



NEWSLETTER

JUNHO 2023

E.BEL

EM DESTAQUE

Poupança abre loja
modelo em Famões

SUSTENTABILIDADE

Equipa BEL participa
nos *WellBeing Games*

**PORQUE TU
FAZES PARTE**

À conversa com
Rui Caldeira

POUPANÇA
CASH & CARRY

SUMÁRIO

6. EM DESTAQUE

Poupança abre loja modelo em Famões

10. SUSTENTABILIDADE

Equipa BEL participa nos *WellBeing Games*

15. PORQUE TU FAZES PARTE

À conversa com Rui Caldeira



“Cada empresa pode ser um palco desta orquestra”

Uma orquestra com diversos instrumentos

Quando quero descrever o funcionamento do Grupo BEL costumo usar a imagem de uma orquestra com diversos instrumentos, a tocar compassadamente, mesmo que em ritmos e tempos diferentes. Cada grupo de instrumentos é representado por uma equipa BEL que materializa uma área de negócio e que concretiza uma parte de uma pauta que, no final, recria uma composição única e harmoniosa.

O controlo exclusivo da Amaral&Filhos pelo Grupo BEL, no início deste ano, veio complementar esta orquestra e acrescentar um inquestionável valor a todas as outras empresas, pelas sinergias que possibilita. Este mês a música de abertura foi dada pela inauguração da loja Poupança em Famões, uma “loja modelo” que pretendemos expandir a toda a cadeia de *cash&carry* que conta agora com 11 lojas no território nacional.

Começo desde já por agradecer aos vários maestros que tornaram possível esta composição: às equipas da Amaral&Filhos que nos passaram o legado do conhecimento de uma nova área de negócio, ao Departamento de IT que trouxe um avanço tecnológico à nova loja e ao Departamento de Marketing, em especial à Teresa Missionário, que, com uma renovação de imagem e de organização do espaço, conseguiu criar uma verdadeira experiência aos clientes Poupança. Para todos, o meu aplauso.

A abertura da nova loja em Famões marca assim o início de um novo ciclo das lojas Poupança com uma identidade visual própria. Uma estratégia abrangente não só ao nível da identificação da marca no exterior, mas também do layout do espaço de loja, dos suportes de comunicação físicos e da presença nas plataformas digitais.

Temos consciência que o setor alimentar e do retalho são hoje, mais do que nunca, fundamentais para a economia social e das famílias portuguesas, e é na sua eficácia e modernidade que estamos a apostar prosseguindo a visão de empreendedorismo responsável que sempre nos caracterizou. Queremos evoluir no serviço prestado aos clientes Poupança com lojas mais organizadas, serviços diversificados, maior acesso e, sempre, com preços competitivos.

E como cada empresa pode ser um palco desta orquestra, é possível encontrar nas lojas Poupança o Coffee Bel, o gin Amicis e, brevemente, publicações da VASP. Uma nova composição com o tom do Grupo BEL que prevemos expandir a outras cidades do país.

Muito obrigado a todos por fazerem parte deste Grupo.

Bem-vindos à família BEL

O Grupo BEL continua a crescer a bom ritmo e a precisar de reforçar os recursos humanos nas várias empresas do Grupo. Este mês, voltou a ser a Amaral&Filhos a registar o maior número de admissões, com a entrada de 10 novos colaboradores, a quem aproveitamos para dar as boas-vindas e votos de muito sucesso. Saudamos outras 4 entradas novas que vão integrar as equipas da SDT, da Inovaworks, Ideal Sumário e Mistério da Terra. Sejam todos bem-vindos e esperamos vir a realizar muitos projetos de sucesso juntos.



VASP IMPRIME BILD MAIOR JORNAL DIÁRIO

A VASP DPS — Digital Printing Services, empresa especializada na impressão digital de jornais foi a empresa escolhida pela “Axel Springer”, o maior editor europeu de jornais, para imprimir o “Bild”, o seu maior jornal diário, durante o período da campanha de verão. A escolha da VASP DPS surgiu na sequência de uma anterior experiência positiva, com a impressão do jornal semanal “WELT am Sonntag” durante o verão de 2022. É com grande satisfação e com sentimento de orgulho pelo trabalho desenvolvido pela nossa equipa, que daremos início a este novo trabalho para a Axel Springer, com quem contamos vir a desenvolver novas parcerias no futuro.



