



# Quiosque

EDIÇÃO # 68 • DEZEMBRO 2016

DISTRIBUIÇÃO GRATUITA A PARCEIROS VASP E SDIM

DOSSIER


## PORTUGAL ESTÁ NA MODA

DESTAQUE  
O NOVO JORNAL  
ECONÓMICO

ESPECIAL  
ÁRVORE DA  
SOLIDARIEDADE

# CERTIFICAÇÃO EM QUALIDADE E AMBIENTE

A **VASP** é uma empresa com Certificação em Qualidade (NP EN ISO 9001) desde 2000. Tendo por base os referenciais da Política da Qualidade e Ambiente, pretendemos melhorar continuamente o desempenho da empresa, bem como cumprir as obrigações de conformidade, que regem as atividades que desenvolvemos. A pensar em si e no ambiente, iniciámos o processo de certificação ambiental (NP EN ISO 14001).

 **Porque entendemos que a relação comercial que mantemos é uma relação de parceria e confiança, apresentamos a nossa Política da Qualidade e Ambiente:**

Estamos empenhados em prestar um serviço de excelência na comercialização de produtos e serviços para os nossos clientes, num ambiente de permanente inovação, proteção do ambiente, prevenção da poluição e melhoria contínua.





# editorial

## DAR E RECEBER (OU NÃO)

Quando decidimos dedicar o tema do dossier desta edição da revista Quiosque às novas oportunidades relacionadas com o aumento do número de estrangeiros que visitam ou residem em Portugal, surgiu internamente a discussão sobre o que deve ser mudado no negócio para aproveitar essas oportunidades. Pessoalmente, penso que os princípios base do negócio não se alteram. O que altera é a forma como esses princípios devem ser aplicados a este novo tipo de clientes – há que ajustar a oferta de produtos e serviços aos desejos e necessidades deste grupo de clientes, há que dar a conhecer a nossa loja e a nossa oferta de produtos e serviços, há que facilitar o processo de compra dos clientes chegando mais próximo deles, em locais e horários convenientes, disponibili-

zando meios de pagamento universalmente aceites e, talvez o mais importante, há que prestar um serviço que os satisfaça plenamente de forma a que os mesmos voltem a visitar e comprar na nossa loja. Ao longo do dossier desta edição damos alguns exemplos de como outros pontos de venda têm vindo a trabalhar este mercado e dicas sobre a forma de aplicar os princípios acima enunciados.

Ainda sobre o tema da satisfação dos clientes, porque estamos já muito próximos do natal, gostaria de mencionar a importância do ato de dar. Não há ninguém que não goste de receber uma prenda. Quando damos uma prenda, não esperamos receber uma outra em troca. Ao darmos uma prenda, o que nos move é apenas a expectativa de sentir a feli-

cidade da pessoa que a recebeu. E para que essa felicidade aconteça, muitas vezes não é preciso oferecer prendas caras e gastar muito dinheiro. Normalmente o mais importante para quem recebe é apenas sentir que nós gostamos dela, que nos importamos com ela.

A razão da existência do seu negócio é a satisfação dos seus clientes. Porque não aproveitar o natal para dar uma prenda aos seus clientes? Pode ser apenas um cartão de agradecimento, um calendário, uma flor ou qualquer outro objeto ou ato simbólico. Tenho a certeza que os seus clientes irão apreciar e, quem sabe, retribuir com mais compras e visitas à sua loja.

Votos de um Feliz Natal.

Paulo Proença

### PROPRIEDADE

VASP - Distribuidora de Publicações, S.A.  
SEDE Media Logistics Park,  
Quinta do Grajal, Venda Seca,  
2735-511 Agualva - Cacém  
www.vasp.pt

### DIRETORA

Rosalina Festas

### EDIÇÃO E CONCEÇÃO GRÁFICA

TMK - Soluções de TradeMarketing  
www.tmk.pt

### EDIÇÃO

Rita Godinho

### PAGINAÇÃO

Filipe Mamede

### CONTACTOS

revistaquiosque@vasp.pt  
Telefone: 21 433 7066  
Fax: 21 432 6009

### IMPRESSÃO

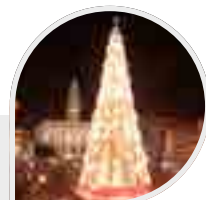
Lisgráfica - Impressão e Artes Gráficas  
www.lisgrafica.pt

Depósito Legal 197 831/03

Tiragem 8500 exemplares

## ÍNDICE

- 04 breves
- 06 novidades
- 08 iniciativas
- 10 destaque  
O novo Jornal Económico
- 12 em campo
- 14 antes & depois
- 17 especial  
Árvore da Solidariedade
- 18 em foco
- 22 dossier  
Portugal está na moda
- 25 dicas KIOS
- 28 clube KIOS
- 33 promoções



# breves

## "OS MANOS" JÁ TÊM MONEYGRAM

**Esta nova parceria da VASP com a Moneygram já está disponível na "Papeleria Os Manos".**

A VASP lançou recentemente uma nova parceria com a Moneygram e os pedidos de adesão, pela parte dos nossos pontos de venda, não tardaram em surgir.

A "Papeleria Manos", que está aberta desde 2012, foi a primeira loja a ser contemplada com este vantajoso serviço. Localizado em Queluz, este espaço comercial pertence a dois jovens irmãos, Tiago e Nuno Esteves, de 32 e 34 anos, que detêm ainda um outro ponto de venda.

Sempre atentos às necessidades dos seus clientes, os jovens empresários não hesitaram em contactar a VASP quando tomaram conhecimento desta parceria. "Optámos por este novo serviço da Moneygram, porque achámos que seria uma mais valia para a nossa loja, não só por ser mais um serviço que poderíamos prestar aos nossos clientes, mas também pela procura que já havia sido manifestada", começa por revelar Nuno Esteves.

Quando questionado sobre a aceitação dos clientes após as primeiras horas de serviço na loja, o empresário mostrou-se satisfeito e afirmou: "A reação dos nossos clientes tem sido bastante positiva, estando a procura a ser aquela que havíamos estimado".



## SOLUÇÕES KIOS ANIMAM NATAL

**O Natal vai ser vivido em pleno na Secret Diary, com a ajuda das soluções KIOS.**

Rui Jorge, 47 anos, Sandra Calado, 43 anos, e Calado, 78 anos, são donos do Secret Diary, um ponto de venda situado em Benavente, que está aberto desde setembro de 2010.

Do kube ao print, do tv ao express, terminando no mobiliário do store, estes agentes são fãs assumidos das soluções da VASP. "Acredito que as soluções KIOS são uma importante ajuda para o aumento das vendas na loja", confessa Rui Jorge, adiantando que agora no Natal vai tirar o máximo partido de cada uma delas. "Vamos ven-

der os livros e material escolar das campanhas da VASP; incentivar os clientes ao uso do KIOS express para o envio de encomendas; fomentar a utilização da Cloud, do KIOS print, para impressão de fotos e trabalhos da época natalícia; e vender brinquedos, que normalmente não temos na loja".

Tudo isto, aliado aos portadores decorativos alusivos ao Natal, que já colocaram no espaço, e parecem estar reunidas todas as condições para que as vendas aumentem até ao final do ano.



# breves

## UM EXEMPLO A SEGUIR!

### As crianças são o centro das atenções na “Avenida”.

Ana Paula Ribeiro, de 47 anos, é a responsável pela “Avenida”, uma loja situada na Amora, que está aberta há oito anos e que procura satisfazer todos os desejos dos seus clientes, principalmente dos mais novos.

“As crianças são o nosso público maior. Temos muitas prendas para elas, realizamos workshops musicais, fazemos sorteios de bonecos e festejamos os dias temáticos”, confidenciou a empresária. Para além das publicações, esta loja vende, ainda, “peluches, brinquedos, artigos escolares, perfumes, marroquinaria e algum artesanato”.

Dona de uma energia e simpatia contagiantes, esta agente é um exemplo de proatividade e não esconde o fascínio que tem pelo seu negócio. “Amo esta casa, amo a minha profissão”, garantiu, acrescentando: “Criei uma página de facebook (<http://facebook.com/avenida.amora>) para a loja, com o objetivo de interagir ainda mais com os clientes, que atualizo diariamente com fotografias e vídeos”.

Para celebrar o Natal da melhor forma e “fazer com que os clientes se sintam sempre bem-vindos”, a empresária tenciona manter “a qualidade de atendimento” e vai apostar na venda de “artigos diferentes e em bonitas embalagens de oferta”.



# novidades



## INK TATTOO LIFESTYLE

Dedicada ao universo da Tatuagem e a tudo o que com ela se relaciona: Arte, Música, Saúde e Eventos. Abordará as diferentes temáticas de forma acessível ao grande público.

DATA DE LANÇAMENTO: 13 outubro 2016

SEGMENTO: Tatuagens

PERIODICIDADE: Trimestral

PÚBLICO ALVO: Adulto

PVP: 6,00€

EXPOSIÇÃO: Junto a revistas de tatuagens



## MÃOS DE FADA ESPECIAL TRICOT

Revista técnica em que todos os modelos apresentados são executados em Tricot. Com imagens, esquemas e textos explicativos, o caderno de explicações permite aos leitores aprender os pontos e manipular os materiais de forma a realizarem os trabalhos publicados.

DATA DE LANÇAMENTO: 17 novembro 2016

SEGMENTO: Lavoros

PERIODICIDADE: Bimestral

PÚBLICO ALVO: Adulto

PVP: 3,50€

EXPOSIÇÃO: Junto a revistas de labores



## VIVENDO COM QUALIDADE

Esta edição especial é dedicada ao tema "Ervas que curam" e aborda assuntos como: Cultivar plantas medicinais; Chás e sumos que previnem doenças; Plantas poderosas.

