PERFIL DE SUCESSO A Tambasa Atacadistas comemora seus 70 anos de história de conquistas com foco em expansão e atendimento aos seus clientes

Distribuição 311

DISTRIBUIÇÃO

Edição 311 | setembro/outubro 2019 | Ano 27 | R$ 15,90

revistadistribuicao.com.br

setembro/outubro 2019

Abad

RUMO AO CRESCIMENTO

As medidas aprovadas pelo novo governo têm por meta estimular a economia, o consumo e os negócios, e diminuir a taxa de desemprego

Capa: Rumo ao crescimento

SEMINÁRIO FILIADAS ABAD Evento anual discute os pleitos prioritários do setor e alinha ideias

NIVEA SUN

beauty expert

BENEFÍCIOS PARA O

VAREJO

- Linha que impulsionará um segmento em crescimento
- Aumento do ticket Médio
- Desenvolvimento do segmento facial, que é muito menos sazonal

BENEFÍCIOS PARA O

CONSUMIDOR

- Benefícios à pele, além da proteção solar
- **Faciais** que se diferenciam a partir das diferentes necessidades de cada tipo de pele
- **Corporais** com benefício Dupla Ação Anti-Idade (Filtros UV + Antioxidantes), inédito ao mercado massivo
- Dermatologicamente testados

NOVO

NIVEA SUN BEAUTY EXPERT

A nova linha de proteção solar une saúde & beleza para atender os diferentes tipos de pele e necessidades.

FACIAIS

CORPORAIS

INFORMAÇÕES ADICIONAIS

- 100% dos canais
- Abertura de vendas:

SET 2019 — FACIAL

OUT 2019 — CORPORAL

* Causados pela exposição solar/radiação.

FOTO: PIXABAY

SUMÁRIO

28 CAPA

Sinal verde

Governo avança na desburocratização do setor produtivo e prevê a flexibilização da economia. Empresários já conseguem sentir novos rumos trazidos por alterações já concretizadas recentemente, apesar de ainda ser necessário continuar na busca por melhorias nos negócios

SEÇÕES

6 MOMENTO

8 CARTA AO LEITOR

10 ON-LINE

12 LANÇAMENTOS

16 INDÚSTRIA

20 NEGÓCIOS

26 TECNOLOGIA

61 ABAD NEWS

66 LEGISLAÇÃO

NESTA EDIÇÃO

36 OPORTUNIDADE
De olho no calendário

DIVULGAÇÃO

42 PERFIL DE SUCESSO
Lucro com sotaque mineiro

48 SEMINÁRIO ABAD & FILIADAS 2019
Reforma tributária em debate

FALE COM A GENTE

PARA ANUNCIAR

Ganhe visibilidade para os cerca de 120 mil leitores que atuam na cadeia de abastecimento por meio do setor atacadista distribuidor. Entre em contato com o Departamento Comercial da ABAD pelo fone (11)3056-7500 ou pelo e-mail comercial@abad.com.br.

CARTAS E SUGESTÕES

Envie suas críticas e sugestões para a revista DISTRIBUIÇÃO, Rua Domingos de Morais, 770, Torre 3, sala 4, CEP 04010-903, Vila Mariana, São Paulo, SP, ou para o e-mail clarijornalismo@gmail.com. Com a sua participação, faremos da DISTRIBUIÇÃO uma revista cada vez mais útil para os atacadistas distribuidores.

Alimente-se Bem, Viva Bem.

AJINOMOTO

Participe e concorra a 2 Casas*

Para você e para quem você ama

E tem mais:

Por dia

2 Celulares**

Para você e para quem você ama

Toda semana

1 Cozinha completa***

Para espalhar amor em suas receitas

Participar é fácil:

1. Compre 1 tempero ou caldo SAZÓN*
2. Cadastre seu cupom fiscal em **promosazon.com.br** ou envie a palavra Sazón para o WhatsApp **(11) 4933-1753**
3. Guarde seu cupom fiscal e boa sorte!

Promoção válida de 2/9/2019 a 1/12/2019. Consulte regulamento, condições de participação e datas de sorteio no site www.promosazon.com.br. *Entregues em dois certificados de ouro no valor de R$ 200.000,00 cada. **Entregues em dois cartões de débito, sem função de saque, no valor de R$ 1.000,00 cada. ***Entregue em certificado de ouro no valor de R$ 10.000,00. A sugestão de compartilhar os

Emerson Destro, presidente da ABAD

FOTO: NAGILA

Crescimento no horizonte

> **Definir o tamanho de Estado que queremos em nossos negócios é um trabalho urgente e grandioso**

A matéria principal desta edição detalha aspectos da pauta desburocratizante deste governo – o primeiro, em décadas, que decidiu abrir a porta do diálogo com o empresariado, visando a troca de informações e a coleta de sugestões do ponto de vista de quem efetivamente produz e gera trabalho e riqueza. Esse cenário muito nos anima.

Além de fazer caminhar a proposta da nova Previdência, o governo tem demonstrado empenho em tentar alavancar a economia por meio de medidas que, em seu conjunto, produzirão um impacto significativo no crescimento do País, ainda que não de imediato, além de iniciativas desburocratizantes criadas para melhorar o ambiente de negócios e fortalecer o empreendedorismo.

Nesta lista, temos a agenda de privatizações e concessões, que irão reduzir a dívida pública; a nova liberação de parte do FGTS, capaz de impulsionar o consumo do segundo semestre; a MP da Liberdade Econômica, que, entre outras coisas, simplifica procedimentos e dispensa empreendimentos de baixo risco de licenças, autorizações e alvarás prévios, além da flexibilização das Normas Regulamentadoras (NRs) de segurança e saúde do trabalho.

Diante dessa nova realidade, e por acreditar que o empresariado não deve esquivar-se de participar da modernização do País, a ABAD – Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores tem levado ao governo as contribuições e sugestões do setor atacadista e distribuidor, assim como tem monitorado a movimentação do Legislativo em temas importantes para o setor e procurado interlocução com o poder Executivo para discutir a modernização e a adequação de normas infralegais, como instruções normativas e portarias.

Junto com a Unecs – União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços, apresentamos sugestões e ideias para corrigir distorções e duplicidades de procedimentos que oneram a atividade empreendedora e geram perda de competitividade para a economia como um todo.

Definir o tamanho de Estado que queremos em nossos negócios é um trabalho urgente e grandioso. Para tanto, defendemos os projetos de lei prioritários do setor, que tratam das relações entre distribuidores e seus fornecedores; da comercialização de medicamentos isentos de prescrição em estabelecimentos do varejo alimentar; da atualização da legislação do representante comercial; e do marco regulatório de transportes e cargas perigosas.

Para fazer essas pautas avançarem, precisamos do engajamento e do bom relacionamento das filiadas com os parlamentares de seus Estados, assim como do apoio das empresas do setor para fazermos a nossa parte neste momento histórico. Um futuro positivo nos aguarda; unidos, chegaremos lá! D

Potencialize o seu negócio com o portfólio das marcas

CAMPEÃS DE VENDAS!

Garanta a presença dos produtos Nestlé nas suas lojas.

Forte investimento em materiais de PDV e produtos exclusivos para o canal Cash and Carry.

"O MINISTÉRIO DA SAÚDE INFORMA: O ALEITAMENTO MATERNO EVITA INFECÇÕES E ALERGIAS E É RECOMENDADO ATÉ OS 2 (DOIS) ANOS DE IDADE OU MAIS."

Nestlé. Faz bem

CARTA AO LEITOR

Claudia Rivoiro,
diretora-editorial

A tão aguardada melhora econômica

A matéria de capa desta edição traz um resumo das ações que o atual governo pretende implantar, como a MP da Liberdade Econômica, a MP 881, que a Câmara dos Deputados aprovou em meados de agosto e já está no Senado para ser aprovada, assim como as novas regras da Reforma da Previdência, um grande lote de mudanças que poderão gerar, caso sejam implantadas, 3,7 milhões de novos empregos em dez anos e um aumento de 7% no Produto Interno Bruto (PIB), a soma de todos os bens e serviços produzidos em uma região. Os dados foram divulgados pelo Ministério da Economia e o que se espera com base neles é dinamizar a economia, atrair investidores estrangeiros e permitir que os empreendedores consigam criar oportunidades e empregos, o que impulsionaria o consumo, tão vital para o Brasil.

Os anos recessivos imprimiram um grande impacto na sociedade brasileira, que está carente de boas notícias e de iniciativas positivas. Como aquela que fica evidente no bom exemplo de iniciativa destacada no Perfil de Sucesso desta edição, que traz a trajetória de 70 anos da Tambasa Atacadistas, a história marcante do mineiro Miguel Bartolomeu, que acreditou em seu sonho, construiu uma empresa – que já está em sua terceira geração – sem perder o foco, o dinamismo e o profissionalismo de seu fundador. De fato, um exemplo inspirador para uma economia em processo de recuperação! Trazemos ainda a cobertura de mais uma edição do Seminário ABAD & Filiadas, que debateu os pleitos prioritários do setor e apresentou em sua abertura a palestra de Bernard Appy, diretor do CCIF – Centro de Cidadania Fiscal. Finalizando, espero que todos apreciem a versão digital da DISTRIBUIÇÃO, que traz aos nossos leitores um conteúdo extra, que inclui vídeos e uma galeria de fotos. Boa leitura, e até a próxima edição, que apresentará a consagrada pesquisa sobre Categorias em Destaque, ampliada em número de categorias com as participações de especialistas no varejo, os quais, com suas análises, ajudam todos os profissionais do setor a se orientar com mais segurança em seus negócios. D

> ***“Os anos recessivos imprimiram um grande impacto na sociedade brasileira, que está carente de boas notícias e de iniciativas positivas***

DISTRIBUIÇÃO
Impressa e digital

REDAÇÃO
CLARI
Serviços Editoriais
Fones: (11) 5908 - 8390

Jornalista Responsável:
Claudia Rivoiro - MTB 16.444 - clarijornalismo@gmail.com
Repórter: Rúbia Evangelinellis
Projeto Gráfico: Manoel Mendonça
Produção Gráfica: Ronaldo Secundo
Revisão: Newton Roberval Eichemberg

SITE DISTRIBUIÇÃO
Repórter: Adriana Bruno - adriana.reportagem@gmail.com
Mídias Digitais: Rodrigo Dias

Abad
Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores

COMITÊ EDITORIAL: Emerson Destro, presidente da ABAD, **Oscar Attisano**, superintendente-executivo; **Rogério Oliva**, diretor de Relacionamento Comercial & Marketing; **Ana Paula Alencar**, **Thaís Campanaro**, **Leandra Marques**, Comunicação e Marketing; e **Claudia Rivoiro,** editora da revista

DIRETOR DE RELACIONAMENTO COMERCIAL & MARKETING
Rogério Oliva - Fone: 55 11 3056-7500/Ramal:204 - Celular: 55 11 99201-9316 - oliva@abad.com.br

COORDENADORA DE RELACIONAMENTO
Andreia Alves - Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 220 - Celular: 55 11 99201-9316 - andreia.alves@abad.com.br

EXECUTIVOS DE RELACIONAMENTO
José Paulo Basílio: Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 221 - Celular: 55 11 97075-7237 - jose.paulo@abad.com.br
Marcos Monaco: Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 218 - Celular: 55 11 99841-3224 - monaco@abad.com.br
Renato Bianco: Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 234 - Celular: 55 11 99928-1412 - renato@abad.com.br
Jorge Fraga: Fone: 55 11 3056-7500 R. 219 - Celular: 55 11 9 8657-9838 - Jorge@abad.com.br

Circulação: nacional em distribuição dirigida
Periodicidade: mensal
Impressão: Duograf

FILIADA AO
IVC ANER www.aner.org.br

A revista é destinada a empresários, sócios, diretores, gestores, gerentes, compradores, profissionais de vendas e de marketing de empresas atacadistas distribuidoras, operadores logísticos e brokers

ELSEVE
L'ORÉAL
PARIS

CHEGOU *Longo dos Sonhos*

DESHOP_DPGPINTERNO.9214.07/2019

LONGO DOS SONHOS?
SALVE SEUS ÚLTIMOS 3CM.

CONDICIONADOR
DESATADOR DE NÓS

SHAMPOO
SALVADOR

CREME
ANTI-CORTE

CREME
MILAGROSO

FRANQUIA +JOVEM

Expansão do **TARGET DE CONSUMIDORAS** da marca

3,5 BILHÕES	DE BUSCAS NA INTERNET PELA CATEGORIA DE BELEZA	**50%**	COM CABELO DANIFICADO
41%	COM CABELO LONGO	**+45 MILHÕES**	DE PESSOAS IMPACTADAS EM MÍDIAS DIGITAIS.

POTENCIALIZE SUAS VENDAS COM O MIX ELSEVE

ARGININA RESIST

RT5

HIDRA DETOX

ÓLEO EXTRAORDINÁRIO
NUTRIÇÃO INTENSA

ÓLEO EXTRAORDINÁRIO
CACHOS

CONHEÇA TAMBÉM AS FRANQUIAS COMPLETAS DE ELSEVE.

REPRODUÇÃO

VÍDEO

Advogado anuncia devolução do ICMS-ST

O tributarista André Blanco, da Dessimoni & Blanco Advogados, explica a devolução do ICMS-ST pelos Estados e os impactos da MP da Liberdade Econômica na sociedade brasileira, entre outros temas importantes.

NEGÓCIOS

Parceria fortalecida

O Centro de Distribuição Parada Havan, que movimenta e distribui mais de um milhão de produtos em 127 lojas, tem equipamentos de última geração, entre eles os da marca Still, pertencente ao Grupo Kion, que fornece mais de 50 máquinas, como transpaleteiras e empilhadeiras retráteis, que permitem a funcionários organizarem e deslocarem grandes quantidades de mercadorias de maneira rápida e eficiente. São nove anos de parceria comemorados em 2019.

CONSUMO

Latino-americanos preocupam-se com a fabricação de produtos cárneos

DIVULGAÇÃO

Para 90% dos consumidores da América Latina é importante que a fabricação de produtos cárneos seja feita com ingredientes naturais e orgânicos. A pesquisa da Kerry, empresa de soluções para a indústria alimentícia, traz outro dado: os latino-americanos, cada vez mais, leem rótulos e analisam melhor os ingredientes dos produtos.

NEGÓCIOS

Produtos de limpeza apresentam vendas mais rápidas

DIVULGAÇÃO

A cesta de produtos de limpeza é uma das que apresentam resultados positivos no curto prazo no Brasil. Apesar de ter ocorrido uma retração de 1,1% em unidades de 2018 para 2019, ela ganhou 2,4% em unidades do primeiro para o segundo trimestre deste ano. Além disso, ela também cresceu 1,8% de volume ponderado nesse período, segundo a Kantar.

ERRATA

Na edição 310, na reportagem de Mercado "Leque Atrativo", creditamos à Gláucia Felícia Grasselli, gerente de Marketing do Grupo Pro Nova, a informação de que o mercado de desodorantes infantis cresce no País, quando o correto é que o mercado de desodorante cresce, a palavra "infantis" não se enquadra no contexto.

Leia também a revista digital no site da DISTRIBUIÇÃO ou
www.revistadistribuicao.com.br/revista-digital

Linha de Limpeza Qboa®

Super CANDIDA®

LIMPAM, DESINFETAM, HIGIENIZAM E O MELHOR: VENDEM MUITO.

MÍDIA

A campanha estará presente nos seguintes meios:

DIGITAL

MÍDIA EXTERIOR

TV

RÁDIO

PDV

www.qboa.com.br | SAC: 0800 55 70 30 | www.candida.com.br

Anhembi

VINHO ROSÉ

Miolo ganha mais um título

O Miolo Seleção Rosé acaba de ser eleito o Melhor Rosé do Mundo no Top Ten 2019, uma das atrações do 7º Rio Wine & Food Festival, que dissemina a cultura do vinho no Rio de Janeiro/RJ com uma diversificada programação, que tem como protagonista o vinho. O principal objetivo do prêmio é valorizar os produtores nacionais e as importadoras brasileiras de vinhos. O vinho é distribuído em todo o território nacional, além de chegar à mesa dos chineses em Hong Kong. A prova foi às cegas, em teste de qualidade aferido por um júri qualificado no tema.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

DUAS VERSÕES

Produto natural para lavar roupas

O consumidor busca produtos que deixam as peças brancas sempre com aspecto de novas (sem amarelar) e as coloridas com as cores preservadas. Além disso, quer que esses produtos não prejudiquem os fios dos tecidos e proporcionem uma fragrância agradável. Para atender às necessidades desses consumidores, a Casa KM lançou o lava-roupas em pó Coco, em duas versões: uma para roupas delicadas e outra para enxovais de bebês, ambas já disponíveis.

