BOLETIM INFORMATIVO

OUTUBRO 2021
EDIÇÃO N.º 8

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E SERVIÇOS DE BRAGANÇA

ACISB LANÇA SELO DE QUALIDADE E SEGURANÇA

Comerciantes aderem massivamente e assumem compromisso coletivo de elevar os padrões de qualidade e segurança nos respetivos estabelecimentos.

ACISB lança Selo de Qualidade e Segurança para o Comércio Local

A iniciativa surge no âmbito do projeto “Turistando por Bragança” e consiste na atribuição de um dístico, um Selo de Qualidade e Segurança, que atesta o cumprimento das medidas de qualidade e segurança nos serviços disponibilizados.

O objetivo passa por aumentar a notoriedade dos detentores do Selo, comércio e serviços, dando confiança aos consumidores e promovendo a imagem das lojas, produtos e serviços transmontanos, o território e a confiança dos visitantes para adquirirem produtos no comércio local e, consequentemente, aumentar as receitas dos estabelecimentos locais.

Porque a intensão da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), é que o selo seja diferenciador, a adesão requer que os empresários assumam o compromisso de seguir uma série de requisitos, elencados no regulamento, que devem aceitar e respeitar. Esses requisitos, no fundo, são as exigências básicas de qualquer estabelecimento que tenha brio e que queira implementar uma imagem de qualidade e seriedade no mercado.

É imprescindível garantir que cumpre as regras de Higiene e Segurança no Trabalho, uma exigência legal, que não deve ser descurada, muito menos nesta altura que estamos ainda, a passos lentos, a sair de um contexto de pandemia.

A organização do espaço, o nível de informação disponibilizada ao cliente, a qualidade do atendimento, o conforto, a simpatia e a empatia, a cortesia e a amabilidade, a acessibilidade, a tolerância, entre outros, são critérios que constam do referido regulamento e que, basicamente, são exigências para que cada empresário tenha sucesso.

A ACISB, como referimos, pretende que o dístico dê confiança ao consumidor, o propósito da associação continua a ser, mais reforçado do que nunca, a promoção do comércio local, para que preferencialmente e cada vez mais, os residentes comprem em Bragança e os visitantes sintam confiança e vontade de comprar e de regressar.

Esta pode também ser uma ação indireta de marketing territorial, uma vez que transmite uma imagem de compromisso público coletivo, de apurar os critérios de segurança e qualidade, de tentar melhorar a cada dia, de incrementar a hospitalidade, que vai muito além da simpatia e da afabilidade.

O projeto "Turistando por Bragança", que pretendia valorizar o território, trabalhar pela afirmação e consolidação de uma imagem positiva e atrativa de Bragança, foi financiado pelo programa Valorizar do Turismo de Portugal.

// Bragança

ACISB lança Selo de Qualidade e Segurança para o Comércio local

A iniciativa surge no âmbito do projeto "Turistando por Bragança" e consiste na atribuição de um dístico, um Selo de Qualidade e Segurança, que atesta o cumprimento das medidas de qualidade e segurança nos serviços disponibilizados.

O objetivo passa por aumentar a notoriedade dos detentores do Selo, comércio e serviços, dando confiança aos consumidores e promovendo a imagem das lojas, produtos e serviços transmontanos, promovendo o território e a confiança dos visitantes para adquirirem produtos no comércio local e aumentar as receitas dos estabelecimentos locais.

Porque o objetivo da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), é que o selo seja diferenciador, a adesão requer que os empresários assumam o compromisso de cumprir uma série de requisitos, elencados no regulamento, que devem aceitar e respeitar. Esses requisitos, no fundo, são as exigências básicas de qualquer estabelecimento que tenha brio e que queira implementar uma imagem de qualidade e seriedade no mercado.

É imprescindível garantir que cumpre as regras de Higiene e Segurança no Trabalho, uma exigência legal, que não deve ser descurada, muito menos nesta altura que estamos ainda, a passos lentos, a sair de um contexto de pandemia.

A organização do espaço, o nível de informação disponibilizada ao cliente, a qualidade do atendimento, o conforto, a simpatia e a empatia, a cortesia e a amabilidade, a acessibilidade, a tolerância, entre outros, são critérios que constam do referido regulamento e que, basicamente, são exigências para que cada empresário tenha sucesso.

A ACISB, como referimos, pretende que o dístico dê confiança ao consumidor, o propósito da Associação continua a ser, mais reforçado do que nunca, a promoção do comércio local, para que preferencialmente e cada vez mais, os residentes comprem em Bragança e os visitantes sintam confiança e vontade de comprar e de regressar.

Esta pode também ser uma ação indireta de marketing territorial, uma vez que transmite uma imagem de compromisso público coletivo de apurar os critérios de segurança e qualidade, de tentar melhorar a cada dia, de incrementar a hospitalidade, que vai muito além da simpatia e da afabilidade.