DATA DE

LANÇAMENTO: 25 novembro 2016

SEGMENTO: Saúde e bem-estar

PERIODICIDADE: Aperiódica

PÚBLICO ALVO: Adulto

PVP: 2,90€

EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de saúde e bem-estar.



## COLEÇÃO NATUREZA & SAÚDE

Esta edição apresenta as diferenças entre homeopatia e medicina tradicional, mais conhecida como alopatia. Mostra os benefícios da acupuntura e como melhorar as emoções com os florais.

DATA DE

LANÇAMENTO: 30 novembro 2016

SEGMENTO: Saúde e bem-estar

PERIODICIDADE: Bimestral

PÚBLICO ALVO: Adulto

PVP: 2,90€

EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de saúde e bem-estar.



## 100 ALIMENTOS CONTRA COLESTEROL

Com indicações para que escolha os melhores alimentos, tendo opções saudáveis na sua alimentação de forma a controlar esta perigosa doença. Encontre uma forma saudável e equilibrada de viver bem.

DATA DE

LANÇAMENTO: 16 novembro 2016

SEGMENTO: Saúde e bem-estar

PERIODICIDADE: Aperiódica

PÚBLICO ALVO: Adulto

PVP: 2,70€

EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de saúde e bem-estar.



## TROLLS

Nova revista oficial do filme da DreamWorks, que estreou nas salas de cinema. Revista Trolls com divertidas histórias em banda desenhada, jogos, posters, trabalhos manuais e muitas curiosidades sobre as suas personagens.

DATA DE

LANÇAMENTO: 28 outubro 2016

SEGMENTO: Infantil

PERIODICIDADE: Trimestral

PÚBLICO ALVO: Infantil

PVP: 3,99€

EXPOSIÇÃO: Junto a revistas infantis.



# novidades



## NODDY

O Noddy está diferente e a sua revista também! Com muitos mistérios para resolver, jogos de contas, de perspicácia e de identificação, e ainda histórias baseadas nos episódios de TV favoritos dos mais novos. Em todas as edições Oferta de um Brinquedo.

DATA DE LANÇAMENTO: 13 outubro 2016

SEGMENTO: Infantil

PERIODICIDADE: Mensal

PÚBLICO ALVO: Infantil

PVP: 3,99€

EXPOSIÇÃO: Junto a revistas infantis.



## COLEÇÃO DE CARTAS STAR WARS - ROGUE ONE

Nova Coleção de cartas da Topps do novo filme Star Wars - Rogue One.

DATA DE LANÇAMENTO: 27 outubro 2016

SEGMENTO: Colecionáveis

PERIODICIDADE: Aperiódica

PÚBLICO ALVO: Todos

PVP: Saqueta de Cartas - €1.00;

Arquivador - €6.99

EXPOSIÇÃO: No balcão.



## COLEÇÃO DE CRÔMOS TROLLS

Nova Coleção de cromos da Topps do novo filme TROLLS.

DATA DE LANÇAMENTO: 14 outubro 2016

SEGMENTO: Colecionáveis

PERIODICIDADE: Aperiódica

PÚBLICO ALVO: Infantil

PVP: Saqueta de Cromos €0,60;  
Caderneta €1,99.

EXPOSIÇÃO: No balcão



## COLEÇÕES DE CARTAS E CRÔMOS UEFA CHAMPIONS LEAGUE

Novas coleções da TOPPS da UEFA Champions League.

DATA DE

LANÇAMENTO: 14 outubro 2016

SEGMENTO: Colecionáveis

PERIODICIDADE: Aperiódica

PÚBLICO ALVO: Todos

PVP: Saqueta Cartas  
€1,00; Arquivador  
€7,99; Saqueta  
de Cromos €0,60;  
Caderneta €1,99

EXPOSIÇÃO: No balcão.



## VISÃO+

V+ é uma edição especial da revista Visão. Trata-se de uma publicação dedicada às áreas do bem-estar, fitness e da saúde - os últimos dados científicos, as novidades mais recentes, as dicas dos melhores especialistas e muitos mitos desfeitos, numa edição imperdível para quem gosta de cuidar de si e do seu corpo.

DATA DE LANÇAMENTO: 19 novembro 2016

SEGMENTO: Saúde e bem-estar

PERIODICIDADE: Aperiódica

PÚBLICO ALVO: Adulto

PVP: 3,90€

EXPOSIÇÃO: Junto às revistas de saúde e bem-estar.

# iniciativas



## BOLACHAS PAUPÉRIO

Sortido de biscoitos e bolachas da Paupério em caixa vintage.

DATA DE INÍCIO: 28 novembro 2016  
DATA DE FIM: 31 dezembro 2016  
SEGMENTO: Produto alimentar  
PERIODICIDADE: Única  
PÚBLICO ALVO: Todos  
PVP: 8,90€  
EXPOSIÇÃO: Junto ao JN



## ÓCULOS REALIDADE VIRTUAL 3D

Óculos de Realidade Virtual 3D.

DATA DE INÍCIO: 19 novembro 2016  
DATA DE FIM: 31 janeiro 2017  
SEGMENTO:  
PERIODICIDADE: Única  
PÚBLICO ALVO: Todos  
PVP: 12,95€  
EXPOSIÇÃO: Junto ao JN e Jogo



## AGENDA VAMOS LÁ! POR PORTUGAL!

Agenda 2017 dedicada à promoção do interior do país.

DATA DE INÍCIO: 21 novembro 2016  
DATA DE FIM: 31 janeiro 2017  
SEGMENTO: Agenda cultural  
PERIODICIDADE: Única  
PÚBLICO ALVO: Todos  
PVP: 11,00€  
EXPOSIÇÃO: Junto ao DN e JN



## RELÓGIOS MILITARES

CM, Sábado e Record lançam 6 modelos de relógios de homem.

DATA DE INÍCIO: 24 novembro 2016  
DATA DE FIM: 29 dezembro 2016  
SEGMENTO: Acessório  
PERIODICIDADE: Semanal  
PÚBLICO ALVO: Todos  
PVP: 9,95€  
EXPOSIÇÃO: Junto ao CM, Sábado e Record



## FICHAS RECEITAS DE CULINÁRIA

O jornal Correio de Manhã oferece aos seus leitores fichas de receitas de culinária, diariamente.

DATA DE INÍCIO: 10 dezembro 2016  
DATA DE FIM: 30 dezembro 2016  
SEGMENTO: Culinária  
PERIODICIDADE: Diária  
PÚBLICO ALVO: Todos  
PVP: Grátis  
EXPOSIÇÃO: Encartado no CM



## JOGOS MAJORA

Com a Caras, Visão e Expresso o leitor poderá adquirir 3 jogos para juntar toda a família e amigos.

DATA DE INÍCIO: 30 novembro 2016  
DATA DE FIM: 9 janeiro 2017  
SEGMENTO: Jogos  
PERIODICIDADE: Única  
PÚBLICO ALVO: Todos  
PVP: 15,99€  
EXPOSIÇÃO: Junto à Caras, Visão e Expresso



## LIVRO CLARA DE SOUSA A MINHA COZINHA

Caras e Visão lançam um livro de Capa dura, com 192 páginas com as melhores receitas de Clara de Sousa.

DATA DE INÍCIO: 30 novembro 2016  
DATA DE FIM: 2 janeiro 2017  
SEGMENTO: Culinária  
PERIODICIDADE: Única  
PÚBLICO ALVO: Adulto  
PVP: 10,90€  
EXPOSIÇÃO: Junto à Caras e Visão



## LIVRO - ALICE NO PAIS DAS MARAVILHAS

A Visão e o Expresso lançam uma obra única enriquecida com anotações de Rui Reininho e novas ilustrações de João M.P. Lemos.

DATA DE INÍCIO: 19 novembro 2016  
DATA DE FIM: 2 janeiro 2017  
SEGMENTO: Literatura  
PERIODICIDADE: Única  
PÚBLICO ALVO: Todos  
PVP: 9,95€  
EXPOSIÇÃO: Junto à Visão e Expresso



# destaque

## O NOVO JORNAL ECONÓMICO

**Qualidade, rigor e inovação são as palavras de ordem para o novo semanário de economia.**

No passado dia 16 de setembro, a Megafin deixou cair a marca OJE para relançar o semanário com um novo nome: Jornal Económico.

“Ser a referência em economia” e criar informação com qualidade, rigor e isenção, são os principais objetivos deste projeto que surgiu de uma fusão entre a equipa que, até então, assegurava o jornal OJE com um vasto leque de profissionais do Diário Económico e de outros meios de comunicação.

Desta simbiose perfeita entre jornalistas, designers, infográficos, comerciais e informáticos experientes, resultou uma edição impressa mais robusta, tanto ao nível de conteúdos como a nível gráfico, que sai todas as sextas-feiras para as bancas, e um site mais dinâmico e interativo, com funcionalidades inovadoras, que é atualizado diariamente. Em entrevista à revista Quiosque, o Diretor do Jornal Económico, Vítor Norinha e o Diretor Financeiro e de Operações, Marco Gonçalves mostraram-se orgulhosos pelo sucesso atingido até agora e confiantes quanto ao futuro desta nova marca que está a surpreender, a fidelizar leitores e a dar cartas no panorama económico nacional.

### O ANTIGO JORNAL OJE DEU ORIGEM AO NOVO JORNAL ECONÓMICO. PORQUE SENTIRAM QUE ERA O MOMENTO CERTO PARA EFETUAR ESTA MUDANÇA?