FOOD SERVICE

Tambaú amplia mix de produtos

O crescimento do segmento de food service fez a Tambaú ampliar seu mix de produtos. Recentemente, a marca pernambucana lançou a nova embalagem de Azeitonas, em baldes de 1,8 kg e 2 kg. É o quarto lançamento da Tambaú só neste ano para o mercado de alimentação fora do lar. Antes das Azeitonas, em 2019, foram lançados Molho de Tomate e Extrato de Tomate de 1,02 kg e Catchup 100% Nordestino de 1,2 kg. De acordo com Francisca Melo, diretora-industrial da Tambaú, essas novidades demonstram o interesse da marca em se tornar ainda mais competitiva nesse mercado. “No período de 2018, obtivemos um crescimento de 10,5% nesse segmento. Neste ano, a Tambaú tem por meta que 25% do seu faturamento provenha do food service”, conta.

SABONETE

Memphis inova na fragrância

O sabonete Biocrema Hidratante, da empresa gaúcha Memphis, está com um novo perfume e, agora, apresenta uma fragrância mais adocicada e cremosa. Com um perfume floral de jasmim e notas de baunilha, o produto também passou a apresentar uma espuma floral limpa, cremosa.

max PEDIDO

A evolução das suas vendas externas

- Totalmente em nuvem
- Funciona online e offline
- Integração com qualquer ERP
- Envio automático de pedidos

- Backup de pedidos em nuvem
- Instalação rápida
- Linha do tempo do pedido
- Menu personalizado

35% dos atacadistas e distribuidores do Ranking Abad/Nielsen são clientes Máxima

(62) 3412-2900
(62) 99231-3908

maximatech.com.br

MAXIMA TECH

Especialista em distribuição. Simples assim.

TRÊS OPÇÕES

Peccin lança produto com chocolate amargo

O novo Trento Nero traz um wafer crocante com dupla cobertura de chocolate 55% cacau com três opções de recheios cremosos: Dark, para quem gosta do sabor original do chocolate amargo, Cereja e Laranja, este último com adição de pequenos pedaços de laranja. "Sabemos que o consumo de chocolate amargo já é uma realidade, mas percebemos que ainda faltavam produtos de impulso nesse mercado, aqueles de menores gramaturas e para consumo imediato. Desenvolvemos então um formato e uma formulação específicos que entregam toda a intensidade do mais puro chocolate amargo", diz Carlos Speltri, gerente de Marketing da Peccin, detentora da marca Trento. A unidade é vendida em embalagens de 22 g, com identidade visual que valoriza o produto no ponto de venda.

AMACIANTES

Comfort tem nova fórmula

Depois de atuar durante 44 anos no Brasil como referência na categoria de amaciantes, a Unilever lança o novo produto Comfort, que lava roupas com uma fórmula desenvolvida para limpar e proteger as fibras dos tecidos, evitando que apareçam sinais de envelhecimento: formação de bolinhas, desbotamento da cor, amarelamento, esgarçamento e aspereza. " Nesse novo posicionamento, era importante que a marca trouxesse uma solução para o que hoje impede os consumidores de dar longa vida às roupas", diz Eduardo Campanella, vice-presidente de Marketing de Cuidados com a Casa da Unilever Brasil.

POMAR E HORTA

Bebida mistura frutas, verduras e hortaliças

A Coca-Cola Brasil aliou o pomar com a horta no novo Del Valle Frutas + Vegetais. A bebida, uma mistura de frutas, verduras e hortaliças, terá três sabores, ou melhor, três cores, para os sucos Vermelho, Verde e Amarelo. As receitas trazem alguns ingredientes já tradicionais das misturas coloridas, mas inova ao acrescentar, por exemplo, abóbora e espinafre. O Del Valle Frutas + Vegetais não contém conservantes, açúcar e nenhum outro aditivo químico.

Imperial BRASIL

CONHEÇA NOSSA LINHA COMPLETA!

bebidasimperial.com.br

Diversos produtos E A QUALIDADE DE SEMPRE.

SUCOS | CONCENTRADOS
1L | 500ml
Abacaxi
Acerola
Caju
Goiaba
Manga
Maracujá
Uva

ÁGUA MINERAL
COPO
200ml | 300ml

ÁGUA MINERAL
GARRAFA
510ml* | 330ml*
1,5L | 5L | 10L
20L
*C/GÁS E S/GÁS

LEITE DE COCO
GARRAFA
500ml | 200ml

COCO RALADO
SACHÊ
50g | 100g

GUARANÁ + AÇAÍ E GINSENG
COPO
300ml

***Fundada em 2002**, a Imperial Brasil nasceu no município de São Cristóvão-SE, quarta cidade mais antiga do Brasil. Inicialmente, sua atividade era a exploração e engarrafamento de água mineral com distribuição nos estados de Sergipe e Bahia. Hoje, a empresa atua também produzindo leite de coco, coco ralado, bebida mista de guaraná com açaí e ginseng, além de sucos e concentrados dos mais variados sabores, ampliando sua atuação em todo o Brasil.*

Terceirize a sua marca.

Agora você pode ter uma embalagem personalizada com a sua marca em qualquer produto da nossa linha de produção.

IMPERIAL BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
Estrada da Colina - S/N - Zona Rural,
São Cristóvão - SE, 49100-000

79 3261-1666 contato@bebidasimperial.com.br

@imperialbrasil

SEJA NOSSO REPRESENTANTE COMERCIAL

LOBBY

por Claudia Rivoiro

FOODTECH

Fazenda Futuro em ritmo de exportação

Com o objetivo de concorrer com os grandes produtores de carne bovina, a Fazenda Futuro, foodtech 100% brasileira dedicada à produção de carne à base de plantas, sem nada de origem animal, mas com o mesmo gosto, textura e suculência da bovina, acelera mais uma vez para alcançar seu objetivo ao começar o plano comercial de exportação. Uruguai e Paraguai serão os primeiros países a comercializar o produto. Depois os chilenos poderão conferir a novidade em grandes redes varejistas. "Chegamos para revolucionar esse mercado antiquado e sem inovação que é o de carne de origem animal. Potencial e espaço não faltam; por isso, em tão pouco tempo, deixamos de ser apenas uma tendência para nos tornarmos uma realidade positiva e sem volta. Agora, estamos trabalhando para que a Fazenda Futuro esteja presente no maior número possível de lugares como uma alternativa alimentar mais sustentável", destaca Marcos Leta, fundador da Fazenda Futuro.

60

anos estão sendo comemorados pela L'Oréal no Brasil, que conta com um extenso portfólio de produtos e iniciativas sustentáveis e inovadoras. São 20 marcas, separadas em quatro divisões de negócios, além de diferentes unidades espalhadas pelo País, como a sede e o Centro de Pesquisa & Inovação, considerado de última geração, na cidade do Rio de Janeiro/RJ, além da fábrica e dos centros de distribuição

TROCA DE CADEIRAS

Nestlé movimenta executivos e cargos

A Nestlé Brasil anunciou algumas mudanças em seu quadro de executivos no País, com a movimentação de alguns profissionais para outros mercados. Flávio de Souza, o atual vice-presidente legal de Assuntos Institucionais & Relações Governamentais, deixa o Brasil para assumir a posição de Chief Compliance Officer do grupo Nestlé, baseado em Vevey (Suíça). Em substituição a Flávio de Souza, assume a posição Gustavo Bastos. Marco Custódio, vice-presidente de Recursos Humanos da Nestlé Brasil, também deixa o País para assumir a posição de vice-presidente de Recursos Humanos para a Purina Latam, baseado em Saint Louis, nos Estados Unidos. Em substituição a Marco Custódio, Enrique Rueda assume a posição de vice-presidente de Recursos Humanos & Compliance da Nestlé Brasil. Marcelo Citrangulo, até então diretor da divisão da Nestlé Professional do Brasil, deixa o cargo para assumir uma posição na Nestlé México. Em substituição a Marcelo Citrangulo, Germán Carvallo assume a posição de diretor da Nestlé Professional na Nestlé Brasil.

POLENGHI

Tatiane Brandão assume o marketing da empresa

Tatiane Brandão é a nova diretora de Marketing da Polenghi. A executiva é formada em Engenharia Química pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, com parte da graduação feita na École Nationale Supérieure de Chimie de Rennes (França), e tem mais de 18 anos de experiência na área de marketing. Durante sua trajetória, Tatiane passou por grandes empresas do setor lácteo, como Danone, Mondelez e Vigor.

VENDAS
GOIÂNIA/GO - 62 3636-2017
UBERLÂNDIA/MG - 34 3292 6191

www.startquimica.com.br

tuff

Se o consumidor busca
qualidade com economia
e você precisa de melhores margens
e giro rápido, a resposta é uma só:

Linha TUFF. A mais completa.

NOVAS EMBALAGENS
COM MAIOR APELO DE PDV

4ª marca de alvejante sem cloro mais vendida do Brasil
Pesquisa KANTARWORDPANEL2018

OPORTUNIDADE PRA RENTABILIZAR!
Categoria com alto crescimento e com melhor entrega de margens

- O mix mais completo na categoria
- Nova formulação mais eficiente
- Marca com forte apelo de confiabilidade
- Alto potencial de rentabilidade

FORTE CAMPANHA
EM MÍDIA NACIONAL

programa do RATINHO sbt

MPDVs · RÁDIO · INTERNET · TV · REVISTAS

Start

HAMBÚRGUER VEGETAL

Marfrig vai vender produtos no Brasil

A Marfrig fechou acordo de exclusividade com a norte-americana ADM – Archer Daniels Midland Company para a produção e a comercialização de produtos à base de proteína vegetal no Brasil. Segundo a Marfrig, a empresa norte-americana será responsável pela produção e pelo fornecimento da base vegetal, principal matéria-prima utilizada no processo. A Marfrig, por sua vez, produzirá, distribuirá e venderá os itens para o food service e o varejo. A produção do hambúrguer vegetal no Brasil será iniciada na unidade da Marfrig em Várzea Grande/MT. A base vegetal sairá diretamente da fábrica da ADM para a planta da Marfrig. "Os primeiros hambúrgueres vegetais produzidos pela parceria entre Marfrig e ADM chegarão ao mercado no Brasil ainda neste ano e, posteriormente, também serão destinados à exportação", destaca.

PAPELARIA

Foroni é vendida para dona da Tilibra

A Foroni anuncia que já assinou um contrato de venda da empresa para a multinacional ACCO Brands Corporation, que engloba uma série de marcas, entre elas a Tilibra. A Foroni reforça sua afirmação de que as operações da empresa permanecerão em São Paulo e que a empresa continuará atuando independentemente dos negócios da Tilibra. Ambas as empresas representarão, para o grupo ACCO Brands, maior representatividade no mercado brasileiro, como evidencia Boris Elisman, CEO do grupo: "Estamos muito satisfeitos com nossos negócios da Tilibra no Brasil, que cresceu organicamente 26% nos últimos três anos", observou.

DIVULGAÇÃO

COLGATE

Neira deixa cargo de VP

Luiz Neira (foto), vice-presidente da Colgate, se aposentou e deixou o cargo depois trabalhar durante anos na empresa e no Brasil. Neira, como é carinhosamente chamado e muito querido pelo setor atacadista distribuidor, sempre manteve uma parceria saudável entre a indústria, a entidade e associados durante o tempo em que permaneceu na empresa.

65

anos de trajetória estão sendo comemorados pelo Dadinho, tradicional cubinho de amendoim, que se reinventou com a criação de novos produtos. Hoje, o Dadinho tem no seu portfólio seis categorias, entre elas wafers, chocolates, o próprio cubinho e seu creme, food service e caixas sortidas. Cada categoria tem diferentes variações, que incluem embalagens e produtos, somando 30 apresentações de Dadinho. O mercado regional já era um projeto estudado pela marca, que ganhou forma depois do sucesso dos produtos recém-lançados

Pomarola

POMAROLA ESTÁ DE CARA NOVA!
NOVA RECEITA, NOVAS EMBALAGENS
E NOVAS LINHAS!

TOP OF MIND
3 ANOS CONSECUTIVOS [1]

AGORA É AINDA MAIS:
+PEDAÇOS
+SABOR

MARCA COM
MAIOR INTENÇÃO DE COMPRA [2]

1. Fonte: Top of Mind: Prêmio Folha de São Paulo. 2. Pesquisa IPSOS Prêmio líder de Vendas Ranking Abras 2019.

por Claudia Rivoiro

Ritmo de expansão

O Grupo MGB, dono das bandeiras Mambo, Giga Atacado, Petit Mambo e Super Saudável, desafia a crise apostando em novas inaugurações

O empresário André Nassar, de 47 anos, integrante da diretoria e filho do fundador do Grupo MGB, dono das bandeiras Supermercado Mambo, Giga Atacado (autosserviço), Petit Mambo e, mais recentemente, Super Saudável, uma loja voltada para o comércio de produtos saudáveis, inaugurada há um ano na capital paulista, conta, nesta entrevista exclusiva, como a empresa tem se estruturado nestes últimos anos e quais são suas expectativas para os próximos.

O pai de Nassar, como muitos libaneses, começou sua vida profissional vendendo armarinhos e aviamentos. Só depois dessa experiência é que começou a focar no segmento alimentar, e hoje a empresa contabiliza 22 lojas em quatro bandeiras.

Nassar: há espaço para diversificação de modelos de negócios

DIVULGAÇÃO

"A diversificação é saudável porque acreditamos que há espaço para todos. No autosserviço, com o Giga Atacado já são dez unidades. A loja mais nova foi inaugurada em Guarulhos/SP no mês passado, em agosto, com 16 checkouts e mais de seis mil itens. Vamos levar praticidade aos moradores de Guarulhos e região, atendendo os pequenos comerciantes e consumidores. Esse modelo de negócio está bem consolidado em nossa companhia", informa Nassar.

Por sua vez, o Super Saudável é uma aposta muito particular e diferenciada, com a sua primeira unidade localizada no bairro Alto de Pinheiros, na capital paulista. Oferecendo 2,3 mil itens, todos eles respondendo à demanda crescente do consumidor por produtos saudáveis, foi aberto há um ano. "Esses produtos, hoje tão consumidos no restante do mundo, aqui ainda esbarram nos fornecedores e na produção, além do mito de ter um custo mais alto no ponto de venda, mas na verdade são diferenciados e dirigidos a quem tem um estilo de vida diferente", explica.

O ritmo de inauguração de lojas do Grupo ainda não parou. Nassar informa que a próxima empreitada é a abertura de uma unidade do Supermercado Mambo, no bairro de Higienópolis, na tradicional Avenida Angélica, ainda neste fim de ano ou no início de 2020. "Acreditamos em nosso negócio e vamos superar a expectativa de atender 800 mil consumidores por mês em nossas lojas", finalizou.

SAL NA MEDIDA
SABOR COM SAÚDE

NA RENTABILIDADE DO SEU NEGÓCIO **NÃO PODE FALTAR SAL LEBRE.**

Ideal para
PARRILLA

NOVO
Himalaia
grosso

BRANCOZULU

Mais valor para o seu negócio. Mais variedade para o consumidor.

A cada dia que passa, a Norsal amplia seu portfolio e sua distribuição por todo o Brasil. Tudo para que seu PDV ofereça para o consumidor o mix mais completo do mercado. Produtos de qualidade que agradam a todos os bolsos e paladares.

AGREGUE MAIS VALOR A SUA VENDA.
TENHA SAL LEBRE NO SEU PDV.

WWW.NORSAL.COM.BR
(11) 3767.3810

SAL LEBRE

GRUPO CARREFOUR

Luís Moreno assume como CEO Varejo

O Grupo Carrefour Brasil anuncia a chegada de Luís Moreno como novo CEO Varejo da empresa. Com 27 anos de mercado, o executivo conta com ampla experiência no segmento de varejo nos mercados nacional e internacional, incluindo passagens pelo Grupo Carrefour na Espanha e na Coréia do Sul. Luís chega para ocupar a posição que estava a cargo de Noël Prioux, CEO do Grupo Carrefour desde a saída de José Luis Gutiérrez Pérez, que assumiu há alguns meses a posição de COO do Grupo Carrefour Itália.

