A revista de **negócios** dos atacadistas distribuidores

DISTRIBUIÇÃO

Edição 314 | janeiro/fevereiro 2020 | Ano 27 | R$ 15,90

revistadistribuicao.com.br

Distribuição 314 janeiro/fevereiro 2020 Capa: Canais em conexão

CANAIS EM CONEXÃO

As empresas que atuam na cadeia de abastecimento estão investindo em tecnologia como estratégia para dinamizar as relações comerciais e se plugar à cabeça do brasileiro e ao moderno mundo dos negócios virtuais

PÁSCOA
Indústrias inovam em lançamentos de produtos para a época

ESPECIAL CENTRAL DE NEGÓCIOS ABAD

A HISTORY
OF THE FUTURE

A Marca líder no Brasil completa 100 anos
inovando e trazendo ainda mais tecnologia.

100 STILL

www.still.com.br

/STILLempilhadeiras

@STILLBrasil

first in intralogistics

STILL

FOTO: DEPOSITPHOTOS - ARTE: MANO MENDONÇA

SUMÁRIO

18 CAPA

Renovados e conectados

A evolução do e-commerce mudou as relações comerciais na cadeia de abastecimento e trouxe o desafio de também investir em canais virtuais para dinamizar as vendas no varejo

SEÇÕES

4 MOMENTO

6 CARTA AO LEITOR

8 ON-LINE

10 LANÇAMENTOS

12 INDÚSTRIA

14 NEGÓCIOS

16 TECNOLOGIA & LOGÍSTICA

40 LEGISLAÇÃO

41 ABAD NEWS

NESTA EDIÇÃO

28 OPORTUNIDADE

Um mercado promissor

ARQUIVO

32 CONVENÇÃO ABAD 2020

O futuro do mundo dos negócios

36 PÁSCOA

Cesta de delícias

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.

Emerson Destro, presidente da ABAD

LUCIANA CÁSSIA FOTOGRAFIA

O que esperar de 2020

2019 foi um ano muito positivo para o setor. Embora impusesse mais desafios do que se esperava, encerrou-se de maneira animadora, com crescimento de vendas no último trimestre, trazendo ótimas perspectivas par o início de 2020, perspectivas essas que já vêm se concretizando.

Também registramos melhora no desempenho do comércio e nos gastos das famílias, com a inflação mantida em patamares historicamente baixos. Além disso, houve medidas governamentais importantes, como a aprovação da Nova Previdência, a Lei da Liberdade Econômica e o Programa Verde Amarelo, voltado para a dinamização do mercado de trabalho, que já apresenta recuperação: a taxa de desemprego medida pelo IBGE vem caindo continuamente desde o início de 2019, tanto na comparação anual como na trimestral. Diante disso, o Brasil deverá apresentar evolução próxima de 1% em 2019, o terceiro ano consecutivo de crescimento depois de um recuo de 3,6% em 2016.

Neste momento, a pesquisa do Ranking ABAD/Nielsen 2020 está coletando os dados das empresas do setor referentes a 2019. Aproveitamos para convidar a todos os agentes de distribuição, associados ou não à ABAD, a responder ao questionário e a contribuir para que, mais uma vez, tenhamos um retrato consistente e atualizado do atacado distribuidor nacional.

> ***"Registramos melhora no desempenho do comércio e nos gastos das famílias, com a inflação mantida em patamares historicamente baixos***

Como o resultado da pesquisa do Ranking sai apenas em abril, por ora nos guiamos pelos resultados do estudo mensal do Banco de Dados ABAD, que aponta crescimento de 1,21% no 4º trimestre de 2019 em comparação com o 4º trimestre de 2018. Comparado ao 3º trimestre de 2019, o resultado do 4º trimestre avançou 6,19% nominais e 5,31% em termos deflacionados, bons números que confirmam a tendência de crescimento esperada para o fim do ano.

Para 2020, mercado e governo mantêm a expectativa de crescimento entre 2% e 2,25%. É provável que o número esteja nessa faixa, especialmente se houver avanços na reforma administrativa, e na tão aguardada reforma tributária, que promete pacificar a selva tributária.

Por sua vez, o resultado do nosso setor deverá superar o crescimento do PIB, uma vez que a redução do desemprego deverá aquecer o mercado doméstico, e tendo em vista que os pequenos e médios mercados, principais clientes do setor, vêm ganhando cada vez mais a preferência do consumidor.

Por isso, iniciamos mais um ano motivados a tornar nosso setor cada vez mais eficiente e competitivo, fazendo a defesa de novos marcos legais para o setor, promovendo relacionamento de alto nível com a indústria.

Venha fazer parte da ABAD e ajudar a construir o futuro do nosso setor! Juntos, somos muito mais fortes! D

Alimente-se Bem, Viva Bem.

AJINOMOTO

PROMOÇÃO

O BOM É DIVIDIR

MID FIT

O BOM É DIVIDIR O SUCESSO COM VOCÊ.

SUA LOJA ESTA PREPARADA PARA ALAVANCAR AS VENDAS?

UM CARRO*

TODA SEMANA

UM KIT COZINHA**

TODO DIA

PREPARE SUA LOJA COM A PROMOÇÃO. VOCÊ SÓ TEM A GANHAR!

- MATERIAIS EXCLUSIVOS PARA DESTACAR SEU PDV.
- COBERTURA COMPLETA DE MÍDIA PARA AUMENTAR SEU FLUXO NA LOJA.
- MERCHANDISING COM CELEBRIDADES. COMUNICAÇÃO IMPACTANTE.

Certificados de autorização SEOAP 04.004939/2019 e 05.004938/2019. Promoção válida de 15/1/2020 a 22/4/2020, com cadastros e participação a partir de 22/1/2020. Consulte condições de participação, regulamentos completos e datas dos sorteios em www.promomidfit.com.br. *Prêmios entregues em certificados de ouro. **Prêmios entregues em cartões pré-pagos (saque bloqueado). Imagens ilustrativas.

