

Parabólica Econômica



Flávio Resende

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

BRASÍLIA EM NÚMEROS

Selo sinaliza empresa pró consumidor

A Agência Consumidor Popular (www.consumidorpopular.com.br) e o Instituto Justiça do Consumidor lançam o selo “Esta empresa é pró Consumidor” com a intenção de incentivar as empresas a se anteciparem às crescentes exigências dos consumidores e transformar o novo relacionamento em posicionamento institucional e de marketing. Ao corrigirem eventuais distorções no relacionamento com este consumidor, as empresas que passarem a reafirmar sua imagem com o selo ganham posicionamento e percepção positiva de um público cada vez mais exigente. O Instituto Justiça do Consumidor, uma entidade sem fins lucrativos, tem em seus quadros advogados e pessoal especializado em consumo. Após sugestão e análise de procedimentos pró-ativos a favor do consumidor, fornece o selo e o divulga junto às entidades de consumidores, sites de reclamações dos consumidores, redes sociais e vivenciais.

João Doria Junior em Brasília

A Excelenzia Groupe traz pela primeira vez a Brasília o jornalista e empresário João Dória Júnior, que ministrará a palestra “Como criar projetos vencedores”. O evento será realizado no Centro de Convenções Ulisses Guimarães, no dia 23 de novembro, a partir das 19h30. A ação acontecerá em comemoração à chegada do grupo na capital federal e promete inovar ainda mais o mercado de eventos e publicidade da cidade. A empresa surgiu da união de 15 jovens empresários, que juntos decidiram consolidar uma marca e fazer a diferença no mercado de Brasília. Hoje, ramificaram o empreendimento e o dividiram em quatro vertentes, voltadas para o segmento de comunicação, construção civil, comercialização e agricultura. “No início pensávamos em unir nossos conhecimentos para gerar uma empresa inovadora, que oferecesse para os brasilienses uma proposta totalmente diferenciada. Ficamos surpresos com a receptividade dos clientes, inclusive a do próprio João Dória, que mesmo diante de uma proposta tão nova, apostou em nosso trabalho” conta o diretor da Excelenzia Groupe, Rodrigo Silva.

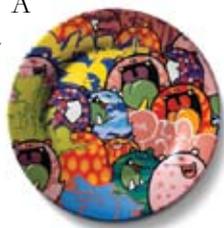
Segunda fase da “Arte Urbana”

O Spoletto escolheu a dedo nomes que figuram entre os novos expoentes da arte contemporânea brasileira (Toz, Chivitz, Binho Ribeiro, Minhau e Mateu Velasco) para assinar a segunda fase da coleção “Arte Urbana”, com a série de oito pratos de porcelana, reproduzindo o traço principal de cada artista. A coleção faz parte do projeto cultural lançado pelo Spoletto em agosto - com uma série de copos assinada por outros artistas. A ideia é trabalhar os mais de 200 restaurantes da rede como pontos de difusão da street art brasileira, estimulando e viabilizando o convívio com a arte contemporânea em todo o país. O Spoletto investiu R\$ 2 milhões na iniciativa, que distribui durante este segundo semestre 165 mil pratos em 23 estados e no Distrito Federal. Para obter os pratos, os interessados devem comprar uma refeição Spoletto (prato e bebida), acrescentar mais R\$ 5,90 e escolher a peça que desejar. O produto também será vendido separadamente por R\$ 20. Além de estimular a arte, presente no DNA da marca Spoletto, os royalties apurados pela venda dos pratos, cerca de R\$ 60 mil, serão revertidos para o Instituto da Criança (organização do Terceiro Setor que exercita o conceito de Empreendedorismo Social). A estimativa da empresa é aumentar de 12% a 15% o volume de vendas durante os 45 dias da ação enquanto durarem os estoques.