1

trilhão de reais é o montante que será movimentado pelos grupos compostos por mulheres, negros e idosos que, segundo o Instituto Locomotiva, serão os segmentos de consumidores que irão liderar o consumo no Brasil nos próximos 12 meses, batizados de Clube do Trilhão. A constatação faz parte da pesquisa "O Varejo pelo Olhar do Consumidor", que ouviu 1.500 brasileiros com 18 anos ou mais do dia 15 ao dia 28 de junho. A margem de erro é de 2,5 pontos percentuais

CAMPANHA

Rede carioca dá desconto em vegetais "não tão bonitos"

A rede de supermercados carioca Superprix lançou a campanha "As Aparências Enganam", que dá um desconto de 30% para quem levar vegetais "não tão bonitos". E mais: 10% da renda das vendas é revertida para uma instituição – a Agência do Bem – voltada para a educação em comunidades de baixa renda. Os produtos que seriam descartados por conta da aparência são separados por um fornecedor e enviados ao supermercado, onde são dispostos em uma gôndola especial. A campanha é permanente e acontece em todas as 15 unidades da rede. Segundo Cynthia Vale, gerente de Marketing da rede, os clientes ainda se preocupam demais com a aparência, mas, aos poucos, é possível atenuar essa resistência.

CENTRO DE INOVAÇÃO

Condor aposta em conectividade

A rede Condor instalou em Curitiba/PR o Condor Connect, que oferece um espaço moderno e colaborativo onde se trabalhará em conjunto com universidades, laboratórios de pesquisa e desenvolvimento, empresas e empreendedores com interesse comum em inovar. A meta é chegar até dezembro deste ano com 40 startups, que envolverão, aproximadamente, 120 pessoas. "O Condor Connect é mais uma marca da rede Condor e vai trabalhar exclusivamente com inovações. Ser o pioneiro no Brasil, voltado especialmente para oferecer soluções ao grande varejo. Nosso propósito é que esse Centro de Inovação proporcione união em todo o varejo brasileiro e que contribua para o desenvolvimento do País", afirma Pedro Joanir Zonta (foto), fundador e presidente do Condor.

Gomes da Costa

Marca líder de vendas em Atum e Sardinha pelo estudo da ABRAS em parceria com a Nielsen.

A marca que não pode faltar no ponto de venda.

T.BRASIL INA

Ranking	Marca
✓ 1º	GOMES DA COSTA
✓ 2º	Concorrência 1
✓ 3º	88
✓ 4º	Concorrência 2
✓ 5º	Concorrência 3
✓ Top 5	92,9%

SARDINHA

T.BRASIL INA

Ranking	Marca
✓ 1º	GOMES DA COSTA
✓ 2º	Concorrência 1
✓ 3º	88
✓ 4º	Concorrência 2
✓ 5º	Concorrência 3
✓ Top 5	93,9%

ATUM

PARA VENDER MAIS E MELHOR, NÃO DEIXE FALTAR A MARCA LÍDER DE VENDAS NA CATEGORIA DE PESCADOS.
SARDINHA E ATUM É GOMES DA COSTA!

GOMES DA COSTA RECEBEU PRÊMIO ABRAS EM PARCERIA COM A NIELSEN RECONHECENDO A MARCA COMO LÍDER DE VENDA NA CATEGORIA DE PESCADOS.

Conheça todos os produtos Gomes da Costa, acesse:
gomesdacosta.com.br

INVESTIMENTO

Tarek Farahat investe em distribuição

Com quase 30 anos de experiência na Procter& Gamble, onde chegou a ser presidente no Brasil e na América Latina, Tarek Farahat (foto), egípcio naturalizado brasileiro, define-se como um otimista com o País. Atualmente, como ele mesmo diz, sua vida profissional está focada nas atividades de conselheiro e investidor em empresas com grande potencial de crescimento. Sua mais nova empreitada é a Pontual Excelence, distribuidora de produtos. "Visitei a operação e detectei uma grande oportunidade de crescimento no atendimento ao varejo. Vamos trabalhar oferecendo prestação de serviço em quatro pilares: vendas, operação logística, operação broker e merchandising com foco no ponto de venda", explica.

DIVULGAÇÃO

CONSOLIDAÇÃO

Muffato chega a Araucária

O Grupo Muffato inaugurou o Max Atacadista de Araucária/PR. A nova loja, em formato de autosserviço, tem 15 mil itens à disposição dos clientes, com localização privilegiada, logo na entrada da cidade, e é o 13º empreendimento do Grupo na Grande Curitiba. "Araucária já estava há anos em nosso radar de investimentos pelo seu potencial econômico, mas agora conseguimos concretizar esse plano no local ideal. É mais um passo importante que consolida nossa atuação e reforça nossa expertise de 17 anos no segmento de atacarejo", informa Eduardo Muffato, diretor do Grupo.

EXPANSÃO

Villefort contabiliza 21 unidades

O Villefort, Mais Barato Todo Dia, abriu, em 22 de agosto, sua loja mais recente em Santa Luzia/MG. É a 21ª unidade da empresa, que iniciou suas atividades na Ceasa Minas e está se expandindo para várias cidades, como Belo Horizonte, Contagem, Montes Claros, Coronel Fabriciano (Vale do Aço), Ribeirão das Neves, Divinópolis e Juiz de Fora. O Villefort mantém um centro de distribuição na BR 040, perto da Ceasa Minas, e ainda neste ano abrirá mais três lojas: em Montes Claros e Itabira, ambas em Minas Gerais, e no município de Jataí/GO. A empresa atua no mercado mineiro de distribuição de produtos há 31 anos.

40

milhões de reais foi o montante investido pelo Grupo Pereira em mais uma unidade do Fort Atacadista em Biguaçu, em Santa Catarina. Esta é a 25ª unidade em Santa Catarina e a 37ª loja no Brasil. "Já atendíamos milhares de clientes de Biguaçu em nossas outras lojas. Agora estaremos mais perto deles com uma loja ampla, moderna e completa. A grande novidade é o açougue, com carne fresca, diferencial que só os novos Fort têm no segmento de atacarejo", comenta João Pereira, vice-presidente-comercial do Grupo

POLIBRAS
SOFTWARE

E-commerce B2B

para atacadistas distribuidores

- Redução de custo com deslocamento de equipe;
- Recuperação de clientes inativos por falta de visita;
- Aumento de faturamento sem aumentar o número de vendedores.

Receba pedidos 24h por dia e lucre mais com um e-commerce totalmente personalizado para o seu negócio!

PolistoreApp
Clientes B2B

- Catálogo de produtos 24 horas no celular do cliente
- Campanha de vendas
- Marketing direto por notificações
- Criação de lista de compras e lista de desejo
- Busca inteligente por descrição, referência, etc.

Apenas 1,5% do Atacado Distribuidor trabalha com e-commerce B2B. A hora de investir é agora. Saia na frente.

POLIBRAS SOFTWARE | www.polibrasnet.com.br

MICROEMPREENDEDORES

Maquininhas de cartão com taxa única

A Getnet, do Santander Brasil, oferecerá portabilidade de maquininhas de cartão a microempreendedores. A empresa pretende adicionar entre 300 mil e 400 mil novas maquininhas até o fim de 2020. Com a portabilidade, a Getnet tentará atrair microempreendedores que usam maquininhas de concorrentes, como Cielo, Credicard e Pagseguro. Para convencê-los a mudar de adquirente, a empresa oferece uma taxa única de 2% nos cartões de débito e crédito à vista e pagamento em dois dias. Maquininhas que operam no sistema de aluguel estão fora da iniciativa.

APLICATIVO

Ame, dos grupos Lojas Americanas e B2W, se tornará empresa

O aplicativo de pagamentos dos grupos de varejo Lojas Americanas e B2W, o Ame, deverá se tornar uma empresa até o fim do mês, o que irá ajudá-la a buscar licenças para fornecer serviços financeiros, ampliando a concorrência em um mercado com dezenas de novos participantes no País. O Ame deverá obter um CNPJ, firmando-se como empresa própria, disse Fábio Abrate, diretor-financeiro da B2W. "A gente pode transformar esse negócio em um superapp para que a Ame conviva com o cliente desde a hora em que ele acorda até a hora em que vai dormir", afirmou o executivo.

22.183

foi o número de ocorrências de roubos de carga em 2018 no País, segundo a NTC & Logística – Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística. No ano anterior, essa soma chegou a 25.970 casos. No ano passado, também ocorreu uma queda de mais de 3 mil incidentes, cerca de 15% com relação a 2017. E é também um número menor que o registrado em 2016, que apontou 24.550. Mesmo assim, ainda é um número muito alto de episódios, avalia a NTC. Nesse cenário, a Região Sudeste é a mais afetada, arcando com 84,79% das ocorrências

WALMART

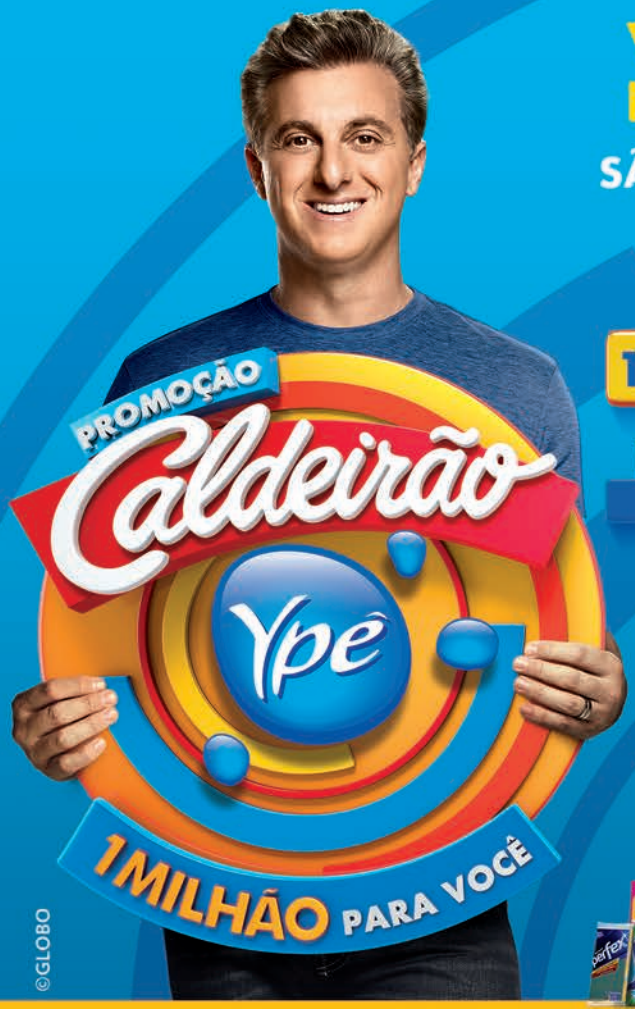
Mudança tecnológica e estrutural

DIVULGAÇÃO

Um ano depois de o Fundo de Investimento Advent adquirir 80% do Walmart Brasil, a empresa anuncia pontos importantes do seu plano estratégico, que inclui a mudança da marca corporativa em seus hipermercados e supermercados, e a intensificação do foco e dos investimentos nos formatos cash & carry e clube de compras. A partir de agora, a empresa passa a se chamar Grupo BIG. Nos próximos 18 meses, ela investirá mais de 1,2 bilhão de reais na modernização e na ampliação de suas lojas. Com o objetivo de aumentar a participação no formato autosserviço, o Grupo BIG deu início ao projeto do Maxxi Atacado, que abrange a mudança de posicionamento da marca, a transformação estrutural e tecnológica de suas 43 unidades em todo o Brasil e a conversão de dez lojas de hipermercado em autosserviço.

VOLTAMOS COM TUDO PARA NOSSO 4º ANO DE SUCESSO!

SÃO MAIS DE R$ 2 MILHÕES EM PRÊMIOS E MILHÕES DE CONSUMIDORES PARTICIPANDO. NÃO FIQUE DE FORA.



1 MILHÃO DE REAIS*

13 CARROS 1 POR SEMANA CHEIOS DE PRODUTOS

100 VEZES O VALOR DO PRODUTO** CADASTRADO NA HORA

MAIS CHANCES
1 PRODUTO = 1 NÚMERO DA SORTE

2x SUAS CHANCES DOBRAM

FICOU AINDA MAIS FÁCIL DE PARTICIPAR!

1. NOVO! **MAIS CHANCES!** COMPRE QUALQUER PRODUTO YPÊ
1 PRODUTO = 1 NÚMERO DA SORTE

2. CADASTRE OS DADOS DA COMPRA NO SITE OU NO APLICATIVO YPÊ

3. GUARDE O CUPOM FISCAL

COMPROVADO! QUEM POSITIVA ESTA PROMOÇÃO CONSEGUE RESULTADOS IMBATÍVEIS.

NO ANO PASSADO, DAS 50 LOJAS COM MAIS PARTICIPAÇÃO:

100% TIVERAM EXPOSIÇÃO DE MPDV***

92% TIVERAM EXPOSIÇÃO DO CARRO***

CAMPANHA DE ALTO IMPACTO NA MÍDIA, NO DIGITAL E NO PDV!

E MUITO MAIS!

GLOBO globo.com Google facebook YouTube

Período de participação: 26/8/2019 a 24/11/2019. Compras válidas a partir de 16/8/2019. *Prêmio entregue em certificado de ouro. **Sobre o valor referencial constante no regulamento. Título de Capitalização, Modalidade Incentivo, emitido pela MAPFRE CAPITALIZAÇÃO S.A., CNPJ 09.382.998/0001-00, Processo SUSEP nº 15414.901047/2019-16. Cessão de participação nos sorteios. Premiação instantânea. Valor da premiação líquida de Imposto de Renda. Consulte regulamentos completos, condições de participação e Certificado de Autorização SECAP no site www.promocaoype.com.br. ***Fonte: Route 96 – plataforma BI da Casa 96. Imagens ilustrativas.

Sinal verde

Governo avança na desburocratização, na desoneração do setor produtivo e prevê a flexibilização da economia

DREAMSTIME

por Rúbia Evangelinellis

Em oito meses de gestão, parece que o governo federal está cumprindo a promessa de reduzir o custo Brasil, desburocratizar e dar às empresas a oportunidade de desatar algumas amarras do processo produtivo e ganhar competitividade. Embora ainda seja necessário continuar na busca por melhorias no ambiente de negócios das companhias, os empresários já conseguem sentir a presença de novos ventos trazidos por duas alterações concretizadas.

Uma delas é a primeira etapa da flexibilização das Normas Regulamentadoras (NRs) de segurança e saúde do trabalho, com a implantação da qual o governo pretende gerar uma economia de 68 bilhões de reais em uma década, considerando apenas três alterações já implantadas. A segunda é a nova lei de liberdade econômica, que irá gerar, em dez anos, 3,7 milhões de empregos e um crescimento adicional de 7% do Produto Interno Bruto (PIB).

MODERNIZAÇÃO DAS NRS Entre os avanços obtidos com vistas a desonerar o setor produtivo e lhe dar dinamismo está o plano de atualização e revisão das Normas Regulamentadoras. Foram alteradas a NR 1 (que trata do aproveitamento de programas de capacitação quando ocorre uma mudança de trabalho na mesma função) e a NR 12 (de normas de segurança para a implantação de maquinários e equipamentos), e revogada a 2 (que exigia inspeção prévia de fiscal do trabalho antes da abertura de um estabelecimento).

As mudanças nas NRs já "customizadas" deverão gerar uma economia de 68 bilhões de reais em dez anos, explica Rogério Marinho, secretário especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia, referindo-se às três alterações citadas. "Estamos realizando um amplo processo de modernização e de simplificação nas normas que regulam o universo trabalhista brasileiro. A primeira etapa dessa tarefa foi entregue no fim de julho."

O secretário destaca que toda e qualquer medida adotada sempre leva em conta a preocupação de preservar a segurança e a saúde do trabalhador. "Porém, precisamos retirar os entulhos burocráticos que atrapalham quem empreende neste País. Essa situação não podia continuar. A Secretaria Especial de Previdência e Trabalho está capitaneando as discussões sobre todas essas mudanças."

Detalhando qual será a economia que se pretende obter com essas medidas, a alteração da NR1 está estimada em 25 bilhões de reais em uma década. Desse montante, 15 bilhões de reais provêm das mudanças para micro e pequenas empresas. Por sua vez, a economia estimada com a NR 12 é de mais de 43 bilhões de reais, com um aumento da produção industrial situado entre 0,5% e 1%.