**Vítor Norinha (V.N.)** Subimos de divisão na qualidade informativa. Aproveitámos a disponibilidade de excelentes profissionais que estavam no mercado, construímos uma equipa coesa e com fortes conhecimentos nas várias áreas da economia, política e sociedade e passámos a oferecer um produto que rapidamente ganhou o seu espaço. Sentimos



que havia necessidade de oferecer conteúdos especializados a leitores cada vez mais exigentes.

A marca evoluiu e temos 10 anos de vida. Começámos por ser uma réplica de um jornal de economia muito popular em Londres (o City AM), para atingirmos um novo patamar onde ambicionamos ser uma referência incontornável. E, claro, sem esquecer a sustentabilidade do projeto.

### QUAIS AS PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE O ANTIGO OJE E O NOVO JORNAL ECONÓMICO?

**V.N.** Qualidade, qualidade e qualidade. A diferença está nos conteúdos. Fizemos um “upgrade” a nível de informação, mas também a nível gráfico e introduzimos a infografia que tem gerado excelentes respostas dos leitores. Melhorámos o tratamento fotográfico e a qualidade de impressão. Mesmo depois do lançamento do Jornal Económico fizemos afinações ao longo da primeira meia dúzia de números. A preocupação essencial foi dar credibilidade a um produto completo, e não ser bom apenas na escrita ou na fotografia. Muitos leitores já nos referenciam como uma marca incontornável, mas não vamos “dormir” sobre sucessos, continuaremos a inovar. O projeto da “Realidade aumentada” foi uma novidade e deu que falar. O Jornal Económico passou a ter uma equipa de inovação, porque as notícias querem-se apelativas em todos os sentidos.

**PRETENDEM DISPONIBILIZAR “NOTÍCIAS, ARTIGOS DE FUNDO, GRANDES ENTREVISTAS E MUITA ANÁLISE” NA EDIÇÃO IMPRESSA E OFERECER “ATUALIDADE DIÁRIA AO**

## **MINUTO" NO VOSSO SITE. CONSIDERAM IMPORTANTE APOSTAR EM TODAS AS FRENTES PARA SE APROXIMAREM DE UM MAIOR NÚMERO DE LEITORES?**

**V.N.** O consumidor/leitor é exigente em termos de qualidade informativa, qualidade gráfica e ao nível das ferramentas por onde pode consumir a informação. O leque de leitores alargou-se no sentido de que não temos apenas consumidores de grandes notícias ou de artigos de opinião, mas temos leitores exigentes sobre o que se passa no mundo. Querem informação de texto, fotografia e vídeo. Esperam o melhor e não apenas o possível. E, por essa razão, não descartamos o papel, porque continua a ser a referência, mas apostamos fortemente no nosso jornal diário e que é a edição online nos sete dias da semana. Juntamos produtos especializados e sintéticos como newsletters, criamos "botões" para eventos que sabemos serem do interesse do nosso público-alvo e que é o decisor, o gestor, o estudante universitário e o cidadão que quer estar bem informado.

A proximidade do leitor faz-se com a oferta repetida de informação de qualidade. Ganhamos leitores fidelizados. Os universitários são um "target" de primeira água e para os quais teremos novidades em breve.

## **NO SITE PROMETEM, AINDA, QUE: "MAIS DO QUE UM JORNAL DE TOPO, VAMOS SER A REFERÊNCIA EM ECONOMIA". QUAIS SERÃO OS VOSSOS PRINCIPAIS TRUNFOS PARA SE DIFERENCIAREM DAS RESTANTES PUBLICAÇÕES DO MESMO SEGMENTO?**

**V.N.** Percebemos de economia e descomplicamos. Temos excelentes profissionais, muitos dos quais vieram do ex-Económico, contratámos jornalistas de outros meios, e estamos a formar novos profissionais com estágios muito exigentes. Os temas que abordamos são ecléticos mas, na-

turalmente, interessam às empresas e às pessoas. Acompanhamos diariamente as decisões do Governo e da oposição política, das administrações das grandes empresas, das associações de setor, das PME e dos reguladores. Fazemos um jornalismo de análise com rigor e isenção. Procuramos a informação útil e direta, e olhamos as empresas e os mercados de uma forma global. O que se passa em Bruxelas, Frankfurt ou Londres tem impacto direto sobre a vida das empresas e dos empresários nacionais, e nós noticiamos tudo.

## **ATÉ AO MOMENTO, COMO TEM SIDO A ACEITAÇÃO DOS PONTOS DE VENDA E DOS LEITORES A ESTA NOVA PUBLICAÇÃO?**

**Marco Gonçalves (M.G.)** Pelo que temos podido apurar in loco, junto de alguns pontos de venda e leitores, avaliamos a aceitação d'O Jornal Económico positiva, dado que se tem refletido não só na venda em banca, como no número crescente de assinantes que têm subscrito a nossa publicação.

## **QUER APROVEITAR PARA DAR ALGUMAS DICAS AOS AGENTES VASP, NO QUE TOCA À FORMA COMO EXPÕEM O JORNAL ECONÓMICO?**

**M.G.** Pensamos que uma nova publicação ou marca precisa sempre da ajuda preciosa dos agentes VASP para poder chegar aos leitores. Assim sendo, instruir o ponto de venda sobre a publicação (qual o público-alvo, quais as outras publicações das quais pode ser sucedâneo, etc.) é essencial.

## **QUAL O BALANÇO QUE FAZ DESTA PARCERIA COM A VASP?**

**M.G.** Até ao momento, muito positiva. O apoio tem sido contínuo e incansável!



Vitor Norinha



Marco Gonçalves

Fotografia: Cristina Bernardo

# em campo



Oneround

## CARAS EM EVIDÊNCIA

**A Impresa Publishing continua a apostar na promoção das suas publicações nos pontos de venda da rede tradicional.**

Aumentar a visibilidade e as vendas das suas publicações é, sem dúvida, um dos principais objetivos da Impresa Publishing.

Na ação de ativação de marca que realizou, em setembro, em parceria com a VASP TMK, os títulos visados foram as revistas Caras e Caras Moda, demonstrando assim que até as marcas que estão presentes no mercado há muitos anos e que têm inúmeros seguidores fiéis, também devem realizar ações inovadoras para cativar novos leitores.

De 15 a 21 de setembro, as duas publicações estiveram destacadas em 30 montras. Em simultâneo, de 14 de setembro a 5 de outubro, 50 pontos de venda participaram na ação de parasitas com moldura, destacando assim as duas marcas, de norte a sul do país.

No final, o balanço foi muito positivo, pois as capas apelativas que foram lançadas para banca nessas semanas, aliadas à correta exposição que os nossos pontos de venda fizeram, resultaram bem e captaram a atenção dos clientes.

## INOVAR É COM A I9 MAGAZINE

**A i9 Magazine continua a marcar presença na rede tradicional e nas gasoleiras.**

Ciente da importância de dinamizar constantemente a sua marca, para não cair em esquecimento, o editor Panorama i9 Unipessoal continua a apostar na realização de ações, em conjunto com a VASP TMK, para destacar a i9 Magazine nos agentes da rede tradicional e nas gasoleiras.

De 7 a 21 de novembro, 50 pontos de venda acolheram a ação de parasitas com moldura e destacaram esta publicação nos seus lineares.

Para garantir que esta edição não passava despercebida a todo o tipo de clientes, o editor Panorama i9 Unipessoal apostou, ainda, na realização de uma ação de destaque no linear em 25 lojas da rede Galp, espalhadas de norte a sul do país, de 9 a 23 de novembro.

Sob o lema “o pulsar da inovação”, esta revista apresenta a cada edição “um conjunto variado de notícias; entrevistas com personalidades notáveis; opiniões pertinentes na área da inovação e empreendedorismo, bem como a agenda essencial para os que querem participar nos eventos mais relevantes do universo i9 magazine!”



Páginas ao Vento





## EVASÕES EM RELEVO

**A Global Media Group continua a apostar em ações para dinamizar a sua revista Evasões.**

A Global Media Group terminou o ano a promover a sua revista Evasões com uma ação de parasitas com moldura, em 50 pontos de venda, estrategicamente selecionados de norte a sul do país.

À semelhança do que aconteceu no verão, de 11 de novembro a 2 de dezembro, o editor aliou-se à VASP TMK para realizar a última ação de ativação de marca de 2016 na rede tradicional.

Para cativar o máximo de clientes ao longo destas três semanas, e ciente de que a imagem vende, o editor preocupou-se em criar edições com capas apelativas e temas atuais.

Recorde-se que “a Evasões é uma revista semanal que publica informação relativa a viagens, hotéis, gastronomia e vinhos, turismo, cultura e televisão, e outros temas relacionados com o conceito abrangente de lazer. O objetivo último da Evasões é fornecer aos seus leitores uma gama completa de sugestões para a orientação dos seus consumos de lazer.”

## AÇÕES À MODA DO FLÁVIO

**Esta revista de cooking e lifestyle celebrou o seu primeiro ano de vida de forma muito especial.**

Para celebrar o primeiro aniversário da sua publicação, Flávio Furtado apostou na realização de uma ação, em parceria com a VASP TMK, na rede tradicional. O objetivo? É simples: aproveitar o final de 2016 para fidelizar o máximo de clientes e entrar em grande no novo ano.

De 25 de novembro a 15 de dezembro, o editor destacou a sua revista “À Moda do Flávio” em 50 parasitas com moldura, na rede tradicional. De forma, a que esta ação tivesse o impacto desejado, Flávio Furtado optou por criar uma moldura bastante apelativa que captou a atenção de todos os clientes que entravam nas lojas.