Trabalho reconhecido

Referência no mercado de lingerie, a HOPE conquistou o Prêmio Alshop Lojista Centro-Oeste na categoria moda íntima. Por meio do voto popular feito no Portal da Alshop – Associação Brasileira de Lojistas de Shopping, os consumidores puderam indicar sua marca preferida de diversos segmentos. Com isso, após receber mais de 33 mil votos, a Alshop premiou os ganhadores em cerimônia realizada no dia 11 de novembro. Segundo o franqueado da HOPE em Brasília, Fernando de Almeida, foi muito gratificante receber o prêmio, ainda mais por ser a primeira vez que a homenagem é concedida regionalmente. “Ser o primeiro vencedor foi especial. Além disso, concorreremos com marcas presentes há mais tempo na região, o que torna a vitória ainda mais importante.” O franqueado, que possui três lojas (Conjunto Nacional, Terraço Shopping e ParkShopping), acredita que a vitória trará reflexos tanto junto aos consumidores quanto às entidades representativas do mercado, trazendo ainda mais reconhecimento para a marca.



NOVOS EMPREENDEDORES - Entrevista

Douglas Oliveira

Sócio Líder
da PwC Brasília

CRÉDITO: PWC/DIVULGAÇÃO



Sócio de Auditoria da PwC (PricewaterhouseCoopers), o paulistano Douglas Oliveira tem uma vasta experiência em trabalhos realizados fora do país. Ele já coordenou projetos de Auditoria e Consultoria em países como Inglaterra, França e Austria. Além disso, participou de atividades na sua área na África do Sul, EUA, Argentina, Panamá, Ilhas Cayman e Paraguai. Há 21 anos na PwC Brasil, ele é responsável pela consolidação e expansão dos negócios da firma nas regiões Centro-Oeste e Norte, bem como por auditoria de balanços de grandes entidades financeiras e não financeiras da região. Oliveira é formado em Ciências Contábeis e Administração de Empresas, com especialização em Gerenciamento Global “Managing in the Global Economy”, pela Universidade de Toronto - Rotman School of Management (Canadá). Possui, ainda, MBA em “International Management” pela “Business School de São Paulo. Ao Jornal do Planalto, o sócio líder da PwC em Brasília concedeu a seguinte entrevista:

JP- Como ingressou na PwC?

DO – Entrei no processo de recrutamento anual de novos trainees em 1989, divulgado na universidade em que eu estudava no segundo ano de Ciências Contábeis. O processo levou quatro meses e ingressei em julho daquele ano no escritório de SP.

Como é trabalhar 21 anos na mesma empresa?

- Trabalhar na PwC é o compromisso de uma carreira sólida, com amplo desenvolvimento de conhecimento, em um ambiente motivante de pessoas jovens e extremamente capazes.

Há quanto tempo o senhor está liderando o escritório de Brasília e qual a importância da sua mudança do escritório de São Paulo para o DF?

- Lidero o escritório há sete anos. Mudei para Brasília em 2000 para atuar no desenvolvimento de nossas atividades na região. O escritório hoje é aproximadamente dez vezes maior do que em 2000. A presença local de executivos permite uma interação maior e mais frequente com o empresariado, gerando confiança em nossa capacidade de prestar serviços.

Qual o balanço dos negócios da PwC no DF, este ano?

- Crescemos na média de 25%, contratamos 20% de novos profissionais, com experiência e trainees, e estamos expandindo nossa atuação em diversas indústrias distintas, como Mineração, Energia, Financeira, e em diversas cidades da região, como Anápolis e Cuiabá.

Quais as expectativas quanto ao mercado regional?

- Expansão da necessidade de auxílio de consultorias, requisitos regulatórios que ensejam ajuda de empresas especializadas, profissionalização da gestão, aumento de projetos de grande porte em função das Olimpíadas e da Copa do Mundo.

Sobre a mudança da marca da PwC, o que isso influencia nos negócios local e no mundo?

- Traz uma unificação de percepção de nossa marca, alinhada com a estratégia de uma firma reconhecida globalmente, com capacidade de atuar em soluções de diversas naturezas.

SERVIÇO:

PwC Auditoria e Consultoria Empresarial

Telefone: (61) 2196-1800 - Site: <http://www.pwc.com.br>