

R\$ 3.00 Edição Nacional www.dci.com.br

Ano X Número 2429 QUARTA-FEIRA 23 DE NOVEMBRO DE 2011

DIÁRIO COMÉRCIO INDÚSTRIA & SERVIÇOS

SERVIÇOS - A9 TCU trava batalha de aeroportos

Tribunal de Contas da União ainda não aprovou o edital do leilão dos aeroportos, apesar de faltar menos de um mês para a data prevista.



OPINIÃO - A2 Silvio Ciampaglia

Governo paulista e União asseguram a liberação de R\$ 1,5 bilhão para obras no Tietê-Paraná.

LEGISLAÇÃO - A7

MP pode contestar novo Código

O Ministério Público Federal acredita que o relatório do novo Código Florestal ainda precisa de ajustes.

Table with market indicators: BOVESPA -0,72%, DÓLAR COMERCIAL -0,17%, EURO +0,56%, PETRÓLEO WTI +1,12%, CAFÉ ALTA MOGIANA +0,30%

Estados disputam estaleiro de R\$ 1 bilhão da Mendes Júnior

Com aporte de R\$ 1 bilhão e geração de 2 mil empregos, a construtora mineira Mendes Júnior analisa situar entre Pernambuco, Espírito Santo e Santa Catarina a implantação do primeiro estaleiro de plataformas do grupo, a ser construído no primeiro trimestre de 2012.

Pauvinho-presidente da empresa, Sérgio Mendes, caso seja instalado em Pernambuco, o estaleiro irá para Suape. 'A Petrobras terá um peso na escolha', explica, ao ressaltar que ainda o interesse na parceria público-privada (PPP) do saneamento da Região Metropolitana.

Outra empresa que atua com obras na construção é a Cyndia Brazil Realty, que ao avaliar os negócios para o próximo ano descarta inicialmente a restrição de crédito ao setor imobiliário. O vice-presidente financeiro

é diretor de Relações com Investidores da construtora e incorporadora, José Heráclio Rodrigues, disse que a companhia projeta para o ano que vem um cenário macroeconômico bem semelhante ao de 2011.

Ainda mais otimistas com os negócios no próximo ano estão a Marfinitte Arenas e a NEC, que querem prestar serviços para consórcios como os da Odebrecht, Camargo Corrêa e W Torre para as obras da Copa do Mundo de 2014. A holding AZDF, que assumiu a Marfinitte, de assentos para estádios, projeta em dois anos atingir R\$ 216 milhões de receita, ante os R\$ 154 milhões estimados para este ano. 'Falamos em 1,2 milhão de novos assentos', diz Alexandre Pimentel, porta-voz da empresa.

CAMILA ABUD THATIANA PIMENTEL SERVIÇOS | PÁG. A9

Empresas buscam alternativas no crédito

SÃO PAULO Com a dificuldade de conseguir capital no mercado de capitais brasileiro e também nos bancos internacionais, as grandes empresas que operam no Brasil estão cada vez mais recorrendo a bancos locais. Nomês de setembro, o setor financeiro registrou alta superior a 2% do estoque de crédito para todos os setores da economia, crescimento puxado pelas corporações de maior porte. Com carteira de R\$ 163,340 bilhões em empréstimos, o Banco do Brasil chegou a R\$ 101,024 bilhões concedidos para médias e grandes empresas, com alta de 5,7% na comparação com junho de 2011. O Itaú Unibanco apresentou R\$ 221,660 bilhões na carteira de empresas, sendo que o maior crescimento ocorreu em grandes empresas, de 9%, para R\$ 134,751 bilhões. Já micro, pequenas e médias expandiram 2,2%, para R\$ 96,908 bilhões.

Outro fenômeno que comprova esta inversão da busca de recursos das grandes empresas é o mercado secundário de debêntures. A venda de títulos privados entre investidores já superou os R\$ 14 bilhões em novembro, até o dia 18. Na comparação anual, a negociação cresceu 27% até outubro, de R\$ 10,353 bilhões para R\$ 13,153 bilhões, segundo dados da Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Abincap). O mercado de capitais está desenvolvendo iniciativas para deixar os títulos privados mais populares, com a orientação do Novo Mercado de Renda Fixa para emissão com valor face de apenas R\$ 1 mil.



