

Flávio Resende

CIRCUITO EMPRESARIAL



flavioresende@gmail.com

ENTREVISTA

Marca brasiliense invade praças de alimentação do país

Para pilotar o projeto de expansão da Panelinhas do Brasil, foi escalado o executivo Paulo Seabra (foto), experiente gestor goiano que tem mostrado serviço com resultados de dar inveja à concorrência

Pouca gente sabe, mas uma marca que vem conquistado o paladar do brasileiro em várias partes do país é genuinamente brasiliense. Trata-se da Panelinhas do Brasil, que completou cinco anos de atuação e já possui mais de 30 franquias. Só no Distrito Federal são 13 unidades em funcionamento. As outras estão em Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Sergipe e Paraná. O primeiro restaurante foi aberto em 2012, no Setor de Indústria e Abastecimento (SIA), em Brasília. Em seguida, os negócios cresceram até se tornar franquia, um ano depois, com abertura da unidade do JK Shopping. À frente da gestão da empresa está o diretor executivo Paulo Seabra, goiano, 32 anos, que chegou na companhia no início de 2016 com o desafio de tornar a Panelinhas do Brasil a principal rede de franquias de "Gastronomia Típica Brasileira". Formado em Análise de Sistemas, pela Universidade Estadual de Goiás, Seabra vem do mercado de Telecomunicações. Foram dez anos de experiência na maior operadora das Américas, tendo exercido o cargo de gerente regional de Vendas, cargo responsável pelas regiões Centro-Oeste e Norte do Brasil. Ao Capital do Entorno, Paulo Seabra concedeu a seguinte entrevista:



A Panelinhas do Brasil é uma marca nova, mas vem crescendo bastante por várias partes do país. A que você atribui este crescimento?

PAULO SEBRA: Sem dúvidas, atribuo este sucesso à proposta do Panelinhas do Brasil, que é bem igual. Onde você encontra num mesmo restaurante pratos como Galinhada, Feijoadinha, Baião e Bobó de Camarão, durante sete dias por semana, a um preço justo e todos com sabor verdadeiramente caseiro? Isso porque eu citei apenas quatro de um total de 15 opções de pratos, sem mencionar saladas, caldos, tapiocas, açaí e por aí vai.

O mercado de gastronomia em shoppings é bastante competitivo, sobretudo em função da concorrência. Como balancear os altos custos de uma operação com a necessidade de ter preços competitivos?

PS: Este é um ponto extremamente importante. Nossa prioridade com os franqueados é a lucratividade. Portanto, nossa assessoria começa desde a negociação de custos fixos com os locadores, em sua maioria shoppings centers, fase de obras, contratação e treinamento de pessoas, aferrimos a formulação e montagem dos pratos e continuamos com assessoria vitalícia para com os nossos franqueados. Além disso, nosso modelo de operação é inovador, muito diferente do utilizado por outras franquias.

As operações de shopping, em geral, têm grande movimento na hora do almoço e jantar, com uma certa ociosidade nos demais horários. O que vocês têm feito para minimizar este problema?

PS: Atualmente, temos as tapiocas, empada e sucos natu-

rais, que ficam disponível todos os horários, mas tem uma saída maior exatamente nestes horários de menor fluxo. Além disso, estamos implementando nos próximos dias o açaí e o cupuaçu, que são a sensação do momento.

Como você avalia o ano de 2017 para a marca?

PS: Este foi um ano desafiador para o comércio em geral. Por outro lado, a recessão do varejo puxada pela queda do consumo gerou diversas oportunidades. Em 2017, investimos muito, construímos uma segunda fábrica, inauguramos uma loja conceito e abrimos novas restaurantes.

Quais as perspectivas para o ano que vem?

PS: Estamos otimistas com os resultados. Neste momento, temos investidores interessados em levar a marca para as principais capitais do Brasil.

Qual é hoje o carro-chefe do Panelinhas?

PS: Nosso prato mais pedido é o Baião D+, uma releitura da famosa receita típica nordestina Baião de Dois.