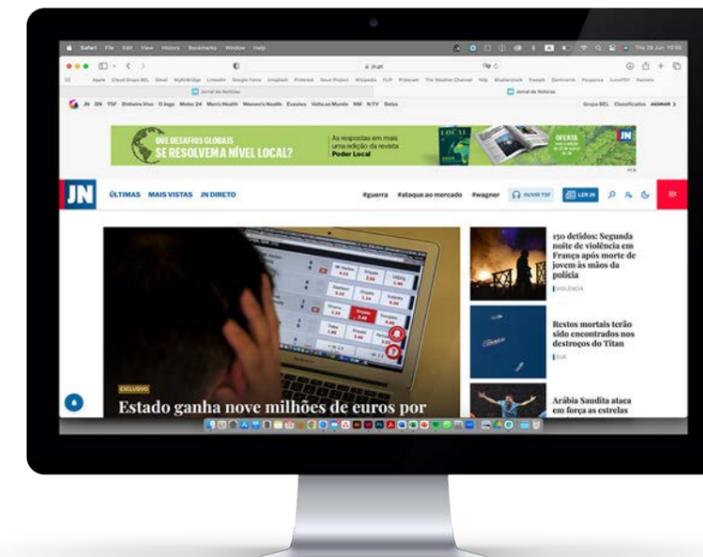
Alexandre Cruz,
funcionário da Vasp-DPS,
com o primeiro “Bild”

JORNAL DE NOTÍCIAS LANÇA NOVO SITE

O Jornal de Notícias adotou uma nova imagem digital, um site totalmente renovado, com uma presença mais dinâmica, mais rápida e mais interativa, seguindo os atuais padrões de consumo de informação online.

Aos 135 anos, o JN inova e reinventa-se, com o objetivo de melhorar a produção de informação e a gestão de conteúdos, numa ótica de maior proximidade com o público, assumindo mais verticalidade e melhor performance, também no mobile.

“Estamos a preparar o futuro de uma forma sustentável e responsável e atentos à evolução do mercado dos media. O novo site do JN é o primeiro passo no relançamento das plataformas digitais do grupo e da diversificação de conteúdos disponibilizados”, sublinha Marco Galinha, CEO do *Global Media Group*.



GRUPO BEL MARCA PRESENÇA NA Cerimónia Final da Rede Escolas *All4Integrity*

O Grupo Bel esteve presente na Cerimónia Final da 2.ª edição de RedEscolas AntiCorrupção que teve lugar nos Paços do Concelho da Câmara Municipal de Lisboa, e que contou com vários momentos de partilha e intercâmbio das experiências realizadas. A RedEscolas AntiCorrupção - escolas que nos inspiram uma cultura de integridade - é um programa curricular pioneiro, concebido pela *All4Integrity*, para trabalhar noções de integridade e anticorrupção junto de alunos

de escolas e colégios de múltiplas regiões, tendo como objetivo a promoção e reforço de uma cultura de integridade em Portugal no âmbito da disciplina de Cidadania e Desenvolvimento. A edição deste ano contou com 50 escolas participantes (47 de Portugal, uma da Irlanda do Norte, uma de Macau e outra de Moçambique). Foram envolvidas 34 disciplinas e muitos alunos, professores e demais elementos das comunidades educativas.



Patrícia Duarte,
em representação
do Grupo BEL

A POUPANÇA Já chegou a Famões

Foi com grande emoção que inaugurámos a nova loja *cash&carry* do Grupo Amaral&Filhos. Um novo espaço, localizado na zona industrial de Famões, com uma área de venda com 1400 m² e que marca o começo de um novo ciclo das lojas Poupança, um ciclo de inovação e de mudança, iniciada com o lançamento de um novo modelo de loja, que pretendemos expandir a toda a cadeia.



“Gostei de ver as prateleiras cheias, o espaço é muito agradável, espaçoso, bem organizado”, o nosso primeiro cliente



A abertura da loja de Famões marca o início de um novo trajeto no posicionamento e na atividade empresarial da empresa, que se prevê de grande progresso, tendo em conta o reforço da capacidade comercial alavancada pelo know-how e pelas sinergias adquiridas com a entrada do Grupo BEL este ano.