O projeto "Turistando por Bragança", que pretende valorizar o território, trabalhar pela afirmação e consolidação de uma imagem positiva e atrativa de Bragança, é financiado pelo programa Valorizar do Turismo de Portugal.

14/10/2021 // M

Mensageiro de Bragança

Mais de 40 estabelecimentos em Bragança com o Selo de Qualidade e Segurança

Iniciativa é da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Bragança

A Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Bragança está atribuir o Selo de Qualidade e Segurança ao comércio local e serviços.

O objectivo é que os clientes se sintam em segurança e que continuem a frequentar os estabelecimentos. "Isto é mais uma forma de o comércio e os prestadores de serviços darem garantias de segurança ao consumidor, para que poder utilizar os estabelecimentos comerciais da nossa cidade. O que queremos é que o consumidor continue a sentir-se em segurança", explicou Anabela Anjos, da ACISB.

Os estabelecimentos que queiram aderir são obrigados a assinar um compromisso de honra com a associação em como irão cumprir normas, como as "regras básicas de higiene e segurança no trabalho, regras de atendimento, conforto e simpatia, mas também de cortesia, acessibilidade e tolerância".

Segundo Anabela Anjos até agora já aderiram cerca de 40 empresários, mas espera-se que todos os associados possam ter este selo.

Esta é mais uma das iniciativas da ACISB que faz parte do projecto "Turistando por Bragança", lançado ainda antes da pandemia, e que terminou em Setembro, com o intuito de "valorizar o património natural e cultural e dinamização do comércio local, contribuindo para a sua revitalização".

"Faço um balanço muito positivo deste projecto, porque veio dar ânimo na altura certa aos nossos associados. Tivemos imensas iniciativas que conseguimos executar, algumas alterando o que estava previsto, mas foi muito positivo. Foi um projecto muito interessante de executar, também pela necessidade que os associados tiveram de estar próximos da associação", concluiu.

Iniciativa faz parte do projecto "Turistando por Bragança"

Jornal Nordeste

Montras com a história do Vizinho

Parcerias para promover vendas cruzadas

De 14 a 30 de setembro as montras de 28 lojas da cidade de Bragança foram usadas para promover a história e o negócio do “vizinho”.

Numa iniciativa lançada pela Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), os estabelecimentos aderentes fizeram parcerias de promoção cruzada, trocando espaço nas montras para promoção da história e do negócio do respetivo parceiro.

Não foi a primeira vez que a ACISB desenvolveu esta iniciativa e há casos de comerciantes que decidiram manter esta parceria na promoção regularmente.

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

A ideia foi fazer montras criativas, apelativas e que, para além de mostrarem os produtos da própria loja, pudessem também promover produtos de outros comerciantes e vice-versa.
Houve parcerias que se complementaram, como lojas de roupa e lojas de calçado, mas houve também parcerias "improváveis", como livrarias com lojas de venda de vestuário, retrosarias com restaurantes, lojas de informática com bares, etc.
Com estas trocas criaram um efeito surpresa no cliente e despertaram a atenção para o negócio do vizinho, promovendo o "cross selling" (vendas cruzadas).
Com esta iniciativa a ACISB quis criar redes de parceria e união, capazes de criar uma imagem de um tecido comercial sólido e solidário.
E é com a imagem do grupo que o comércio local de Bragança se pode afirmar e distinguir, ganhando, passo a passo, a simpatia e a preferência dos consumidores.

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

ROSINA RESTAURANTE

Rua Combatentes da Grande Guerra N.º 169, Bragança | Tel. 961499570

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

MADRESILVA ARTESANATO E FLORES

Rua 1º de Dezembro N.º 31, Bragança | Tel. 965552959

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

COKINE KIDS

Rua Prof. Dr. Lucas Pires N.ª 5, Bragança | Tel. 936942406

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

BRIKID'S

Alameda Santa Apolónia N.º 4 B, Bragança | Tel. 932798840

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

CASA DAS LÃS

Rua Emídio Navarro N.º 13, Bragança | Tel. 936942406

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

CREPARIA ROSINA

Rua Alexandre Herculano, Bragança | Tel. 961499570

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

PRECIOUS

Av. Sá Carneiro N.º 40, Bragança | Tel. 926700581

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

CAFÉ NA BAIXA

Rua Alexandre Herculano N.º 85 R|C, Bragança | Tel. 932463800

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

TRUE LOVE

Av. Sá Carneiro N.º 177 R|C, Bragança | Tel. 964235375

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

PROFILTRO

Av. Sá Carneiro N.º 147 R|C, Bragança | Tel. 936497001

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

XANCA'S SAPATARIA

Rua Alexandre Herculano N.º 28 R|C, Bragança | Tel. 965310588

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

RIVOLI

Rua da República N. 20 R|C, Bragança | Tel. 939355670

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

IMPAKTO

A. Sá Carneiro N.º 11 R|C, Bragança | Tel. 273332884

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

BRIGOFFICE

Av. Sá Carneiro 268-272, Bragança | Tel. 273327005

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

ANNUSKA LINGERIE

Praça da Sé N.º 7 R|C, Bragança | Tel. 273324859

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

CLONE

Rua Almirante Reis N.º 47 R|C, Bragança | 931184181

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

BIBLIOTECA CAFÉ

Av. Sá Carneiro N.º 302, Bragança | Tel. 273406259

MONTRA COM A HISTÓRIA DO VIZINHO

Juntos Somos mais Fortes!