Rogério Marinho garante que os ganhos são imediatos, uma vez que havia muitas normas obsoletas em vigor, gerando custos desnecessários, prejudicando a geração de emprego e não necessariamente protegendo o trabalhador. As mudanças das NRs 1 e 12 e a revogação da NR 2 estão em vigor desde o fim de julho, quando essas decisões foram anunciadas e publicadas no *Diário Oficial da União*.

> ***Precisamos retirar os entulhos burocráticos que atrapalham quem empreende neste País***
>
> ***ROGÉRIO MARINHO, secretário especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia***

Para exemplificar, o secretário cita o caso de uma pequena oficina de costura. "Pela antiga NR 12, o empreendedor teria de investir cerca de 1,5 mil reais por máquina para a adequação às regras, mesmo se fosse um modelo mundialmente utilizado, e reconhecido pelo regramento de segurança e saúde de outros países. Considerando uma microempresa têxtil com 30 máquinas de costura, o cumprimento da NR 12 antiga exigiria um gasto adicional de 45 mil reais."

Segundo informou, já foi realizada a consolidação de 158 decretos em quatro textos. E, na etapa seguinte, se fará o mesmo com 600 portarias: "Depois, vamos consolidar instruções normativas, notas técnicas e manuais. Cerca de 20% dos textos normativos não foram alterados desde a época de sua criação, nas

DIVULGAÇÃO

décadas de 1970 e 1980. São tantas as regras e tamanha a desatualização que se criou um sistema que fomenta a judicialização. Estamos acabando com isso."

Rogério Marinho ressalta que se trata de um conjunto de tarefas que irá melhorar o ambiente de negócios por meio da simplificação, da desburocratização e da consolidação de toda a legislação infralegal trabalhista, ampliando a transparência e a segurança jurídica, e corrigindo excessos da atuação estatal: "Isso resgata a confiança e reforça as decisões de investimento. Trabalhamos com a meta de simplificar toda a legislação infralegal trabalhista até novembro deste ano."

No que diz respeito ao impacto das medidas na geração de empregos, ele acredita que a melhora no ambiente de negócios terá como consequência a abertura de vagas e irá impulsionar a geração de empregos. Por exemplo: com a nova redação da NR 1, será permitido

Controle seu estoque com a maior empresa de Inventários do mundo

Economize até 20% nos seus Inventários!

FALE COM UM ESPECIALISTA:
(11) 3996-5384
salesbrazil@rgis.com
rgis.com.br

Outros serviços oferecidos pela RGIS:

- Auditoria de Ruptura
- Inventários Rotativos
- Inventários de Perecíveis
- Operação Logística
- Pesquisa de Preço

RGIS

o aproveitamento total ou parcial de treinamentos quando um trabalhador muda de emprego dentro da mesma atividade. A medida, de acordo com os cálculos, deverá propiciar uma economia de 2 bilhões de reais em dois anos. Isso certamente estimulará o aproveitamento de mão de obra já capacitada.

Ao ser indagado se o governo deverá adotar medidas para viabilizar, acelerar e fazer valer as alterações, o secretário explicou que "todas" as discussões de revisões das Normas Regulamentadoras ocorrem, sem exceção, dentro da CTPP – Comissão Tripartite Paritária Permanente. "Com essa dinâmica, que conta com a participação abrangente dos diversos segmentos, ficará garantido que as mudanças vão, sim, ser colocadas em prática e ser respeitadas por todos. As alterações estão sendo construídas em consenso, com ampla discussão entre governo e representantes das empresas e dos empregadores."

Além da revisão das normas, Rogério Marinho acrescenta que já foi firmado, com as federações das indústrias do Rio de Janeiro, São Paulo e Santa Catarina, um acordo de cooperação técnica para desenvolver uma estratégia nacional destinada à redução de acidentes: "E vamos avançar mais, com certeza. As transformações que ocorrem no Brasil atualmente estão afinadas com o sentimento da população brasileira. Estamos todos em sintonia; não podemos perder a oportunidade de mudar o País. O bom senso agora é o protagonista, deixando para trás tempos de irracionalidade."

Os próximos passos desenhados para o processo de modernização e de simplificação têm na mira a NR 4, que trata de serviços especializados em engenharia de segurança e que, desde julho, está em processo de consulta pública, a NR 5, que aborda a Cipa – Comissão Interna de Prevenção de Acidentes, e a NR 18, sobre as condições e o ambiente do trabalho na indústria da construção. Para setembro, está prevista a entrega da nova NR 3, de embargos e interdição, da NR 24, sobre condições sanitárias, e da NR 28, que trata de fiscalização. Todas as normas serão revisadas e modernizadas.

PONTOS DE DESTAQUE DA MP DA LIBERDADE ECONÔMICA

- ✔ *Equipara o documento digital ao físico;*
- ✔ *Emite carteira de trabalho digital;*
- ✔ *Substitui o e-Social por um sistema que promete ser mais simplificado e exigir menos dados;*
- ✔ *Altera prazos e informações obrigatórios da carteira de trabalho;*
- ✔ *Desobriga registro de jornada de trabalho em empresas com até 20 funcionários e regula o ponto de exceção;*
- ✔ *Facilita a entrada de empresas pequenas e médias no mercado de capitais, com possibilidade de emissão de debêntures;*
- ✔ *Modifica responsabilidade de cotistas de fundo de investimento quando houver prejuízo;*
- ✔ *Libera abertura de agências bancárias aos sábados;*
- ✔ *Dispensa alvará para pequenos negócios considerados de "baixo risco";*
- ✔ *Cria instrumentos de incentivos a startups.*

MP DA LIBERDADE ECONÔMICA Outro pilar do processo de desburocratização e desoneração das empresas é a Medida Provisória da Liberdade Econômica. A chamada MP 881/19 foi aprovada em 21 de agosto no Senado, após a exclusão dos artigos que implicavam nas mudanças de regra sobre o trabalho aos domingos, transformando em lei a autorização para todas as categorias profissionais. É preciso destacar que a Portaria 604, da Secretaria Especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia, concede autorização para o trabalho aos domingos e feriados em 78 atividades da indústria, do comércio e de serviços. Depois da sanção presidencial, e com força de lei, tem-se a expectativa de que ela irá além, e reduzirá a burocracia, facilitando a abertura de empresas, principalmente de micro e pequeno porte.

Com a capacidade de eliminar amarras do ambiente de negócios, reduzindo o excesso de papelada (veja box), para o relator da MP, o deputado Jerônimo Goergen, do PP do Rio Grande do Sul, a aprovação da medida é um passo importante para se reduzir o impacto da burocracia proveniente do setor público na vida das empresas que querem trabalhar e podem gerar emprego. "É um avanço importantíssimo na diminuição do tamanho do Estado, e na redução da burocracia e da judicialização. Além disso, deposita atenção na confiança e na boa fé do empresário, que deixa de se preocupar com o que não tem risco."

interpack
PROCESSING & PACKAGING
7 TO 13 MAY 2020
DÜSSELDORF
INTERPACK.COM

EVERY INNOVATION HAS ITS STARTING POINT

Emme Brasil
Alameda dos Maracatins _ 1217 cj 701
São Paulo – SP _ 04089-014 _ Brasil
Tel: +55 11 2365-4313 _ +55 11 2365-4336
contato@emmebrasil.com.br _ www.emmebrasil.com.br

Messe Düsseldorf

Em sua opinião, a nova lei representa, sobretudo, uma mudança de quebra de paradigma e, sancionada, "já está valendo" para a abertura de empresas e outras finalidades que não dependem de medidas regulatórias. "Outras questões, como abusos e impactos regulatórios, dependem de decretos e portarias para sua implementação." Embora acredite que ainda é preciso avançar em diversos pontos para eliminar amarras do setor produtivo, o parlamentar entende que a nova lei deve ser vista como um passo "importantíssimo" para se reduzir a burocracia e criar um ambiente que permita avançar nas outras esferas (estaduais e municipais).

SIMPLIFICA A Sepec – Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade, do Ministério da Economia, desenvolveu ações nos primeiros 100 dias de governo para reduzir a burocracia e melhorar o ambiente de negócios do País. Por meio do plano Simplifica, que tem como objetivo articular a remoção de obstáculos à produtividade e à competitividade das empresas, o governo está de olho na redução do custo Brasil e dos entraves burocráticos, e quer facilitar o dia a dia das empresas para que elas possam produzir e gerar empregos.

O governo tem por meta que o País avance de sua atual 109ª colocação para o 50º lugar no ranking do Banco Mundial que mede a facilidade de se fazer negócios até 2022. O caminho para isso, desenhado pela equipe econômica, está na adoção de medi-

ABAD APROVA MP E MANTÉM POSIÇÃO NA DEFESA DO SETOR

Atenta ao momento considerado mais propício para implementar mudanças que reduzam o burocracia e possam desonerar o setor produtivo, sem comprometimento dos serviços e dos produtos oferecidos, a ABAD atua firmemente para levar adiante os pleitos do setor e retirar as amarras que a coíbem. "Estamos em um momento ímpar de mudanças no País. É um tempo de reflexão, mas que também abre uma janela para agir. Temos de trabalhar para buscar a simplificação, a desburocratização e, com a meta de encontrar um estado mínimo, menor, e mais eficiente", diz o presidente Emerson Destro, referindo-se ao excesso de exigências impostas pela legislação, muitas das quais tidas como inócuas, e que dificultam o empreendedorismo.

A Associação mantém comitês permanentes que analisam as questões e estudam a legislação e as ações propositivas, como faz o grupo Agenda Política, e geram propostas que podem ser encaminhadas a parlamentares e representantes do governo. Somente no primeiro semestre deste ano, foram apresentados 15 pleitos. Na lista, entre os assuntos prioritários, estão o projeto de lei 1489/2019, que regulamenta as relações dos fornecedores com os distribuidores, o 1774/2019, que se refere à permissão para comercializar medicamentos isentos de prescrição em estabelecimentos que não são farmácias e drogarias, a proposta de atualização da legislação (PLS 5/2015), que regulamenta a atividade do representante comercial (revendo questões de prazos, indenização, etc.), e o marco regulatório de transportes e cargas perigosas (PLC 75/2018/PL 1428/1999).

Embora o objetivo seja o de continuar no firme propósito de reivindicar mudanças que proporcionem

DIVULGAÇÃO

> ***É um avanço importantíssimo na diminuição do tamanho do Estado e na redução da burocracia e da judicialização***
>
> ***JERÔNIMO GOERGEN, deputado e relator da MP***

das que resultarão em menos burocracias governamentais, mais espaço para o empreendedorismo e, portanto, mais produção e mais empregos. Segundo a assessoria da pasta é fundamental avançar nas reformas, como a da Previdência, a Tributária e as microeconômicas, além das privatizações e simplificações trabalhistas e as ações de apoio às micro e pequenas empresas.

Para a Sepec, o Simplifica, pacote de cerca de 40 medidas, já começou a tomar corpo por meio do Mobiliza Brasil, ação que consiste em ouvir governadores, prefeitos, empresários e potenciais empreendedores para detectar entraves ao desenvolvimento da economia local e buscar soluções para intensificar a competitividade. D

a desoneração e a simplificação dos processos operacionais, Alessandro Dessimoni, assessor jurídico da ABAD, observa que já foram obtidos avanços nessa direção. E cita, como exemplo, a aprovação da medida provisória da Liberdade Econômica: "A MP está na linha defendida pelo setor que visa facilitar o ambiente de negócios no Brasil e o da desburocratização, que também está na agenda do governo."

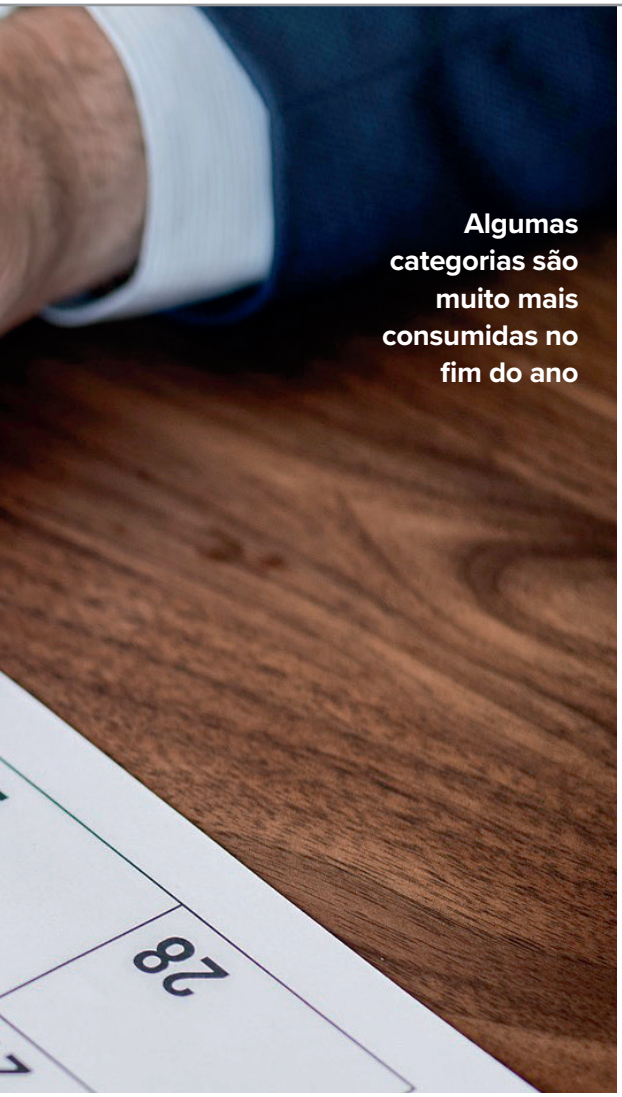
Segundo informou, o impacto positivo da nova lei, que será sancionada pelo governo, será experimentado não apenas pelo setor atacadista, mas também pela cadeia de negócios, incluindo os varejistas. Entre os avanços nessa direção estão os seguintes: a dispensa de alvará para atividades (pequenos negócios) consideradas de baixo risco (a serem regulamentadas); a emissão da carteira de trabalho digital; a obrigação do registro de entrada e saída de funcionários apenas para empresas com mais de 20 funcionários, o que desonera o pequeno varejo; a simplificação do e-Social; e a permissão de arquivo digital de documentos contábeis, financeiros e fiscais.

Três reivindicações da ABAD foram extraídas do texto final da MP depois da aprovação. São elas a autorização de trabalho aos domingos e feriados para todas as atividades, a revogação da lei que descreve a atividade do motociclista para retirar o adicional de periculosidade dos profissionais que usam motos para se locomover no trabalho e a isenção das multas em casos de descumprimento da tabela de frete. "Foram retirados os chamados jabutis, ou seja, temas que não tinham relação com o projeto original da MP."

Dessimoni explica, porém, que em conversa com representantes do governo já obteve uma sinalização positiva, a qual indica que essas mesmas propostas podem voltar a ser discutidas como projeto de lei.

De olho no calendário

Planejamento é a chave para se trabalhar categorias de produtos cuja demanda cresce no período que antecede as festas de fim de ano, as férias e a chegada do verão



Algumas categorias são muito mais consumidas no fim do ano

PIXABAY

por Adriana Bruno

Ainda estamos em setembro, mas quem, no setor, não correr para se planejar, pode perder boas oportunidades de negócios e vendas em categorias que são muito consumidas no período que antecede – e acompanha – as festas de fim de ano, o verão e as férias. Categorias que não faltam à mesa do consumidor, como panetones, snacks, bebidas, carnes e azeites, entre outras, e que também não podem faltar nos centros de distribuição e nas gôndolas dos atacadistas.

E como acontece todos os anos, a indústria está a todo vapor preparando novidades. A Andorinha, por exemplo, antecipou à reportagem da DISTRIBUIÇÃO que fará dois lançamentos até o fim deste ano. O primeiro deles é "Criações do Brasil", uma linha de azeites extravirgem especiais, feita em Portugal e assinada pelos chefs brasileiros Bela Gil, Bel Coelho e Thiago Castanho. A segunda novidade será o azeite "Primeira Colheita", produzido com azeitonas jovens e sabor fresco.