NOVOS CLIENTES BRINDADOS COM OFERTAS EXCLUSIVAS

Os clientes que nos visitaram neste dia de abertura beneficiaram de promoções exclusivas, num conjunto alargado de produtos, e também tiveram direito a uma fatia de bolo. Procurámos saber a sua opinião sobre a nova loja e, segundo apurámos, foram unânimes: “O que gostei mais foi da apresentação, está muito gira, está ótima”; “Está bonita, está muito bem organizada”.

NOVO CICLO, NOVA LOJA, IMAGEM RENOVARADA

Para assinalar esta renovação, a equipa de marketing decidiu apostar num rebranding, não só ao nível da imagem exterior das lojas, mas também ao nível da apresentação do espaço comercial e da apresentação dos produtos e do layout dos vários suportes de comunicação. Este upgrade de imagem permitiu adotar uma identidade visual própria para a marca Poupança. Há agora um alinhamento e uma fluidez entre os vários espaços de loja, da sinalética exterior aos topos de loja, folhetos e site e redes sociais. Tudo isto envolveu o trabalho e a dedicação de uma equipa de profissionais, multidisciplinar, desde os operacionais, à segurança, passando pelo marketing e pelos técnicos de informática. Só com o empenho de todos conseguimos este resultado que se traduz numa experiência muito mais imersiva, não só para o cliente, mas também para os colaboradores.



NOVAS ABERTURAS PARABREVE

Com a abertura deste novo espaço, além de contribuir para a criação de 16 novos postos de trabalho, a empresa de distribuição e comércio por grosso de bebidas, produtos alimentares, de higiene e limpeza, vê expandida a sua rede *cash&carry*, passando a contar com um total de 11 lojas, distribuídas por Almeirim, Alverca, Corroios, Famões, Lisboa (Marvila), Mem Martins, Massamá, Moita, S. Julião do Tojal (M.A.R.L.), Trajouce, e Venda do Pinheiro.

A equipa do *cash&carry* da Amaral&Filhos acredita que este será, de facto, um período de viragem e que a marca vai entrar numa fase de expansão. Focados em oferecer um serviço de qualidade, e sempre aos melhores preços, as lojas Poupança querem ser o parceiro de retalho de eleição, tanto no segmento alimentar como no não alimentar.



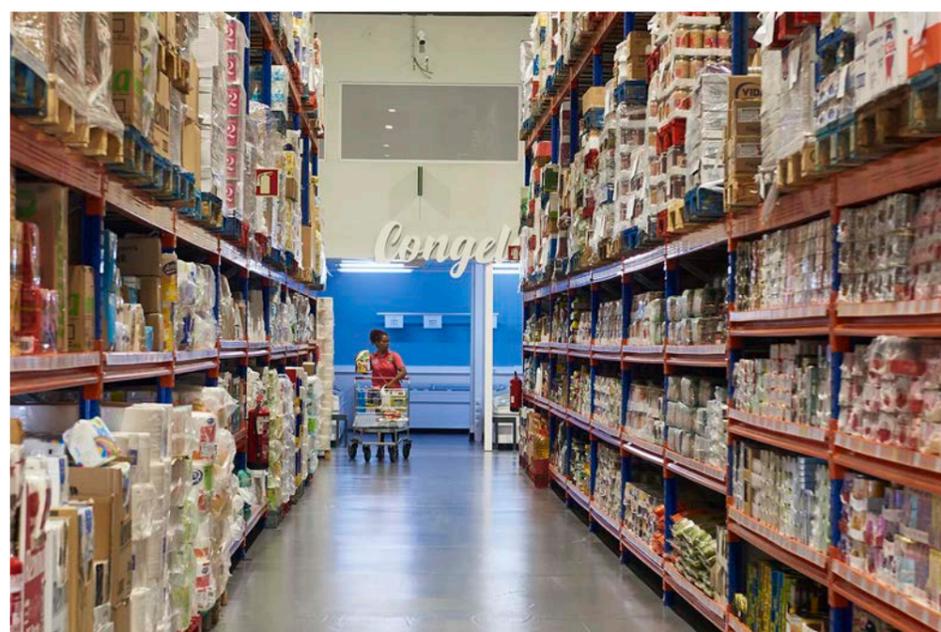
Equipas de IT e Operações com a equipa da nova loja



Jose Borges, fundador da Amaral & Filhos, com João Pedro Rodrigues e Ana Ferreira, Administradores Executivos do Grupo BEL

“Para muito breve está prevista a abertura de 3 novas lojas, uma delas será em Leiria, as outras divulgaremos a seu tempo”, confidencia o fundador da empresa, José Borges

A Equipa da Loja de Famões



WELLBEING GAMES

Equipa BEL participa nos WellBeing Games

O Grupo BEL, no âmbito da atuação da Comissão ESG, convidou os colaboradores a marcar presença nos *WellBeing Games* com uma Equipa do Grupo BEL.