EVOLVENET

Av. Sá Carneiro N.º 326, Bragança | Tel. 273333590

Reportagens

SICNOTICIAS.PT
''A Loja do Vizinho'': comerciantes fazem promoção cruzada de negócios

BRIGANTIA.PT
Comerciantes de Bragança unem-se para se promover uns aos outros

Comerciantes de Bragança decoram montras com a temática “Outubro Rosa”

O desafio partiu do Movimento Vencer e Viver, da Liga Portuguesa Contra o Cancro, que desenvolveu uma campanha de sensibilização, informação e angariação de novas voluntárias para a causa.

Por intermédio da Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), os comerciantes da cidade foram desafiados a decorar as montras, reais e virtuais, com motivos rosa diversos, de forma a apoiar o Movimento Vencer e Viver, que de 18 a 23 de outubro desenvolveu diversas ações de sensibilização, de informação e também angariação de novas voluntárias, para a luta contra o cancro da mama.

Os comerciantes aderentes tinham toda a liberdade para a decoração das respetivas montras, podendo usar o simbólico laço rosa, ou simplesmente flores, balões ou outros adornos, desde que usassem a cor que identifica a campanha e o movimento.

Vencer e Viver é um movimento de entreajuda que visa o apoio a todas as mulheres, familiares e amigos desde o momento em que é diagnosticado um cancro da mama. Baseia-se no contacto pessoal entre a mulher que se encontra a viver uma situação de particular vulnerabilidade e uma voluntária, que vivenciou uma situação semelhante.

Em Bragança, Lídia Praça é uma das representantes deste Movimento e sublinha a importância da informação, como forma de prevenir, mas também a importância da partilha, do apoio, da solidariedade que as mulheres com a patologia do cancro da mama encontram no Movimento. “Prestamos apoio psicológico, apoio logístico, doamos muito material ou vendemos a preços simbólicos alguns materiais que as mulheres precisam no seu processo de recuperação e de reintegração na vida ativa”, explica.

Para ser voluntária deste movimento é necessário ser uma sobrevivente, alguém que já viveu a experiência na primeira pessoa, porque é essa experiência que lhe dá competências emocionais e a empatia necessária para lidar com mulheres que enfrentam o mesmo desafio. Estas voluntárias usam as instalações da Liga Portuguesa Contra o Cancro para fazer atendimento, é ali que recebem quase diariamente uma nova mulher que procura compreensão, que procura esperança.

“Queremos ter sempre alguém disponível para receber quem nos procura, mas como somos poucas, às vezes é complicado”, refere Lídia Praça. Por essa razão insiste na necessidade de angariar mais voluntárias.

O perfil da voluntária exige que já tenha recebido um diagnóstico de cancro da mama, que tenha capacidade e facilidade em expor a sua experiência pessoal, sendo por isso um símbolo de esperança e confiança para as mulheres que enfrentam essa luta.

O Movimento, para além do contacto direto com as mulheres com diagnóstico de cancro da mama, disponibiliza ou gratuitamente ou a preços simbólicos próteses mamárias, suportes (soutien), fatos-de-banho ortopédicos, cabeleiras e outros materiais a preços mais reduzidos.
Outra das responsabilidades deste Movimento é a participação em ações de divulgação pública e junto da comunidade, porque a sensibilização e a informação são os pilares essenciais da prevenção desta patologia.
O cancro da mama é o tipo de cancro mais comum entre as mulheres (não considerando o cancro da pele), e corresponde à segunda causa de morte por cancro, na mulher.

Em Portugal, anualmente são detetados cerca de 7.000 novos casos e 1.800 mulheres morrem com esta doença.
O cancro da mama é uma das doenças com maior impacto na nossa sociedade, não só por ser muito frequente, e associado a uma imagem de grande gravidade, mas também porque agride um órgão cheio de simbolismo, na maternidade e na feminilidade.