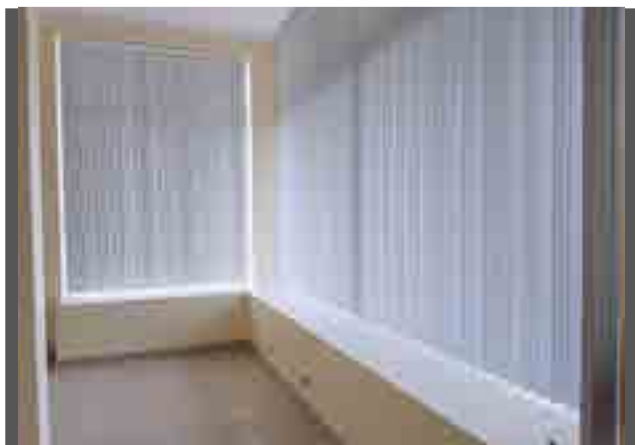
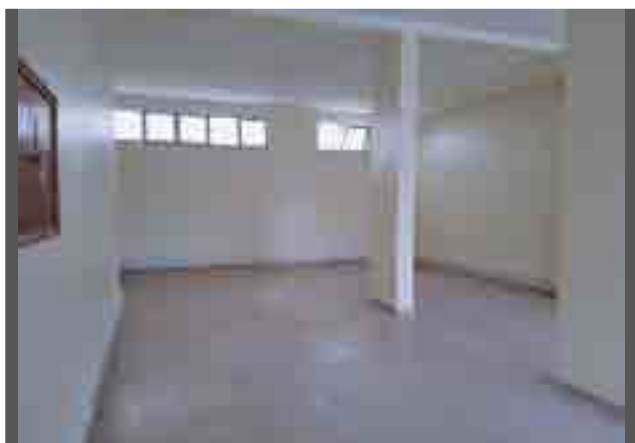
Mas os festejos não terminaram por aqui. Flávio Furtado optou ainda por alterar a imagem da sua magazine de cooking e lifestyle e fez questão de anunciá-lo, logo no início de novembro, no site da publicação: “É por si, porque queremos continuar a surpreender e a oferecer-lhe mais e mais, sobretudo conteúdo diversificado e diferenciador, que a partir da próxima edição - que irá para as bancas e locais de venda habituais no dia 25 de Novembro! – a sua revista surgirá ainda mais bonita, com mais receitas, com muitas surpresas... Afinal, só teremos razões para festejar consigo: o 1º Aniversário e o Natal!”.



# antes & de

## UM ESPAÇO CHEIO DE LUZ

O KIOS store levou  
modernidade e dinamismo à  
Tabacaria/Papelaria Irene.



Lúcia Gorjão, de 43 anos, e Maria Frago, de 24, são duas irmãs que uniram esforços para abrir a Tabacaria/Papelaria Irene, em agosto de 2016, e estão contentes com a aposta que fizeram.

Para remodelar e modernizar a loja, localizada em Santarém, as jovens empresárias, que acreditam que “a simpatia é essencial, tendo em conta a satisfação e o bem-estar dos clientes”, solicitaram a ajuda do KIOS store.

O primeiro passo para darmos uma nova vida a este espaço passou por definir onde deveríamos posicionar cada uma das peças de mobiliário, de modo a aproveitarmos todos os recantos da loja. De seguida, e para tirarmos o máximo partido da excelente luz natural que o espaço tem, optámos por colocar tudo em tons claros, para que as cores vivas das publicações e dos restantes produtos, que as agentes comercializam, sobressaíam e façam a diferença.

No final, o nosso objetivo de dar um aspeto clean, moderno e dinâmico à Tabacaria/Papelaria Irene foi cumprido e a satisfação das agentes era notória. “O KIOS store cria um aspeto e ambiente de profissionalismo em qualquer ponto de venda de jornais e revistas”, referiu Lúcia Gorjão, acrescentando “que recomendaria os nossos serviços a outros clientes”.

O facto de não terem qualquer tipo de experiência anterior nesta área, não as tem intimidado nos primeiros meses. Por isso, e mesmo quando as vendas não são tão elevadas quanto gostariam,

# pois



Lúcia Gorjão e Maria Fragoso não baixam os braços.

“As vendas começaram por correr bem, desde o início. Subiram um pouco ao longo dos primeiros meses, mas não registaram uma grande evolução no último mês”, contou a agente, um pouco apreensiva. No entanto, animou-se de imediato ao relembrar que “as pessoas nos receberam com muita satisfação” e que já têm “clientes habituais desde o início”.

Para além das habituais publicações, na Tabacaria/Papelaria Irene,

que está aberta todos os dias da semana, incluindo fins-de-semana e feriados, os clientes encontram também algum “material escolar, malas de senhora, café, raspadinhas, guloseimas, bijuteria, tabaco e acesórios”.

Com a época mais festiva do ano quase a chegar, Lúcia Gorjão e Maria Fragoso preparam algumas surpresas para os seus clientes no Natal, sendo que a principal passará por fazerem “um desconto no material escolar”.

**TAMBÉM QUER  
REMODELAR A SUA LOJA  
E NÃO SABE COMO?**

**Siga o exemplo destas agentes  
e solicite a nossa ajuda, através  
do email [kiosstore@vasp.pt](mailto:kiosstore@vasp.pt) ou  
do telefone 214337082.**

**CRIAMOS ESPAÇOS  
À SUA MEDIDA,  
CONTACTE-NOS!**



CAMPANHA DE NATAL

# ÁRVORE DA SOLIDARIEDADE

UM GESTO POR UM SORRISO



Gestos que originam sorrisos. Sorrisos que originam mudanças. Mudanças que originam vidas melhores. Estas continuam a ser as principais motivações da campanha "Árvore da Solidariedade – Um Gesto por Um Sorriso" que, ano após ano, vai crescendo e disseminando os seus frutos por todo o país.

Este ano, volte a contribuir para que a nossa Árvore continue a crescer. Por apenas €0,50, adquira um dos nossos "Bonecos Mágicos" e ajude-nos a melhorar vidas.

Não se esqueça:  
Um gesto por Um Sorriso!

Organização:



Apoio:



Parceiros:

Editores participantes na Campanha  
Pontos de Venda de publicações Vasp

Campanha em vigor de 1 de dezembro de 2016 a 31 de janeiro de 2017.

# especial

## UMA CAMPANHA MOVIDA A SORRISOS

**Um Gesto por um Sorriso volta a ser o mote da “Árvore da Solidariedade” deste ano, que continua a levar esperança e ânimo aos mais necessitados.**



### O AGRADECIMENTO DA JESSICA

“A entrega da cadeira de banho sanitária da jovem Jéssica foi mais um momento de alegria e emoções fortes! A mãe da Jessica não continha as lágrimas de alegria, pois a partir de agora a sua filha terá uma qualidade de vida melhor, facilitando os banhos e tirando-lhe as fraldas que tanto a incomodam.

A D<sup>a</sup>. Maria José explicou-nos que o dia a dia passará a ser mais fácil. Saímos de lá com a certeza de dever cumprido. O nosso sincero obrigado. Bem-haja!”, relatou a Entrejuda.

Gestos que originam sorrisos. Sorrisos que originam mudanças. Mudanças que originam vidas melhores. Estas continuam a ser as principais motivações da campanha “Árvore da Solidariedade – Um Gesto por Um Sorriso”, que, ano após ano, vai crescendo e disseminando os seus frutos por todo o país.

Há 9 anos que contamos com o apoio incondicional dos nossos editores, dos nossos pontos de venda e da ENTRAJUDA para a realização desta ação. Há 9 anos que conseguimos fazer a diferença na vida de quem necessita. Há 9 anos que levamos algum alento a instituições e pessoas carenciadas. E não podíamos estar mais felizes com isso!

### OS “BONECOS MÁGICOS” SAÍRAM DA CAIXA

Mas este ano há mais! Por isso mesmo, resolvemos recrutar quatro ajudantes muito especiais. É verdade, desafiámos os nossos “Bonecos Mágicos”, da campanha do ano passado, a saírem das suas “Caixas Mágicas” para dar a cara e mostrar que todos juntos somos (ainda!) mais fortes.

Aproveite a época natalícia para apelar ao espírito solidário dos seus clientes. Incentive-os a oferecerem um presente original e convecção-os a enfeitarem as

suas árvores de Natal com os nossos “Bonecos Mágicos”, que têm o preço unitário de 0,50€.

À semelhança dos anos anteriores, a campanha “Árvore da Solidariedade”, que irá decorrer de 1 de dezembro de 2016 a 31 de janeiro de 2017, será amplamente divulgada na Comunicação Social, por isso, dê-lhe o máximo de visibilidade possível, colocando o Expositor e os “Bonecos Mágicos” num lugar de destaque na sua loja.

### A CAMPANHA EM NÚMEROS

Desde o início desta ação solidária, em 2008, já angariámos mais de 83 mil euros, ajudámos cerca de 65 pessoas e distribuímos perto de 165 equipamentos de ajuda técnica (camas articuladas, colchões especiais, cadeiras de rodas, macas, andarilhos, entre outros bens essenciais) por 73 Instituições de Solidariedade Social.

A diretora da ENTRAJUDA, a instituição responsável

pela seleção das associações e pessoas carenciadas, que são beneficiadas com a totalidade dos fundos obtidos anualmente pela nossa campanha, não se cansa de agradecer.

“Só com parceiros comprometidos, com sentido de responsabilidade social e sustentabilidade, é possível concretizar estes resultados e apoiar quem mais precisa. Renovamos o nosso agradecimento à VASP pela confiança e pelo apoio prestado à ENTRAJUDA. Bem-haja!”, afirmou Isabel Jonet.

