MUDANÇA / Com uma plataforma de comunicação completa, que inclui jornal impresso e digital, redes sociais, rádio, revista e tevê, o **Correio** intensifica ações comerciais com parceiros e clientes em busca também de maior relação com o leitor

O Correio Tá On: tradição e inovação

» ANA ISABEL MANSUR

Intensificar a presença digital aliada à força da tradição. É essa a premissa que vai embasar a nova formatação do time comercial e de marketing do **Correio Braziliense**. O maior jornal do Distrito Federal é irmão gêmeo da capital do país: nasceram no mesmo dia — 21 de abril de 1960 — e, desde então, caminham de mãos dadas pelas tesourinhas, superquadras, eixos e endereços com siglas da cidade. Os reforços inauguram o novo momento da plataforma de comunicação do jornal — que reúne também o *correiobraziliense.com.br*, as redes sociais, a TV Brasília, a Clube FM, a Look InDoor e a revista *Encontro* — aberta pela campanha O **Correio** Tá On no fim de agosto, em um evento para empresários.

A proposta é fortalecer o prestígio do jornal e estreitar os laços com parceiros de mercado, por meio de eventos culturais, esportivos e seminários. Guilherme Augusto Machado, vice-presidente executivo do **Correio**, avalia a fase como parte da reestruturação do grupo de mídias do jornal. "Vamos, agora, para o próximo passo, a reformulação da área de atendimento aos clientes e parceiros. Essa fase vem após o processo de modernização tecnológica, com foco em 'digital first' no sistema de produção de conteúdo; a transformação de nosso tradicional auditório em um moderno centro de produções digitais; e a implantação de um estúdio exclusivo, com tecnologia de ponta, para a produção de vídeos e podcasts. Também implantamos a Rede Clube Brasil de rádio, que leva a programação da sempre líder Clube FM Brasília para todas as regiões do país, com quase 40 emissoras afiliadas. Todo esse processo de reestruturação foi feito com a ajuda da KPMG Consulting", explica o vice-presidente.

Minervino Júnior/CB/D. A Press

Sueli Parente (E), Miguel Jabour, Cilene Vieira e Valda César: equipe que incrementará as relações com os clientes

Os reforços à equipe têm nomes de peso: Valda César, Sueli Parente, Cilene Vieira e Miguel Jabour. Os dois últimos entram como assessores da diretoria, enquanto Sueli assume como gerente de negócios e Valda, como superintendente de marketing e negócios. Cilene Vieira focará em projetos especiais, ampliar o alcance e a participação da plataforma de comunicação **Correio** no Distrito Federal e no Brasil. "O digital não tem limite. Vamos desenvolver, cada vez mais, produtos digitais a partir dessa árvore, que é o jornal, para que as raízes permaneçam firmes. Vamos apresentar novos projetos digitais, para reforçar que o **Correio** tem rádio, mídia digital indoor, site, TV, redes sociais e revista", planeja.

Miguel Jabour destaca a importância da diversidade de veículos. "O desafio é mostrar para anunciantes e leitores as várias plataformas imbatíveis do grupo **Correio Braziliense**, que está enraizado na vida dos brasilienses. É o único grupo do Centro-Oeste com esse poderio. Tem tradição, credibilidade e oferece diversas possibilidades de ampliação de mídia. Teremos eventos ainda neste ano, e o calendário robusto vai ficar para 2023", detalha.

Soluções

Valda César quer potencializar a estratégia comercial dos parceiros. "Um dos focos é estreitar os laços com o mercado. Temos de ser uma empresa que apresenta soluções para os negócios dos clientes — com visibilidade para seus produtos e sua marca — hoje, aqui e agora, mas manter a parceria com o que o cliente pretende ser no futuro. Precisamos de sustentabilidade, performance e resultados, e vamos trabalhar de maneira global", explica.

A nova roupagem do **Correio** chega em um momento de grande potencial, conforme explica Sueli Parente. "Assumimos o desafio no período pós-crise da covid-19. Temos a responsabilidade de buscar resultados cada vez melhores, com a certeza de que estamos prontos para atender o mercado publicitário. A marca do **Correio** é muito forte, com muita credibilidade em termos de conteúdo. Temos condições de oferecer ao mercado soluções inovadoras, com resultados de impacto. Estamos muito otimistas", completa.