Reportagens

Mensageiro de Bragança www.mdb.pt ATUAL // 19

// Bragança

Comerciantes decoram montras com a temática "Outubro Rosa"

A Associação Comercial, Industrial e Serviços de Bragança (ACISB), lançou um repto aos comerciantes da cidade desafiando-os a decorar as montras, reais e virtuais, com motivos rosa diversos, de forma a apoiar o Movimento Vencer e Viver, que de 18 a 23 de outubro vai desenvolver diversas ações de sensibilização, de informação e também angariação de novas voluntárias, para a luta contra o cancro da mama.
A ideia partiu do Movimento Vencer e Viver, da Liga Portuguesa Contra o Cancro, que vai desenvolver uma campanha de sensibilização, informação e angariação de novas voluntárias para a causa. "Os comerciantes aderentes têm toda a liberdade para a decoração das respetivas montras, podendo usar o simbólico laço rosa, ou simplesmente flores, balões ou outros adornos, desde que usem a cor que identifica a campanha e o movimento", indicou fonte da ACISB.
Vencer e Viver é um movimento de entreajuda que visa o apoio a todas as mulheres, familiares e amigos desde o momento em que é diagnosticado um cancro da mama.
Lídia Praça é uma das representantes deste Movimento em Bragança e defende a importância da informação, como forma de prevenir, mas também a importância da partilha, do apoio, da solidariedade que as mulheres com a patologia do cancro da mama. "Prestamos apoio psicológico, apoio logístico, doamos muito material ou vendemos a preços simbólicos alguns materiais que as mulheres precisam no seu processo de recuperação e de reintegração na vida ativa", referiu.
Estas voluntárias usam as instalações da Liga Portuguesa Contra o Cancro para fazer atendimento, é ali que recebem quase diariamente uma nova mulher que procura compreensão, que procura esperança.
"Queremos ter sempre alguém disponível para receber quem nos procura, mas como somos poucas, às vezes é complicado", refere Lídia Praça. Por essa razão insiste na necessidade de angariar mais voluntárias.
O perfil da voluntária exige que já tenha recebido um diagnóstico de cancro da mama, que tenha capacidade e facilidade em expor a sua experiência pessoal, sendo por isso um símbolo de esperança e confiança para as mulheres que enfrentam essa luta.
O Movimento, para além do contacto direto com as mulheres com diagnóstico de cancro da mama, disponibiliza ou gratuitamente ou a preços simbólicos próteses mamárias, suportes (soutien), fatos-de-banho ortopédicos, cabeleiras e outros materiais a preços mais reduzidos.
Outra das responsabilidades deste Movimento é a participação em ações de divulgação pública e junto da comunidade, porque a sensibilização e a informação são os pilares essenciais da prevenção desta patologia.
O cancro da mama é o tipo de cancro mais comum entre as mulheres (não considerando o cancro da pele), e corresponde à segunda causa de morte por cancro, na mulher.
Em Portugal, anualmente são detetados cerca de 7.000 novos casos e 1.800 mulheres morrem com esta doença.

CANALN.TV

COMERCIANTES DE BRAGANÇA DECORAM MONTRAS COM A TEMÁTICA "OUTUBRO ROSA"

14 Informação Regional 19 de Outubro de 2021 Jornal Nordeste

Brigantinas que enfrentem cancro da mama têm uma casa feita de esperança no "Movimento Vencer e Viver"

Em pleno Outubro Rosa, mês de sensibilização e consciencialização da doença, há duas sobreviventes para conhecer: Luísa Rio e Isilda Canedo, que pertencem ao movimento desde 2013, ano em que foi fundado

Em Portugal são detectados, todos os anos, cerca de sete mil novos casos de cancro da mama. Os números são da própria Liga Portuguesa Contra o Cancro, que aponta que, entre os que existem, este é o mais comum entre as mulheres.
Agredindo um órgão cheio de simbolismo, na maternidade e na feminilidade, o cancro da mama rouba a vida, por ano, a cerca de 1800 mulheres.
Perante a doença, depois do confronto com a realidade, vale tudo, menos desistir. As batalhas são duras, mas há uma guerra para ganhar. Que o diga Luísa Rio. Teve cancro mas não deixou que o cancro a tivesse a ela.
A brigantina esbarrou de frente com a doença há nove anos. Corria 2012, tinha 43 anos, quando ouviu o diagnóstico que a deixou "sem chão". "A única coisa que passa pela cabeça é que vamos morrer, que acaba tudo ali. É uma palavra muito forte: cancro", contou.
Tendo sido sujeita a tratamentos "muito agressivos", depois de ter atravessado um deserto para "chegar ao oásis", Luísa Rio ainda é seguida, não vá o diabo voltar a tecê-las. E é isso mesmo que é preciso fazer, prevenir, estar de olhos abertos. Em pleno Outubro, mês internacional dedicado à prevenção do cancro da mama, a sobrevivente diz não poder deixar conselho mais útil e simples: rastreio. "As mulheres devem fazer a prevenção, a palpação, tudo o que puderem para que, caso um dia a doença surja, ser detectada no começo", vincou.