CARTA AO LEITOR

Claudia Rivoiro,
diretora-editorial

Repensando as relações comerciais

Quando começamos a produzir a matéria de Capa desta edição, a primeira do ano, e da década, nosso objetivo era o de mostrar, de maneira mais didática, como o consumidor está se comportando na hora de comprar, quais os meios que ele utiliza para realizar suas aquisições, e, principalmente, o que pode esperar aquele que trabalha com o abastecimento dos milhares de pontos de venda existentes no Brasil. Porém, como o nosso foco é o atacadista distribuidor, sobre o qual contamos com uma preciosa fonte de informações, conseguimos preparar uma extensa e ampla reportagem, a qual detecta que, além das várias transformações já salientadas, como a internet e o marketplace, muitas outras ainda acontecerão nos próximos anos. Questão de tempo, simples assim. Em suma, se o leitor pretende estar mais bem preparado para o mundo dos negócios, leia a matéria e tire suas conclusões. E por falar em futuro e em boas perspectivas de negócios, também trazemos uma matéria que aborda o tema de um dos painéis que a Convenção ABAD 2020 apresentará em abril, em Atibaia/SP. Ricardo Cappra, consultor internacional de Estratégia Digital e cientista de dados, juntamente com representantes da Nielsen e da Unilever, abordarão, em 28 de abril, o tema da importância da análise de dados para as empresas, no evento anual que comemora os 40 anos da Convenção. Para finalizar, destaco o caderno especial apresentado com os parceiros da Central de Negócios ABAD, que cobre 20 páginas da DISTRIBUIÇÃO e foi produzido para ser uma fonte de consulta valiosa, incrementada pelo fato de o material também estar disponível no portal da entidade. Quero desejar a todos, mais uma vez, um excelente 2020, e que continuem a nos prestigiar nos canais de comunicação da ABAD, incluindo a DISTRIBUIÇÃO na versão digital. Boa leitura e até março.

> ***"Nosso objetivo era o de mostrar, de maneira mais didática, como o consumidor está se comportando na hora de comprar***

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

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

ACERTE NA MARCA.

AZULIM TEM UMA LINHA COMPLETA PRA VOCÊ NÃO ERRAR NA ESCOLHA E LEVAR PARA SUA LOJA QUALIDADE, GIRO RÁPIDO E RENTABILIDADE.

MPDVs INTERNET TV REVISTAS

programa do RATINHO sbt

Quer uma dica segura de investimento em 2020?
As marcas START possuem a melhor rentabilidade do mercado e não podem faltar em sua loja.

Start

REPRODUÇÃO

VÍDEO

Executivos falam sobre as expectativas do mercado

Executivos como Augusto Lemos, da Divisão de Consumo da Cargill para a América do Sul, e Henrique Romero, da Perfetti Van Melle, entre outros, falam sobre suas expectativas e perspectivas para 2020.

INDÚSTRIA

Nestlé contrata profissional da Google

A Nestlé do Brasil anunciou a contratação de Diego Venturelli como novo gerente-executivo de Insights do Consumidor. O executivo terá como desafio liderar um processo de transformação no atendimento ao consumidor a partir da análise estratégica de hábitos e tendências de consumo. Venturelli passou quase oito anos na Google, sendo que, desde 2017, atuava como gerente de Percepções e Dados Analíticos Avançados para o varejo.

DIVULGAÇÃO

NEGÓCIOS

Brasil Atacadista terá mais uma unidade

DIVULGAÇÃO

A cidade de Itajaí/SC ganhará uma loja do Brasil Atacadista neste ano. Ainda sem data de inauguração definida, a loja não divulgou quantos empregos vai gerar. A rede pertence ao Grupo Mundial Mix, também dono dos supermercados Imperatriz. Em Florianópolis, tem lojas no norte e no sul da ilha. E também em Biguaçu, São José e Rio do Sul. A sexta loja da rede no Estado será aberta em fevereiro, na cidade de Palhoça, todas em Santa Catarina.

INDÚSTRIA

Ambev quer eliminar poluição plástica

DIVULGAÇÃO

A fabricante de bebidas Ambev está empenhada em eliminar a poluição plástica decorrente de suas embalagens até 2025, em um esforço que tem o potencial de gerar um bilhão de reais em negócios no período. A cervejaria está se aliando a parceiros, que incluem fornecedores, cooperativas de reciclagem, startups e universidades, para que seus produtos tenham embalagens retornáveis ou utilizem material 100% reciclado.

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

Movtech Stats

BUSINESS ANALYTICS

Com o Movtech Stats você elimina planilhas e sistemas que não geram resultados, tem as principais informações da sua empresa sempre atualizadas de forma prática e simples, além de receber relatórios automáticos frequentemente.

Além da versão Web, você também poderá acessar o Movtech Stats pelo seu celular!

Download on the App Store | ANDROID APP ON Google Play

- Sem limites de usuário!
- Mais de 2.000 usuários ativos
- Clientes 100% satisfeitos
- Mais de 11 anos no mercado

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

LIMÃO ZERO

Lowçucar apresenta nova opção de biscoito

A Lowçucar, marca de varejo da Lightsweet, apresenta ao mercado o Biscoito Recheado sabor Limão Zero Açúcar e Zero Lactose. O lançamento será comercializado em embalagens com 120 g e é uma opção saborosa e saudável para qualquer hora do dia. A novidade da Lowçucar é produzida com edulcorantes de origem natural – stevia e sucralose – e é também uma fonte de vitaminas. Não contém gorduras trans e é isenta de lactose. Atualmente, a linha de recheados Lowçucar é oferecida nos abores Chocolate, Morango e Dark Vanilla.

RETORNO

Nissin relança o Lámen sabor Camarão

FOTOS: DIVULGAÇÃO

A Nissin Foods do Brasil anuncia a volta ao País do Lámen sabor Camarão com um tempero especial. "Nossa prioridade é oferecer aos nossos clientes os melhores sabores com praticidade; por isso, analisamos constantemente os comentários deles no SAC. Nos últimos anos, identificamos que mais da metade das pessoas que nos contataram adoram o Lámen Camarão. Então, decidimos relançá-lo com um gostinho diferente: camarão ao alho. Fizemos questão de trazê-lo repaginado, não apenas no sabor, mas também com uma embalagem muito diferente e inédita, que se destacará no ponto de venda", afirma Gabriela Prudêncio, gerente de Marca da Nissin Foods do Brasil.

