

Parabólica Econômica



Flávio Resende

e-mail: flavioresende@gmail.com - Tel.: 3242-9058

BRASÍLIA EM NÚMEROS



Carneiro reeleito no CFC

O contador Juarez Domingues Carneiro (foto) acaba de ser reeleito, por unanimidade, como presidente do Conselho Federal de Contabilidade (CFC), para o biênio 2012-2013. Ao assumir a Presidência da entidade, pelo segundo mandato consecutivo, Carneiro tem a missão de aprimorar e dar continuidade aos projetos empreendidos na gestão anterior, além de intensificar as ações voltadas à consolidação da valorização profissional nos âmbitos nacional e internacional. “Tivemos significativos avanços nesses últimos dois anos, com a implantação no Brasil, de forma pioneira, das IFRS (International Financial Reporting Standards - Normas Internacionais de Contabilidade), e também com a criação do Glenif (Grupo Latinoamericano de Emissores de Normas de Información Financiera - Grupo Latino-Americano de Normalizadores Contábeis) que colocou a Contabilidade brasileira em posição de destaque no mundo. Nossa missão é consolidar essa liderança, demonstrando a importância da profissão para sustentar o crescimento do País”, disse o presidente.

Restaurant Week anima público brasileiro

Vem aí a 6ª edição do Brasília Restaurant Week, que acontecerá entre os dias 23 de janeiro e 5 de fevereiro. Os clientes Mastercard Platinum e Black poderão contar, mais uma vez, com uma semana de vantagem. Entre 16 e 22 de janeiro eles poderão se antecipar e saborear as delícias que os restaurantes reservaram para o festival (R\$31,90 no almoço e R\$43,90 no jantar – com direito a entrada, prato principal e sobremesa). As reservas podem ser feitas, preferencialmente, via concierge da própria Mastercard (0800 725 2025).

Empresários brasileiros otimistas com 2012

Os comerciantes brasileiros acreditam que 2012 será um ano positivo. Eles esperam um crescimento médio de 7,26% nas vendas. O levantamento foi realizado pelo Instituto Fecomércio. A pesquisa ouviu 400 lojistas de 16 segmentos diferentes. “Essa expectativa está fundamentada no bom faturamento registrado ano passado. Além disso, Brasília possui características socioeconômicas que favorecem o consumo, como um PIB per capita elevado”, explica o presidente do Sistema Fecomércio-DF, Adelmir Santana. O segmento mais otimista é o de Vestuário, que aposta numa expansão média de 12,42%; seguido por Instrumentos Musicais, CDs e Fitas, com estimativa de alta de 10,71%; e Móveis e Decorações (9,86%). Sem grandes expectativas de aumento nas vendas estão os segmentos de Cine-Foto-Som (1,79%); Farmácias e Perfumarias (3,43%); e Supermercados (3,65%).

Paranoá ganha nova academia

Acaba de abrir as portas no Paranoá a Arena Fitness Center (AFC), uma super academia com aulas de Musculação, Ergonomia, Spinning, Ginástica Local, Jump, Pilates Ball, Tae Fight, Wushu, Boxe Chinês, Muay Thai, Jiu Jitsu, Judô, Karatê e MMA. O aula inaugural acontece no dia 11 de fevereiro, com sorteios, Concurso Garota Arena e Premiação do melhor slogan da academia. A matrícula é grátis até o dia 5 de fevereiro. Informações: (61) 8569-0399/9909-6162.

Inadimplência preocupa comércio

Por falar em comércio, a inadimplência no varejo do Distrito Federal em dezembro ficou em 4,2%, segundo levantamento do banco de dados da Câmara de Dirigentes Lojistas, que administra o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC). Neste mês, 142 mil 559 pessoas tiveram o nome incluído no SPC e 136 mil 813 pessoas foram excluídas do cadastro de inadimplentes. Em dezembro de 2010, o índice ficou em 4,3%. Segundo o presidente da CDL, Geraldo Araújo, o índice apresentou queda nos últimos seis meses de 2011, com destaque para o último trimestre, quando os consumidores pagaram suas dívidas para voltar a comprar. “Registramos as maiores altas no primeiro semestre do ano. Com isso, fechamos com uma média de inadimplência de 5%, o que foi muito bom para o comércio”, diz.