Os resultados atingidos até hoje são, de facto, inquestionáveis. Mas acreditamos que ainda podemos fazer mais e melhor. O sucesso da campanha que está agora a começar só depende de si. Deixe-se contagiar pela magia do Natal. Tenha um gesto nobre em troca de um sorriso sincero.

Ajude-nos a melhorar vidas. Ajude-nos a realizar sonhos. Ajude-nos a multiplicar sorrisos. Contamos consigo!



# em foco

## UMA MONTRA DE NATAL ORIGINAL!

**Jacinto e Fernanda Louro inspiraram-se no Natal para criar uma montra (ainda mais) atrativa para os seus clientes.**

O Natal chegou mais cedo à Papelaria Avenida Tabacaria, em Sesimbra. Imbuídos pelo espírito da época que se avizinha, Jacinto e Fernanda Louro, resolveram dar uma nova vida à sua loja, logo no início de novembro.

Para celebrar o Natal deste ano, os agentes definiram três principais objetivos: “manter a mesma postura e simpatia de sempre perante os clientes, dar uma melhor exposição aos artigos de Natal e fazer uma montra mais apelativa”. Por isso mesmo, colocaram mãos à obra e começaram por decorar a montra como manda a tradição. Ao bom gosto habitual, Jacinto e Fernanda juntaram um toque de originalidade e o resultado está à vista de todos.

“Acredito que uma montra bem decorada e diferente é a porta de entrada para os clientes se sentirem bem e com isso trazer retorno para ambas as partes”, assegurou o empresário, acrescentando, que o feedback tem sido muito positivo.

“Os clientes têm passado e comentado que a montra está bonita e original. Mas vamos dar mérito a quem

o tem. Quem teve a ideia e executou a montra foi a minha esposa. Decidimos apostar nesta decoração mais direcionada para a imprensa, para relançarmos o hábito de compra das revistas, nesta altura tão especial do ano, e para estreitar os laços que nos unem, enquanto agentes, à VASP”, revelou Jacinto Louro, visivelmente orgulhoso com esta sua nova aposta.

Dono do ponto de venda desde junho de 2004, o empresário acredita que o segredo para o sucesso do seu negócio passa “por servir bem o cliente, aconselhar na compra e estar disponível para alguma questão. É com tudo isto que tenho clientes fidelizados desde o início, há 12 anos”, contou.

Para além das habituais “revistas e jornais”, Jacinto e Fernanda Louro disponibilizam no seu ponto de venda: “tabaco, raspadinhas e brindes (carteiras, malas e algum material escolar)”. Tudo isto, porque estão conscientes de que é necessário alargar o leque de produtos comercializados na sua loja, caso se deseje abranger e fidelizar novos clientes.







## A LOJA QUE VENDE "ISTO E AQUILO"

Nesta loja "os clientes encontram tudo o que precisam".



Alcinda, de 44 anos, e Pedro Amaral, de 45, são os donos da Papeleria "Isto e Aquilo!", que celebrou 17 anos, no passado dia 4 de novembro.

Como o próprio nome indica, nesta loja, situada em Alcabideche, os clientes encontram tudo o que procuram. "A nossa loja é uma papeleria/tabacaria que também vende inúmeros presentes. Aliás, podemos mesmo dizer que estes é que lhe dão o toque original. Temos presentes para todos os gostos: para a casa, para os amigos, para os pais, avós, tios, etc. Aqui, os clientes encontram tudo o que precisam!", revelou o agente.

E se ao longo do ano, esta papeleria já oferece uma vasta gama de produtos, na época do Natal, os dois empresários procuram reforçar ainda mais os artigos e lembranças que disponibilizam, de forma a agradar a todo o tipo de clientes.

"Todos os anos pelo Natal, apostamos nos produtos nacionais, principalmente no presépio tradicional português, pois este remete às memórias dos clientes, que todos os anos compram mais algumas peças e acabam por ficar fidelizados à loja. Uma outra aposta que correu bem, no ano passado, e que vamos repetir novamente, é a venda de cabazes com produtos nacionais (compostos por compotas, bolachinhas de mel e vinhos). Mas os presépios de cortiça são a nossa grande novidade para este ano!", continuou Pedro Amaral.

Quando questionado sobre qual é o principal segredo para fidelizar os clientes, o empresário foi perentório: "É importante mantê-los com alguma expectativa face às novidades que lançamos e aos produtos que disponibilizamos. Mas os preços também são uma preocupação nossa, pois sabemos que não podem ser elevados".

Outro aspecto que os agentes consideram decisivo para o negócio é a montra, com a qual têm um cuidado extremo. "Uma vez que somos uma loja de rua, a montra é o nosso mais que tudo, é o nosso filho. Por isso mesmo, tem de ser feita todas as semanas, sempre com produtos diferentes. Mesmo no Natal, em que o tema é igual durante dois meses, procuramos fazer essa alteração. Para além disso, também damos importância ao exterior da loja, colocamos vasos com flores natalícias, coroas de natal e bonecos. Quando o tempo o permite, também trazemos alguns produtos para a rua, para captar a atenção de quem passa de carro", confidenciou Pedro Amaral, acrescentando que até agora estas iniciativas têm sido muito elogiadas. "O feedback é mesmo positivo. Temos muitos clientes a dizerem: 'Passei aqui e vi na montra' ou 'Tinham lá fora', portanto, o nosso principal investimento é sempre feito na montra".

# emfoco

**MADEIRA**

## UMA TABACARIA BAFEJADA PELA SORTE

**Carmo Pestana é a nova proprietária da Tabacaria Penteada, um espaço que ficou conhecido na Madeira por ter dado um grande prémio em 2010 e que já está a preparar as novidades para o Natal.**

O sonho de ter um negócio por conta própria fez com que Carmo Pestana procurasse alternativas de negócio, numa altura em que estava desempregada. E é por isso que, desde agosto último, juntamente com o marido, ficou com a Tabacaria Penteada, após um trespasse, visto que conheciam os antigos donos. Com muitas ideias para inovar no espaço e também na oferta, Carmo Pestana também já se prepara para o Natal, de forma a ter algo de diferente para oferecer aos clientes.

“Esta tabacaria já existe há 25 anos e vi neste espaço uma oportunidade de negócio”, começou por referir. Apesar das principais receitas serem da venda de jogos, neste espaço há muitos jornais, revistas,

serviço de pagamentos e de fotocópias e também alguns artigos que servem para ofertas em ocasiões especiais.

Como recorda Carmo Pestana, está a fazer seis anos que esta mesma tabacaria deu um grande prémio do Euromilhões a uma sociedade, em novembro de 2010. Este prémio ficou para a história, uma vez que saiu meses depois da grande catástrofe que assolou a Madeira, a 20 de fevereiro de 2010.

Apesar de ser tudo ainda “muito novo”, Carmo Pestana está a gostar da experiência. “Ainda não fizemos nenhuma mudança na loja, mas temos essa ideia”, continuou explicando que a maioria do recheio que têm neste momento ainda pertence aos antigos donos.

“Queremos modernizar/atualizar os nossos artigos, ao nível dos brinquedos e dos gifts, presentes práticos e acessíveis”, apontou.

O Mercado da Penteada sofreu obras recentemente e atualmente oferece melhores condições, até de estacionamento. Este espaço comercial é muito frequentado e tem clientes fiéis, alguns por causa do grande prémio atribuído e pela sorte que sentem estar associada a este espaço. Há até quem venha de uma zona de fora do Funchal. “É importante saber o que o cliente procura, qual o tipo de cliente, temos sempre essa preocupação”, salientou.

Como o Natal está quase aí, e embora a mudança ainda não esteja feita, a agente tenciona já intro-

duzir alguns artigos novos, como brinquedos, gifts, postais, sacos e papel de embrulho, entre outros. “Estes são os artigos que as pessoas procuram”, referiu.

Apesar de estar tudo a correr bem, Carmo Pestana tem muitas ideias e não vê a hora de colocá-las em prática. “Eu faço muitas pesquisas sobre outras tabacarias, até sobre decoração, revistas, vou pesquisando o que fica melhor e o que funciona melhor em termos de exposição de produtos e venda, tendo sempre em conta o nosso cliente”, confessou.

Agora, com o ano a acabar e com muitas ideias por concretizar, seria ouro sobre azul entregar mais um grande prémio. “Era excelente, seria o melhor presente de Natal” rematou.



# dossier

## PORTUGAL ESTÁ NA MODA

**SÃO CADA VEZ MAIS OS ESTRANGEIROS QUE PROCURAM O NOSSO "CANTINHO À BEIRA-MAR PLANTADO" PARA DESFRUTAR DE UNS DIAS DE DESCANSO E ALGUNS ACABAM MESMO POR FICAR CÂ A VIVER. TIRE PARTIDO DESTA ELEVADA AFLUÊNCIA DE TURISTAS E IMIGRANTES. APROVEITE O NATAL E O NOVO ANO PARA AUMENTAR AS VENDAS DAS PUBLICAÇÕES ESTRANGEIRAS E DE OUTROS PRODUTOS QUE TEM NA SUA LOJA.**

Cidades históricas. Povo hospitaleiro. Gastronomia tradicional. Clima ameno. Praias idílicas. Paisagens de sonho. Preços acessíveis. Estes são apenas alguns dos atrativos que têm sido reconhecidos além-fronteiras e que têm colocado Portugal nas bocas do mundo, nos últimos tempos.