FRIGORÍFICO

Santa Clara amplia portfólio

Os consumidores já encontram nos supermercados novidades em produtos do frigorífico da Cooperativa Santa Clara. O principal destaque é a Linguiça de Carne Suína Santa Clara, que é disponibilizada agora com novo formato em gomos. O produto é vendido em embalagem com peso aproximado de 630 g, contendo dez gomos cada. Outro lançamento é a Mortadela sem Toucinho Santa Clara, que chega às gôndolas na versão míni, de 400 g.

PRATICIDADE

Lenço multiuso absorvente

A Sanfarma, indústria farmacêutica que está no mercado há mais de 20 anos, desenvolveu o Sancare Quadradinho, lenço multiuso super-absorvente. O produto pode ser utilizado na remoção de maquiagem, na aplicação de produtos como tônicos, na absorção da oleosidade, e na remoção de esmaltes, entre outros usos. Além disso, há mais três pontos positivos: ele não adere, absorve mais que o algodão e não desfia. Cada lenço aberto tem 15 cm X 15 cm e está disponível em duas versões: embalagem com 50 unidades e pocket com dez.

Cricket

ISQUEIROS DESCARTÁVEIS

DESIGN MODERNO, **QUALIDADE SUPERIOR**

- CHAMA **AUTORREGULÁVEL**
- CORPO DE **NYLON**
- PREÇO **ACESSÍVEL**
- CABE NA CARTEIRA DE **CIGARRO**

DISPONÍVEL NOS TAMANHOS **ORIGINAL E MINI**

Swedish Match

SUPERBOM

Novo executivo assume comando

A Superbom anuncia a chegada do executivo Flávio André Nunes dos Santos (foto) no comando da companhia. Formado em Contabilidade e pós-graduado em Gestão Financeira, o novo CEO passou pela direção de outras sedes administrativas da Igreja Adventista, sendo a última a União Norte Brasileira. Para ele, a empresa também oferece diferenciais que garantem um crescimento agressivo nas parcerias com empresas de Food Service, entre as quais uma das linhas de produção de alimentos plant-based mais modernas do Brasil e com certificação internacional IFS Global Markets.

DIVULGAÇÃO

INVESTIMENTO

Ypê terá fábrica em Pernambuco

A Ypê anunciou a construção de uma nova unidade fabril no Brasil, no município de Itapissuma, em Pernambuco. Inicialmente, serão fabricados nessa nova planta os produtos da linha de líquidos. As obras deverão começar já de imediato e com previsão de serem concluídas em torno de dois anos. "Pretendemos desenvolver ainda mais o nível de atendimento aos clientes da Região Nordeste. Ampliaremos para esse público a oferta do nosso portfólio e teremos a possibilidade de entender melhor as necessidades dos nossos consumidores nessa região", afirma Waldir Beira Júnior, CEO da Ypê.

700

milhões de reais foi o montante oferecido pelo Grupo JBS para a compra dos ativos de margarina da Bunge Alimentos no Brasil, em uma operação nas unidades fabris de São Paulo, Santa Catarina e Pernambuco. "Pelo acordo, serão adquiridas diversas marcas, entre elas Delícia, Primor e Gradina", afirmou a JBS. O negócio "fortalecerá a posição da Seara (unidade de alimentos processados do Grupo) no mercado de margarinas do Brasil", acrescentou a empresa. A Bunge informou que o acordo também inclui marcas de maionese

60

anos estão sendo comemorados pela marca Scotch-Brite com cara nova para 2020 e uma identidade visual moderna e repaginada no logo. A empresa promete que, até fevereiro, todas as linhas de esponjas chegarão aos grandes varejistas do País com as novas mudanças já incorporadas. A nova logomarca da Scotch-Brite apresentará traços mais leves e diretos. "Para nós, é um prazer comemorar nossos 60 anos com esse visual. O novo posicionamento da marca proporcionará uma ótima experiência aos nossos consumidores", afirma Émerson Mota, gerente de Marca da Scotch-Brite, da 3M do Brasil

AQUISIÇÃO

Colgate-Palmolive compra empresa de marca premiun

A Colgate-Palmolive anunciou a compra da marca premium de produtos de higiene bucal Hello Products. O valor da transação não foi informado, mas os recursos para o pagamento serão provenientes do caixa. No comunicado ao mercado, a multinacional afirmou que a Hello, que pertencia à Tenth Avenue Holdings, está entre as marcas com maior crescimento nos EUA, com intenso apelo entre o público jovem. Entre os produtos da empresa estão o creme dental, o enxaguatório bucal, a escova e o fio dental. Os itens são vendidos apenas nos Estados Unidos em estabelecimentos varejistas e pelo comércio eletrônico.

REESTRUTURAÇÃO

Unilever pretende vender a marca de chás

DIVULGAÇÃO

A Unilever estuda vender seu negócio de chás, categoria na qual atua com a marca Lipton – além de Brooke Bond e PG Tips no exterior. A multinacional considera propostas para a venda integral ou de parte do negócio, além de outras opções de reestruturação. Com faturamento global em torno de 3 bilhões de euros por ano, o negócio de chás da Unilever tem, na avaliação da companhia, tamanho e alcance semelhantes aos da divisão de margarinas, vendida em 2018 por cerca de 8 bilhões de dólares.

200

milhões de reais foi o montante pago pela Camil Alimentos na compra da unidade de ração animal do grupo chileno Iansa. "A aquisição está alinhada com a estratégia da companhia e representa um importante passo para a expansão das operações chilenas da Camil para novas categorias", enfatizou a empresa em comunicado. Segundo a Camil, essa mais recente aquisição é um passo importante para o fortalecimento da competitividade no Chile

PARCERIA

NotCo quer se firmar no Brasil

A NotCo fechou três parcerias para a produção de cada um dos itens do seu portfólio. Os nomes dos parceiros não foram revelados. Além do leite e da maionese, esse cardápio inclui um sorvete, lançado em dezembro no Brasil. A empresa também procura parceiros para desenvolver pesquisas e ingredientes locais, que proporcionem um custo mais reduzido em comparação com os insumos utilizados hoje em seus produtos. Hoje, a equipe é composta por 16 funcionários e comandada por Luiz Augusto Silva, ex-executivo da Danone. A ideia é fechar 2020 com 50 profissionais. A empresa também está expandindo sua atuação no varejo. Depois da parceria inicial com o Pão de Açúcar, a companhia vem buscando grandes redes e distribuidores, especialmente em São Paulo. E já fechou acordos com bandeiras como Carrefour, St. Marche e Sam's Club, além das redes Zona Sul, no Rio de Janeiro, e Angeloni, em Santa Catarina.