ENOLOGIA

Brasilienses entre os melhor sommelier do país

O concurso "O Melhor Sommelier do Brasil 2018" está em sua etapa final. A Comissão Vitivinícola Regional Alentejana (CVRA), organização que certifica e promove os vinhos da região do Alentejo, em Portugal, acaba de anunciar os dois finalistas do concurso de Brasília: Frederico Benjamim de Souza Nunes, da MWC Comércio e Consultoria; e Rafael Costacurta, do Marietta Café.

Concluído calçamento e base para PEC da praça da QR 402

A Administração Regional de Santa Maria realizou um belo trabalho na praça da QR 402. Lá foram construídas vias de calçamento para o trânsito de pedestres e um espaço para instalação de um Ponto de Encontro Comunitário - PEC.

O calçamento já está sendo utilizado pela comunidade e o PEC será instalado nos próximos dias. Segundo o Administrador de Santa Maria, Hugo Gutemberg, a obra vai valorizar o local e levar mais qualidade de vida para os morado-

res. "Com a construção do calçamento e a instalação do PEC esta praça ganhará um aspecto totalmente renovado, além da qualidade de vida que o PEC proporcionará", disse Hugo. O líder comunitário Alê de Brito participou da vitoria da obra. "Certamente essa obra será muito boa para a comunidade local", disse Alê.

Ainda segundo o administrador, a expectativa é que no ano que vem a praça receba um playground para que as crianças também possam usufruir amplamente do espaço de lazer.



Obra do Calçadão

Trecho Sul da Avenida Santa Maria está mais de 90% concluída

A obra do Calçadão Compartilhado da Avenida Santa Maria - trecho sul (interligando o terminal até a QR 403) está com mais de 90% do trecho concluído. Faltam apenas alguns arremates e finalizar um pedaço de aproximadamente 5 metros para que a obra possa ser entregue 100% para a comunidade.

Este Calçadão terá mais de 600 metros de extensão, profundidade de 7cm de concreto e terá entradas com acessibilidade. Para reforçar ainda mais, uma coluna feita de meio-fio ladeia o calçadão. Antes da concretagem, toda a extensão da via foi compactada, tornando a obra muito mais segura. Segundo o administrador de Santa Maria, Hugo Gutemberg, a estrutura que está sendo utilizada para construir esse calçadão é perene. "Com a compactação do solo, o travamento e a construção do calçadão com 7cm de concreto, esta obra não precisará de manutenção a longo prazo. Estamos fazendo um obra que durará dezenas de anos com a mesma qualidade", disse o administrador.

O Calçadão Compartilhado será usado de forma compartilhada tanto pelos pedestres quanto pelos ciclistas, da mesma forma que acontece com as ciclovias. Mesmo antes da entrega da obra, é possível ver que a comunidade já está usufruindo da mesma. Crianças andam de patins e transeuntes utilizam o calçadão para o deslocamento entre as quadras.

publicidade

UNIDESC
GRANDE
COMO O SEU
FUTURO.
BOLSAS
DE ATÉ 50%
AGENDADO
MARQUE SUA PROVA

MELHOR PREÇO
E MELHOR
QUALIDADE
DE ENSINO.

FINANCIAMENTO PRÓPRIO

WWW.UNIDESC.EDU.BR
3878-3100

UNIDESC

UNIDESC

www.capitaldoentorno.com

Jornal **Capital do Entorno**

Gama-DF, 1 a 15 de janeiro de 2018, Ano III - Nº 53

EXPEDIENTE

Uma publicação da JMV CONSULTORIA EM PUBLICIDADE
CNPJ 23806443/0001-70

Diretoria: Valter Santana e Thomaz de Freitas
(61) 99964-1047 e (61) 99963-6489

Jornalista Responsável: Hudson Cunha - MTB 65227/DF
Edição: Dorgival Reis
Colaboração: Daniel Ribeiro, Flávio Resende e Hudson Cunha
Diagramação e Projeto Gráfico: Dorgival C. Costa Reis, (61) 99858-8176
Diagramação: Marcelo Reis - DRT nº 8531
Impressão: Gráfica Brasília Agora

Matérias e fotos: Agência Brasília, Prefeituras de Valparaíso e Novo Gama. Ascom das prefeituras do entorno e internet.*Artigos e colunas assinadas são de inteira responsabilidade de seus autores.

ANÚNCIOS: (61) 99964-1047, 99963-6489 ou capitaldoentorno@gmail.com