Alexandre Tombini

Enquanto as empresas brasileiras buscam recursos aqui, as multinacionais intensificam suas remessas de lucros a sua matriz no exterior, o que afeta inclusive as contas públicas. Segundo projeções do Banco Central, o déficit na conta de transações externas deve fechar o ano em US\$ 54 bilhões, contra um saldo de US\$ 39,1 bilhões ao final de outubro. Ou seja, para os dois últimos meses do ano, a saída de dólares do País deve ser de US\$ 11 bilhões.

Presidente do Banco Central, Alexandre Tombini, deu ontem a receita para combater este momento turbulento. 'Sabemos que o desenvolvimento econômico precisa de aprimoramento do mercado de crédito e maior acesso ao sistema financeiro', disse.

MARCELLE GUTIERREZ GUSTAVO MACHADO ESPECIAL | PÁGS. A3, B1 E B2

Crise amplia onda de demissões na Europa

SÃO PAULO Procurando cortar gastos diante da crise da dívida da zona do euro, diversas empresas europeias estão anunciando demissões e fechamento de unidades. Ontem a companhia alemã de energia e gás E.ON informou que deve demitir quase 11 mil funcionários e espera reduzir seus custos em 9,5 bilhões de euros até 2015.

E a AcelorMittal pediu ontem a seus funcionários que não interrompa a produção. O anúncio veio depois de a federação de sindicatos de trabalhadores ter convocando um dia de paralisação, marcado a 7 de dezembro. Também no domingo, a gigante francesa do setor nuclear Areva anunciou que pretende cortar 1.300 vagas na Alemanha.

INTERNACIONAL | PÁG. A10

Resumo

Brasil eleva tom contra a Síria na ONU. Numa mudança de posição, o Brasil apoiou, na Assembleia Geral da ONU, a condenação da Síria ontem, por violação dos direitos humanos durante a repressão dos protestos contra o governo.

INTERNACIONAL | PÁG. A10

Vale investirá US\$ 6 bi em Moçambique. O conselho de administração da Vale aprovou investimento de US\$ 6 bilhões na expansão do projeto Moatize de carvão, em Moçambique. A meta é elevar a produção de 11 milhões de toneladas a 22 milhões.

INDÚSTRIA | PÁG. A5

Câmara aprova US\$ 62 bi com OPEP prorrogada. A Câmara aprovou ontem, por 364 votos a favor, 61 contra e duas abstenções, o texto principal da prorrogação, até dezembro de 2015, da DRU, o que permitirá ao governo usar livremente cerca de R\$ 62 bilhões.

POLÍTICA | PÁG. A5

Brasil será o maior produtor fora da OPEP. O Brasil será, em dez anos, o maior produtor de petróleo do mundo dentre as nações que não integram a Organização dos Países Exportadores de Petróleo, diz o presidente da Petrobras, José Sérgio Gabrielli.

INDÚSTRIA | PÁG. A4

Sombra de Serra atrasa decisão Tucana em SP. Tucanos ainda não chegaram a um consenso sobre a realização ou não de prévias para escolher seu candidato a prefeito de São Paulo. Os candidatos se preocupam com a sombra de Serra.

POLÍTICA | PÁG. A4

Grupo Covolan investe R\$ 200 mi em biodiesel. O grupo Covolan, especializado na área têxtil no interior de São Paulo, está investindo R\$ 200 milhões na ampliação da sua fábrica de biodiesel em Nova Mutum, Mato Grosso.

AGROPECUÁRIA | PÁG. B10

TSE nega pedido de posse de suplente no DF. O TSE rejeitou ontem o pedido de posse imediata protocolado por Roberto Negreiros, primeiro suplente da coligação que elegu Benício Tavoras (PMDB) como deputado distrital.

POLÍTICA | PÁG. A5

Máquina de Vendas entra no ramo de motos. A Máquina de Vendas (formada por Insinuante e Ricardo Eletrol) se rendeu ao segmento de motos e espera vender 15 mil motos até o fim de 2011 e faturar R\$ 90 milhões.

COMÉRCIO | PÁG. A8

FMI amplia opções de crédito na zona do euro. Fundo Monetário Internacional (FMI) ampliou suas ferramentas de crédito e criou nova linha de seis meses ontem, numa tentativa de ajudar os países em crise da zona do euro.