Agora que 2016 está prestes a terminar, podemos dizer que este foi, de facto, o nosso ano. Conquistámos o título de Campeões Europeus de futebol. Continuámos a ver Cristiano Ronaldo, um dos melhores jogadores do mundo, e alguns atletas de outras modalidades a elevar a nossa bandeira bem alto. Fomos distinguidos com 24 galardões nos World Travel Awards, a competição mais aclamada do mundo do turismo. Passámos a ter 21 restaurantes premiados com 26 estrelas Michelin. Fomos mencionados frequentemente nos meios de comunicação social internacionais. Vimos o talento nacional ser distinguido em diversas áreas. E, mais recentemente, assistimos à nomeação de António Guterres para Secretário-Geral da ONU.

A acrescentar a tudo isto, temos ainda outros fatores externos que tiveram impacto para que o nosso país tenha passado do anonimato ao estrelato. Os voos low-cost, os baixos preços que praticamos e os atentados de que algumas cidades europeias foram alvo, fizeram com que inúmeros turistas optassem por vir para cá, em busca de uma paz e tranquilidade que não encontram noutros locais, atualmente.

De acordo com o site do Turismo de Portugal: "o peso do turismo interno em Portugal é de cerca de 40,6% nos hóspedes (3,5 milhões), e de acordo com os dados divulgados pelo INE, no acumulado de janeiro a junho de 2016, as dormidas de residentes em Portugal, no alojamento turístico português, foram de 6,3 milhões (+7,9%), sendo que o mercado interno correspondeu a 27,3% das pernoitadas totais.

Por região, em total de pernoitas, de janeiro a junho de 2016, o destino nº1 dos residentes em Portugal foi Lisboa, com 1,41 milhões de dormidas, seguindo-se o Norte de Portugal, com 1,38 milhões, o Algarve, com 1,29 milhões, o Centro, com 1,16 milhões, o Alentejo, com 420,3 mil, a Madeira, com 330,1 mil e os Açores, com 300 mil".

## O SEGREDO ESTÁ NO POVO PORTUGUÊS

Como pode constatar, longe vão os tempos em que o Algarve era o único local que despertava a curiosidade dos turistas e que o verão era a única altura em que sentíamos uma maior afluência de estrangeiros no nosso país.

A simplicidade das nossas cidades, aliada à forte componente cultural e aos deliciosos sabores regionais que temos para oferecer, são alguns dos fatores que determinam o sucesso do nosso país. Mas o ponto primordial, aquele que ajuda Portugal a destacar-se, são, de facto, as pessoas. Os portugueses é que fazem a diferença!

Desde a época dos descobrimentos, em que ousámos "navegar por mares nunca dantes navegados", como disse Luís de Camões, n'Os Lusíadas, que comprovamos constantemente que o tamanho do nosso país não define a grandeza do povo que cá habita.

Sabemos dar e cuidar na medida certa. Somos um país que não olha apenas para o seu próprio umbigo. Temos um elevado espírito de intervenção cívica. E, acima de tudo, sabemos receber como ninguém, fazendo com que qualquer pessoa se sinta rapidamente "em casa". A prova disso mesmo é o facto de já existirem cerca de 400 mil estrangeiros a residir em Portugal.







## DESTAQUE AS PUBLICAÇÕES ESTRANGEIRAS

No entanto, e apesar destes números otimistas que mencionámos anteriormente, há ainda um longo caminho a percorrer para conquistar a atenção dos turistas e dos imigrantes e levá-los a comprar publicações no nosso país.

O diretor-geral da International News Portugal, Manuel Valério, confirmou isso mesmo: “Não sentimos crescimento de vendas. Os turistas novos são esmagadoramente *low cost*, com estadias pequenas e com pouco tempo para a leitura. A disponibilidade de *wifi* gratuito em quase todos os restaurantes, hotéis, museus e espaços comuns, aliado ao facto de que todos têm *smartphones*, faz com que recorram à internet sempre que precisem de alguma informação. Apenas os mais velhos e os que vêm, claramente, para descansar, leem as suas publicações habituais”.

Para colmatar estas dificuldades, o editor tem desenvolvido inúmeras iniciativas com o objetivo de promover a leitura e a compra de jornais, revistas e livros internacionais em território nacional. “Temos procurado alargar a rede a todas as localidades com turismo. Temos feito campanhas e colocado material promocional. Procuramos estar à venda em Portugal, no mesmo dia que no país de origem. Temos investido em tiragem, quando se justifica. Estamos atentos aos pedidos e informações de rede, sempre com uma excelente colaboração com a VASP”, confessou Manuel Valério.

O diretor-geral da INP aproveitou, ainda, para deixar algumas dicas para todos os pontos de venda: “É importante estar atento aos eventos locais. Estar informado das variações por País, junto dos hotéis locais. Solicitar aumen-

tos, sempre que ache justificado. Expor o melhor possível. Pedir material promocional à INP e /ou à VASP. O cliente tem que ver e saber onde pode encontrar os seus títulos”.

## SIGA OS BONS EXEMPLOS, AUMENTE AS SUAS VENDAS!

Aproveite as importantes indicações que a INP lhe deu para começar a tirar partido desta onda de reconhecimento internacional que Portugal está a viver. Exponha as publicações estrangeiras de forma apelativa, num expositor exclusivo, por exemplo. Tente inovar, fazendo algumas ações promocionais. Disponibilize produtos originais, como *gifts* alusivos à sua localidade, à sua cidade ou ao nosso país.

Informe-se sobre o que outros agentes, que já se destacam na venda de publicações estrangeiras, têm feito para conquistar a atenção e fidelizar os seus clientes.

A Livraria Barata, na Avenida de Roma, em Lisboa, é um bom exemplo a seguir, pois é uma das lojas que mais vende publicações estrangeiras a nível nacional. O proprietário, José Rodrigues, acredita que este sucesso se deve, essencialmente, ao tipo de “serviço” que oferece aos seus clientes e “aos destaques” que faz na sua loja.

O cuidado extremo do empresário em “saber qual é o nosso público-alvo e aqui refiro-me tanto a clientes nacionais, como a estrangeiros” é outro ponto forte. Esta preocupação permitiu-lhe identificar que só “no período da noite é que se nota mais a presença dos estrangeiros pelos hotéis existentes na zona”, e, por isso mesmo, o seu ponto de venda está aberto todos os dias da semana, das 9h às 23h.

# dossier

**PORTUGAL ESTÁ NA MODA**

Também Fátima Gomes, proprietária da loja “Teixeira e Sucessores Lda”, no Porto, é uma boa referência na venda de publicações estrangeiras. “Na primavera e no verão noto uma maior afluência de turistas à procura da imprensa estrangeira, devido também à localização do meu estabelecimento, que fica próximo de uma zona balnear. Procuo sempre identificar os principais interesses dos meus clientes, quanto aos títulos que tenho em exposição. Quando não os tenho, tento saber se os títulos são distribuídos pela VASP e solicito de imediato. A minha principal preocupação passa por servir tanto os portugueses que me pedem reservas da imprensa estrangeira, como os estrangeiros residentes no nosso País”, contou a empresária.

## ADEQUE OS PRODUTOS A CADA TIPO DE CLIENTE

Siga o exemplo destes e de outros agentes. Aproveite para descobrir o que estão a fazer outras áreas de negócio para conseguir que cada turista, que nos visita, consuma mais. Para as unidades hoteleiras nacionais, por exemplo, a palavra de ordem já é só uma: inovar, para cativar o máximo de clientes. Junte-se a eles. Crie algumas parcerias

com hotéis, hostels ou restaurantes próximos do seu estabelecimento.

Esteja atento aos eventos e festivais locais e estabeleça contactos com os organizadores, para se tornar o fornecedor oficial de revistas e jornais deste tipo de iniciativas. Solicite a ajuda da VASP e recorra às nossas bikes e/ou carinhos de publicações para realizar ações inovadoras. Para isso, só tem de contactar-nos, enviar uma breve descrição da iniciativa em causa, para que possamos dar o nosso parecer.

Faça uma análise cuidada dos seus potenciais clientes e defina tudo o que pode oferecer, tanto aos clientes portugueses, como aos imigrantes e aos turistas. Aproveite as nossas soluções KIOS mobile, KIOS pay e KIOS express para o ajudar nesta parte. Incentive os seus clientes a pesquisarem e/ou reservarem as publicações que desejam no seu ponto de venda, através da nossa aplicação gratuita para telemóveis (com sistema Android e iOS). Forneça cartões pré-pagos do e-Pay para os turistas. Tire partido de todas as potencialidades do serviço da Moneygram para os imigrantes, incentivando-os a fazer transferências de dinheiro para o seu país de origem. Utilize também o serviço KIOS express e mostre aos seus clientes como é fácil enviarem encomendas para onde desejam, de forma rápida, prática e fiável. Tudo isto, a partir do seu ponto de venda.

# dicas KIOS

## KIOS KUBE INVENTÁRIO

Aproxima-se a época do ano em que é necessário proceder à realização do inventário. Por isso mesmo, resolvemos fazer um breve resumo das duas opções que tem à sua disposição para efetuar o seu documento, de forma correta.

Para consultar todos os passos deste processo deverá aceder ao site [agentes.kios.pt](http://agentes.kios.pt) e, ao carregar no botão "Suporte", encontrará toda a informação de que necessita.

Aproveitamos, ainda, para relembrar que se tiver um volume de faturação inferior a 100 mil euros, referente a 2016, não será necessário entregar o inventário, mas em todo o caso deverá consultar sempre o seu técnico de contas.

### **A** Caso **NÃO** tenha o stock contabilizado à data do inventário:

Comece por criar o documento de inventário. Selecionar a opção **EXISTÊNCIAS** ① e de seguida **INVENTÁRIO** ②.