Foi no dia 2 de junho que 17 colaboradores vestiram a camisola e representaram o grupo na cidade universitária num convívio que juntou mais de uma dezena de empresas. Este evento insere-se nas já conhecidas ações de *team-building*, uma iniciativa que promove a saúde, o bem-estar e a felicidade das organizações.

De acordo com a entidade organizadora “os *Wellbeing Games* são um evento único, inspirado numa interseção de Jogos Olímpicos e Jogos Sem Fronteiras e que proporcionam um misto de experiências sociais, emocionais e físicas com impacto no Bem-Estar da sua empresa.”



Equipa BEL à chegada da Cidade Universitária



O loga e o Mindfulness tiveram grande participação



Equipa de futebol



A modalidade de futebol foi a mais participada

“ OS WELLBEING GAMES FORAM UMA EXPERIÊNCIA MUITO POSITIVA. OS JOGOS EM EQUIPA PERMITIRAM-NOS FOMENTAR A UNIÃO, O COMPANHHEIRISMO E CRIAR UM ESPÍRITO DE PARTILHA ENTRE TODOS. VESTIR A CAMISOLA PARA REPRESENTAR O GRUPO BEL FOI MARAVILHOSO. ”

RAQUEL SANTOS

“ FOI UMA EXCELENTE EXPERIÊNCIA. A MINHA PARTICIPAÇÃO NA CORRIDA FOI MUITO BOA, NA MINHA PERSPETIVA, COM A OBTENÇÃO DE UMA BOA CLASSIFICAÇÃO E UM BOM TEMPO REGISTADO. A COMITIVA DO GRUPO BEL ESTEVE BASTANTE EMPENHADA E DEU O SEU MELHOR NAS MODALIDADES EM QUE COMPEIU, ENQUANTO SE VIVEU UM BOM ESPÍRITO DE EQUIPA. FOI MUITO BOM ESTAR IMBUÍDO NESTE ESPÍRITO E PARTICIPAR NESTE EVENTO. AS DINÂMICAS DESTE TIPO DE EVENTOS E A PRÓPRIA PRÁTICA DESPORTIVA FOMENTAM O BEM-ESTAR E AINDA LEVAM A CONHECER-NOS UM POUCO MAIS UNS AOS OUTROS, SEM SER DENTRO DO CONTEXTO PROFISIONAL QUE NOS LIGA DIARIAMENTE E ISSO É IMPORTANTE PARA TODOS NÓS. APROVEITO PARA AGRADECER O APOIO DE TODOS E O ESPÍRITO DE CAMARADAGEM VIVIDO. VENHAM OS WELLBEING GAMES 2024! ”

PAULO CARVALHO

Esta iniciativa era composta por vários desafios desportivos, sendo que a Equipa do Grupo BEL, concorreu nas modalidades “Jogos Sem Fronteiras”, “Corrida”, “Futebol”, “Padel” e “Mindfulness”. Durante todo o dia assistiu-se ao entusiasmo das claque e aos gritos das equipas, aos abraços entre colegas e de pessoas que nunca se tinham conhecido pessoalmente e aos sorrisos de quem vestiu a camisola e estava feliz, vibrando com os sucessos da equipa. A equipa BEL não trouxe a taça, mas viveu dia único e espetacular!



DIVERSÃO COM CARIZ SOCIAL Para além da promoção da prática desportiva e do bem-estar físico e mental, este evento contribuiu socialmente para três organizações sem fins lucrativos: Associação Romã Azul, Associação para a Gestão e Inovação em Saúde e Associação dos Atletas Olímpicos de Portugal, promovendo assim, uma sociedade mais justa e responsável. Como tal, durante o evento, foi feito um apelo a todos os participantes para abraçarem esta causa social contribuindo para a recolha de bens com um bem alimentar, roupa e/ou brinquedos de criança para doar às devidas instituições.