INTERNACIONAL | PÁG. A10

Tóquio e Osaka podem desbancar Bovespa. As Bolsas de Tóquio e Osaka anunciaram ontem uma fusão em 2013, em uma operação que criaria a terceira maior operadora de mercados do mundo, lugar hoje da BMBF Bovespa.

INTERNACIONAL | PÁG. A10

Campo gera mais vagas e salários do que a indústria

SÃO PAULO A profissionalização do campo brasileiro gerou um aumento da demanda por mão de obra qualificada, o que fez crescer os salários do setor. Além disso, o volume de novas vagas também tem crescido no agronegócio, que já figura como maior gerador de empregos, superando indústria urbana, serviços e comércio. De janeiro a outubro deste ano a área rural registrou um incremento de 13% do volume de vagas em comparação com o mesmo período de 2010, com a criação de 194 mil empregos. No Mato Grosso, o setor agropecuario tem

oferecido remuneração mais alta que as demais áreas da economia do estado. Cargos de técnico, por exemplo, cujas funções se desenvolvem no campo são os mais bem remunerados, com valor médio de R\$ 1.575, seguido pelos de trabalhadores das indústrias do agronegócio, com R\$ 1.750; já a indústria urbana em geral paga R\$ 1.509, e os técnicos do setor de comércio e serviços, R\$ 1.284.

'Mesmo com a desaceleração da economia, o nível de formalização de emprego ainda é baixo no caso da agropecuária, o setor rural não está tirando o pé do acelerador, contrariando o movi-

mento da indústria', disse o economista do Departamento Econômico de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese), Sérgio Mendonça.

A indústria ampliou suas vagas entre janeiro e agosto deste ano apenas 5%, seguida por serviços (6,4%) e comércio (4,3%). 'A agricultura, por motivos sazonais, registrou um pulso de 29,9 postos de trabalho, equivalente a uma variação negativa de 1,77%', afirmou Daniel Latorraca, gestor do Instituto Mato-grossense de Economia Agropecuária (Imea).

DANIEL POPOV AGROPECUÁRIA | PÁG. B10

Governo vê PAC como alavanca para a economia

BRASÍLIA Alavançar a economia do País em um momento de incertezas provocado pela crise econômica internacional: assim a ministra do Planejamento, Miriam Belchior, caracterizou as obras da segunda etapa do Programa de Aceleração do Crescimento em 2012. Apresentando o segundo balanço do PAC 2, ela disse que o programa cumprirá um papel anticíclico. Anunciou obras que começaram a ser realizadas em 2012, estimulando a economia, criando empregos em um momento de incerteza internacional.

ABNOR GONDIM

Guerra fiscal entre portos prejudica produção local

SÃO PAULO Grande parte da perda do fidejugo da indústria brasileira pode ser explicada pela chamada 'guerra dos portos', considerada uma das faces mais perversas da queda-de-brasço fiscal entre os estados. Estudo feito pelo Departamento de Relações Internacionais de Comércio Exterior da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp) e obtido pelo DCI mostra que as importações pelo Porto de Suape, em Pernambuco, tiveram um salto de 90,5%, em dólar, de janeiro a outubro deste ano sobre o mesmo período do ano passado. Enquanto isso, a média brasileira foi de apenas 29,3%. De 2007 a 2010, as compras externas por Suape cresce-

ram em média 39%, enquanto a médianacional chegou a 14,6%. 'Os dados só confirmam que incentivos fiscais concedidos pelos estados para importação de matérias-primas e produtos finais são um crime de lesa-pátria', afirmou o diretor do Departamento de Relações Internacionais e de Comércio Exterior da Fiesp, Roberto Giannetti da Fonseca.

Essa guerra dos portos está trazendo de volta uma questão que não ocorria desde 2006. Segundo a Confederação Nacional da Indústria (CNI), houve um aumento de importações na indústria nacional.

JULIANA ESTIGARRIBIA

Norte-americanas de venda direta registram salto no Brasil



Giji Okuhara

SÃO PAULO Com a ascensão da renda da população de classe C e D, o Brasil virou alvo das marcas estrangeiras de venda direta, tanto que a americana Herbalife viu incremento de 50% de suas vendas no Brasil este ano. O diretor-geral da marca, Giji Okuhara, diz que a empresa aspira a alinhar as vendas do País às do México — que ocupa a segunda posição entre os maiores públicos, atrás dos EUA. Outra norte-americana, a Amway, anunciou aumento de 22% das vendas na América Latina de setembro de 2010 a agosto de 2011, puxado também fortemente pelo Brasil.