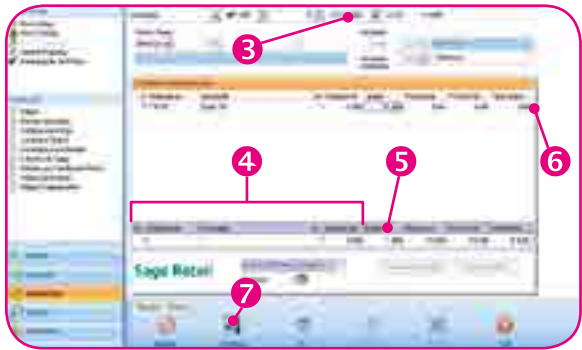
Coloque a data **31-12-2016**, pois o inventário é referente a este ano ③.

Com ajuda de um *scanner*, leia o código de barras dos artigos que tem em loja. Deverá carregar na tecla **ENTER** para ir avançando nos campos ④.

No campo da quantidade, deverá colocar as unidades do artigo à data de 31-12-2016 ⑤. Certifique-se que o programa criou a linha com o artigo que selecionou ⑥.

Use sempre a tecla **ENTER** para o efeito.

Sempre que necessitar sair do inventário pode clicar no botão **FINALIZAR** ⑦.



### **B** Caso já tenha o stock contabilizado à data do inventário:

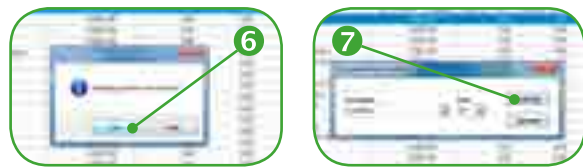
Selecione a opção **EXISTÊNCIAS** ① e escolha **INVENTÁRIO GERAL** ②.



Indique a data de **31-12-2016** ③. De seguida, coloque um visto na opção **CALCULAR PREÇO DE CUSTO MÉDIO À DATA** ④ e faça **GERAR** ⑤.

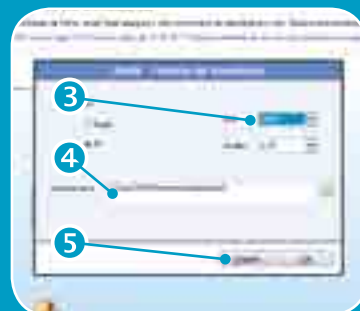
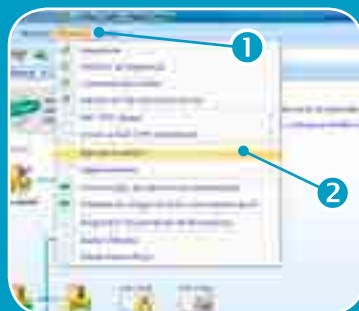


Na janela seguinte clique em **SIM** ⑥ para guardar o relatório do inventário e de seguida clique no botão **CONFIRMAR** ⑦ para gerar o documento.



Para exportar o inventário, deverá selecionar a opção **SISTEMA** ① no cabeçalho do ecrã e em seguida **EXPORTAR INVENTÁRIO** ②. Tem de selecionar o ano correspondente ao inventário elaborado, neste caso, será **2016** ③.

Selecione onde quer guardar o ficheiro do inventário ④ e em seguida, clique em **EXPORTAR** ⑤. Deverá aguardar um pouco, pois este processo demora algum tempo.







# ESTE NATAL TEMOS UM PRESENTE PARA SI!

ADIRA A DUAS SOLUÇÕES KIOS E ESCOLHA UM DESTES PRESENTES

CAMPANHA VÁLIDA ATÉ 6 DE JANEIRO

**PRESENTE 1**

**TABLET  
10.1 INSYS  
XFG-10010**



**PRESENTE 2**

**HP  
OFFICEJET  
3830**



**PRESENTE 3**

**UPS MDE  
EATON  
AVR 500**



PARA MAIS INFORMAÇÕES CONTATE-NOS:  
TEL. 214 337 026 | EMAIL: [COMERCIAL.KIOS@VASP.PT](mailto:COMERCIAL.KIOS@VASP.PT)  
[WWW.AGENTES.KIOS.PT](http://WWW.AGENTES.KIOS.PT)

VALORES REFERENTES A CONTRATOS VAL KIOS PELO PERÍODO DE 12 MESES  
EXCETO NA SOLUÇÃO KIOS PRINTED MESSAGES.  
AOS VALORES MENCIONADOS ACRESCE-SE O IVA À TAXA EM VIGOR.  
OFERTA LIMITADA: AO STOCK EXISTENTE





# KIOS KUBE

SOLUÇÃO DE VENDAS

ANTES: 11.59€

A PARTIR DE

**8.49€**  
SEMANA

O ÚNICO SOFTWARE  
DO MERCADO COM  
MÓDULO VASP

# KIOS TV

SOLUÇÃO DE PUBLICIDADE DIGITAL

ANTES: 5.45€

A PARTIR DE

**4.95€**  
SEMANA

+ PACK BASE+SOFTWARE

AUMENTE OS SEUS  
LUCROS COM O  
KIOS TV

# KIOS PRINT

SOLUÇÃO DE IMPRESSÃO

KONICA MINOLTA C258

ANTES: 19.85€

A PARTIR DE

**18.85€**  
SEMANA

OFERTA DE  
**500**  
CÓPIAS A  
PRETO E BRANCO

CÓPIAS POR PÁGINA:  
200 IM A PRETO, 300 COPIAS A COR / UN  
50 IM A COR, EXCETO 0,055€ / UN



## CAMPANHA DE DESCONTOS

15%  
desconto



### 13905 ZIG-ZAG JORNAIS

Uma peça eficaz para organizar os jornais, facilitando a escolha do seu cliente.

Altura 10 cm  
Comprimento 97 cm  
Largura 40 cm

**PREÇO: 43,77€\***

antes: 51,50€\*

Despesas de transporte 3,50€\*.

15%  
desconto



### 13912 PARASITA

Ideal para destacar publicações e, ao mesmo tempo, ganhar mais espaço no seu linear!

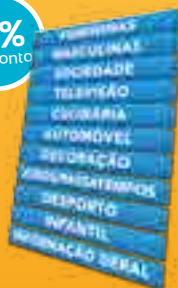
Altura 19 cm, Profundidade 8 cm, Largura 23,5 cm

**PREÇO: 7,56€\***

antes: 8,90€\*

Despesas de transporte 3,50€\*.

15%  
desconto



### 13918 PACK DE 22 IDENTIFICADORES MAGNÉTICOS

Organize a sua loja e destaque cada segmento com os nossos identificadores magnéticos.

Altura 4 cm, largura 30 cm

**PREÇO: 6,71€\***

antes: 7,90€\*

Despesas de transporte 3,50€\*.

10%  
desconto



### 13909 EXPOSITOR DE DESTAQUE

Este expositor, fácil de manusear, dá-lhe a possibilidade de destacar as revistas do dia.

Altura 153 cm  
Largura 34 cm

**PREÇO: 27,00€\***

antes: 30,00€\*

Despesas de transporte 3,50€\*.

Campanha válida até 31 de dezembro de 2017.

Para mais informações contacte: 214337082 ou envie email para [kiostore@vasp.pt](mailto:kiostore@vasp.pt)



### LINEAR COMPLETO COM ZIG-ZAG

Potencie as suas vendas, melhorando a exposição das suas publicações e produtos com o nosso linear completo, com Zig Zag incluído.

Aproveite já esta nossa incrível campanha de lançamento!

Exponha bem, venda mais e melhor!

(1 prateleira simples, 2 prateleiras duplas, 1 zig-zag)

Altura 196 cm, Comprimento 100 cm, Profundidade 40 cm.

**PREÇO: 309,00€\***

Despesas de transporte 21,00€\*.

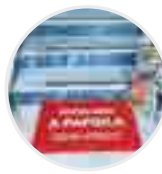
### TAPETES PERSONALIZÁVEIS

Dê uma nova vida à entrada da sua loja com os nossos tapetes personalizáveis. Coloque o nome do seu ponto de venda num dos quatro modelos que temos à sua disposição.

Comprimento 50cm, Largura 75cm  
Material: espaguete vinil

**PREÇO: 39,00€\***

Despesas de transporte 3,50€\*.





veja todas as nossas soluções e oportunidades  
em **agentes.kios.pt**

## NOVIDADE

### EXPOSITOR COM RODAS PARA JORNAIS E REVISTAS

Coloque as revistas semanais e os jornais diários a andar sobre rodas na sua loja. Utilize este expositor móvel para dar o merecido destaque às suas publicações.

Adira já a esta campanha de lançamento e encomende o seu expositor por um preço fantástico!

Constituído por 12 prateleiras multifunções que se ajustam consoante o tipo de produto.

Altura: 150 cm

**PREÇO: 139,00€\***

Despesas de transporte 7,50€\*.



Para mais informações contacte: 214337082 ou envie email para [kiostore@vasp.pt](mailto:kiostore@vasp.pt)



#### 13908 ILHA EM MELAMINA

A ilha é um espaço perfeito para uma exposição apelativa! Coloque-a no centro da sua loja e dê destaque a diversos tipos de produtos, como livros, gifts e material de papelaria.

Altura 85cm, Comprimento 120cm, Largura 85cm.

**PREÇO: 184,50€\***

Despesas de transporte 7,50€\*.



#### 13916 BALCÃO POS KIOS

O balcão ideal para instalar o seu KIOS KUBE.

Altura 105cm  
Profundidade 55cm  
Largura 60cm

**PREÇO: 299,90€\***

Despesas de transporte 7,50€\*.