Paula Guedes, gerente nacional de Trade Marketing da Andorinha, afirma que o período que antecede o Natal, as festas de fim de ano e a chegada do verão faz parte da segunda maior sazonalidade da categoria de azeites depois da Páscoa. "Esse é um grande momento, no qual o varejo procura estar abastecido para suprir a demanda no período", diz. Segundo ela, como os azeites, em sua grande maioria, são produtos importados, a antecipação das compras é fundamental. "Uma programação antecipada com a indústria garante um melhor planejamento de compra e de negociações entre atacado e varejo, e o consequente abastecimento nas lojas, garantindo que nesse período tão importante para a categoria, todos recebam os produtos a tempo", recomenda.

O uso de ferramentas de trade junto ao varejo ajuda a divulgar e fortalecer as categorias no período. Segundo Paula Guedes, mecânicas promocionais funcionam bem na categoria de azeites, permitindo que um público maior tenha acesso ao produto ou a maior quantidade dele. "Espaços diferenciados, como pontos extras, ilhas e cross merchandi-

DIVULGAÇÃO

sing ajudam a aproveitar outras áreas de contato com o consumidor e, consequentemente, possibilita o aumento do tíquete médio da loja", orienta.

Outra categoria que tem tudo a ver com festas e fim de ano são as aves. Para a Seara Alimentos, o planejamento prévio garante o sortimento adequado para cada parceiro comercial. De acordo com a empresa, o período que precede o Natal é aquele em que se trabalha a linha especial "comemorativos", com um portfólio completo de marcas e diversas opções voltadas para públicos diferentes e várias faixas de preços. "Além da negociação da visibilidade nas mídias e do espaço nas gôndolas, que também acontece de maneira antecipada, outro ponto importante nesse momento de grande fluxo de shoppers é a capacitação da força de vendas e dos promotores, que são treinados de acordo com modelos de ações promocionais para estimular as vendas", declara a empresa.

É impossível falar sobre o Natal e não falar sobre panetone. Não ter a variedade de marcas, sabores, tamanhos e embalagens que o cliente espera e de que necessita é ainda pior. Segundo Damian Pirichinsky, gerente de Marketing da Kellogg's no Mercosul, detentora da marca Parati, um levantamento realizado em 2018 pela Abimapi – Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias e Pães e Bolos Industrializados indica que o panetone já está em 53% dos lares no País. "Sem dúvida, esse é um dos alimentos mais tradicionais que impulsionam o mercado nessa época de fim do ano", comenta.

> ***Esse é um grande momento, no qual o varejo procura estar abastecido para suprir a demanda no período***
>
> ***PAULA GUEDES, gerente nacional de Trade Marketing da Andorinha***

Ainda de acordo com a pesquisa da Abimapi, a venda de panetones cresceu 13% em 2017, totalizando 39 toneladas vendidas e um faturamento de 600 milhões de reais para a categoria. "Com base nessa consolidação do mercado durante o período natalino, a Parati aumentou em dois dígitos seu volume de produção em relação a 2018 para atender à crescente demanda dos seus clientes", revela Pirichinsky. Para ele, no período que antecede o Natal, é importante que o atacado mantenha os pontos extras bem abastecidos para despertar o interesse dos shoppers nessa categoria sazonal. "Além disso, deve-se ficar atento ao posicionamento de preço em relação aos outros canais, uma vez que o atacado é uma referência de vantagem econômica", diz.

A Parati já iniciou a venda de seus panetones, com destaque para as embalagens presenteáveis, além de três sabores: Frutas Cristalizadas, Gotas de Chocolate e Brigadeiro.

GARANTA AZEITE ANDORINHA NAS SUAS VENDAS DE FINAL DE ANO.

ANDORINHA
PORTUGAL

PORQUE AZEITE NÃO É TUDO IGUAL.

Quanto à categoria de pescados enlatados, Alexandre Roverri, diretor de Operações Comerciais da Beira Alta, afirma que o aumento da demanda ocorre especialmente no mês de janeiro, apesar de se ter um consumo geralmente bem equilibrado durante todo o ano. "Em janeiro de 2020 teremos um lançamento de sardinha em lata", revela o executivo.

A Gomes da Costa, que está comemorando 65 anos de trabalho, e reconhecida marca de sardinhas e atum em lata, além de patês e saladas, entre outros produtos, lançou neste ano frango em conserva em quatro sabores. Segundo Andrés Eizayaga, diretor-comercial e de Marketing da indústria, o lançamento tem como objetivo facilitar a vida da consumidora. "Não temos a pretensão de substituir o frango já consumido, mas sim, a de oferecer um produto saudável e prático, que se encaixa muito bem em períodos de férias e de verão", observa.

BEBIDAS, PETISCOS & CIA. A categoria de bebidas, de maneira geral, ganha intenso desempenho com a sazonalidade. Se, por um lado, as festas estimulam a compra de vinhos e destilados, as férias e o verão também favorecem, por exemplo, a venda de sucos e chás. Segundo Rodrigo Maia, diretor-comercial e de Marketing da Cia. Müller de Bebidas, a cachaça 51 tem aumento de consumo por causa da degustação de drinques, seja em festas de confraternização seja durante as férias em churrascos, áreas de piscina ou nas praias. "O segmento RTD, onde temos a 51 ICE, explode no verão com grande demanda do consumidor jovem", comenta. Para ele, o atacado deve preparar suas equipes para oferecer os produtos e mostrar os benefícios aos negócios dos clientes. "Além disso, ao planejar as vendas no período com antecedência, o atacado garante o abastecimento e as boas condições, e sai na frente, levando ao mercado as novidades. Ganhará mais quem estiver com o nível de estoque adequado e com o mix mais variado para oferecer", reforça.

Com crescimento de cerca de 15% a 20% maior do que a média anual, a Casa Flora afirma que os três últimos meses do ano são os mais importantes para seu negócio, e que contar com um bom plano de compras é fundamental. "Normalmente, no período de Natal, costuma haver um estrangulamento de vendas cada vez mais em cima da hora, o que gera rupturas e dificuldade de atendimento ao cliente. Quanto mais bem programado e estocado nosso cliente estiver, menor será o risco de isso ocorrer", afirma Adilson Carvalhal Júnior, diretor da Casa Flora Importadora.

Outra categoria que ganha destaque, especialmente nas férias e no verão, é a de snacks, em particular quando se têm

> ***"Nas férias de verão, os destaques ficam por conta da categoria de vinhos brancos e rosés, além de gin para coquetéis***
>
> ***ADILSON CARVALHAL JÚNIOR, diretor da Casa Flora Importadora***

> *Outra particularidade dessa época são as cestas comemorativas de fim de ano com que as empresas presenteiam seus colaboradores*
>
> **PEDRO RODRIGUES, diretor da Milho de Ouro**

em mente o público infanto-juvenil. De acordo com Pedro Rodrigues, diretor da Milho de Ouro, 70% dos consumidores desses itens têm até 18 anos. "Nesse período, aumenta o consumo em casa e também na praia. Outra particularidade dessa época são as cestas comemorativas de fim de ano com que as empresas presenteiam seus colaboradores", diz Rodrigues. Incrementando o leque de opções de cortes para o Natal e as festas, a BRF lançará três produtos com a marca Sadia: Copa Lombo, Filé Mignon e Alcatra suína. "Temos a expectativa de que haverá uma aceleração nas vendas e temos a visão de que o Natal 2019 será muito positivo", comenta Luzia Golbeck, gerente-executiva de Marketing de comemorativos da BRF.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Lucro com sotaque mineiro

A Tambasa Atacadistas completa 70 anos mantendo sua estrutura de comando familiar orientada por uma visão moderna em sua direção

Sede da empresa em Contagem/MG

por Rúbia Evangelinellis

Para comemorar 70 anos de atividades no Brasil e continuar a exibir uma trajetória de crescimento, uma empresa precisa ter fôlego para se manter firme, energia para enfrentar desafios e discernimento para driblar as crises que pontuam o mapa econômico do País. O cenário já não era fácil quando a empresa familiar atacadista nasceu pelas mãos de Miguel Bartolomeu, um brasileiro humilde, sapateiro, que tinha como principal riqueza a vontade de vencer na vida, e que soube enxergar as oportunidades que lhe abririam o caminho para ganhar espaço no mercado nacional.

A protagonista dessa história é a Tambasa Atacadistas, que se apresenta como uma empresa de alma familiar, moderna, que faz questão de investir em sua equipe de funcionários e colaboradores. Pilotada pela terceira geração da família do fundador e já preparando a quarta para comandar o negócio, apresenta números que estampam seu vigor. Como um polvo que mantém seus tentáculos simultaneamente voltados para as direções por onde desdobra de maneira mais efetiva a dinâmica das atividades comerciais, ela registra evolução em seus negócios ano a ano.

Em 2010, a empresa, que atua como atacadista distribuidora, faturava 1,2 bilhão de reais. Esse rendimento duplicou em 2016, alcançando 2,4 bilhões de reais. Saltou para 2,731 bilhões de reais em 2017 e para 3,087 bilhões de reais em 2018, segundo o Ranking ABAD Nielsen 2019. “Neste ano, temos a expectativa de atingir 3,366 bilhões de reais, múltiplos da idade de Cristo, como costumo dizer. Nossos números de crescimento são altos, em percentuais de dois dígitos”, comemora Alberto Portugal Milward de Azevedo, diretor da empresa, neto do fundador.

COMO ANGU SEM CAROÇO O empresário é uma das quatro vozes de comando do grupo da terceira geração (todos eles primos) e responde pelas áreas de Vendas e Tecnologia da Informação. Divide o bastião com Antônio Miguel Bartolomeu (Financeiro e Logística Externa), Gerson Bartolomeu (Compras e Logística Interna) e Ivan Trivellato (Compras). “Na verdade, cuidamos de

tudo, reunimo-nos todas as segundas-feiras e acertamos o que vamos fazer na semana", explica Portugal, considerando que a empresa pode contar com um segundo escalão de peso, afinado com a diretoria e com integrantes formados na Tambasa.

E, como ele mesmo diz, para chegar lá, é preciso fazer acontecer. "Vamos aumentando o mix e o número de clientes e de cidades atendidas. É como fazer angu, você vai acrescentando um pouco de cada ingrediente", explica, com jeitinho mineiro, não sem antes soltar um "uai, é como fazer..."

De fato, esses mineiros sabem direitinho fazer a polenta aumentar, entrelaçando carteiras de clientes que aparentemente não têm nada em comum. Sua estratégia consiste em crescer de maneira pulverizada, alcançando segmentos antes não atendidos e estimulando os representantes comerciais para que ampliem a carteira de atendimento em cada região. "Por exemplo, entramos no mercado para motos e carros (comércio de acessórios e produtos de manutenção) com um mix poderoso. E se, nessa mesma região, abrirmos o atendimento para farmácias, vamos motivar o vendedor a aumentar o portfólio com que ele trabalha."

Diretoria da Tambasa, composta por Ivan Trivellato, Gerson Bartolomeu, Antônio Miguel Bartolomeu e Alberto Portugal Milward de Azevedo

Atualmente, a empresa tem 3.800 representantes comerciais e 2.700 funcionários em outras áreas, além de cerca de 600 motoristas autônomos que fazem entregas. Adota a filosofia da meritocracia para contemplar os funcionários, independentemente de sua função ou cargo.

A empresa ocupa um terreno de 330 mil m², com 100 mil m² de área construída, em Contagem/MG. Sua carteira inclui 199 mil clientes ativos (lojistas, varejistas) em cidades espalhadas pelo Brasil. São comerciantes e pequenos distribuidores regionais que compram em um prazo de 90 dias. Com um portfólio muito variado de 30 mil itens, suas vendas se distribuem basicamente em três segmentos. Sessenta por cento vêm de itens de construção civil, 30% de produtos variados para o lar (copinhos, itens de bazar e de limpeza, geladeiras, televisores, calçados, ferramentas, talheres e panelas) e 10% de artigos diversos para o campo (balde para ordenha, aparador de grama, ferramentas, arame farpado, etc.). A Tambasa vende até para papelarias, às quais fornece uma linha com borracha, caneta, apontador e outros produtos.

LOGÍSTICA EFICIENTE A empresa tem 19 centros de distribuição avançados, e atua pelo método logístico de cross docking, que acelera e facilita a distribuição, além de evitar que a mercado-

ATUM NÃO É TUDO IGUAL.

130 anos
LEAL SANTOS
Empresa do Grupo ACTEMSA

SEJA NOSSO DISTRIBUIDOR.

OPORTUNIDADES PARA TODO O TERRITÓRIO NACIONAL.

DESDE 1957
BEIRA-ALTA
RECONHECIDA POR SUA QUALIDADE

Contato comercial:
11 5524-4406 | 11 95493-2056
tathiane.machado@beiraaltabrasil.com
beiraaltabrasil.com

ria fique parada no estoque. Em outras palavras, tão logo o pedido entra no sistema ele é encaminhado ao fornecedor, o que promove a sinergia e a entrega na medida certa. "Temos uma grande central, em Contagem, de onde partem carretas grandes para abastecer 19 centros avançados. Quando chegam a um determinado lugar, por exemplo, Salvador, na Bahia, se faz o transbordo das mercadorias para caminhões pequenos, encarregados de efetuar as entregas", diz o empresário.

Nos planos de investimentos da empresa está a ampliação do galpão principal, em fase de projeto. A Tambasa adota um sistema de esteiras robotizado, onde é feita a separação das mercadorias e que responde por 50% do processo realizado em Contagem. "Certa vez, um professor de Harvard disse que somos a Amazon tupiniquim", comenta, orgulhoso, o diretor.

Alberto Portugal destaca como ponto alto o investimento em pessoas, que se estende desde o treinamento de representantes comerciais até os seus encontros com fornece-

O SAPATEIRO QUE MONTOU UM IMPÉRIO

Em 1915, quando o jovem sapateiro Miguel Bartolomeu, então com 20 anos, deixou sua terra natal, Santana do Guaraciaba/MG, carregando na bagagem um pedaço de couro, além do sonho de melhorar de vida, talvez não tivesse ideia do tamanho da empresa que iria criar.

Não carregava fortuna no bolso, mas trazia dentro de si uma joia ainda mais preciosa, o espírito empreendedor e o tino comercial que o conduziram para o mundo dos negócios, que fizeram da Tambasa uma das maiores atacadistas do país, que, neste ano tem por meta faturar 3,366 bilhões de reais.

Miguel Bartolomeu começou pequeno, com os recursos com os quais contava. Adaptou a máquina de limpar café em um caminhão, tarefa que fazia ainda na roça, e, depois, vendia em outros Estados. Também fazia botinas. Mas, em 1936, decidiu comercializar rapadura, toucinho e sorvete. Depois,

O fundador Miguel Bartolomeu e a esposa Rodophina

Em 1949, nasce a empresa Casa Miguel Bartolomeu, em Ponte Nova/MG

dores para aprenderem como melhor apresentar e vender os produtos. A empresa também conta com um programa de incentivo aos estudos de graduação, entre outros, direcionados para o crescimento profissional dos funcionários. "Acreditamos que o mais importante é descobrir os diamantes que temos em casa e transformá-los em joias. Também mantemos a política de portas abertas para receber a todos. Temos um funcionário com 45 anos de Tambasa, que começou como office boy e hoje é controller, e um representante com 39 anos de empresa."

Em comemoração pelas sete décadas de existência, a empresa está distribuindo mais de 70 prêmios aos clientes e vendedores, entre os quais 25 automóveis e 45 motos. Já aconteceu o primeiro sorteio, de um carro e quatro motos, em julho. Outro está agendado para outubro (um carro e mais quatro motos). Em janeiro, haverá um sorteio de 23 automóveis e 37 motos. Os vendedores que atenderam os contemplados também ganharão prêmios. D

A primeira filial da Tambasa, em 1969

ampliou a cesta de miudezas, passando a vender tecidos, botões e aviamentos.

Em 1949, nasceu a empresa Casas Miguel Bartolomeu, na cidade mineira de Ponte Nova, inicialmente voltada para o varejo, mas posteriormente focada no atacado e atenta ao movimento crescente de produtos que vinham de outros Estados. Era um novo tempo, marcado pelo fim do Estado Novo e da era Vargas, pela expansão da construção civil em Minas Gerais e pela alta da industrialização.

Na trilha dos tempos de glória do Estado mineiro, que atraíam empresas e consumidores, a Casas Miguel ganhou a primeira filial em 1969, em Belo Horizonte/MG. Deu certo e mais tarde mudou de nome, passando a se chamar Tambasa – Tecidos e Armarinhos Miguel Bartolomeu S.A.

