\$ 1,09 trilhão, para aproximadamente R\$ 1,2 trilhão.

NOVOS EMPREENDEDORES

Entrevista

Henrique Villar Romano - Empresário

O empresário brasileiro Henrique Villar Romano (foto) adquiriu o gosto pelos negócios ainda na adolescência. Desde os 15 anos, ajudava a cuidar das lojas de chocolate da família. Formou-se em Turismo, pela Faculdade EuroAmericana, e decidiu, depois de ter feito o curso da Franchising University (que forma executivos e empresários de Franchising), mudar de ramo. Em dezembro de 2007, inaugurou a primeira loja no DF da Aloha Eyewear, empresa varejista genuinamente, brasileira, especializada na comercialização de óculos de sol. Desde o princípio, sua proposta era expandir a marca e torná-la uma franquia, o que não demorou muito para acontecer. Logo nos primeiros meses, um empresário manauense, de passagem pela capital, conheceu a Aloha e decidiu abrir uma loja no seu Estado. Ao Jornal do Planalto, o jovem empresário revelou que seu desejo para o futuro é crescer junto com a empresa, levando a marca também para o exterior.



Em dezembro de 2007, inaugurou a primeira loja no DF da Aloha Eyewear, empresa varejista genuinamente, brasileira, especializada na comercialização de óculos de sol. Desde o princípio, sua proposta era expandir a marca e torná-la uma franquia, o que não demorou muito para acontecer. Logo nos primeiros meses, um empresário manauense, de passagem pela capital, conheceu a Aloha e decidiu abrir uma loja no seu Estado. Ao Jornal do Planalto, o jovem empresário revelou que seu desejo para o futuro é crescer junto com a empresa, levando a marca também para o exterior.

Jornal do Planalto – Quando foi que surgiu a ideia de criar uma marca de óculos escuros?

Henrique Villar Romano – Já havia trabalhado com óculos escuros anteriormente e, sempre que ia comprar óculos, dificilmente, encontrava algo que me satisfazia. Então, comecei a pensar em trazer opções variadas para todos os estilos, visto que os brasileiros têm gostos e personalidades variadas. Diante desta constatação, resolvi criar a Aloha Eyewear.

Atualmente, a Aloha Eyewear conta com nove lojas espalhadas pelo Distrito Federal, Amazonas, Minas Gerais e Goiás, vendendo óculos que agradam a todos os estilos. Quais estratégias a empresa usa para atrair e fidelizar os seus clientes?

– A Aloha Eyewear trata seus clientes como únicos. A satisfação e a necessidade do cliente vêm acima de tudo. Além disso, sempre participamos de eventos e patrocinamos esportistas, o que faz o diferencial de uma marca que quer crescer no mercado nacional. Nossos óculos têm garantia de seis meses, mas havendo algum problema, sempre resolvemos da melhor forma que agrada o cliente.

Quais são os benefícios que os franqueados podem receber a partir do momento em que

compram uma franquia da Aloha Eyewear?

– Ao adquirir uma franquia Aloha, o franqueado já tem uma marca de renome. Fazemos ainda um treinamento inicial e contínuo, dentro de todas nossas operações, propiciando que o franqueado encarne o espírito Aloha de ser e se sinta dentro de uma Aloha, seja na região Norte ou na Sul.

Atualmente, como está o mercado de moda no DF, incluindo o ramo de óculos escuros?

– Brasília cresceu muito de uns anos pra cá e, atualmente, é possível ver várias pessoas vindas de outros Estados ou países para conhecer e levar as marcas para outras regiões. Hoje, vejo Brasília como uma das principais regiões de moda do país, sempre crescendo e atraindo novos investidores. Com os óculos escuros não é diferente. Atendemos pessoas de todas as idades e estilos.

Quais são as expectativas da empresa para o ano de 2010?

– No ano de 2010, nossa empresa se associou à Associação Brasileira de Franchising (ABF) e, ainda este ano, pretendemos atingir um número de 20 franquias. Nossa proposta é crescer sempre, sem perder o nosso foco. Para os próximos cinco anos, esperamos estar entre as maiores empresas do país para, a partir daí, começarmos a nossa expansão no exterior.

SERVIÇO: Aloha Eyewear - Fone: (61) 3041-5953

Site: <http://www.alohaeyewear.com.br> Email: escritorio@alohaeyewear.com.br