MOVIMENTO

Makro fecha unidades

O ano começou para o Makro Atacadista com lojas fechadas. Em janeiro, foram seis as operações encerradas nos Estados de Minas Gerais, Espírito Santo e Bahia. Recentemente, Marcos Ambrosano, CEO da empresa, também deixou o Makro para assumir um novo cargo no Sam's Club. Em Ilhéus, a rede Mineirão Atacarejo irá assumir a unidade fechada. Em Minas Gerais, o Makro fechou três lojas nas cidades de Uberaba, Uberlândia e Belo Horizonte. Por nota, a assessoria de imprensa do Makro restringiu-se a dizer que "a venda da operação de três unidades em Minas Gerais é uma iniciativa que se propõe a garantir maior eficiência operacional para a companhia, assegurando a sustentabilidade do negócio por meio da priorização e da diversificação de investimentos já para 2020". As outras unidades, também fechadas, ficam no Espírito Santo, uma em Serra e outra em Vila Velha. De acordo com o Sindicomerciários – Sindicato dos Comerciários do Espírito Santo, as lojas foram vendidas para o grupo Epa e darão lugar a unidades do Mineirão Atacarejo.

14,7%

foi a alta porcentual divulgada pelo GPA – Grupo Pão de Açúcar em sua receita bruta em 2019, totalizando 61,5 bilhões de reais. O resultado foi puxado pelo desempenho da bandeira Assaí e pela inclusão no balanço dos resultados do Grupo Êxito, na Colômbia. Considerado apenas o quarto trimestre, o avanço da receita foi de 24%, subindo para 18,9 bilhões de reais. Os dados são preliminares e não auditados. O Grupo Êxito foi incorporado à estrutura do GPA no fim de novembro, em uma tentativa do grupo francês Casino de simplificar sua estrutura acionária. Ainda no comunicado, foram consideradas as lojas abertas há mais de um ano, o que exclui os efeitos das inaugurações. O Assaí teve um avanço de 4,3% nas vendas no quarto trimestre em 2019

INVESTIMENTO

Muffato abrirá indústria de alimentos no Paraná

O Grupo Muffato anunciou a construção de uma indústria de alimentos na cidade de Cambé /PR. Trata-se do Muffato Foods, o primeiro empreendimento do Grupo no ramo industrial, cujo investimento inicial será de 170 milhões de reais. A construção do Muffato Foods, que irá gerar 650 empregos diretos, será dividida em duas etapas. A primeira delas viabilizará o processamento de produtos relacionados à proteína animal e a segunda fará o mesmo com os de origem vegetal. "Parte do investimento será obtida por meio de linha de crédito em bancos privados, em vista do alto valor dos equipamentos de última geração que vamos utilizar no projeto", explica Everton Muffato (foto), diretor do Grupo. Localizado na Rodovia Mello Peixoto, no Km 164, no complexo onde já está instalado um dos centros de distribuição do Grupo, o Muffato Foods tem por meta produzir 255 toneladas de alimentos por dia. A inauguração da primeira fase do Muffato Foods está prevista para o segundo semestre de 2020. "Quando concluirmos toda a obra, o Complexo Empresarial englobando o CD e a indústria será um dos maiores e mais modernos do País", conclui Muffato.

por Claudia Rivoiro

DIVULGAÇÃO

MARÇO 2020

Anufood e ABAD firmam parceria

A Anufood Brazil (foto)— Feira Internacional Exclusiva para Alimentos e Bebidas que acontece entre 9 e 11 de março no São Paulo Expo na capital paulista, anunciou o acordo de cooperação com a Apex-Brasil e projetos especiais com o apoio das entidades setoriais e parceiros, entre elas a ABAD. Também serão realizados, durante a feira, o II Congresso ANUFOOD Brazil, com curadoria da GV Agro, e o Congresso ABIR, que completará 70 anos em 2020. A próxima edição contará ainda com o II Encontro Abrasel, a Oficina ConPizza e a Confeitaria & Panificação Show.

PARA EMPRESAS

Hirota lança locker refrigerado

A rede Hirota de Supermercados e Express prepara o lançamento e a instalação do primeiro locker refrigerado que será instalado em grandes empresas. Com esse tipo de equipamento, ela pretende atender funcionários de companhias que precisam adquirir produtos de conveniência ou alimentação e que não têm opção de comércio próximo. A operação funcionará por meio do novo app da Hirota e, depois que o cliente finalizar a compra, um funcionário da Hirota entregará na sede da empresa, em até 30 minutos, o pedido feito, inclusive com possibilidade de adquirir produtos resfriados. O equipamento tem 29 portas, 16 delas refrigeradas. "Oferecemos um serviço para atender o consumidor no seu local de trabalho ou até em grandes condomínios", informa Hélio Freddi, gerente geral.

SIAL PARIS

Feira mundial acontecerá em outubro

Agendada para o período de 18 a 22 de outubro, em Paris, a Sial Paris, feira mundial de alimentação, promete levantar uma discussão sobre a nova era para o segmento de alimentos e bebidas. Desde já, os números prometem superar a edição de 2018, que contou com 7.200 expositores, vindos de mais de 100 países, inclusive o Brasil. Criado em 1964, o evento começa a sua edição, de número 52, com a expectativa de atrair milhares de visitantes profissionais, sendo que de todos esses participantes 55% são provenientes do varejo alimentar e de bebidas. Em segundo lugar, 23% desse número provém do segmento industrial; em terceiro, vem o setor de food service, que comparece com 16%, e o restante inclui são profissionais da organização e de serviços. Em 2018, foram 21 os setores de produtos, distribuídos em oito pavilhões em Paris Nord Villepinte, na capital francesa.