CINTHIA ZAGATO COMÉRCIO | PÁG. A8

ÍNDICE

Table with market indices: CADIBO A, CADIBO B, CADIBO C, CADIBO D

VAREJO Empresas americanas reconhecem potencial para elevar o País no ranking global de consumidor

## Brasil puxa resultados da Herbalife e da Amway

Uma das líderes das vendas diretas no País, Herbalife cresce mais de 50% no acumulado do ano e visa a quintuplicar consumo *per capita*

SÃO PAULO

O aumento da renda das classes C e D despertou ainda mais o interesse da Herbalife e da Amway, empresas internacionais que atuam no ramo de vendas diretas. No caso da Herbalife, a empresa aspira a alinhar as vendas do País às do México — que ocupa a segunda posição no ranking das maiores públicas da marca, atrás apenas dos Estados Unidos. O Brasil, por enquanto, fica com o quarto lugar, depois da Coreia. “O consumo *per capita* do México é cinco vezes maior do que o brasileiro, e nós vemos uma possibilidade de alcançar esse índice no Brasil”, disse o diretor-geral e vice-presidente da marca no País, Goji Okuhara.

A empresa comercializa shales, dermocosméticos, barras de proteínas, sopas instantâneas e suplementos, entre outros, e movimentou cerca de US\$ 2,7 bilhões em 2010, 18% a mais do que em 2009. Uma das maiores razões de vendas diretas no mundo, a Herbalife diz ter visto incremento no País de 50% das vendas, contra a alta de 30% no resto do mundo, no terceiro trimestre do ano, ante o mesmo de 2010. O lucro líquido global no período foi US\$ 108 milhões, quando a multinacional registrou alta de 42,7%.

“Países como México e Brasil possuem o mesmo perfil de consumidores, que gosta de consumir produtos mais saudáveis, ganhar peso e nutrir o saudável por que as pessoas fazem mais refel-

### → ALINHAMENTO

«Nossas vendas per capita no México são 5 vezes maiores do que no Brasil, e nós vemos uma possibilidade de alcançar este índice»

GOJI OKUHARA  
DIRETOR-GERAL, HERBALIFE BR

### → POSSIBILIDADE

«As vendas diretas podem retrair-se com as dificuldades na economia, mas não na mesma intensidade de outros setores»

ROBERTA KURUZU  
DIRETORA-EXECUTIVA, ABEVD

ções fora de casa e têm menos tempo para se preocupar com a alimentação”, analisa o empresário. Prova disso é que, mesmo com a desaceleração da economia, a Herbalife atingiu crescimento de 52% no acumulado dos três últimos trimestres de 2011 ante 2010.

### Público

O novo nicho de consumidores emergentes tem crescido exponencialmente para a empresa, em diversos setores, e chamado a atenção do mercado como um todo. De acordo com Roberta Ku-

ruzu, diretora-executiva da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (Abevd), esse modelo de mercado é bastante representado por camadas com menor poder aquisitivo.

Mesmo inserida no modelo de vendas diretas, o rendimento de produtos nutricionais da Herbalife ainda tem como principal público a população mais bem remunerada. É por isso que, inversamente a outras redes, como as de produtos de beleza, por exemplo, a Herbalife investe em estratégias que não apenas permitam, mas estimulem o consumo da classe C. Entre elas, está o lançamento de produtos de menor preço, além de um maior investimento em marketing para a divulgação da linha ofertada pela marca. O número investido no mercado brasileiro não é divulgado.

Campanhas como “Já tomou seu *shake* hoje?” têm adquirido maior visibilidade em veículos como televisão e revistas e ajudam a divulgar o principal produto da marca para outros públicos: um substituto parcial de uma refeição. Okuhara, no entanto, afirma que a principal força que a Herbalife tem na promoção da marca está nas mãos dos distribuidores independentes, que fazem a venda pessoalmente e têm catálogos que trazem maiores informações dos produtos.

### Revendas

O modelo é destaque diante de outros setores da economia, e Roberta Kuruzu ressalta a maior facilidade de penetração dos produtos, que atingem principalmente as classes C e D. “De maneira geral, as vendas podem retrair-se junto com a economia,

mas não na mesma intensidade que ocorre em outros setores.”

