



A Casa dos Frescos está presente nos momentos mais importantes da vida das famílias angolanas, sendo reconhecida por todos como um símbolo de qualidade, confiança e distinção.

VALORES DA MARCA

A Casa dos Frescos faz parte do quotidiano dos seus clientes, assumindo com estes um compromisso de qualidade, frescura, bem-estar e proximidade. A Marca quer continuar a integrar os momentos mais importantes da vida das famílias angolanas, oferecendo-lhes o melhor que a vida tem para dar.

PRODUTOS E DESENVOLVIMENTOS FUTUROS

O diálogo e a relação de proximidade que a Casa dos Frescos estabelece com todos os seus clientes, permite-lhe ser uma Marca presente no dia-a-dia, satisfazendo as necessidades, exigências e hábitos de

consumo das famílias angolanas.

As actividades e os elementos de gestão mais relevantes na área da distribuição e retalho alimentar, determinam os factores críticos de sucesso da empresa que passam pela proximidade, produtos de Marca Própria, rotação e exclusividade de produtos e optimização diária do serviço que presta aos seus clientes.

A Casa dos Frescos é reconhecida pelo seu compromisso de qualidade e pela sua oferta diferenciada e diversificada. A sua selecção de produtos e parceiros é feita de acordo com os seus valores e com a sua missão de disponibilizar o melhor que a vida tem para oferecer. A Marca procura sempre elevar a qualidade e proximidade com que serve os seus clientes, oferecendo-lhes uma selecção muito rigorosa de produtos que abastecem as suas lojas diariamente, de forma a garantir a máxima qualidade e frescura. Mais do que bens de consumo tangíveis, a Casa dos Frescos oferece uma experiência diferenciada ao consumidor. É a partir desta premissa que a

empresa tem desenvolvido a sua estratégia de expansão da rede de lojas, com a abertura de três novos pontos de venda no ano de 2014, apresentando um crescimento sustentado e constante, de forma a estar cada vez mais perto de todos os angolanos.

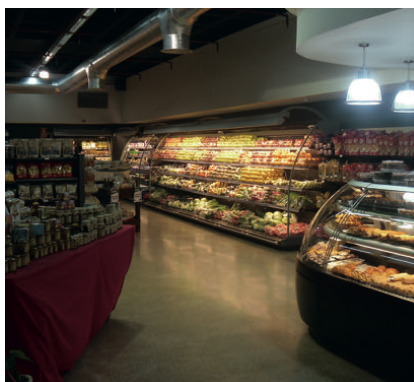
MERCADO

A "Nova Angola" é uma realidade - um país em expansão e em constante crescimento económico, com um mercado cada vez mais dinâmico e competitivo. A Casa dos Frescos

SABIA QUE:

- A Marca tem um compromisso de proximidade com as famílias angolanas e irá abrir três novas lojas no ano de 2014.
- A Marca é um elemento activo na produção e valorização dos produtos nacionais.





tem sido um elemento activo na dinamização e modernização da distribuição alimentar em Angola e tem procurado sempre incentivar e apoiar a produção local, desenvolvendo o "networking" necessário à crescente valorização do produto nacional.

A responsabilidade social é também uma das áreas que a Marca trabalha no seu dia-a-dia, sendo um grupo empresarial atento que apoia o melhoramento das condições de vida das comunidades angolanas e o desenvolvimento e crescimento sustentado do país.

Ao longo dos seus 15 anos de actividade, a Casa dos Frescos optimizou toda a sua cadeia de valor, garantindo que os seus elevados padrões de qualidade e confiança permaneçam

presentes na vida das famílias angolanas. A sua actuação no mercado assenta nos seus valores enquanto Marca e na oferta de um conjunto de produtos e experiências que resultam na fidelização e satisfação total dos seus clientes.

COMUNICAÇÃO

Actualmente vive-se num universo cada vez mais global e mais integrado. A Casa dos Frescos é uma Marca presente na vida diária dos angolanos e a sua comunicação reflecte as características do seu público, uma audiência cada vez mais informada e esclarecida.

Com um modelo bidireccional, a comunicação do grupo passa pelo desenvolvimento contínuo e crescente de uma relação de proximidade,

SABIA QUE:

- A selecção de produtos e parceiros da Casa dos Frescos é feita de acordo com os valores da Marca e com a sua missão de oferecer aos clientes o que a vida tem de melhor.
- A responsabilidade social é uma das áreas que a empresa desenvolve diariamente para o bem da comunidade e do desenvolvimento do país.

promovendo um diálogo e uma maior interacção com os clientes. Esta abordagem estabelece-se com um conceito de "total media" que abrange as diversas plataformas de comunicação, em ambiente tradicional e digital, de uma forma integrada.

VANTAGENS COMPETITIVAS

A maior vantagem competitiva da Casa dos Frescos está na sua estratégia de posicionamento e no seu "know-how", no valor que criou para os seus clientes e na sua oferta diferenciada. Esta linha orientadora foca essencialmente o consumidor, a relação de proximidade e a oferta de produtos de alta qualidade, como caminho para atingir a satisfação total dos seus clientes. Este foco define-se pelo trabalho diário da sua equipa de profissionais, pela procura constante de inovação, pela introdução de novos produtos e pelo acompanhamento da evolução do mercado, dos seus clientes e dos seus concorrentes, actuando de forma activa nestas frentes dinâmicas.



1999

Abertura da empresa em Luanda, em frente ao prédio J. Pimenta.

2005

Criação da designação Casa dos Frescos.

2006

Abertura da primeira loja Casa dos Frescos, em Vila Alice.

2012

"Rebranding" da Marca.

2013

Início da actividade de fabricação de produtos de padaria/pastelaria e de linhas de embalagem.

2014

Abertura de três novas lojas, garantindo o compromisso da Marca de estar mais perto dos consumidores.