7

novas lojas foram abertas em 2019, seis no segmento de autosserviço, marcam o ritmo de crescimento do Grupo Koch Supermercados, que se consolida no litoral catarinense e expande para as regiões Norte do estado e Grande Florianópolis.A rede deve fechar o ano com crescimento de 40% no faturamento

NOVO CARGO

Rafael Martins assume o Grupo Máxima

DIVULGAÇÃO

Com 16 anos de experiência no mercado de tecnologia, Rafael Martins (foto) é agora o executivo responsável pelas operações do Grupo Máxima, que incluem a MáximaTech, a LifeApps e a Onblox, enquanto seu fundador, Wagner Patrus, passa a se dedicar exclusivamente ao Conselho de Administração da holding. "A ideia é promover a evolução dos nossos clientes ao trazê-los para o centro da decisão. Todo e qualquer movimento estratégico terá por objetivo atendê-los com serviços e soluções ágeis de ponta a ponta. Atualmente, temos uma carteira com mais de 1.500 nomes e mais de 80 mil usuários em todo o Brasil. Ou seja, um enorme terreno para explorar, semear e colher bons frutos junto à nossa base", contextualiza Martins, que já participava das operações na LifeApps.

PESQUISA

Verdemar é avaliada como eficaz pela KPMG

A rede de supermercados mineira Verdemar foi apontada pela KPMG como a organização brasileira mais eficaz em oferecer ótimas experiências aos clientes. No nível global, a empresa aparece em nona colocação entre estabelecimentos varejistas. A pesquisa ouviu mais de 84 mil consumidores, sendo 5 mil deles no Brasil, e avaliou 2.045 empresas espalhadas em 20 países. A avaliação das empresas foi realizada a partir de seis pilares previstos em regulamento: personalização, integridade, expectativas, resolução, tempo e esforço, e empatia.

CENTRO DE INOVAÇÃO

Francesas querem acelerar startups no Brasil

Quatro empresas francesas vão se juntar para promover o desenvolvimento do "ecossistema" de inovações e startups no Brasil. O Banco BNP Paribas, o Carrefour, o Edenred e o Ingenico abrirão, em São Pauo, o La Fabrique, um centro de inovação para startups. Seu objetivo é investir e acelerar startups, além de incentivar o desenvolvimento de projetos de tecnologia no Brasil. O empreendimento ficará sediado no State, hub de inovação localizado na capital paulista. Segundo as empresas, o local foi escolhido para permitir que o La Fabrique esteja perto de outras empresas inovadoras e contribua para a troca de experiências com organizações que também procuram incentivar a criação de novas soluções e tecnologias para o mercado brasileiro. "A cooperação com startups desenvolve e gera negócios e atrai talentos", diz Sandrine Ferdane, CEO do Banco BNP Paribas Brasil, em nota à imprensa.

197

milhões de reais foi o valor pago pela TOTVS, mais especificamente, pela sua subsidiária Soluções em Software e Serviços TTS, para adquirir a empresa de tecnologia Consinco S.A., que fornece sistemas de gestão a supermercados e atacadistas de autosserviço e emprega 400 pessoas. "Com esse movimento, a TOTVS intensifica sua presença no segmento de varejo, possibilitando a geração de sinergias entre as operações da TOTVS e as operações da Consinco", afirmou na divulgação

Tecnologia para reduzir seu custo logístico. **Simple assim.**

Controle do armazém à entrega

- Implementação de WMS em blocos
- Roteirização automática de carga
- Apanhamento das entregas e gestão da frota

Otimize a logística da sua indústria, atacado distribuidor e varejo

onBlox

www.onblox.com.br

MÁXIMA TECH

www.maximatech.com.br

Empresas do Grupo Máxima

Renovados e conectados

A evolução do e-commerce mudou o olhar das empresas nas relações comerciais e trouxe o desafio de investir em canais virtuais para dinamizar as vendas no varejo

por Rúbia Evangelinellis

Diante de um consumidor conectado, exigente, que compara preços e marcas, e sai de casa sabendo o valor do produto e onde encontrar as promoções (isso quando não faz compras pela internet), as empresas que atuam na cadeia de abastecimento investem em tecnologia como estratégia para dinamizar as relações comerciais e se plugar à cabeça do brasileiro e ao moderno mundo dos negócios virtuais. Nesse caminho, especialistas, empresários e executivos destacam a importância das plataformas digitais, como o e-commerce e a marketplace, que abrem o leque de opções de canais de vendas, sejam eles o B&B (compra e venda entre empresas) ou o B&C (transação comercial entre empresas e consumidores, ou de empresa para consumidor).

Para Sillas Souza César, professor de Economia da FAAP – Faculdade Armando Alvares Penteado, é essencial avaliar primeiramente o panorama de consumo levando-se em consideração dois aspectos, que são de cunho conjuntural (com impacto no curto prazo) e estrutural. Neste último, percebe-se a evolução do canal digital como alternativa para alavancar os negócios. "A internet chegou com vigor no mundo a partir das décadas de 1990 e de 2000, desenvolvendo diversos serviços, sendo que o e-commerce, a partir de 2010, ganhou força. Ocorre que a geração nascida no fim da década de 1990 está consolidada no mercado de trabalho e acostumada a comprar pela internet ou, pelo menos, a pesquisar preços pelos meios eletrônicos."

A partir disso, acrescenta, é possível observar o desenvolvimento do sistema, o surgimento de sites modernos, como a Amazon e as Americanas, que se constituem em uma rede de fornecedores disputando o consumidor, modelo de negócios que vai praticamente dominar as relações de mercado dentro e fora do Brasil. Para o economista, o País está bem inserido nesse processo, com uma potencialidade de consumidores conectados à internet e com o aperfeiçoamento dos modelos de e-commerce. "Do ponto de vista da oferta, eu entendo que as empresas estão atentas a esse movimento, que retrata a compra consciente do consumidor e tem possibilitado, aqui e no exterior, reduzir a pressão inflacionária sobre os preços dos produtos."

DIVULGAÇÃO

SEM BLÁ-BLÁ-BLÁ Renato Meirelles, presidente do Instituto Locomotiva, também acredita que está claro que a tecnologia empodera o consumidor, desde a pesquisa e a obtenção de informações sobre novas marcas, passando pela compra, até a reclamação sobre produtos e serviços, e a economia de tempo. Mas, por outro lado, acrescenta, a sequência de anos de crise econômica serviu para consolidar novidades nesta década que se inicia, amadurecendo o comportamento de compra. "Uma dessas novidades, reflexo da racionalização do consumo, é o fato de que o brasileiro está menos tolerante ao blá-blá-blá sobre marcas que não entregam a diferença de performance, em especial para os itens adquiridos regularmente nos mercados."