A Herbalife também afirma estar atenta não apenas à agregação de novos distribuidores independentes, mas na retenção da base de revendedores já estabelecida dentro das famílias envolvidas com a marca. “Nós buscamos fazer com que a renda não seja complementar, mas sim substancial para as famílias, que começam com um integrante fazendo a revenda e logo percebem que o mercado é bom e que dele podem retirar a renda principal”. Globalmente, a rede conta com 2,5 milhões de distribuidores independentes.

“Existem casos de brasileiros que se tornaram bem-sucedidos aqui dentro e foram vender para fora, e também grupos de revendedores estrangeiros que vêm vender no Brasil”, diz Okuhara. Para ele, investir tempo nos negócios da distribuição é promessa de uma boa renda.

### Concorrência

Outra internacional do ramo de vendas diretas, a Amway, concorrente direta da Herbalife, está de olho no aumento do consumo dos emergentes brasileiros. A empresa, cujo portfólio envolve 450 produtos nas áreas de nutrição, beleza, cuidados pessoais e cuidados com o lar, anunciou aumento de 22% nas vendas na América Latina, no período de setembro de 2010 a agosto de 2011. Os países que contribuíram para esses resultados nas vendas são Brasil, Venezuela e Argentina.

Em nota, Jeff Dahl, presidente da marca na América Latina, diz

que, apesar de a economia ainda estar se recuperando de uma recessão global, a empresa segue em crescimento contínuo, investindo nos negócios na América Latina e alcançando resultados positivos, por meio de programas de marketing e incentivo aos revendedores da região. “Com o lançamento de novos produtos, abertura de Centro de Experiência Amway e opções de treinamento, ajudaremos os Empreendedores Amway (revendedores) a desenvolver seus negócios”, diz Dahl.

Os negócios da Amway na América Latina tiveram um aumento de 23% de novos revendedores, em relação a 2010, impulsionando o crescimento nas vendas em países como Brasil, Venezuela e Panamá, cujo foco é a comercialização de produtos da marca. “A Amway Brasil sente muito orgulho de contribuir para o sucesso da empresa na América Latina, atingindo um aumento de 96,8% nas vendas e de 126% de novos empresários. Ao mesmo tempo, este crescimento também se reflete significativamente na indústria de vendas diretas do Brasil”, diz Ricardo Castro, diretor-geral da Amway Brasil.

A sede mundial da Amway fica em Ada, no Estado de Michigan, nos Estados Unidos. Além disso, a empresa e suas coligadas são proprietárias ou gerenciam fábricas nos EUA, na China e no Vietnã.

CÍNTIA ZAGATTO

Publicações e sites registrados sobre VAREJO  
www.dci.com.br  
www.painelherbalife.com.br

Lucratividade de um revendedor é cerca de 30%

Em âmbito nacional, o modelo de vendas diretas para rendimentos para 2,7 milhões de famílias. O investimento inicial para se tornar um distribuidor pode variar, mas é possível de ser feito a valores pequenos, a começar por R\$ 100. A lucratividade média de um revendedor é de 30%.

O País ocupa a 4ª posição dentre os maiores mercados mundiais que apostam nesse setor, com 8% o *market share*. O maior representante são os EUA, com 22% do volume de vendas. Japão detém 17%, e China, 10%.

No fim do ano passado, o setor bateu recorde de faturamento ao somar uma quarta de R\$ 26 bilhões, de acordo com dados da Associação Brasileira de Empresas de Vendas Diretas (Abevd). O incremento sobre o ano de 2009 foi de 17,2%, e a estimativa é de que o crescimento continue em dois dígitos para 2011.

Por lidar com empresas de capital aberto, a Abevd não faz projeções maiores, mas, ainda de acordo com levantamentos feitos pela entidade, as vendas diretas crescem há mais de 20 anos acima de outros setores da economia. O volume anual de negócios de R\$ 5,8 bilhões, arrecadados pelo setor de vendas diretas no primeiro trimestre do ano de 2011 equivale a um crescimento de quase 9% do número registrado em 2010 no Brasil.

**Interatividade e informação para o website e intranet da sua empresa**

A CMA oferece uma solução inovadora para alimentação automática de conteúdos estratégicos para websites e intranets de empresas em geral.

São notícias, análises, gráficos, cotações, conversores e dados históricos atualizados de forma inteligente e diferenciada, com conteúdos financeiro, agrícola, setorial econômico, político e de variedades, desenvolvidos de acordo com a necessidade de cada cliente.