NOVOS EMPREENDEDORES

Entrevista

Antonio Moreira Leite

Gerente de Marketing e Franquias do Spoleto

À frente da Gerência de Marketing e Franquias da rede Spoleto desde 2010, **Antonio Moreira Leite** é funcionário da controladora das marcas Spoleto, Domino's Pizza e Koni Store desde 2005. Responsável pela chegada das temakerias Koni Store a São Paulo, em 2009, ele já passou pelo Marketing da Domino's e atualmente dirige as estratégias de marketing das 301 unidades do Spoleto no Brasil, México e Espanha. Economista formado pela UFRJ com MBA em Marketing, o executivo teve sua primeira experiência em varejo nas lojas Renner e uma passagem pelo Grupo Brascan. Em entrevista ao *Jornal do Planalto*, Tom, como é conhecido, conta quais as dificuldades que as redes de fast food enfrentam durante seu processo de expansão e quais as estratégias da rede para evitar a alta rotatividade de funcionários nos restaurantes.



Jornal do Planalto - Qual a maior dificuldade encontrada por redes de fast food no momento de fidelizar clientes?

Antonio Moreira Leite - No caso da Spoleto, o maior desafio está em atrair clientes novos em praças mais distantes, pois à medida que crescemos, começamos a penetrar em mercados em que a marca ainda não é tão conhecida. Mas como nossa oferta do ponto de vista de produto se assemelha a restaurantes tradicionais e do ponto de vista de preços estamos mais próximos das redes de fast food, a fidelização não é uma grande dificuldade.

Redes de fast food em shoppings travam uma verdadeira batalha em razão da diversidade de opções. Qual a melhor tática de aproximação no ponto de venda para não se tornar agressivo demais?

A melhor tática no nosso segmento é oferecer uma opção de alimentação que seja saudável e de qualidade, com preços que estejam alinhados com o gasto médio em refeições comerciais. Ou seja, oferecer comida de verdade a preços e velocidade de fast food. Não entramos na disputa sangrenta do “mar vermelho”.

Vocês oferecem cursos de reciclagem para os funcionários?

- Todos os nossos funcionários passam por um período de 45 dias de treinamento no momento da contratação e recebem reciclagem periódica.

O segmento de fast food tem uma renovação constante de funcionários nas lojas. Como manter bons profissionais? A Spoleto mantém programas motivacionais para seus funcionários?

- Orgulhamo-nos por ter um dos menores “turn over” da equipe de operações de nossa indústria. A Spoleto tem uma média anual de 45 % de “turn over” contra uma média da indústria de alimentação de mais de 100%. Somos uma empresa focada em pessoas e com valores compartilhados muito sólidos. Além disso, podemos citar programas específicos como participação de lucros para funcionários de nossas lojas, programa de novos sócios - aliás, no último ano tivemos um caso de um profissional que entrou como assistente de gerente em uma de nossas unidades e este ano se tornou sócio do grupo controlador do Spoleto.

Qual a importância das ações de endomarketing para reter um número maior de funcionários na rede?

- Não acreditamos em endomarketing. Apostamos na implementação de uma política de gestão estruturada, focada em pessoas e em nossos valores: família, felicidade, confiança e hombridade. O endomarketing, quando utilizado, tem como objetivo potencializar as campanhas de marketing que estão no ar naquele momento.

Como está a expansão da rede para o exterior?

- Atualmente contamos com 26 lojas no México e na Espanha, onde o mercado é bastante competitivo, temos atualmente duas lojas abertas.