Em 1988, com a filial consolidada em Belo Horizonte, chegara o momento de investir na nova sede em Contagem/MG, inaugurada três anos depois e com 33 mil m² de área construída. Voltada para o futuro, em 2011, a equipe de vendas da Tambasa já estava equipada com notebooks, e já recebia pedidos on-line. Com a evolução dos negócios, a empresa ampliou a área que ocupava. Hoje, totaliza 330.000 m², área para depósito e armazenagem. E que venha muito mais.

Bernard Appy se apresenta no primeiro dia

Reforma tributária em debate

Economista Bernard Appy fez palestra em defesa do imposto único sobre bens e serviços. Pleitos prioritários do setor também ganharam destaque

por Ana Paula Alencar

A reforma tributária, que agora deverá avançar no Congresso, poderá transformar o sistema de tributação brasileiro em referência mundial. Essa é a avaliação de Bernard Appy, economista e diretor do CCiF – Centro de Cidadania Fiscal, que proferiu uma palestra na noite de 24 de agosto, na abertura do Seminário ABAD & Filiadas 2019, realizado no Hotel Maksoud Plaza, em São Paulo.

Mentor da Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 45/2019, apresentada pelo deputado Baleia Rossi, do MDB de São Paulo, na Câmara dos Deputados, o economista aproveitou o tempo de que dispunha para defender suas ideias e a convicção de que a reforma eliminará distorções e ineficiências do sistema tributário. Segundo ele, a PEC se propõe a corrigir essas distorções por meio da substituição de cinco tributos – PIS, Cofins e IPI (federais), ICMS (estadual) e ISS (municipal) – pelo chamado Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), um imposto do tipo único IVA de competência de municípios, Estados e União, e de incidência não cumulativa sobre base ampla de bens, serviços e intangíveis, além de um outro imposto, sobre bens e serviços específicos, esse de competência apenas federal. Prevendo um período de transição de 20 anos, o modelo apresentado na PEC 45 procura contornar as dificuldades da migração para o modelo IVA e mitigar resistências à implementação do novo imposto.

FOTOS: LUCIANA CÁSSIA

Emerson Destro destaca os objetivos do encontro

Coquetel de abertura

Para o economista, "os problemas do atual modelo são muitos, entre eles a cumulatividade, a multiplicidade de benefícios fiscais, regimes especiais e alíquotas efetivas, além da tributação na origem, que favorece a guerra fiscal e tem uma tendência antiexportação, criando distorções e impactos negativos em cadeia, como alta litigiosidade e elevação do custo de exportações e investimentos". Em relação ao novo modelo, Appy destaca, entre seus benefícios importantes, a melhoria do ambiente de negócios, o aumento da produtividade e do PIB potencial, o aumento do investimento, o ambiente federativo mais cooperativo, e a transparência para os contribuintes. A proposta de Appy tem o apoio do presidente da Câmara, Rodrigo Maia, do Democratas do Rio de Janeiro, e é uma das cinco PECs que estão em discussão na Casa, todas elas baseadas na substituição de diversos impostos atuais por um modelo de imposto único.

A palestra de abertura respondeu a um dos temas de maior importância no momento para o setor atacadista distribuidor e para o País como um todo. Por isso, ao comentar a questão tributária, o presidente da ABAD, Emerson Destro, conclamou o setor a empenhar-se nesse debate, uma vez que, em sua visão, o País vive uma oportunidade única de mudança, capitaneada por um governo que se dispõe a ouvir e atender às necessidades dos setores produtivos. "Precisamos decidir qual o tamanho de Estado que queremos em nossos negócios", diz.

OUTRAS ATIVIDADES

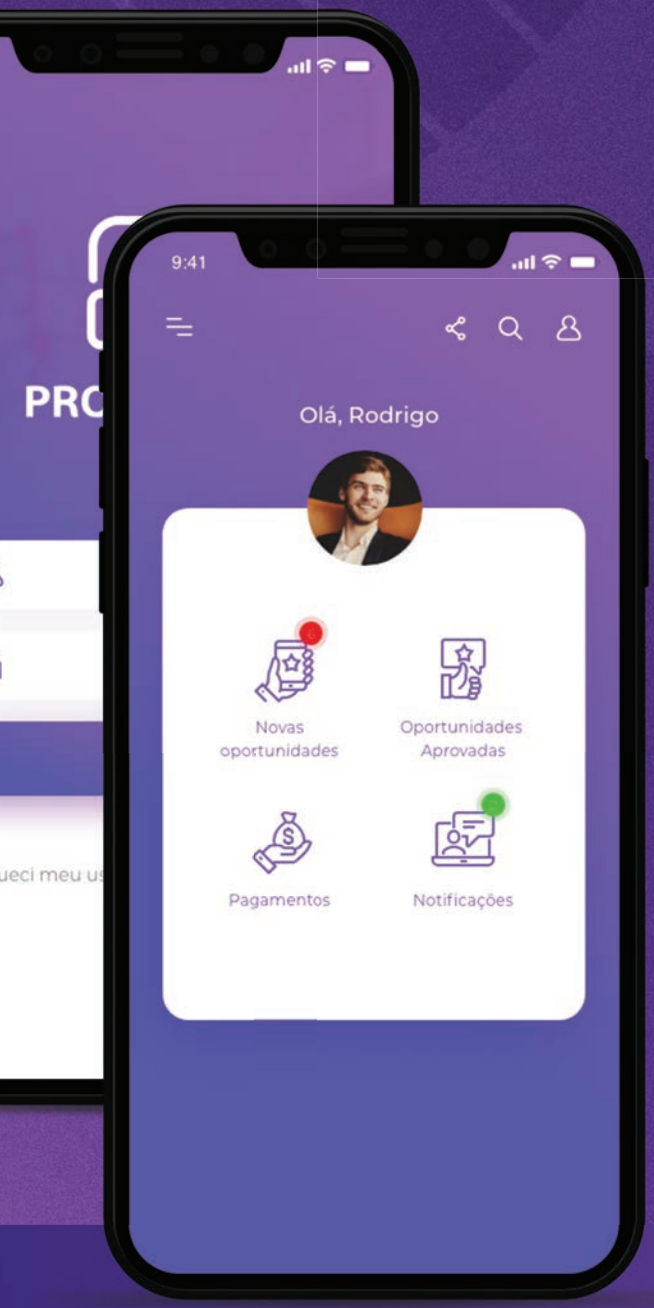
O objetivo do Seminário ABAD & Filiadas, realizado desde 2013, é proporcionar um ambiente adequado para a troca de experiências entre as entidades estaduais e a apresentação de informações e de boas práticas que contribuam para o desenvolvimento das filiadas e impulsionem a melhoria dos serviços prestados aos associados de todo o País. Nesse sentido, merece destaque a palestra realizada no dia 25 à tarde sob o tema "Excelência na Gestão de Entidade de Classe", ministrada pelo executivo do Sindiatacadista/DF, Anderson Pereira Nunes. Experiente na função de executivo e com um trabalho técnico e reconhecido pelos bons resultados, Anderson compartilhou com os companheiros conhecimentos que foram desde as diferenças conceituais entre sindicato e associação até questões comportamentais, comerciais e de gestão.

Por sua vez, o painel das áreas de Comunicação, Marketing e Assessoria de Imprensa trouxe uma ampla visão das atividades e da importância da área para o bom desenvolvimento da atuação da entidade, com apresentação dos veículos de comunicação da entidade, como sites, informativos, redes sociais, vídeos e de todo o material impresso e digital produzido para eventos, comitês, publicações e campanhas, além dos resultados obtidos.

Rogério Oliva, diretor de Relacionamento Comercial da ABAD, destacou a atuação da Central de Negócios, mostrando estratégias e parcerias ao longo dos últimos anos. "O bom entendimento sobre o funcionamento da CNA é fundamental para as filiadas", afirma Oliva. Complementando a programação, foram realizadas uma reunião de alinhamento e uma roda de diálogo, uma no início e outra no fim do encontro, para que cada presidente e executivo pudessem fazer suas considerações, obter esclarecimentos, oferecer sugestões e compartilhar ideias, tornando o encontro ainda mais proveitoso.

DÊ UM UP NO PDV.

Chegou o Promotor Freelance, a ferramenta certa para contratar promotores sob demanda.



O Promotor Freelance é uma plataforma robusta, inovadora e intuitiva, que oferece inúmeros benefícios para sua empresa, como:

- Redução de custos empregatícios e operacionais.
- Liberdade para contratar promotores apenas quando precisar.
- Maior produtividade no PDV.
- Realização de planogramas sob demanda.
- Seleção de promotores por pontuação.
- Facilidade para contratar promotores em ações sazonais e promocionais.
- Contratação de diversas tarefas como Abordagens Degustação, Pesquisas de Preço e Validade, Rupturas, etc.
- Rastreabilidade e segurança, cadastro validado e execução monitorada por GPS.
- Ofertas de pagamento justo pelos serviços executados e muito mais.

PROMOTOR FREELANCE

CADASTRE-SE HOJE MESMO:

promotorfreelance.com.br

contato@promotor.com.br

Alessandro Dessimoni faz a abertura do segundo dia

João Henrique Hummel, da Action Relações Governamentais

Oscar Attisano, Antonio Camarosano e Rogério Oliva

PLEITOS PRIORITÁRIOS No dia seguinte, 25 de agosto, os presidentes e executivos de filiadas, líderes regionais e coordenadores, bem como a diretoria da ABAD, discutiram no painel Agenda Política os pleitos prioritários do setor. Com apoio da assessoria parlamentar Action Relações Governamentais, representada por João Henrique Hummel, e da assessoria jurídica DBA Advogados, representada por Alessandro Dessimoni (coordenador do Comitê Agenda Política), Patricia Fiore, André Blanco e Alberto Dantas, foram comentados e debatidos cada um dos pleitos. Foram eles: 1) Regulamentação dos Contratos de Distribuição, 2) Enquadramento da Atividade de Representante Comercial, 3) Exclusão de Adicional de Periculosidade para Motociclistas que usam a moto como meio de transporte, 4) Comercialização de Medicamentos Isentos de Prescrição (MIP), 5) Marco Regulatório de Transporte de Cargas Perigosas, e 6) Reforma Tributária.

Em sua análise sobre o atual mo-

Participantes do evento anual realizado em São Paulo

mento político e as oportunidades de sucesso dos pleitos do setor, João Henrique afirmou que o governo tem usado a comunicação de maneira inteligente, inaugurando uma nova forma de fazer política. "O governo está colocando novos papéis para a sociedade, como os de se organizar e de identificar os seus problemas. O setor produtivo tem de aproveitar essa oportunidade e buscar soluções melhores. Portanto, é fundamental aprender a levar as reinvindicações aos parlamentares e a propor mudanças nos marcos regulatórios. Só assim reduziremos a burocracia e iremos melhorar o ambiente de negócios", concluiu. Os pleitos da ABAD são acompanhados por seus vice-presidentes: Juliano Faria Souto, Hellton Veríssimo Marinho Diniz, José Luís Turmina e Leonardo Miguel Severini.

O evento anual contou com o patrocínio e a parceria das empresas Serasa Experian, GS1 Brasil, MaximaTech, RGIS, Volkswagen Caminhões e Ônibus e Body Nutry, que aproveitaram os dois dias para apresentar seus produtos e serviços aos participantes. D

Carregadores Alta Frequência

A Solução para economizar e garantir bons resultados !

Os carregadores são 100% nacionais, reduzem os custos de recarga em até 30%, e contam com recursos que visam prolongar a vida útil da bateria.

- **Desenvolvidos para todos os tipos de bateria, de 70 A/H a 1240 A/H;**
- **Com tensão de saída 12/24/36 /48/80V, tensões de rede 220V ou 380V/ 440V (Trifásico) ou 220V (Monofásico).**

JLW ELETROMAX

www.jlweletromax.com.br - (19) 3491-6163

Abad
2020
40ª CONVENÇÃO ANUAL DO CANAL INDIRETO
27, 28 e 29 de Abril
Bourbon Convention Resort Atibaia
Rod. Fernão Dias, s/nº - Jardim Boa Vista, Atibaia - SP
ENCONTRO DE LÍDERES
POTENCIALIZANDO EFICIÊNCIA E RENTABILIDADE
MELHORES E MAIORES AGENTES DE DISTRIBUIÇÃO
AGENTES DE DISTRIBUIÇÃO
TRANSFORMANDO A REALIDADE DO SETOR:
ESTRATÉGIA, PLANEJAMENTO E INOVAÇÃO

VAMOS JUNTOS TRAÇAR O CAMINHO DO CANAL INDIRETO PARA O FUTURO!

Reunindo OS MAIORES E MELHORES ATACADISTAS E DISTRIBUIDORES do país com AS PRINCIPAIS INDÚSTRIAS FORNECEDORAS, a Convenção Anual ABAD promove um encontro nacional com painéis, palestras e debates de altíssimo nível.

O tema Agentes de Distribuição – Transformando a realidade do setor: estratégia, planejamento e inovação tem como objetivo colocar em pauta os desafios da cadeia de abastecimento frente à conjuntura tecnológica que traz cada vez mais oportunidades para tornar o Canal Indireto mais eficiente, rentável e competitivo.

- Ranking ABAD/Nielsen, Apresentação dos números oficiais do setor
- Premiação dos Maiores Atacadistas Distribuidores por Estado (ABAD/Nielsen)
- Premiação dos Melhores Atacadistas Distribuidores por Estado e Nacional (ABAD/GfK)
- Painel Político-Econômico, trazendo insights sobre o cenário brasileiro
- Painéis com especialistas na cadeia do abastecimento
- Público altamente qualificado, 350 Maiores Agentes de Distribuição do país
- Debates, oportunidades de negócios e consolidação de parcerias
- Foco no fortalecimento do Canal Indireto
- Amplas possibilidades de networking
- Encontro nacional, com a presença das 27 Filiadas Estaduais ABAD

Convenção Anual ABAD:

Um encontro empresarial capaz de impulsionar o desenvolvimento econômico, político e social do mercado de distribuição.

A Convenção Anual ABAD promove o relacionamento da indústria com líderes e executivos com alto poder de decisão, privilegiando o debate de temas verdadeiramente estratégicos para a cadeia de abastecimento.

- Estrutura dinâmica e interativa
- Conteúdo desenvolvido em parceria com a indústria
- Líderes de todo o país
- Formato consolidado
- Foco em produtividade
- Alinhamento estratégico

Patrocinadores já confirmados:

Banco ORIGINAL · Cargill · Condor 90 anos · Flora · GS1 Brasil Associação Brasileira de Automação · JTI · Máxima Tech · Mercedes-Benz · Nestlé Faz Bem · P&G · Polibras Software · Still Kion South America · Unilever · Caminhões Ônibus

Garanta o espaço de sua empresa, entrando em contato com os executivos de relacionamento da ABAD:

Av. Nove de Julho, nº 3147 - 9º andar - SP - SP - CEP: 01407-000 - comercial@abad.com.br - (11) 3056-7500 - www.abad.com.br

DIVULGAÇÃO

Participantes debatem assuntos de interesse comum

Discussão positiva

Integrantes da entidade reuniram-se em São Paulo, em 21 de agosto, para discutir temas essenciais para o setor, em especial, a reforma tributária

por Ana Paula Alencar

A sexta reunião geral de 2019 da Unecs – União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços aconteceu na sede da Alshop, na capital paulista. A assessoria parlamentar da entidade, representada por João Henrique Hummel, da Action, destacou os principais tópicos das diferentes propostas de reforma tributária que estão em discussão. Ele também analisou o atual momento político e a melhor maneira de atuar nesse cenário. "Os encontros devem ser regulares porque as mudanças econômicas estão em ritmo mais acelerado com o novo governo e juntos somos mais fortes em nossos pleitos", observou Emerson Destro, presidente da ABAD.

Participaram do encontro George Pinheiro, presidente da Unecs e da CACB – Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil, João Sanzovo, presidente da Abras – Associação Brasileira de Supermercados, Paulo Solmucci, presidente da Abrasel – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes, Zenon Leite Neto, presidente da Afrac – Associação Brasileira de Automação para o Comércio, Cláudio Conz, presidente da Anamaco – Associação Nacional dos Comerciantes de Material de Construção, Nabil Sahyoun, presidente da Alshop – Associação Brasileira de Lojistas de Shopping, Emerson Destro, presidente da ABAD – Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores, e José César da Costa, presidente da CNDL – Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas. Também estiveram presentes executivos de cada uma dessas instituições. D

PROMOÇÃO

renda extra

Assista agora ao filme e saiba mais

dtm

O melhor ano das suas vendas começa agora.