#### 13919 GÔNDOLA COMPLETA

Exponha as publicações, livros e/ou outros artigos de forma apelativa neste móvel de duas frentes.

(2 prateleiras simples, 2 prateleiras duplas, 2 prateleiras triplas)  
Altura 135 cm,  
Profundidade 70 cm,  
Largura 100 cm

**PREÇO: 430,00€\***

Despesas de transporte 7,50€\*.

# Clube KIOS



## CAIXA VASP PARA PUBLICAÇÕES

Construção robusta em metal. Ideal para o exterior. Cor azul.

Altura 70 cm (sem pés)  
Comprimento 60 cm  
Largura 90 cm

**PREÇO:** 170,00€

**MAIS INFORMAÇÕES:**  
contactcenter@vasp.pt  
214 337 001



## EXPOSITORES DE PAREDE PARA JORNAIS E REVISTAS

EXPOSITOR P/ REVISTAS

3662 - Simples - **16,90€**

3660 - Duplos - **35,90€**

EXPOSITOR P/ JORNAIS

3663 - Simples - **17,30€**

3661 - Duplos - **34,61€**

## MAIS INFORMAÇÕES:

contactcenter@vasp.pt  
214 337 001

Expositores simples: 1.5m x 0.35m

Expositores duplos: 1.5m x 0.75m



## SOLUÇÃO COMPACTA KONICA MINOLTA

- Impressão, cópia e digitalização até formato A4
- Papel até 210grs incluindo frente e verso automático;
- Impressão a preto e a cor até 33 páginas por minuto.

### RENTING SEMANAL:

3 anos - 15,90€ ou  
5 anos - 11,90€

- Inclui 100 impressões/ cópias a preto e 25 a cor, por semana.
- Impressões/cópias excendentes: 0,014€/un. preto e 0,119€ un. cor.

### MAIS INFORMAÇÕES:

kiosprint@vasp.pt  
214 337 026.



## SOLUÇÃO AVANÇADA KONICA MINOLTA

- Impressão, cópia e digitalização até SRA3 (320mmx450mm);
- Papel até 300grs. (frente e verso automático até 256grs.);
- Impressão a preto e a cor até 25 páginas por minuto;
- Impressão de faixas com 297mm de alt., até 1,20m de comp.;
- Impressão de documentos a partir da internet

### RENTING SEMANAL:

3 anos - 29,00€ ou  
5 anos - 19,85€

- Inclui 200 impressões/ cópias a preto e 50 a cor, por semana.
- Impressões/cópias excendentes: 0,0085€/un. preto e 0,065€ un. cor.

### MAIS INFORMAÇÕES:

kiosprint@vasp.pt  
214 337 026.

PRODUTO	CUSTO	PVPR	MARGEM
Convite A5 (Díptico)	0,23€	2,80€	890%
Faixa de 1 metro personalizado	1,33€	8,00€	390%
50 Flyers A4	4,85€	25,00€	320%
5 Cartazes SRA3	1,35€	18,00€	985%

saiba mais em **agentes.kios.pt**



**VEJA AS  
PROMOÇÕES  
KIOS KUBE**  
NA PÁGINA 26, 27 E EM  
AGENTES.KIOS.PT



## KIOS KUBE

HP RP2 Retail System Modelo 2000

- Intel® Pentium® J2900 2,41 GHz
- Memória 4 GB 1333 MHz DDR3 SDRAM
- Disco Rígido 320 GB SATA (7200 rpm)
- Placa gráfica HD Intel integrada
- Ecrã panorâmico 14 pol. com tecnologia tátil resistiva
- Dimensões (L x P x A) 35,59 x 22,53 x 36,62 cm
- Peso 6.83 kg com suporte

Oferta da gaveta de dinheiro, teclado e rato.

### PREÇO:

Pack Start - 16,89€/semana

Pack Prime - 18,54€/semana

Pack Cloud - 22,09€/semana

### MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt

214 337 026



## GAVETA DE DINHEIRO

Caixa metálica com ligação RJ11, para impressora ou caixa registadora.

**PREÇO:** 50,00€

### MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt

214 337 026



## UPS MGE EATON NOVA AVR 500

Tecnologia line-interactive  
Proteção telefónica,  
modem, internet e adsl, 10 minutos de autonomia.

Capacidade: 500 va  
Entrada: 1x power iec 320  
Saída: 3x power iec 320

**PREÇO:** 78,00€

### MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt

214 337 026



## SCANNER ZEBRA LS1203

Scanner funcional, fiável e duradouro que permite uma maior eficiência na gestão do negócio sendo ideal para pequenos retalhistas.

Ligação: USB

**PREÇO:** 78,00€

### MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt

214 337 026



## IMPRESSORAS TÉRMICAS START TSP-100 CITIZEN CTS-310 II

Impressoras térmicas com rapidez de impressão de 160mm/seg.  
Possuem cortador parcial/total.  
Eco USB Power Save Mode

**PREÇO:** 170,00€

### MAIS INFORMAÇÕES:

kioskube@vasp.pt

214 337 026



# Clube KIOS

saiba mais em [agentes.kios.pt](http://agentes.kios.pt)



O KIOS ACADEMY AJUDA-O A MELHORAR O SEU NEGÓCIO. VENHA FAZER AS NOSSAS FORMAÇÕES E APRENDA A GERIR MELHOR O SEU PONTO DE VENDA.



## WORKSHOP CONTABILIDADE E FISCALIDADE NO PONTO DE VENDA

Aprenda a atuar com rigor e a não perder dinheiro.

- Módulo 1  
Contabilidade
- Módulo 2  
Gestão de stocks
- Módulo 3  
Fiscalidade

**PREÇO:** 50,00€  
(IVA incluído)

**MAIS INFORMAÇÕES:**  
[kiosacademy@vasp.pt](mailto:kiosacademy@vasp.pt)  
214 337 082



## WORKSHOP ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DO PONTO DE VENDA

Saiba como ter um negócio bem sucedido.

- Módulo 1  
A VASP e os seus processos
- Módulo 2  
Gestão e dinamização do espaço comercial
- Módulo 3  
Informatização do Ponto de Venda KIOS kube

**PREÇO:** 50,00€  
(IVA incluído)

**MAIS INFORMAÇÕES:**  
[kiosacademy@vasp.pt](mailto:kiosacademy@vasp.pt)  
214 337 082



## WORKSHOP KIOS KUBE AVANÇADO MODALIDADE PRÁTICA

Fique a conhecer todas as funcionalidades do KIOS kube.

- Módulo 1  
Registo avançado de produtos
- Módulo 2  
Faturação
- Módulo 3  
Gestão de produtos e de fornecedores
- Módulo 4  
Planeamento de campanhas
- Módulo 5  
Relatórios e mapas
- Módulo 6  
Operações avançadas de gestão de informação

**PREÇO:** 75,00€  
(IVA incluído)

**MAIS INFORMAÇÕES:**  
[kiosacademy@vasp.pt](mailto:kiosacademy@vasp.pt)  
214 337 082

# promoções de natal

os melhores produtos, aos melhores preços

## NOVIDADE

REFRESQUE A BOCA DOS SEUS CLIENTES!

**mentos**  
PURE FRESH

€28,80\*

14056

**MENTOS GUM PURE FRESH**  
3x roll pack 24 un.



**OFERTA**  
**MENTOS RAINBOW**  
1x roll pack 20 un.



CAMPANHA VÁLIDA DE 1 JANEIRO A 31 DE MARÇO DE 2017

## Os FEIJÕES MÁGICOS CHEGARAM À SUA LOJA!

Neste Natal, incentive os seus clientes a plantar sentimentos e oferecê-los a alguém especial. Só têm de escolher a palavra certa e deixá-la germinar num feijão mágico!

Boas Festas Mãe Adoro-te Beijinhos Sorri Obrigado Amo-te LOL  
Boas Melhoras Pai Avo Parabéns Boa Sorte Saudades Best Friends a sua mensagem



Cód. 14053  
Wish a Bean 20un.  
**54,00€\***



PVP un.  
RECOMENDADO!  
**6,00€**

# promoções de natal

os melhores produtos, aos melhores preços



14037 Expositor KEEPER

## Cigarreiras com Isqueiro

EXPOSITOR KEEPER COM 18 CIGARREIRAS DE PLÁSTICO DE COR E DECORAÇÕES SORTIDAS COM ISQUEIRO DE CORES SORTIDAS.

antes 41,94€

**37,75 €\***

PVP aconselhado  
**4,20€ un.**

Campanha válida até 31 de dezembro de 2016.



## AUSCULTADORES T'nB

Incentive os seus clientes a ouvir as mais belas músicas de Natal, com esta nova gama de auscultadores leves, com fantástica qualidade de som e design atraente!

**€7,80** unidade  
s/ iva

PVP recomendado  
c/IVA: 11,99€

Cód. 14051  
PINK/BLACK

Cód. 14052  
BLUE/BLACK

Tamanho ajustável  
Almofadas em PU  
Cabo 120 cm  
Ligação jack 3,5 mm  
Diafragma 40 mm  
Freq. 20 Hz - 20.000 Hz  
Impedância 32 Ohm  
Sensibilidade 98 dB

*Neste Natal, adoce a boca dos seus clientes com estes deliciosos chocolates!*



Cód. 14034  
**KIT KAT  
FINGER**  
24 UNIDADES  
**€8,92**  
s/ IVA



Cód. 14033  
**LION**  
24 UNIDADES  
**€10,20**  
s/ IVA



Cód. 14036  
**TOFFEE  
CRISP**  
24 UNIDADES  
**€10,20**  
s/ IVA