Luísa Rio e Isilda Canedo venceram o cancro da mama e agora apoiam quem está a enfrentar a doença

A lutar contra o cancro, a vontade de viver foi determinante para Luísa Rio. Ainda assim, muitas vezes, há lutas que não podemos travar só com as nossas forças. Além da família, o ombro que "nunca faltou", encontrou, em 2013, em Bragança, um movimento recém-criado que lhe deu a motivação que podia estar a faltar. Vencer e Viver, assim se chama o grupo de brigantinas, que agora Luísa também integra, que já ultrapassaram o "monstro" e que, entre muitas outras ajudas, dá a palavra amiga de quem sabe o que é o cancro.
Isilda Canedo é uma das "guerreiras" que não se deixou morrer às mãos do cancro da mama e é também uma das responsáveis por esta resposta existir em Bragança. Tem 64 anos e enfrentou o diagnóstico que lhe puseram à frente, sem tempo para o engolir, em 2010. À época, na casa dos 50, a brigantina ainda tinha uma "longa carreira profissional pela frente" e, por isso, e porque "a vida é muito mais", não se deixou intimidar. Ainda que o medo fosse "muito", pediu a Deus para lhe dar "forças" para enfrentar o que o destino lhe tinha reservado.
Tendo sido mastectomizada em 2011, ainda é seguida, mas não é só porque os médicos entendem que sim. Aceita-o e cumpre-o religiosamente porque "a prevenção é determinante".
O cancro deixou as duas mulheres arrasadas, mas não é a viver para os desgostos que o caminho se trilha. Mais vale perder tempo no que nos preenche. E nesse caso não se perde, só se ganha. E foi assim que, neste tão singelo pretexto, Isilda ajudou a criar o movimento.

Jornal Nordeste 19 de Outubro de 2021 Informação Regional 15

Nascido em 2013, já que se notava que era preciso apoiar as brigantinas que iam travando a batalha, o movimento tem agora cinco mulheres a ajudar outras 214. A estas cinco juntam-se outras cerca de vinte mulheres que, por causa do trabalho, não podem participar de forma tão activa, mas não dizem que não ao que for preciso fazer.
O gabinete de apoio situa-se no mercado municipal. É uma casa aberta à esperança. Segundo Isilda Canedo, a ajuda é tanta quanto se pode prestar. "Tentamos dar apoio psicológico a quem nos procura. Damos o nosso testemunho, contamos o que passámos, mostramos que é possível vencer isto. Além disso, também temos próteses capilares e mamárias, assim como a informação necessária sobre a doença", contou. Refira-se que as voluntárias, assim como as mulheres que procuram o grupo, também têm aulas de ginástica adaptada, com dois professores, de forma a potenciar a recuperação. As aulas estiveram paradas, por causa da pandemia, mas retomarão, duas vezes por semana, brevemente.
Cláudia Vaz é psicóloga na liga, em Bragança, há quatro anos. Dá consultas de psico-oncologia e também colabora com o movimento. As campanhas, sobretudo de prevenção e sensibilização, nas quais participa, "têm sido muito bem aceites". "Temos que estimular a população para comportamentos saudáveis", vincou, assinalando que o apoio social também "tem vindo a crescer".
O apoio no transporte e medicação tem vindo também a ser procurado, em crescendo, já que a doença, e aqui vale qualquer tipo de cancro, abala o doente, acima de tudo, mas também comporta encargos financeiros que nem sempre se conseguem suportar.

Mil pães solidários para ajudar os que enfrentam a luta

No sábado, na Praça da Sé, vendeu-se pão solidário. Um pão em troca de um euro. Foi assim que se apelou à solidariedade dos que ali passaram.
A ideia partiu da Padaria Pão de Gimonde, que quis assinalar o Dia Mundial deste alimento. "Juntar o assinalar da data a uma causa solidária foi o binómio perfeito", contou uma das proprietárias da padaria, Elisabete Ferreira, francamente "satisfeita" com a adesão. A padaria juntou-se o politécnico de Bragança, sendo estes já parceiros em projectos na área agro-alimentar. As ajudas não ficaram por aqui. Os alunos do curso profissional de saúde da Escola Secundária Emídio Garcia também se aliaram à causa e ajudaram na confecção dos mil pães, aprendendo um pouco sobre a arte.

Pão solidário vendeu-se na Praça da Sé, em Bragança

Anabela Anjos, voluntária há cinco anos na liga, em Bragança, esteve na coordenação da iniciativa. Também esta se disse "agradada" com os brigantinos que vieram comprar o pão solidário. " É uma causa sensível a todos. Esperemos que este dinheiro seja bem empregue na prevenção, investigação e auxílio aos que mais precisam", rematou.
Em pleno Outubro Rosa, à iniciativa juntou-se o Movimento Vencer e Viver. As mulheres estiveram na praça, toda a manhã, para que mais gente as conheça e, caso preciso, as procure.

POR UMA SOCIEDADE MAIS SUSTENTÁVEL, ACISB ASSOCIA-SE A MOVIMENTO TAKE IT

Promovido pela associação ZERO o movimento TAKE IT pretende sensibilizar os clientes a usar os seus recipientes reutilizáveis para transportarem refeições prontas.

Acabar com o desperdício, promover a sustentabilidade ambiental, cuidar do futuro do planeta são frases cada vez mais replicadas e que já se tornaram numa efetiva missão para as gerações atuais.

