

## ESPECIAIS

- >> Copa do Mundo 2010 - África do Sul
- >> Curso de Fotografia Digital Iniciante
- >> Roteiro de bares com Futebol 2010
- >> Happy Hour

## Estilo Musical

- >> Anos 80
- >> Axé, Samba & Pagode
- >> Black Music
- >> Blues & Jazz
- >> Flash Back
- >> Forró & Reggae
- >> Funk
- >> Groove
- >> MPB
- >> Música Ambiente
- >> POP / Rock
- >> Rock
- >> Samba Rock
- >> Sertanejo & Country
- >> Techno / Música Eletrônica

## Categorias

- >> Casa Liberal
- >> Espaço reservado
- >> Espetinhos
- >> Estilo Latino
- >> Estilo Praiano
- >> Fondue
- >> GLS
- >> Happy Hour
- >> Karaoke
- >> Mexicano
- >> Open bar
- >> Picanha no Rechaud
- >> Pizza
- >> Pub
- >> Snooker
- >> Tema Árabe
- >> Tranquilidade

## Cursos BaresSP

- >> Barista
- >> Bartender Avançado
- >> Bartender Flair
- >> Bartender Iniciante
- >> Fotografia Iniciante
- >> Mágica Iniciante
- >> Workshop de Caipirinha
- >> Workshop de Martini

## CALENDÁRIO

Junho 2010

D	S	T	Q	Q	S	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

## Reportagens BaresSP



### Santa Helena aposta em aumento de 20% nas vendas de doces e snacks de amendoim

Se a Festa Junina já é considerada o Natal das indústrias de doces à base de amendoim, em anos de Copa do Mundo a euforia aumenta. Com a coincidência entre as datas festivas, além do incremento nas linhas de confeitos, como paçoca e pé de moleque, as empresas também apostam na linha de aperitivos salgados, que caíram no gosto dos brasileiros ao combinar muito bem com bebidas.

Segundo a ABICAB (Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados), em 2010, as vendas ao consumidor de produtos derivados da leguminosa devem atingir a marca de R\$ 1,5 bilhão, 15% a mais que em 2009, quando a receita foi de R\$ 1,3 bilhão.

Para a época da Festa Junina e da Copa, a expectativa de crescimento da Santa Helena é de 20% em relação ao mesmo período do ano anterior, distribuídos em 60% para os aperitivos salgados e 40% em confeitos doces. Para aproveitar esta oportunidade, a Santa Helena lançou uma campanha que reúne tradição e paixão nacional, a Seleção de Craques Santa Helena, com o slogan *Escale esse time* em suas comemorações. Ilustrada por personagens vestidos tipicamente de caipiras, nas cores verde e amarelo, o objetivo é reforçar a marca da empresa nos pontos de venda de todo o país, aproveitando as ilhas e barracas comemorativas montadas para o evento.

"Produtos como Mendorato, Grelhadito's, Crokíssimo, Amindu's e Troféu possuem oportunidade de incremento de vendas neste período, por serem consumidos acompanhados de bebidas e em ocasiões de comemoração, como o futebol. Desta forma, a Santa Helena colocou seu portfólio completo de snacks à disposição do público nesta Copa", afirma João Lise, gerente de produto da empresa.

Apesar da procura por produtos salgados aumentar, a empresa também reservou novidades para sua linha de doces. "A paçoca e o pé de moleque são doces tradicionais, e suas demandas aumentam no período junino. Por esta razão, recebem maior atenção e investimento. Reformulamos as embalagens da Paçoquita e do Crokatto, para oferecer ao público opções que atendam a todos os gostos", diz Lise.

#### Sobre a Santa Helena

A Santa Helena possui 67 anos de história e está sediada em Ribeirão Preto (SP). Sua liderança de mercado deve-se, em parte, ao máximo zelo com a matéria-prima utilizada em sua produção. Ribeirão Preto está situada em uma das regiões mais ricas do país e onde se concentra a maior produção de açúcar, álcool, suco de laranja e amendoim do Brasil.

Desde 2001, a empresa conta com uma Unidade de Beneficiamento de Amendoim, no vizinho município de Dumont, em uma área construída de 18.000 m<sup>2</sup>, sendo uma das mais modernas do país. A empresa detém o selo de qualidade Pró-Amendoim, da ABICAB (Associação Brasileira das Indústrias de Chocolate, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados), que atesta a boa procedência, o excelente armazenamento e a qualidade de todos os produtos fabricados pela Santa Helena. As análises dos produtos são realizadas pela SGS do Brasil, empresa suíça de renome internacional, contratada pela ABICAB para emitir a certificação do Pró-Amendoim. A história de sucesso da Santa Helena é permeada por valores como perseverança e criatividade, e marcas como Paçoquita e Mendorato se firmaram como sinônimos de paçoca e amendoim tipo japonês no Brasil, respectivamente.