Condor 90 anos
Todo cuidado para você e sua casa

O cliente concorre a **10 mil reais*** por mês, durante 1 ano

*120 mil reais de uma vez

E ainda serão sorteados **90 prêmios de mil reais*** durante a promoção

e

milhares de prêmios instantâneos

Produtos Condor & Recargas de Celular

Ao comprar mais produtos, o cliente tem mais chances de ganhar e você lucra ainda mais.

Cada produto é igual a **1 número da $orte**

Escovas Dentais valem 2

Uma campanha completa para alavancar suas vendas.

Stopper

Clip Strip 1

Clip Strip 2

Display

Bobina de forração

Take One Bandeirola

Investimento em mídia

TV

Redes Sociais

rendaextracondor.com.br

Certificados de Autorização SECAP nº 04.003216/2019 e nº 05.003257/2019. Leia os regulamentos completos da promoção e as datas dos Sorteios em www.rendaextracondor.com.br. Período de participação de 15/08/19 a 12/11/19. Imagens meramente ilustrativas. * Prêmio entregue em cartão bloqueado para saque, valor de R$ 120 mil entregue de uma única vez com sugestão de renda extra equivalente a R$ 10 mil por mês, valor de R$ 1 mil sorteado periodicamente durante a promoção. GUARDE TODOS OS CUPONS FISCAIS CADASTRADOS.

Frete mínimo foi debatido pelos participantes

DIVULGAÇÃO

Encontro produtivo

O objetivo da reunião foi debater questões legais, econômicas e operacionais que afetam o setor atacadista distribuidor

por Ana Paula Alencar

A ABAD – Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores, em parceria com a Abralog – Associação Brasileira de Logística, realizou, na manhã de 9 de agosto, o primeiro Encontro do Comitê Logística ABAD/Abralog, na sede da entidade, em São Paulo. O Comitê se empenhou em levantar e discutir problemas legais, econômicos e operacionais que afetam o setor atacadista e distribuidor na área de logística. O primeiro encontro, que contou com a presença de cerca de 70 pessoas, incluindo associados da ABAD e convidados, analisou a questão do frete mínimo, que se arrasta ainda sem solução desde a greve dos caminhoneiros, no primeiro semestre do ano passado.

Dando boas-vindas aos presentes, Leonardo Severini, vice-presidente da ABAD, que representou o presidente Emerson Destro, disse que a participação e a contribuição de todos nesse projeto certamente fortalecerá e tornará a logística cada vez melhor e mais eficiente. “Hoje, somos reféns do excesso de regras. A livre concorrência faria muito bem para todos os setores, além de trazer maior segurança à operação”, disse. Pedro Moreira, presidente da Abralog, afirmou que a parceria tem por meta subsidiar a ABAD com o máximo de conteúdo sobre os temas mais urgentes para o setor atacadista distribuidor.

Ramon Alcaraz, CEO da Fadel Transportes e um dos vice-presidentes da Abralog, apresentou uma detalhada exposição sobre "Tabelamento de Frete: Impactos na Cadeia de Suprimentos e Soluções", tema do painel inaugural do Comitê. Segundo ele, as inúmeras resoluções tomadas a partir da greve dos caminhoneiros no ano passado foram uma sucessão de erros. "Embora o atual Ministro dos Transportes tenha manifestado o desejo de acabar com o tabelamento por causa das enormes dificuldades de entendimento, ele optou por elaborar uma nova tabela. Por mais lógica e técnica que ela seja, as inconsistências permanecem e podem gerar um grande passivo para as empresas que não ignorarem o tabelamento", afirmou Alcaraz.

GREVE Marcello Cevalles, diretor de Logística da Kion South America, João Paes de Almeida, diretor de Supply Chain da Cargill para a América do Sul, e Eduardo Sacchi, diretor-sênior de Supply Chain da PepsiCo, também participaram do painel, destacando os problemas que a greve dos caminhoneiros causou em suas operações. Alessandro Dessimoni, assessor jurídico da ABAD e vice-presidente jurídico da Abralog, comentou os desafios jurídicos que ocorrem na área logística e completou afirmando que qualquer análise que se pretenda fazer passa pela perspectiva da livre iniciativa, pois vivemos em um País capitalista. O debate foi moderado pelo presidente da Abralog.

O Comitê Logística ABAD/Abralog apoia-se em três pilares, que nortearão todas as suas ações: simplificação, desburocratização e livre concorrência. A liderança do organismo será dividida entre os presidentes e executivos das duas associações parceiras com o apoio das consultorias jurídica e técnica da ABAD. O encontro terminou com a apresentação de Bernadeth Macedo Vieira, assessora técnica da Prevenir Consultoria Técnica, que falou sobre as contribuições que a ABAD faz para melhorar o Regulamento de Transportes Terrestres de Produtos Perigosos, com o objetivo de minimizar os impactos para o setor atacadista e distribuidor.

Anuncie na Revista Distribuição:

o caminho mais curto entre a sua empresa e os agentes de distribuição de todo o Brasil.

A revista de **negócios** dos atacadistas distribuidores

DISTRIBUIÇÃO

Instrumento de planejamento e gestão dos empresários agentes de distribuição

Plataforma para comunicar lançamentos de produtos, equipamentos, tecnologia e serviços para o setor

Instrumento para o alinhamento estratégico e melhoria do ambiente de negócios nas esferas políticas, institucionais e comerciais do Canal Indireto

Ferramenta de informação, qualificação, aperfeiçoamento e desenvolvimento do setor

Veículo oficial da ABAD, a Distribuição é a revista de negócios dos atacadistas e distribuidores, ideal para valorizar e dar visibilidade à sua marca nos quatro cantos do país.

Conheça a pauta editorial das próximas edições, sempre com temas atrativos e relevantes para os empresários do setor. Além da melhor informação, as melhores oportunidades para divulgar seus produtos ou serviços.

Abad

comercial@abad.com.br
(11) 3056-7500

DIVULGAÇÃO

Crianças de 130 municípios participaram neste ano

Aspa promove concurso para incentivar leitura

A Aspa – Associação Pernambucana de Atacadistas e Distribuidores encerrou as semifinais do 9º Concurso Ler Bem, ação socioeducacional que tem como proposta incentivar a leitura por parte de estudantes de escolas públicas municipais. Essa etapa do Concurso, que selecionou três estudantes de cada região participante, foi realizada de 29 de julho a 5 de agosto. O concurso deste ano contou com a participação de crianças de 130 municípios, matriculadas no quarto ano do ensino fundamental.

Os estudantes semifinalistas receberam tablets como prêmio e os dezoitos classificados vão para a final, em outubro, no Centro Cultural Cais do Sertão, no bairro do Recife Antigo, área central da cidade. Na ocasião, os finalistas serão premiados com notebooks e os três melhores colocados participarão do 19º Encontro Aspa, onde serão homenageados durante o tradicional evento da entidade, que acontecerá em dezembro no Enotel Resort, em Porto de Galinhas, litoral sul do Estado.

O concurso é parte integrante do Projeto Aspa de Incentivo à Leitura. "Trata-se de uma iniciativa que contribui para a formação de jovens leitores em idade escolar, pois entendemos que a leitura proporciona aos estudantes melhor percepção do mundo e abre a riqueza infinita do conhecimento", ressalta José Luiz Torres, presidente da Aspa. Os estudantes são avaliados por uma comissão julgadora que atribui notas aos candidatos depois de analisar os seguintes aspectos: entonação da voz, espontaneidade na leitura e pausas determinadas pela pontuação. D

***Com informações da assessoria de imprensa da Aspa.**

Sincadise aborda sucessão familiar

Pensando na maneira como os negócios devem ser continuados ao longo de gerações, o Sincadise – Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Estado de Sergipe promoveu uma palestra com Cícero Rocha, especialista em desenvolvimento de negócios e sucessão familiar, durante a reunião com os associados da entidade que agrega as empresas do setor atacadista e distribuidor de Sergipe.
Cícero Rocha falou sobre a atuação das empresas e dos jovens que sucedem os fundadores das empresas, garantindo a sobrevivência dos negócios por gerações. Segundo ele, a existência dos empreendimentos é o resultado do preparo dos sucessores das empresas familiares, focando no desenvolvimento econômico e social promovido por elas no ambiente em que atuam. Cícero destacou a importância da sucessão empresarial como um dos mecanismos mais importantes de expansão das atividades empresariais e da geração de emprego e renda para a sociedade.
Breno Pinheiro França, presidente do Sincadise, lembrou que a sucessão nos negócios familiares é um tema importante para ser tratado e colocou seu exemplo como o resultado da sucessão empresarial. "O Sincadise preocupa-se com a perenidade das empresas e sabe o quanto é importante formar sucessores para o gerenciamento dos negócios. A empresa fundada por meu pai está na segunda geração e eu tenho o dever de garantir sua existência para as próximas", disse França.
Darlan Rios, coordenador do grupo ABAD Jovens Sucessores de Sergipe, valorizou o aprendizado promovido pelo Sincadise e lembrou que a formação dos jovens empresários para seguirem os caminhos das empresas familiares é importante para que o desenvolvimento econômico permaneça constante. Além das palestras, a reunião também contou com a participação das empresas de tecnologia TOTVS e Máxima Tech, as quais mostraram aos empresários soluções inovadoras para os negócios, ampliando a capacidade de atendimento das empresas. D

ABAD
Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores
Av. 9 de Julho, 3.147 • 8º e 9º andares • CEP 01407-000
São Paulo • SP • ☎ / Fax: (11) 3056-7500
e-mail: abad@abad.com.br • site: www.abad.com.br

Presidente
Emerson Luiz Destro – Destro Brasil Distribuidora/SP
1ª Vice-Presidente
Leonardo Miguel Severini – P. Severini – Vila Nova Atacado/MG
2º Vice-Presidente
José Rodrigues da Costa Neto – JC Distribuição/GO
Vice-Presidentes
Alair Martins Júnior – Martins Comércio/MG
Juliano César Faria Souto – Fasouto/SE
José Luiz Turmina – Oniz Distribuidora/RS
João Alberto Pereira – Grupo Pereira /SP
Euler Fuad Nejm– Decminas/MG
Luiz Gastaldi Júnior – Mercantil Nova Era/AM
Heltton Veríssimo Diniz – Nordece Distribuições/PB

CONSELHO DELIBERATIVO
Presidente
José do Egito Frota Lopes Filho – Jotujé/CE
1ª Vice-Presidente
Raimundo Rebouças Marques – Fibra Indústria e Comércio/PI
2º Vice-Presidente
Odemar Müller – Distribuidora Müller/SC

CONSELHO FISCAL
Presidente
Carlos Eduardo Severini – Tenda Atacado/SP
Vice-Presidente
Luiz Carlos Marinho – Rio Quality/RJ
Conselheiros
Adauto Lúcio de Mesquita – Garra Atacado/DF
João Carlos Sborchia – Sborchia Comércio de Papéis/MT
José Gonzaga Sobrinho (Deca) – Atacado Rio do Peixe/PB

CONSELHO CONSULTIVO
Presidente
Paulo Herminio Pennacchi - Pennacchi & Cia. /PR
1º Vice-Presidente
Dorian Bezerra de Souza Morais - Riograndense Distribuidora/RN
2º Vice-Presidente
Antônio Alves Cabral Filho – Cabral & Sousa/BA

LÍDERES REGIONAIS
Região Sul - Sr. Valmir Müller – Muller Novo Horizonte Distribuidora
Região Centro Oeste – Sr. Renato Moreira da Silva - RMZ Distribuidora de Cosméticos Ltda.
Região Nordeste – Sr. Antônio Alves Cabral Filho – Cabral & Souza Ltda.
Região Norte – Sr. Osíris Rodrigues Damaso – Dom Jason Distribuidor
Região Sudeste – Sr. Joilson Maciel Barcelos Filho – Barcelos & Cia Ltda.
Presidente da ABAD Jovem
Juscelino Franklin de Freitas Júnior - Nossa Distribuidora de Alimentos

ÁREA EXECUTIVA
Superintendente-Executivo
Oscar Attisano – oscar@abad.com.br
Diretor de Relacionamento Comercial e Central de Negócios
Rogério Oliva – oliva@abad.com.br
Gerente Administrativa-Financeira-Jurídica
Sandra Rocha Caldeira – sandra@abad.com.br
Gerente de Eventos
Leilah Maria Strufaldi – leilah@abad.com.br
Assessora-Executiva
Maria Angélica Bortotti de Almeida – angelica@abad.com.br
Assessora de Marketing
Leandra Marques – leandra@abad.com.br
Assessoras de Comunicação
Thaís Campanaro – comunicacao@abad.com.br
Ana Paula Alencar - imprensa@abad.com.br
Assessor do Banco de Dados
Régis Tércio Ramos – regis@fiamercado.com.br
Coordenador do Comitê Agenda Política
Dr. Alessandro Dessimoni – dessimoni@dba.adv.br
Coordenador do Comitê Canal Indireto
Nelson Barrizzelli – barrizzelli@agcintl.com
Coordenador do Comitê Profissional de Vendas
Prof. Jair Santos - palestrante@profjair.com.br
Coordenadores do Comitê de Logística ABAD/Abralog
Dr. Alessandro Dessimoni
Marcio Frugiuele

Consumidor mais otimista

por Ana Paula Alencar

A Serasa Experian tem o maior banco de dados da América Latina. Parceira da ABAD há muitos anos, a empresa divulga periodicamente pesquisas fundamentais para ajudar na tomada de decisões. No Brasil, é sinônimo de solução para todas as etapas do ciclo de negócios, desde a prospecção até a cobrança, oferecendo às organizações as melhores ferramentas. Uma delas é o Indicador de Demanda do Consumidor por Crédito. Em julho de 2019 , o indicador mostrou um avanço de 24,0% na demanda por crédito em comparação com julho de 2018– o terceiro maior crescimento já apresentado no indicador desde o início da série histórica (janeiro de 2008). A Região Nordeste apresentou, na mesma comparação, a maior alta e ficou acima da média do País, com 31,1%. Na sequência, aparecem: Sul, Centro-Oeste, Sudeste e Norte (veja todos os númerosno box).

De acordo com Luiz Rabi, economista da Serasa Experian, o resultado de julho deste ano em comparação com o mesmo mês do ano anterior, mostra uma alta expressiva, também favorecida pelo efeito calendário, uma vez que no ano passado tivemos menos horas úteis por conta dos jogos da Copa. "Apesar disso, estamos acompanhando o desdobramento de um movimento positivo dos consumidores em sua busca por crédito. Eles têm a expectativa de que esse cenário se manterá nos próximos meses graças a uma possível melhora na economia neste segundo semestre, otimismo sinalizado principalmente pelas reduções adicionais das taxas de juros, pela conclusão das votações da Reforma da Previdência no Senado e pela retomada das privatizações", reforça Rabi.

Os consumidores que têm renda mensal entre 500 reais e 1.000 reais foram os que mais procuraram por crédito entre julho de 2018 e julho de 2019, o que representou um avanço de 26,3%.