Em consequência dessa conduta, Meirelles acredita que, quando o consumidor entra no pequeno varejo, vai comprar o que estiver à sua disposição nas gôndolas. "Aí, a distribuição desempenha um papel-chave no abastecimento, e o gerenciamento por categorias passa a impor um desafio ainda maior. O distribuidor terá de oferecer um negócio que ponha à disposição de quem compra três diferentes opções de preço, com entrega parecida com a da marca líder, as quais terão de se reinventar, investir em inovações e mudar as embalagens."

> ***"O distribuidor terá de oferecer um negócio que ponha à disposição de quem compra três diferentes opções de preço, com entrega parecida com a da marca líder, as quais terão de se reinventar, investir em inovações e mudar as embalagens***
>
> ***Renato Meirelles, presidente do Instituto Locomotiva***

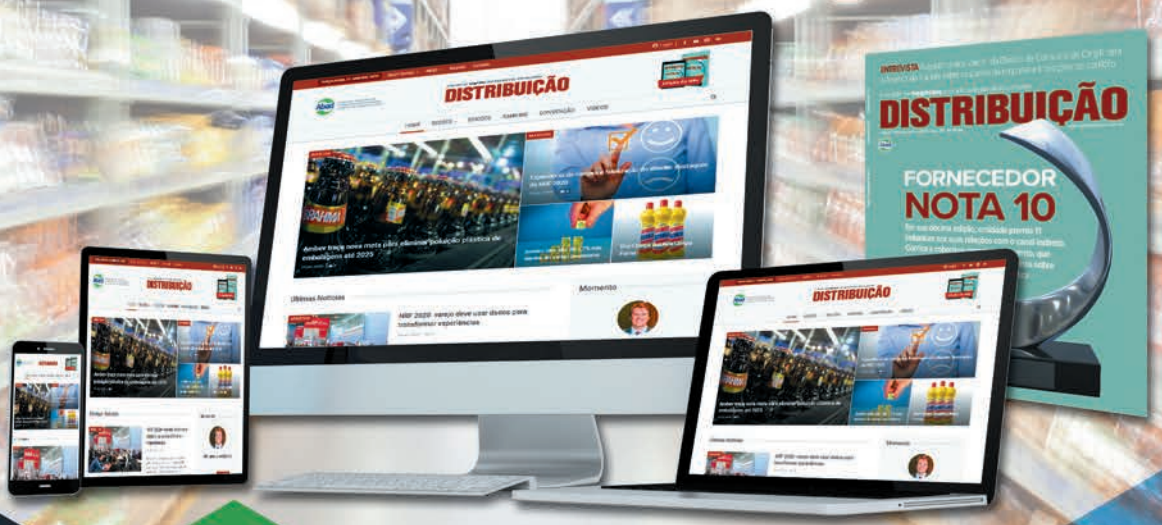
As compras por aplicativos também provocam alterações no hábito de frequentar um ou outro estabelecimento e acirra a disputa no canal digital. "É uma mudança estrutural no relacionamento com o cliente, especialmente dos hipermercados (com as escolhas feitas pela internet). Creio que seja esse o momento de o varejo de bairro crescer, graças à comodidade que oferece às compras. E também de o atacado distribuidor fazer a ponte e levar ao varejo de vizinhança toda a experiência que a indústria tem." Aliás, Meirelles acredita que esse movimento do atacado, de adotar o e-commerce, é oportuno para estabelecer um elo mais estreito na cadeia.

INICIATIVAS NO ATACADO Os grupos Martins, Vila Nova e Apoio Mineiro/Dec Minas estão no time de empresas do setor que investem no e-commerce. Os três exemplos servem para mostrar a necessidade de treinamento contínuo para aprimorar o canal de vendas, como um bebê que cresce pequeno, engatinha, e precisa de apoio para dar os primeiros passos até conseguir caminhar com firmeza.

Flávio Martins, CEO do Grupo Martins, empresa com capilaridade para atender o mercado nacional, explica que o foco do modelo de marketplace adotado pela companhia destina-se a expandir o atendimento para as empresas. "É um canal por cujo intermédio aproximo quem quer comprar de quem quer vender, e viabilizo a negociação por meio de crédito, logística, conhecimento e tecnologia."

A revista de **negócios** dos atacadistas distribuidores

DISTRIBUIÇÃO



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

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.

Conheça a Revista na versão digital!

www.revistadistribuicao.com.br/revista-digital

Abad

Para mais informações, entre em contato com o Departamento Comercial da ABAD:

(11) 3056-7500

comercial@abad.com.br

Instrumento de planejamento e gestão dos empresários agentes de distribuição

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

A versão digital oferece uma experiência única ao leitor, com interatividade e conteúdos exclusivos.

Instrumento para o alinhamento estratégico e melhoria do ambiente de negócios.

Ferramenta de informação, qualificação, aperfeiçoamento e desenvolvimento do setor

No site, segundo informou, os negócios são viabilizados com seus cerca de 600 fornecedores, além de 80 a 90 empresas com ofertas de produtos, algumas delas até concorrentes. "São bem-vindas ao nosso marketplace, que ganha poder. Entendo que a pior coisa é não atender os clientes que estão lá, que eu conheço, e sei do que precisam em um determinado momento, e nós não conseguimos suprir essa falta."

De 2017 para cá, o marketplace do Martins já representa 25% do faturamento do Grupo. Em 2020, deverá somar um volume de negócios entre 1,2 e 1,3 bilhão de reais, montante que faz frente a um faturamento projetado de 5,6 bilhões de reais. Flávio Martins deixa claro que se trata de uma ferramenta para aumentar o bolo geral de negócios, que é para onde mira quando fala de perspectivas. Em 2019, o Martins vendeu para 215 mil clientes distintos. Em 2020, a meta é alcançar de 230 a 240 mil clientes. "A proposta não é fazer o marketplace crescer isoladamente nem trocar o canal de vendas, mas sim chegar a um resultado global com esse canal e com as vendas presenciais."