Marcas & Negócios

AGUIAR DE VASCONCELOS IMÓVEIS

Clientes que viram amigos

No mês em que Brasília comemorou 62 anos, o Plenário da Câmara dos Deputados recebeu Geraldo Vasconcelos, um dos pioneiros da cidade, para a entrega da Medalha de Honra ao Mérito pelos serviços prestados ao DF. O empresário relembra o dia da condecoração. "Foi uma sensação muito boa. Em toda a minha vida, sempre gostei de prestar bons serviços e atender a comunidade", diz.

A medalha, de título de cidadão honorário de Brasília, contemplou as iniciativas abarcadas pelo advogado e corretor de imóveis. Entretanto, apesar das movimentações comerciais terem iniciado junto com o surgimento da capital, Geraldo conta que, desde a infância, ele tem uma grande veia empreendedora.

O seu trabalho iniciou cedo quando, aos 9 anos, ele começou a vender cocadas feitas em casa. Essa ação auxiliou na subsistência de sua família e foi responsável por gerar a sua identificação com a área de vendas. "Minhas irmãs e meu pai me entregavam uma bandeja com 101 cocadas para ir às ruas. Uma delas era a minha comissão, mas muitas vezes dei o dinheiro de todas. O meu prazer era vender. Como diz o ditado, filho de cearense vende até lote no deserto", brinca.

A vinda para Brasília se deu após um período residindo no Rio de Janeiro, onde criou empreendimentos de sucesso. Na capital do país, antes da Aguiar de Vasconcelos Imóveis, Geraldo esteve à frente de diferentes tipos de negócios. O primeiro deles, em 1959, surgiu em uma estrada que ligava Brasília a Goiânia. No local, ele abriu um espaço que alocou um bar, um restaurante e um posto de gasolina. Em homenagem ao empresário, o espaço foi nomeado como Posto do Geraldo.

Acompanhando a construção de Brasília desde o início, Geraldo foi um dos primeiros a investir na região. Depois de vender o seu complexo na estrada, ele adentrou a cidade e iniciou a jornada com novos negócios. O surgimento da Aguiar de Vasconcelos veio em 1982, com a intenção de torná-la referência em vendas e locação de imóveis em Brasília, com foco em casas no Lago Sul e de alto padrão no DF, a empresa sempre buscou ajudar as pessoas a conseguirem o local dos sonhos nas melhores localidades da cidade.

A história da empresa se confunde com a de milhares de famílias brasilienses. "Surgiu a ideia de abrir uma imobiliária com a lista de imóveis que eu tinha, e eu fiz isso, há 40 anos, no Hotel Nacional, onde começamos", informa. Ao compartilhar com seus filhos a notícia, a escolha pelo nome foi natural, pois a ideia do corretor era passar o negócio entre gerações. A Aguiar de Vasconcelos leva o nome da sua família.

Naquela época, quando o projeto saía do papel, ele indicou a chave para o sucesso para os seus filhos. "O segredo é a idoneidade, a competência e a honestidade com os clientes", comenta. Atualmente, os quatro filhos estão na gestão da imobiliária. Geraldo conta que cada um assumiu uma função e responsabilidade, o que garante o êxito e a qualidade da empresa.

No que diz respeito à estruturação do negócio, Geraldo ressalta que é possível realizar esse processo sem permitir que dificuldades sejam capazes de prejudicar o desenvolvimento do empreendimento. Para ele, com organização, boa consultoria, bons contadores, advogados, corretores e analistas, é possível construir um negócio de sucesso.

Afeto

"Amigo é para se guardar, como diz a canção", destaca Geraldo. Com a fama de ter conquistado várias amizades ao longo da vida, o empresário indica que quem tem mais amigos, tende a viver mais. Em 2023, o pioneiro da cidade fará 90 anos.

Para ele, o segredo da longevidade envolve as pessoas que têm em sua vida. Desde que chegou em Brasília, o empreendedor anotou o nome de cada indivíduo que conheceu. Na agenda particular, constam 12 mil famílias registradas com detalhes especiais, como datas de nascimento, informações sobre cônjuges e filhos.