“ RELATIVAMENTE AO WELLBEING GAMES, SÓ POSSO DIZER QUE ADOREI A EXPERIÊNCIA. FOI MUITO BOM EM TERMOS DOS JOGOS E PRINCIPALMENTE O CONVÍVIO ENTRE COLEGAS NESTE AMBIENTE TÃO ÚNICO. SÓ POSSO SER GRATA PELO CONVITE, PELA EXPERIÊNCIA, PELO CONVÍVIO, PELO AMBIENTE. CONFESSO QUE ESTAVA EXPECTANTE RELATIVAMENTE AO EVENTO, MAIS AINDA QUANDO ME APERCEBI QUE ERA A ÚNICA PARTICIPANTE POR PARTE DA AMARAL&FILHOS... MAS OS COLEGAS FORAM SUPER “QUERIDOS” E, DEPOIS DE LÁ ESTAR, POR MOMENTO ALGUM ME SENTI EXCLUÍDA DA EQUIPA. LOGO, ACHO QUE SE TODOS GOSTARAM, QUE ESTAVAM FORA, MAS DENTRO DO AMBIENTE, VISTO TRABALHAREM JUNTOS...EU ADOREI POR TUDO E MAIS ALGUMA COISA. OBRIGADA GRUPO BEL, OBRIGADA WELLBEING GAMES, OBRIGADA PATRÍCIA POR TUDO. BEM HAJA E CASO SE REPITA, ATÉ PRÓ ANO ”

EUGÉNIA VARANDAS

AS NOSSAS DICAS

Para uma maior Poupança

Com o aumento do custo de vida, da inflação e a subida das taxas de juro, chegar ao fim do mês com folga orçamental é cada vez mais difícil. Mas a boa notícia é que não é impossível, embora seja preciso uma boa dose de disciplina para o conseguir.

Dicas para conseguir chegar ao final do mês com dinheiro na carteira:

TOME NOTA DE TODOS OS GASTOS

Anote todos os seus gastos, por mais pequenos que sejam, num caderno só para esse efeito. Algumas vezes perguntará a si mesmo porque gastou esse dinheiro. Resultado? Será um gasto que não irá repetir certamente.

EVITE GASTOS SUPÉRFLUOS

Mais um quadro para a sala e mais uma toalha de mesa que combina com a cor da parede. Será que faz mesmo falta? Evite gastos supérfluos. É uma maneira de ter mais dinheiro até ao final do mês.

EVITE COMPRAS POR IMPULSO

Somos bombardeados diariamente com publicidade de descontos e promoções de verdadeiras pechinchas. Mas

claro, só interessam se forem coisas de que precisa verdadeiramente. Caso contrário é apenas uma maneira de gastar dinheiro e, assim, não conseguir chegar com aquele montante até ao fim do mês.

FAÇA LISTAS DE COMPRAS

Seguir à risca a lista de compras que fez, é a chave para evitar comprar o que não precisa. Mas claro, se está nessa semana em promoção um produto que usa habitualmente, como o detergente da roupa, compre. Mas é a única exceção que pode abrir.

PAGUE COM DINHEIRO

Este é outro dos truques. Se usar o cartão de débito o dinheiro sai da sua conta e não tem noção real do que gastou. Levante dinheiro no início da semana para pagar as suas compras. Vai ver o dinheiro a sair da carteira e pensará duas vezes antes de comprar.

COMPARE PREÇOS

Porquê pagar mais se pode pagar menos? Compare os preços antes de fazer qualquer compra. Para os supermercados pode usar a ferramenta KantoKusta, disponível online. Ao indicar o produto

que pretende avaliar, o comparador apresenta a evolução do preço praticado pela loja online, nos últimos sete dias, um mês ou três meses.

OPTE POR MARCAS BRANCAS E COMÉRCIO LOCAL

As marcas próprias permitem alguma poupança, sem comprometer a qualidade. Nos frescos, prefira o comércio local pois ganha pela proximidade e evita gastos em deslocamentos. Dê preferência a frutas e legumes da época que, regra geral, são mais baratos e têm maior valor nutricional.