(11) 3053-2712  
info@cm.com.br  
www.cma.com.br

VEÍCULOS

**Venda de motos gera R\$ 90 mi para rede varejista**

SÃO PAULO — O comércio de duas rodas chamou a atenção de uma das maiores empresas do varejo nacional, a Máquina De Vendas, *holding* formada pela união das varejistas Insinuante, Ricardo Eletro, City Lar e Eletro Shopping. A empresa acaba anunciar o início das vendas de cinco modelos exclusivos de motocicletas da marca Hash. A estratégia é resultado da parceria firmada entre o grupo e a CR Zongshen. O negócio prevê a venda de 15 mil motos até o fim de 2011 e prevê um faturamento de R\$90 milhões.

Os novos modelos serão comercializados, inicialmente, em 67 lojas City Lar dos estados do Mato Grosso e Amazonas. A partir de janeiro de 2012, o negócio deverá ser ampliado aos poucos para as demais lojas do grupo Máquina de Vendas, começando pelas unidades da Insinuante no estado da Bahia. Segundo informações da assessoria da empresa, toda a linha de produtos foi desenvolvida e fabricada na unidade de fabricação da CR Zongshen, em Manaus (AM).

Conforme comunicado oficial da empresa, a CR Zongshen também se responsabilizará por questões como a nomeação, o treinamento e o acompanhamento dos serviços prestados pela rede de Assistentes Técnicos Autorizados em todas as localidades onde será feita a comercialização das motocicletas. Até o final do ano, as vendas deverão chegar a 199 unidades da City Lar nos Estados de Mato Grosso do Sul, Rondônia, Acre, Roraima, Tocantins, Maranhão e Pará.

O presidente do Conselho de Administração da Máquina de Vendas, Luiz Carlos Batista, ressalta que, “além das vendas e da distribuição, a Máquina de Vendas também fará o financiamento das motos com o HSBC”.

BRUNO LAZZARI | AGENCIAS

Notas

ELETRDOMESTICOS

**Casas Bahia inicia ação no CE**

SÃO PAULO — O empresário Michael Klein, presidente do Conselho de Administração da Globex (*holding* que abriga as marcas Casas Bahia e Pontofrio) anunciou ontem a chegada da Casas Bahia ao estado cearense. A rede abrirá duas lojas (uma na Travessa Para, no Centro e uma no Shopping Center Ur, no bairro Aldeota). As lojas da rede em Fortaleza receberam investimento de R\$ 7 milhões.

SUPERMERCADOS

**Brunoro cria centro esportivo**

SÃO PAULO — O presidente do conselho da Brunoro Sport Business, empresa focada em gestão de negócios do esporte, José Carlos Brunoro, participou da inauguração do Núcleo de Alto Rendimento esportivo do Grupo Fão de Açúcar. Situado em uma área de 10 mil metros quadrados, o novo espaço, com investimentos de R\$ 4 milhões, será voltado ao desenvolvimento de atletas de elite.

VEÍCULOS

**Fenabrave foca Projeto Aprendiz**

SÃO PAULO — A Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave), entidade que representa 6,9 mil concessionários de veículos em todo o Brasil, assinou um convênio de parceria com o Centro de Integração Empresa-Escola (CIEE), para a implantação do Projeto Aprendiz em todas as redes afiliadas à entidade por meio das associações de marca.

VESTUÁRIO

**Dudalina reabre em Congonhas**

SÃO PAULO — A loja Dudalina localizada no Aeroporto de Congonhas, na capital paulista, acaba de ser reinaugurada, com novo visual, e deixa de ser franquista para ser assumida pelo grupo catarinense comandado por Sônia Regina Hless de Souza. Inaugurada em 2008, a unidade foi criada como um experimento varejista, para expansão das marcas masculinas Dudalina, Individual e Base.

EVENTO

**Afras lança prêmio de franquias**

SÃO PAULO — A Associação Franquia Sustentável (Afras), braço social da Associação Brasileira de Franchising (ABF), em parceria com a consultoria internacional Great Place to Work (GPTW), anuncia uma iniciativa inédita no setor de *franchising*: o Prêmio “As Melhores Franquias para se Trabalhar”. Inscrições pelo site [www.afras.com.br](http://www.afras.com.br).

CAMILA ARDU