Três perguntas para

Geraldo Vasconcelos, CEO da Aguiar de Vasconcelos Imóveis

Como o senhor avalia o empreendedorismo no DF?

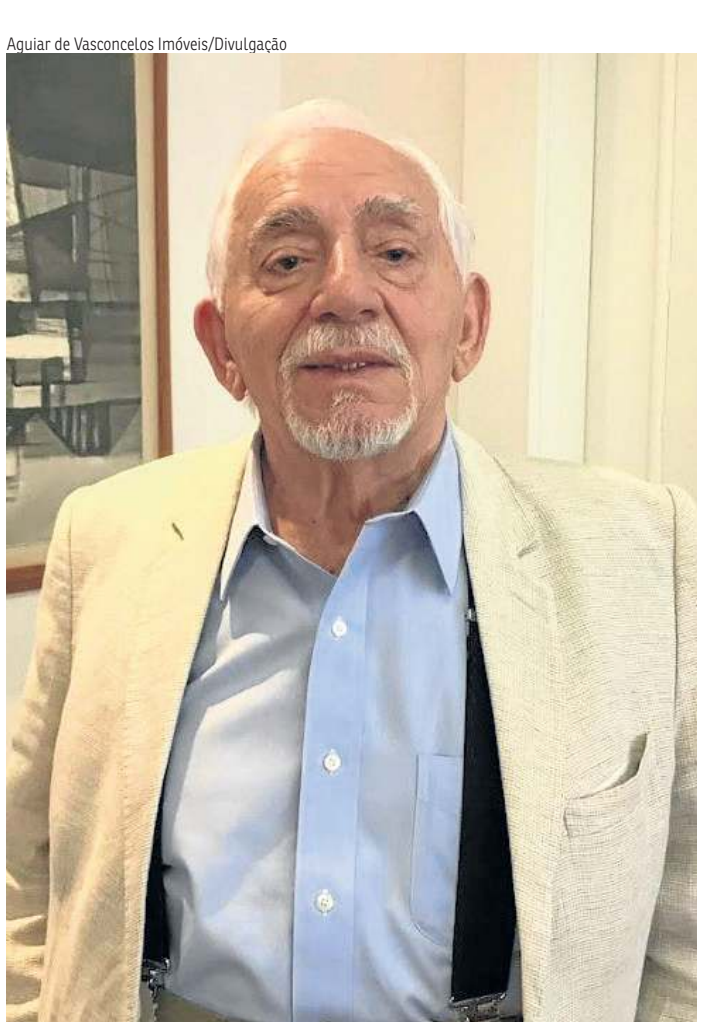
O empreendedorismo é a iniciativa pela qual a pessoa tem o senso de detectar um tipo de negócio que esteja concernente com suas ideias e suas capacidades, além de estar dentro da sua visão de negócio, na cidade em que você está. É uma atividade que requer lutas, pesquisas, interesses regionais e avaliação do produto. É possível empreender com as coisas mais simples, entretanto, se você for bom empreendedor, essas coisas podem ser grandes e muito promissoras no futuro do empreendimento.

> "O nome da nossa empresa e a continuidade do serviço são sinônimo de segurança e garantia"

Por que o mercado de imóveis é interessante?

Os imóveis têm uma vantagem de quem os compra, porque ele dá uma renda e possui constante valorização. Brasília é uma cidade vibrante, onde chega gente todo dia de fora. Esses indivíduos precisam se hospedar e, até mesmo, comprar um imóvel. Nesse aspecto, temos uma compra de apartamentos – pequenos, médios e grandes – intensa. Com o aluguel é a mesma coisa. Então, é um ramo que gosto muito; um negócio evoluído, sempre com novidades.

Quais dicas o senhor pode oferecer para quem deseja iniciar uma carreira no segmento de imobiliárias?

No mercado imobiliário e em qualquer área, o segredo é a previsibilidade, a leveza no trato, a conquista de amigos e o relacionamento. Isso deve ser primordial em qualquer atividade e, no de imóveis, não é diferente.

Aguiar de Vasconcelos Imóveis/Divulgação