> ***"A proposta não é fazer o marketplace crescer isoladamente nem trocar o canal de vendas, mas sim chegar a um resultado global, com esse canal e com as vendas presenciais***
>
> ***FLÁVIO MARTINS, CEO do Grupo Martins***

DIVULGAÇÃO

Segundo informou, os representantes comerciais autônomos são estimulados a lançar mão do marketplace para expandir sua base de clientes. "Eles podem ensinar o cliente a fazer a compra eletrônica, motivá-lo, e assim reduzir a necessidade de visitas frequentes", destaca. Pelo sistema eletrônico, o Martins adota uma logística que varia caso a caso, dependendo da negociação.

LIÇÕES JÁ APRENDIDAS O Grupo Vila Nova também reconhece no e-commerce uma ferramenta de apoio para vendas, um canal complementar para estimular as relações comerciais estabelecidas com empresas-clientes (B2B). A iniciativa partiu de Leonardo Severini e Alexandre Villas Boas, diretores da empresa, há três anos. Para eles, a fase atual não é a de contabilizar os ganhos, mas sim a de investir na busca de melhorias contínuas. "Estamos aquém de ter uma operação que esteja desempenhando bem. E ainda fazendo tentativa e erro, aprendendo. No campo virtual, as mudanças estão cada vez mais aceleradas e espero, em dois anos, medir o tamanho e todo o montante de investimento necessário."

Nessa fase de melhorar o conjunto da obra, algumas lições já foram aprendidas. "O e-commerce deve ser visto como um instrumento de vendas que oferece uma boa prestação de serviços, firmada com o comprometimento de prazos tratados e de informações prestadas." Mesmo porque, assegura, é um sistema de vendas complementar, robotizado, que não tem o apelo do contato dire-

to com os clientes, como fazem os seus 400 RCAs. Leonardo Severini explica que, para harmonizar, ou melhor, acomodar e abrir espaço para o e-commerce, sem preterir o trabalho dos representantes comerciais, considera importante equiparar os preços entre os canais.

Outra iniciativa consiste em garantir uma contrapartida (em remuneração) ao RCA, que terá de adotar o perfil de hunter, ou seja, ser caçador e cadastrador de clientes. "O profissional que tratava de dez clientes no passado, passa a atender 50, com menos tempo destinado a cada um. Mas, como apoio, terá respostas mais rápidas, e mais tecnologia", explica.

A partir desse novo desenho de atendimento, o Grupo Vila Nova possibilita o aumento da carteira. Hoje, ele atende São Paulo e Minas Gerais em quatro áreas geográficas: Sul, Grande BH (Belo Horizonte), Zona da Mata e Centro-Oeste. Nessa fase inicial, o e-commerce representa algo em torno de 10% das vendas, mas já alcançou picos de 13%. Outros canais são o teleatendimento e a venda de campo, sendo que os RCAs respondem por quase 90% da comercialização. "Acredito em todas as formas de venda, e que o trabalho do RCA nunca vai acabar, mas também acredito que o canal digital vai manter a empresa atualizada, próxima dos anseios do fornecedor e do varejo."

A parte mais delicada é a de manter uma boa sintonia com a área de vendas e de fazer com que os varejistas também encampem o canal virtual de compras. "Vejo que muitos têm relação umbilical,

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:

51 · anufood brazil · Banco ORIGINAL · brf · Mais Força de Limpeza Bufalo · Cargill · Condor 90 anos · DIAGEO · flora · Gera · GS1 Brasil Associação Brasileira de Automação · havaianas · JTI · luminae energia · Mercedes-Benz · Nestlé Faz Bem · P&G · PEPSICO · POLIBRAS SOFTWARE · rb HEALTH · HYGIENE · HOME · STILL KION SOUTH AMERICA · TOTVS · 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

de confiança, com o RCA e aguardam o sinal verde do nosso representante, que atua como consultor, para acessar o e-commerce." O Grupo Vila Nova está abrindo parceria com outras empresas que querem anunciar no e-commerce. Atualmente, a equipe de análise do e-commerce conta com dez pessoas. Pelo sistema, o Grupo comercializa todo o portfólio, de 3.500 itens.

> ***O e-commerce deve ser visto como um instrumento de vendas que oferece uma boa prestação de serviços***
>
> ***LEONARDO SEVERINI, diretor do Grupo Vila Nova***

INVESTIMENTO ESSENCIAL A partir da premissa de que investir no comércio virtual é essencial, e isso vale para diferentes modelos do setor atacadista, as lojas de autosserviço do Apoio Mineiro também têm e-commerce. Prestes a completar 18 anos em maio próximo, a rede de 18 lojas, instalada na Grande Belo Horizonte, investe em um modelo digital híbrido, B&B e B&C, que completa no mesmo mês dois anos de vida. O faturamento com e-commerce responde por 3,5% do faturamento da divisão Apoio Mineiro. A previsão é de crescimento de 5% a 6% até 2023.

Rodolfo Nejm, vice-presidente do Grupo Super Nosso (que agrega o Apoio Mineiro), considera que, em um mercado cada vez mais competitivo, exigente e de margens cada vez menores, é fundamental buscar a eficiência necessária nas relações comerciais estabelecidas na cadeia de abastecimento, da indústria ao varejo, para chegar ao consumidor. E reconhece o e-commerce (B&B) como um facilitador, com os fornecedores possibilitando ao intermediário – os comerciantes – o acesso aos produtos, lançamentos e calendário, independentemente da visita de um vendedor.

"Somos parceiros de grandes indústrias, como P&G, Unilever, Colgate, Ambev, Coca, Diageo e Mondelez, e já estamos, há algum tempo, fazendo esse trabalho. Temos boa parte dos clientes comprando via e-commerce. E, como resultado dessa melhor sinergia, o comerciante entende, em um tempo menor, a estratégia relativa ao produto, isto é, a ação do fornecedor. O sistema B&B promove a otimização dos processos, da produtividade e da interação", explica.

A partir dessa abordagem em que todas as partes ganham, Rodolfo Nejm explica que o e-commerce, batizado de Apoio Entrega, atende todo o Estado de Minas Gerais, tanto para os comerciantes (foco principal do autosserviço) como para os consumidores. Das entregas efetuadas, 65% são para o varejo, que conta com promoções específicas das indústrias apenas nesse canal. Oferece um portfólio de aproximadamente 14 mil itens – menos os perecíveis – maior que aquele encontrado nas lojas (com sortimento de 8 mil itens). As mercadorias saem do centro de distribuição e são entregues por transportadores contratados. "Assim, conseguimos fide-

DIVULGAÇÃO

lizar clientes. Entregamos um sortimento com variedades e promoções, além de atender comerciantes de outras regiões." Nejm adianta que parcerias estão sendo estabelecidas para encorpar o Apoio Entrega, expandindo o marketplace em 2021. Outra novidade é o projeto de e-commerce para o e-commerce do Dec Minas, distribuidor exclusivo de cosméticos, exclusivo para B2B.