EVITE O DESPÉRCIO ALIMENTAR

Aproveite excessos de frutas e de legumes ou que já tenham amadurecido em demasia ou estejam a murchar e as sobras de alimentos, para criar novos pratos, e assim evitar o desperdício e também poupar.

VENDA O QUE NÃO USA

Se tem roupa que não usa ou coisas que só estão a encher os armários, venda em sites de segunda mão. É mais uma forma de rendimento que pode ter.



Comece já a poupar!

COM O SEU CARTÃO POUPANÇA

Para Poupar com qualidade e pôr em prática as nossas Dicas de Poupança, recomendamos que comece a usar o seu Cartão Poupança o quanto antes!

Se já pediu o seu cartão pode fazer compras em qualquer loja mediante a indicação do número de contribuinte.

Para levantar o cartão basta deslocar-se à nova loja Poupança em Famões, dirigir-se à receção, dizer que é funcionário do Grupo BEL e levantar o seu Cartão Poupança.

O cartão é ativado no local e pode começar a usá-lo de imediato. Tem 11 *cash&carry* Poupança à disposição para realizar as suas compras, só tem de escolher aquele que lhe for mais conveniente. Existem lojas em Almeirim, Alverca, Corroios, Famões, Mem Martins, Massamá, Moita, Lisboa (Marvila), S. Julião do Tojal (M.A.R.L.), Trajouce e Venda do Pinheiro.

Com o seu Cartão de Cliente Poupança passa a ter acesso a todas as campanhas e produtos das lojas aos mesmos preços praticados para grossistas e também às marcas do Grupo como o Gin Amicis e o Coffee Bel.

Do que está à espera? Não fique a ver a Poupança a passar!



DONATIVOS DO GRUPO

BEL DISTRIBUIÇÃO faz doação ao Banco Alimentar Contra a Fome

No sentido de reforçar a prática de iniciativas de responsabilidade social, em prol das comunidades locais, a BEL Distribuição realizou um donativo em géneros alimentares ao Banco Alimentar Contra a Fome de Leiria-Fátima.

De acordo com esta Associação, na carta de agradecimento que nos endereçou, “este contributo solidário permitiu assegurar o apoio alimentar a várias famílias carenciadas” (...) “além de representar um incentivo para os voluntários e toda a sociedade civil, para prosseguirmos com o objetivo de nos envolvermos e trabalharmos para minorar carências alimentares de pessoas desfavorecidas, na nossa região”.



Grupo BEL volta a ser PARCEIRO DA ALL4INTEGRITY

É com grande satisfação que o Grupo BEL volta a ser parceiro da Associação All4Integrity com o apoio à 3ª Edição do Prémio Tágides, uma iniciativa que tem como objetivo distinguir pessoas que nos inspiram no combate contra a corrupção. Enquanto empresa, acreditamos que temos a responsabilidade e o dever ético e moral de assumir um papel ativo nesta luta contra a corrupção, contra a injustiça e contra a desigualdade. Procuramos, sempre, ser agentes da mudança, no sentido de

promover uma cultura empresarial de integridade e de transparência, envolvendo clientes, fornecedores, stakeholders e colaboradores, neste desígnio, que deve ser de todos, em prol do bem comum. Todos podem participar nesta iniciativa. Seleccionem os vossos nomeados até 25 de agosto através do formulário que estará disponível no site da Associação.

BEL DISTRIBUIÇÃO faz doação a IPSS local

A BEL Distribuição, empresa de referência na área de distribuição de produtos alimentares e bebidas, sediada em Leiria, fez uma doação de 28 caixas de Bolacha Maria Cuétara para a Associação InPulsar, que se dedica ao Desenvolvimento Comunitário.

A InPulsar é uma Instituição Particular de Solidariedade Social (IPSS), cujos objetivos principais são: Apoio a crianças e jovens; Apoio à família; Apoio à integração social e comunitária da região de Leiria.

À CONVERSA COM...

Rui Caldeira

GERENTE DE LOJA



Além da simpatia e cordialidade com que se apresenta, Rui Caldeira é o homem que dá a cara na nova loja de Famões. A sua experiência na área da distribuição é inquestionável, o seu percurso fala por si. Em 11 anos de Amaral&Filhos, já passou por 5 *cash&carry* Poupança. Reconhece que esta função não é para todos, é necessário vestir a camisola e ter total disponibilidade para enfrentar e apresentar soluções para novos desafios, e nisto Rui Caldeira tem sido exímio.