E é com base nestas missivas que a ZERO – Associação Sistema Terrestre Sustentável lançou o movimento TAKE IT, especialmente dirigido aos setores da restauração e similares.

Este movimento pretende sensibilizar os clientes para o uso de recipientes reutilizáveis para transportarem refeições prontas, e informá-los que é um direito que têm de o fazer, recentemente introduzido na legislação nacional, com o objetivo de promover a reutilização das embalagens e contribuir para a redução da produção de resíduos.

Os estabelecimentos comerciais são chamados para esta campanha contra o desperdício por serem considerados agentes fundamentais para a mudança, que começa com a informação dos respetivos clientes.

A adesão a este movimento é totalmente gratuita e com vantagens óbvias para os estabelecimentos aderentes, nos quais será colocado um Selo identificativo do movimento TAKE IT que, assim, demonstram publicamente a sua preocupação em reduzir o impacto ambiental, aumentam a notoriedade do seu espaço comercial e ainda reduzem os custos na aquisição de embalagens para take away.

Os clientes podem, simplesmente, trazer a respetiva embalagem reutilizável de casa e levá-la ao restaurante e com estes pequenos hábitos podem contribuir para reduzir de forma acentuada a quantidade de lixo produzido em embalagens.
De acordo com a ZERO “cada europeu gera 174 kg de lixo em embalagens por ano”.
As campanhas de redução de embalagens já não são uma novidade, mas ainda estão longe de atingir os objetivos necessários para reduzir de forma significativa o impacto ambiental.
As associações que se dedicam ao desperdício zero têm vindo a atuar junto do consumidor para que nas suas opções de compra optem por produtos vendidos avulso, que usem sacos e embalagens reutilizáveis e agora pedem também a cooperação dos comerciantes.
A ACISB entende que esta é uma causa de enorme importância e, nesse sentido, decidiu aderir, informando todos os associados, disponibilizando-se para aceitar as adesões dos interessados e, ainda, levar a cada um dos estabelecimentos toda a informação de que necessitam, bem como o Selo que identifica a participação no movimento TAKE IT.

ACISB

A SUA PARCEIRA NA FORMAÇÃO

Precisa de um Plano de formação para a sua empresa ou instituição?

A ACISB pode ajudar.

De forma totalmente **gratuita**, avaliamos as necessidades da sua empresa ou instituição e definimos um **Plano de Formação**, ajustado e adaptado para garantir maior qualificação aos seus colaboradores.
A nossa Formação é **CERTIFICADA e FINANCIADA**.

Consulte-nos!

ACISB recebe cônsul honorária de Portugal na Flórida para abrir mercados com EUA

Mesmo estando em visita não oficial a cônsul disponibilizou-se para receber empresários e instituições, para partilhar informação e ajudar o território a entrar no mercado americano.

O Estado da Flórida, nos Estados Unidos da América, tem 24 milhões de habitantes. Aí residem 67 mil portugueses. O condado de Miami é uma zona franca, o que significa que os produtos que entram na América através do Porto desta cidade estão livres de impostos.

Estes três factos levaram a ACISB a encetar uma ação comercial que começou em 2019, quando uma equipa visitou Miami e fez os primeiros contactos com diversos agentes naquele território americano. Carolinha Rendeiro, cônsul honorária de Portugal na Florida, foi a pessoa que melhor recebeu a equipa da ACISB e que, inclusive, lhe organizou a agenda para lhe proporcionar contacto direto com empresários e entidades que pudessem facilitar a exportação de produtos endógenos de Trás-os-Montes para a América. “A cônsul foi incansável connosco, proporcionou-nos contactos aos quais sozinhas não teríamos chegado, mostrou uma abertura para nos apoiar que entendemos que tínhamos de retribuir e de a convidar a vir a Bragança”, explica a presidente da direção da ACISB, Maria João Rodrigues.

A COVID atrasou esta visita, que acabou por acontecer nos dias 21 e 22 de setembro. “A cônsul vem a título particular, mas, mesmo assim, disponibilizou-se para reunir com os nossos associados e outras entidades da região, para trocar contactos e ajudar aqueles que estiverem interessados em entrar no mercado americano”, esclareceu a Secretária Geral da ACISB, Anabela Anjos.

A ACISB organizou duas reuniões com a cônsul, para empresários e outras entidades, que resultaram já numa base de trabalho que pode culminar na representação do território em eventos promocionais em Miami. Uma Feira no setor agroalimentar, uma outra no setor do Turismo, em 2022.

“Tivemos aqui a perceção clara de como funciona o sistema, acredito que nos pode abrir portas à entrada do produto português nos Estados Unidos”, comentou Rui Freitas, produtor de mel biológico. Também Rafaela Neves, da Quinta do Salvante considerou a “presença em eventos promocionais em Miami, uma hipótese a trabalhar”.