INDICADORES ECONÔMICOS E SETORIAIS

BANCO DE DADOS (ABAD/FIA)

	Nominal	Real
Junho/2019 x Julho/2019	+10,71%	10,50%
Julho/2019 x Julho/2018	+4,11%	+0,86%
Acumulado em Janeiro a julho de 2019*	+1,71%	-2,24%

**Em relação ao mesmo período de 2018*

RADAR EMPRESARIAL (GS1)

	Brasil	MPE
Julho2019 x Junho2019	-19,4%	-23,6%
Julho/2019 x Julho/2018	-5,1%	-9,5%
Acumulado no ano	-1,3%	-4,2%
Acumulado últimos 12 meses	-3,0%	-5,8%

**O Radar Empresarial é calculado com base na descontinuidade do uso de códigos de barras dos produtos em circulação no país.*

ÍNDICE DE CONFIANÇA (FGV)*

Consumidor – Agosto/2019	+1,1 pontos (89,2 pontos)
Comércio – Agosto /2019	+3,2 pontos (98,7 pontos)
Indústria – Agosto /2019	+0,8 ponto (95,6 pontos)

**Mês em relação ao mês anterior*

INTENÇÃO DE CONSUMO (CNC)

Julho/2019 x Agosto/2019	-1,8% (91,4 pontos)

INDICADOR DE DEMANDA DO CONSUMIDOR POR CRÉDITO (SERASA)*

Nordeste	+31,1%
Sul	+24,0%
Centro-Oeste	+22,7%
Sudeste	+21,8%
Norte	+21,07

**Mês de Julho de 2019 em relação ao mês de Julho de 2018*

FILIADAS

ACAD – Associação Cearense dos Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados
Presidente: Jocélio Aguiar Parente
Executiva: Kátia Góes executiva@acad.org.br
Rua Idelfonso Albano, 1.281 – Aldeota
CEP: 60115-000 Cidade: Fortaleza / CE
☎ (85) 3452-5381 E-mail: acad@acad.org.br

ACADEAL – Associação do Comércio Atacadista e Distribuidor do Estado de Alagoas
Presidente: Sr. José de Souza Vieira
Executivo: Alcione Constantino Tavares
E-mail: tavares.executivo@acadeal.com.br
Rua Afonso Pena, 89 - Farol - CEP: 57051-040 Maceió / AL
☎ (82) 3435-1305

ADAAP – Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Amapá
Presidente: João Carlos Silva Valente
Executiva: Juliana Borges Santos
E-mail: adaap_ap@hotmail.com
Rua Santos Dumont, 2.408 / C / Altos do X do Sul - Buritizal
CEP: 68902-880 Cidade: Macapá / AP
☎ (96) 3222-6692 E-mail: adaap_ap@hotmail.com

ADAC – Associação dos Distribuidores e Atacadistas Catarinenses
Presidente: Valmir Müller
Executivo: José Roberto Schmitt
E-mail: jrschmitt@adac.com.br
Rua João Rodi, 200 - Fazenda - CEP: 88302-240 Cidade: Itajaí / SC ☎ (47) 3348-5525 E-mail: adac@adac.com.br

ADACRE – Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Acre
Presidente: Fabrízio José dos Santos Zaqueo
Executiva: Marcela Marrana Dalman
E-mail: adacre@uol.com.br - Avenida Ceará, 2.351 / Alto da Acisa – Dom Giocondo - CEP: 69900-303 - Rio Branco / AC
☎ (68) 3224-6349

ADAG – Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Estado de Goiás
Presidente: Valtercides José de Souza
Executiva: Maria Maurília Monteiro de Rezende
E-mail: comercial@adag.org.br - Rua 26, 341 / QD. J-13 / LT. 12 – Setor Marista - CEP: 74150-080 Cidade: Goiânia / GO
☎ (62) 3251-5660 ☎ Fax: (62) 3251-8890

ADAPA – Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Estado do Pará
Presidente: Geam Gomes de Freitas
Executiva: Simone de Campos
E-mail: adapa.contato@gmail.com.br - Avenida Governador Magalhães Barata, 651 / SL. 08 / Ed. Belém Office Center – São Bráz - CEP: 66063-240 - Belém / PA - ☎ (91) 3259-0597

SINCAD-RN – Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Rio Grande do Norte
Presidente: Sérgio Roberto de Medeiros Cirne
Executiva: Andrezza Rangel da Silva
E-mail: diretoriaexecutiva@adarn.com.br
Rua Monte Sinai, 1.920 / 2º Andar / SL. 05 / Galeria Brito – Capim Macio - CEP: 59078-360 Cidade: Natal /RN -
☎ (84) 3207-1801 E-mail: financeiro@adarn.com.br

ADARR – Associação doâs Distribuidores e Atacadistas de Roraima
Presidente: Marcelo Lima de Freitas
Executiva: Gisana Maia da Silva
E-mail: adarr_bv@hotmail.com
Rua Almério Mota Pereira, 1.217 – Jardim Floresta -
CEP: 69312-055 Boa Vista / RR - ☎ (95) 3224-6354

ADASP – Associação dos Distribuidores e Atacadistas de Produtos Industriais do Estado de São Paulo
Presidente: Sandoval de Araújo
Executivo: João Fagundes Júnior
E-mail: joao@adasp.com.br
Alameda Tocantins, 75 / 11º Andar / SLs. 1.103 a 1.105
Alphaville - CEP: 06455-020 - Barueri / SP -☎ (11) 4193-4809
☎ Fax: (11) 4193-4800 - E-mail: info@adasp.com.br

ADAT – Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Tocantins
Presidente: Sr. Luiz Antônio Lopes
Executiva: Sillene Sousa
E-mail: adat.eventos@gmail.com
Qd. 912 Sul, Al. 05, APM 3A – Distrito Eco Industrial
CEP: 77023-462 Cidade: Palmas / TO - ☎ (63) 3217-7777
☎ Fax: (63) 3214-5398 - E-mail: adat.adat@hotmail.com

ADEMIG – Associação dos Atacadistas e Distribuidores do Estado de Minas Gerais
Presidente: Paulo César Bueno de Souza
Executivo: Joselton Carvalho Pires Ferreira
E-mail: joselton.pires@ademig.com.br - Avenida Barão Homem de Melo, 4.500 / CJ. 1.403 - Estoril - CEP: 30494-270
Cidade: Belo Horizonte / MG - ☎ Filiada (31) 3247-6333
E-mail: flavia@ademig.com.br

ADERJ – Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Estado do Rio de Janeiro
Presidente: Sr. Joilson Maciel Barcelos Filho
Executiva: Ana Cristina Cerqueira
E-mail: cristina.diretoria@aderj.com.br
Rua do Arroz, 90 / SL. 512 a 515 – Penha Circular
CEP: 21011-070 - Rio de Janeiro / RJ
☎ (21) 2584-2446 ☎ Fax: (21) 2584-3590
E-mail: aderj@aderj.com.br

AGAD – Associação Gaúcha de Atacadistas e Distribuidores
Presidente: Izair Antônio Pozzer
Executiva: Ana Paula Vargas
E-mail: anapaula@agad.com.br
Rua Moura Azevedo, 606 / CJ. 501 – São Geraldo
CEP: 90230-150 - Porto Alegre / RS
☎ (51) 3311-9965 - E-mail: agad@agad.com.br

AMAD – Associação Matogrossense de Atacadistas e Distribuidores
Presidente: João Carlos Sborchia
Executivo: Marcos Vitório da Silva Taveira
E-mail: marcos@amad.org.br - Avenida Couto Magalhães, 887 / SL. 202 / Edifício Piatã - Centro - CEP: 78110-400 Cidade: Várzea Grande / MT - Tel.: (65) 3642-7443
E-mail: amad@amad.org.br

AMDA – Associação Maranhense de Distribuidores e Atacadistas
Presidente: João Januário Moreira Lima
Executiva: Antônia Araújo
E-mail: amda@amda-ma.com.br - Av. dos Holandeses, Qd. 38 / Lts. 13 a 18 / Sl. 01 / Sobreloja – Quintas do Calhau
CEP: 65071-380 - São Luís / MA ☎ (98) 3248-4200

APAD – Associação Piauiense de Atacadistas e Distribuidores
Presidente: Sr. Luiz Gonzaga de Carvalho Júnior
Executiva: Jéssica Jane Silva Brito Carvalho E-mail: apadpiaui@gmail.com - Rua Climério Bento Gonçalves, 373 – São Pedro. - CEP: 64019-400 - Teresina / PI
☎ (86) 98877-9964

ASDAB – Associação dos Distribuidores e Atacadistas da Bahia
Presidente: Roque Eudes Souza dos Santos
Executivo: Emerson Borges S. Carvalho
E-mail: emersoncarvalho@asdab.com.br
Al. Salvador, 1.057 / Cond. Salvador Shop. Business / Torre Europa / SLs. 2.106 a 2.114 - Caminho das Árvores
CEP: 41820-790 - Salvador / BA - ☎ (71) 3342-4977E-mail: asdab@asdab.com.br

ASMAD – Associação Sul-Mato-Grossense de Atacadistas e Distribuidores
Presidente: Áureo Francisco Akito Ikeda
Executiva: Valquíria Marques
E-mail: asmad.asmad@gmail.com
Rua Delegado José Alfredo Hardman, 308 / Parque dos Poderes – Jardim Veraneio - CEP: 79037-106 - Campo Grande / MS - ☎ (67) 3382-4990 - ☎ Fax: (67) 3383-3785

ASPA – Associação Pernambucana de Atacadistas e Distribuidores
Presidente: José Luiz Torres
Executiva: Nélia Azevedo E-mail: nelia@aspa.com.br -
Avenida Engenheiro Domingos Ferreira, 801 / SL. 306/401 - Boa Viagem - CEP: 51011-050 - Recife / PE - ☎ (81) 3465-3400 / 3327-1902 E-mail: aspa@aspa.com.br

ASPAD – Associação Paraibana de Atacadistas e Distribuidores
Presidente: Vanduhi de Farias Leal
Executivo: Severino dos Ramos de Carvalho
E-mail:aspadjp@gmail.com - Avenida Presidente Epitácio Pessoa, 1.251 / SL. 109 - Dos Estados - CEP: 58030-001
Cidade: João Pessoa / PB - ☎ (83) 3244-9007

SINCADAM – Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Estado do Amazonas
Presidente: Enock Luniére Alves
E-mail: fabrizio@zaqueo.com.br
Executivo: Hermson da Costa Souza
E-mail: hermson@sincadam.org.br - Rua 24 de Maio, 324
Centro - CEP: 69010-080 - Manaus / AM ☎ (92) 3234-2734
E-mail: sincadam@sincadam.org.br

SINCADES – Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Estado do Espírito Santo
Presidente: Idalberto Luiz Moro
Executivo: Cezar Wagner Pinto
E-mail: cezar@sincades.com.br - Avenida Nossa Senhora dos Navegantes, 675 / SL. 1.201 a 1.209 / Ed. Palácio do Café - Enseada do Suá - CEP: 29050-912 Vitória / ES
☎ (27) 3325-3515 - E-mail: sincades@sincades.com.br

SINCADISE – Sindicato do Comércio Atacadista e Distr. de Produtos Industrializados do Est. de Sergipe
Presidente: Breno Pinheiro França
Executiva: Rosemárcia Oliveira Costa
E-mail: sincadise@infonet.com.br
Avenida Rio Branco, 186 / 2º Andar / SL. 212 / Edifício Oviedo Teixeira - Centro
CEP: 49018-910 Cidade: Aracaju / SE
☎ (79) 3214-2025 ☎ Fax: (79) 3222-6093

SINCAPR – Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidores do Estado do Paraná
Presidente: Paulo Hermínio Pennacchi
Executivo: Mauro César Carsten
E-mail: mauro@sincapr.com.br
Alameda Prudente de Moraes, 203 – Mercês
CEP: 80430-220 - Cidade: Curitiba / PR ☎ (41) 3225-2526
E-mail: sincapr@sincapr.com.br

SINDIATACADISTA - DF – Sindicato do Comércio Atacadista do Distrito Federal
Presidente: Júlio César Itacaramby
Executivo: Anderson Pereira Nunes
E-mail: anderson@sindiatacadista.com.br
Rua Copaíba, LT. 01 / DF Century Plaza / Torre "B" /
Sls. 2.501 a 2.510 – Águas Claras - CEP: 71919-900
Brasília / DF ☎ (61) 3561-6064
E-mail: sindiatacadista@sindiatacadista.com.br

SINGARO – Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alim. do Estado de Rondônia
Presidente: Júlio Cezar Gasparelo
Executivo: Edilamar Ferrari
E-mail: singaro.rondonia@hotmail.com
Avenida Guaporé, 3.427 – Agenor de Carvalho
CEP: 76820-265 - Porto Velho / RO ☎ (69) 3225-0171
E-mail: singaro.rondonia@gmail.com

Movtech Stats

O Business ANALYTICS completo para sua empresa!

ANALYTICS

Monte consultas dinâmicas e compartilhe com sua equipe

GEOLOCALIZAÇÃO

Construa suas visões e consultas baseadas no mapa. Analise sua participação no mercado e possíveis clientes

DASHBOARD

Seus dashboards em poucos cliques

- Integrado com qualquer ERP
- Sem limite de usuários
- Base de prospects gratuita
- Informações com controle de acesso
- Opção em nuvem
- Site responsivo e App

Movtech

comercial@movtech.inf.br
(47) 98845-5765
(47) 3273-1718

Grazziella Mosareli

DIVULGAÇÃO

Sociedades Limitadas Unipessoais

Diante da aprovação da "MP da Liberdade Econômica", a Medida Provisória 881, de 30 de abril de 2019, criou-se a Sociedade Limitada Unipessoal, em consequência da alteração do Parágrafo Único, do Artigo 1.052, do Código Civil, que passa a vigorar com a seguinte redação: "Parágrafo Único. A sociedade limitada pode ser constituída por uma ou mais pessoas, hipótese em que se aplicarão ao documento de constituição do sócio único, no que couber, as disposições sobre o contrato social."

Um dos objetivos dessa redação constante na Medida Provisória é acabar de vez com o tradicional cenário das sociedades familiares brasileiras, no qual um dos sócios detém 99% do capital, e o outro sócio detém simbolicamente apenas 1% dele, e apenas para garantir a proteção patrimonial que o instituto da sociedade limitada oferecia.

Diferentemente da já existente EIRELI, o instituto da Sociedade Limitada Unipessoal não obriga o sócio a constituir a sociedade com o capital mínimo de 100 salários mínimos, facilitando assim a sua constituição. Complementando o texto da Medida Provisória, o Drei – Departamento Nacional de Registro Empresarial e Integração emitiu a Instrução Normativa nº 63, de 11 de junho de 2019, a qual altera o manual de registro de sociedade limitada, incluindo orientações e procedimentos a serem adotados para as Sociedades Limitadas Unipessoais.

> ***"A Medida Provisória precisa ser transformada em lei em um prazo de até 120 dias para não perder sua legitimidade***

Em suma, o Drei, salvo pequenas exceções, por exemplo, a necessidade de fazer a atribuição "unipessoal" constar na denominação social da sociedade, limita-se a dizer que se aplicam às Sociedades Limitadas Unipessoais, no que couber, todas as regras aplicadas às sociedades limitadas constituídas por dois ou mais sócios.

Essa medida demonstra uma intenção do atual governo de estimular o empreendedorismo, além de outras deliberações contidas no texto da Medida Provisória, as quais buscam esse estímulo, a permissão concedida à criação de sociedades com apenas um "sócio", abarcadas pelo instituto da Responsabilidade Limitada, resulta não apenas na facilitação das relações societárias dos atuais e futuros empreendedores, mas também gera para eles um grau de segurança muito maior. Porém, a constituição das Sociedades Unipessoais ainda exige certa cautela, uma vez que sua instituição ocorreu por Medida Provisória. Isso acontece porque a Medida Provisória precisa ser transformada em lei em um prazo de até 120 dias para não perder sua legitimidade. De acordo com o site Senado Notícias, a MP 881 está na pauta do plenário para votação; por isso, basta aguardar os rumos que o Congresso dará à vigência da Medida Provisória.

* **Grazziella Mosareli é advogada da Dessimoni & Blanco Advogados.**

Você sente e vê novidades para o seu negócio.

2 em 1 com ação extra em cada versão: melhor custo-benefício da categoria.

Desengordurante, alta perfumação e máximo rendimento em um só produto.

24 horas de perfumação, fragrâncias exclusivas e secagem rápida.

Partículas de limpeza que não agridem as superfícies e tamanho de embalagem que favorece a experimentação.

PRESENÇA
Aposte no cadastro de toda a linha.

POSICIONAMENTO
Inicie o fluxo de gôndola. Aposte na exposição em pontos extras.

PREÇO
Excelente custo x benefício.

PROMOÇÃO
Positive a loja com os nossos materiais de PDV, possibilite cross merchandisings e pontos extras, insira em tabloides e comunicações on-line.

Sinta o poder de vendas e a força nos resultados com uma EXECUÇÃO PERFEITA!

JÁ PENSOU EM TER UM PRODUTO COM A SUA MARCA?

Fabricação, Embalagem, Envase e Estoque

Desenvolvimento completo de marcas próprias para Distribuidores, Indústrias, Atacados e Varejistas.

Desenvolvimento e fabricação de produtos saneantes para limpeza em geral. O **GNSF** atua a 42 anos no mercado de industrialização sob encomenda e desenvolvimento de **produtos de marca própria**.

Tudo para colocar um produto com a **sua marca** na prateleira.

- Produtos em pó.
- Produtos líquidos ou viscosos.
- Envase de produtos.
- Rotulagem especializada.
- Paletização.

GRUPO NSF

Rua Clark, 250 • Valinhos/SP

Email: contato@gruponsf.com.br • Ligue: 19 3881-7660

gruponsf.com.br