Há quanto tempo é colaborador do Grupo Amaral&Filhos? Conte-nos um pouco do seu trajeto até chegar a Gerente de loja.

Estou no Grupo há 11 anos. Já fui contratado com estatuto e cargo de Gerente de loja e passei por várias lojas até chegar aqui a Famões. Comecei no *cash* da venda do Pinheiro, depois fui transferido para a loja da Moita, segui para Corroios (2017-2020), Marvila e agora em abril de 2023 chamaram-me para este novo projeto, em Famões. Esta profissão exige muita disponibilidade e responsabilidade. Tenho estado sempre disponível para estas transições.

Quais os maiores desafios que encontrou na gestão da nova loja Poupança de Famões?

O desafio maior foi o timing, fazer muito em pouco tempo. Houve necessidade de acelerar e fazer tudo com maior rapidez. A parte de montagem de loja, propriamente dita, encher prateleiras fez-se em 3 semanas. O resto são aqueles pormenores que implicam sempre com o nosso serviço: a montagem dos sistemas de segurança, ou o frio que teve de ser alterado à última hora, há sempre imprevistos.

Que mais valias considera que o Grupo BEL trouxe para a Amaral&Filhos?

Há sempre mais valias, afinal de contas é a entrada de outras pessoas, com outra visão, e com outra maneira de fazer as coisas. Basicamente, nós podemos aprender a fazer as coisas sempre melhor, uns com os outros. Eu acho que há uma grande mais-valia.

Uma coisa simples, mas muito importante, a questão do marketing. Agora temos uma equipa multidisciplinar a fortalecer a equipa que tínhamos e aqui em casa, este departamento de marketing fez um trabalho excelente. A entrada no Grupo BEL traz mais valias muito interessantes. O departamento informático também trouxe pessoas 5 estrelas, super disponíveis, dedicadas e prontos a ajudar. Foi tudo muito bem feito, muito bem organizado, com boa disposição, dedicação e isso é o importante.

Como é ter de competir sempre pelos melhores preços, principalmente num contexto de inflação como o que estamos a atravessar?

Exige-nos um poder negocial muito forte. A nossa área comercial esforça-se imenso para conseguir apresentar o melhor preço. Estamos inseridos num mercado e temos de saber evoluir com ele. Onde podemos arriscar, arriscamos, onde não podemos arriscar, não arriscamos. Há alturas em que percebemos que o preço de um determinado produto está exorbitante e decidimos, por questões estratégicas, não comprar tanto. Este tipo de gestão é muito importante.

Qual o perfil do Cliente Poupança?

Nós só trabalhamos para o cliente retalhista e pequenas e médias organizações. Vendemos para o minimercado, para o supermercado, para a mercearia e para o café, mas também para outros pequenos negócios, porque temos produto que atende às necessidades do seu setor de atividade.

O que distingue esta loja das outras?

Distingue, sobretudo, o facto de ser a 1ª loja em período de gestão do Grupo BEL, esperamos que seja a primeira de muitas. E a partir daqui, fazemos as coisas de maneira diferente numa perspetiva de melhorar.

A renovação da imagem das lojas Poupança teve início aqui, na loja de Famões. Que vantagens considera que isto vai trazer na atração de novos clientes?

O nosso cliente valoriza entrar num estabelecimento como o nosso. Portanto claro que vai fazer a diferença na atração de novos clientes. Há 3 coisas pelas quais eu primo muito: prateleiras cheias, sempre que possível, preço bem colocado e limpeza.

Esabias que...

QUE PESSOA VIVA MAIS ADMIRAS?

A minha mãe

QUE PALAVRAS OU FRASES USAS EXCESSIVAMENTE?

Obrigado e por favor

QUE TALENTO MAIS GOSTARIAS DE TER?

Saber desenhar

QUAL É O TEU LEMA DE VIDA?

Se fosse fácil, não era para mim

QUAL É O TEU BEM MAIS VALIOSO?

A família

QUAL É A CARACTERÍSTICA QUE MAIS TE DISTINGUE?

A resiliência



GRUPO BEL

EMPRESAS DE VALOR, COM VALORES