Cátia Afonso, produtora de azeite, tem feito o caminho da internacionalização sozinha e reconhece que é difícil. “Ainda temos pouco volume de exportações queremos crescer, esta oportunidade que hoje aqui surgiu, da nossa parte, é para aproveitar”, referiu.

No setor do Turismo João Neves, da empresa de animação turística e agência de viagens Portugal NTN, considerou este encontro “muito oportuno” dado que “o mercado vai reabrir brevemente”. Os Estados Unidos da América são já o mercado mais importante desta empresa. “Desenvolvemos um produto que vai ao encontro do que nos foi aqui transmitido: exclusivo, para grupos pequenos, com produtos endógenos de alta qualidade”, referiu o empresário, pronto para reunir com agentes em Miami e para os receber na região para lhes mostrar a imensidão de possibilidades que Trás-os-Montes oferece, quando se fala de Turismo de Natureza. “Estamos inteiramente disponíveis para contactar operadores turísticos e traze-los para conhecerem a hotelaria, a restauração, a natureza e criar parcerias comerciais”.

Carolina Rendeiro reforçou que esta região, por não ter escala na produção, se deve afirmar pela originalidade e qualidade superior dos seus produtos, procurando nichos de mercado específicos, disponíveis para adquirir produtos a um preço mais elevado, desde que ofereçam aquelas características: “eu sou uma dessas pessoas, não me importo de pagar mais se me for garantida a originalidade e a qualidade do produto”, referiu.

Agradada com o entusiasmo dos participantes nestes encontros informais disponibilizou, de imediato, informação sobre a eventual participação dos produtores ou de delegações regionais em eventos promocionais em Miami.

A disponibilidade da cônsul agradou ao diretor do Parque Natural Regional do Vale do Tua, disponível para ajudar os produtores do território que representa a conquistar novos mercados. “É uma oportunidade que temos de aproveitar, podermos estabelecer uma ponte com alguém com sangue português e experiência prática nos negócios dos Estados Unidos, percebe a nossa cultura e a cultura americana e faz uma interligação rápida eficaz entre o que somos e o que podemos potenciar em nichos, em mercados específicos”, disse.

Rui Caseiro, Secretário Executivo da CIM Terras de Trás-os-Montes, partilha deste sentimento, acrescentando que neste encontro foi transmitida informação muito importante: “No caso de Miami há uma oportunidade única, é uma zona franca, os produtos entram sem impostos e depois podem ser distribuídos pelo resto da América. É uma oportunidade a explorar e valer-nos da ajuda de pessoas com conhecimento lá, que nos acompanhem em eventos específicos para promover os produtos e conseguir pôr o produto lá”, rematou.

Formação Certificada Financiada

Requisitos:

Ativos empregados mínimo 9º ano de escolaridade
Ativos desempregados (Não DLD) mínimo 12º Ano de escolaridade

Inscrições abertas

Os formandos têm direito a:

Certificado de Formação Profissional
Subsídio de Alimentação

INSCRIÇÕES: formacao@acisb.pt | 273 331 947

Restaurador: um negócio que há 43 anos cresce em família

O supermercado e o restaurante "Restaurador" permanecem há mais de quatro décadas na mesma família, passando de pais para filha, que agora está no comando.

Mesmo no final da década de 70, José Daniel da Silva, atualmente com 74 anos, fundou a empresa Afonso & Silva Lda., proprietária do Supermercado e do Restaurante Restaurador, em Bragança.

Um projeto que abraçou com a mulher e que se mantém na família há mais de 40 anos, graças ao interesse e ao empenho da filha, Andreia Silva, que assumiu os comandos do navio: "Eu costumo dizer que o meu pai tirou o barco do porto e levou-o até alto mar, agora alguém tem de continuar a viagem", refere a empresária.

Andreia cresceu "entre as panelas, os clientes e os funcionários" do restaurante, mas não se preparou para dar continuidade ao projeto dos pais.

Estudou para seguir uma carreira na área do ensino, ainda exerceu alguns anos, mas as constantes necessidades de mudança de cidade dos professores, trouxeram-na de volta a casa: "Sinto-me bem com a decisão, não estou frustrada, é aqui que quero estar e a preparação surgiu naturalmente do conhecimento que me foi incutido desde pequena", afirma convicta.

O pai não esconde o orgulho, "se não fosse ela o negócio teria fechado ou teria passado para outras mãos", conta. "Ela está a fazer ainda melhor que nós", acrescenta José Daniel que agora goza da merecida reforma que, além de tempo livre, lhe trouxe a melhor das "responsabilidades", ajudar a cuidar dos netos.

Em 1979, quando o negócio abriu, não havia o hábito de frequentar restaurantes como agora há. Para além disso, o Restaurador estava situado, na altura, nos arredores da cidade. Pouco a pouco, José Daniel e a mulher começaram a dar "o nome à casa" que se destacava, na altura, pela qualidade das Francesinhas.

“O segredo permanece o mesmo há 40 anos, usar unicamente ingredientes naturais de elevada qualidade”, revela. Ainda continuam a fazer o molho da mesma forma, respeitando a receita original criada em família e ainda há quem venha ao Restaurador com o único propósito de comer a famosa Francesinha.

Mas em quatro décadas tudo mudou e o negócio ganhou outra escala.

Os hábitos de consumo mudaram, atualmente há mais clientela porque ir ao restaurante é já um hábito de muitas famílias e também uma necessidade de muita gente que diariamente almoça fora de casa.

“Para além disso a cidade cresceu muito”, refere o fundador, tendo ganho o local onde estão instalados, na Av. Abade de Baçal, uma nova centralidade.

“Eu costumava dizer que ia à cidade, porque considerava que estávamos fora de Bragança, agora há muitos bairros à nossa volta e esse crescimento também foi bom para o negócio”, afirma.

Andreia acompanhou este crescimento, modernizou os estabelecimentos, o supermercado e o restaurante e continua a apostar na permanente mudança. “Quem tem uma casa aberta tem de se manter atualizado, acompanhar as tendências, porque a concorrência é grande, há sempre novas casas a abrir, umas com sucesso outras não, precisamos de acompanhar esta evolução”, argumenta.

“O dia em que apagamos as luzes”

É a filha que comanda o barco, mas sempre com o olhar atento e protetor do pai.

Ambos reconhecem que a pandemia da doença COVID-19, foi a maior crise que enfrentaram nestes 40 anos de atividade. “O dia em que desligamos as luzes, desligamos as máquinas, não havia aqui ninguém e não sabíamos quando iriamos regressar, foi muito duro”, recorda Andreia.

Para além do medo e de todas as incertezas do momento havia uma certeza: “16 funcionários para manter”. Não foi fácil, o volume de negócios diminuiu drasticamente e só não parou totalmente porque o restaurante continuou a vender comida para fora. “Não tivemos necessidade de nos reinventar, porque há 40 anos que o fazíamos, ainda nem se falava em Take Away. As nossas doses já estavam ajustadas, mas claro agora estávamos a vender só para fora, o volume de trabalho era muito menor”, refere.

A pandemia afetou de forma violenta a restauração, que vinha de um período áureo. “Os restaurantes estavam na moda antes da pandemia, havia uma afluência muito grande que se quebrou”, explica.

Aos poucos as luzes voltaram a ligar-se, as máquinas, uma após outra, voltaram a funcionar, os clientes começaram timidamente a regressar e ainda sem a pujança do período antes da pandemia, o restaurante voltou ao pleno funcionamento.

Das muitas histórias que a família tem para contar a pandemia é a mais dolorosa, mas há muitas outras felizes.

A felicidade sente-se dia a dia, ao rever os clientes que nalguns casos são amigos de uma vida, cuja ausência por dois ou três dias já é acompanhada de um telefonema para saber se está tudo bem.

Um negócio de família que não se resume a pai e filha, envolve todos os clientes que Andreia apelida de “patrões”. “São eles que decidem o nosso caminho, não basta abrir a porta, precisamos que o cliente entre, são eles os nossos patrões, quem decide se continuamos a trabalhar aqui ou não”, remata.

Qualidade e Segurança são um fator distintivo

Os comerciantes de Bragança têm aderido em grande número ao Selo de Qualidade e Segurança lançado pela ACISB, no âmbito do projeto "Turistando por Bragança".
Muitos podem perguntar do que se trata. Não haja equívocos, não se trata de alguma certificação feita por alguma entidade fiscalizadora, é apenas um selo de compromisso, ao qual está associado um regulamento que os aderentes assinam e assumem cumprir.
Nesse regulamento os requisitos estão, antes de mais, associados às regras apertadas de higiene e segurança, em cada espaço comercial, não apenas para os respetivos colaboradores, mas extensivo aos clientes. Estão também associados à qualidade do atendimento, à acessibilidade do espaço, ao conforto, à disponibilidade, aos níveis de informação, etc.
No fundo são regras que, se aplicadas em conjunto, garantem serviços de excelência, aumentando a boa imagem do comércio local e, com isso, a conquista de novos clientes.
Se individualmente a adesão a este Selo já é importante, quando falamos de um compromisso assumido coletivamente a sua importância é muito maior. Estamos a assumir em conjunto que o comércio local trabalha diariamente pela sua diferenciação pela qualidade.
Bem hajam todos os que aderiram e juntamente com a ACISB estão a criar uma imagem de excelência do comércio, industria e serviços de Bragança.

Ficha Técnica

Boletim Informativo

Periocidade bimensal

Edição N.8 | Outubro 2021

Coordenação:
Anabela Anjos – Secretária Geral da ACISB

Produção de conteúdos, imagens e edição gráfica:
Gabinete de Comunicação e Imagem da ACISB

Rua Abílio Beça, nº92 - 1º Andar
5300-011 Bragança
Telefone: (+351) 273 331 947
Website: www.acisb.pt