> ***Entregamos na porta um sortimento com variedades e promoções, além de atender comerciantes de outras regiões***
>
> ***Rodolfo Nejm, vice-presidente do Grupo Super Nosso***

NEUROCIÊNCIA A necessidade de levar em consideração a própria cabeça do consumidor, tendo uma percepção mais aguçada dos critérios que ele adota para tomar decisões e investir em uma linha de produtos adequada ao que procura, faz com a P&G invista na neurociência para desvendar esses mistérios. Segundo André Felicíssimo, vice-presidente de Vendas da empresa, o estudo mostra que mais de 90% das decisões são automáticas. Considerando que o organismo do ser humano é programado para economizar energia, o cérebro, um dos órgãos que mais consomem calorias, cria maneiras automáticas de tomar decisões, poupando esforços.

O avanço da tecnologia, acrescenta, reduzirá ainda mais o esforço na tomada de decisões. "Temos de continuar estudando como influenciar as decisões do consumidor. E entender que a gôndola fala com o shopper. Quando ele entra na loja, se não encontrar xampu, condicionador e produtos de tratamento, não pensa em levar o conjunto", avalia.

No atual contexto de automação, o executivo destaca a importância de se adotar estratégias de vendas que vão além do diferencial de preços e que possam aperfeiçoar a dinâmica da prestação de serviços. "O distribuidor precisa oferecer ao varejista o que ele precisa, apontar qual será o próximo passo para o desenvolvimento da categoria, e mostrar o que a vizinhança busca e vende."

No que tange ao impacto da tecnologia nos negócios B&B, Felicíssimo é da opinião de que o atacado distribuidor tem, sim, de desenvolver um sistema de atendimento virtual, como site e aplicativo, mas que funcione mais para seu aprendizado e facilitador de atendimento, com carreira solo. Levando em conta que se trata de uma ferramenta que, para ser potencializada, requer investimentos vigorosos, ele reconhece que a tendência aponta para o desenvolvimento de grandes conglomerados, atuando como marketplace, nos quais o pequeno varejo vai procurar esse atacado distribuidor. D

Leia mais na versão digital
https://distribuicao.abad.com.br/revista-digital/

Um mercado promissor

O Brasil é um dos países que mais consomem produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, constatação que possibilita mais ações na cadeia de distribuição

por Adriana Bruno

Do xampu aos dermocosméticos, os produtos e categorias que movimentam o mercado HPPC (que abrange itens de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos) nunca saem da cesta de compras das brasileiras. São produtos que demandam constante reposição e que apresentam diferentes características de consumo, seja para uso pessoal, seja para uso por toda a família. O fato é que nem mesmo a crise econômica fez com que o segmento deixasse de crescer, mesmo que timidamente. De janeiro a outubro de 2019, a indústria de HPPC registrou um crescimento nominal de 5% em seu faturamento em comparação com o mesmo período de 2018. "Em termos reais, a expansão do número

DEPOSITPHOTOS

GRUPO VIRIATO

SOLUÇÕES PARA O
CRESCIMENTO DA SUA EMPRESA
TODAS NUM SÓ GRUPO

CORREA & LOPES

PLANEJAMENTO TRIBUTÁRIO
Peça importante para uma empresa ajustar seus custos e utilizar os benefícios que a legislação pode oferecer.

CONSULTORIA TRIBUTÁRIA
Acompanhamento constante das novas regulamentações estatais, atualizando métodos de incentivos e gerando novas oportunidades.

INCENTIVOS FISCAIS
Os projetos para obtenção de incentivos fiscais necessitam da aprovação governamental e, o mais importante, exercitar uma articulação institucional necessária para entender os procedimentos estatais e a lógica administrativa do poder público.

J.A. LOPES ADVOGADOS

DIREITO TRABALHISTA
Atuação preventiva e contenciosa. Defesas administrativas das empresas e reuniões de mediação.

DIREITO TRIBUTÁRIO
Atendimento à fiscalização tributária; Acompanhamento de ações judiciais movidas pelo Fisco; Mandados de segurança, ações cautelares, ações declaratórias, ações anulatórias, dentre outras.

DIREITO EMPRESARIAL
Acompanhamento em Recuperação de Empresas; Falência; Sociedade Empresária; Propriedade Intelectual; Responsabilidade Civil da Empresa; Regulação Jurídica dos Serviços Públicos e Atividades Econômicas e etc.

VIRIATO

HOLDING PATRIMONIAL
Sistema de trabalho especializado na constituição de Holdings Patrimoniais, uma estratégia moderna, arrojada e segura de proteger e administrar seu patrimônio, além de garantir maior rentabilidade.
Com a redução no peso dos tributos, a Holding também contribui para a lucratividade das operações, por isso é também considerada uma solução financeira para as empresas e a família.

Entre em contato agora e descubra o que a VIRIATO pode fazer por você!

21 2292-9071 | 2323-0002 | 3341-2200

de vendas foi de 0,69%", comenta João Carlos Basílio, presidente-executivo da Abihpec – Associação Brasileira das Indústrias de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Ele também informa que o Panorama do Setor da Abihpec, conforme dados fornecidos pela Euromonitor, destaca que o Brasil é o quarto país que mais consome produtos de HPPC no mundo, tendo movimentado cerca de 30 bilhões de dólares em 2018, atrás dos Estados Unidos, da China e do Japão. "As categorias que despertam mais interesse e consumo são desodorantes, perfumes, produtos masculinos, protetores solares, produtos infantis, e produtos para banho, cabelos e maquiagem", completa.

Para 2020, Basílio acredita que o setor apresentará um crescimento na casa de 5,1%. E se há essa perspectiva de crescimento, há também boas oportunidades de negócios tanto para a indústria como para o atacado distribuidor e o varejo. O importante é unir o conhecimento de mercado e os desejos e necessidades do consumidor a uma operação que consiga levar os produtos e categorias às gôndolas do varejo. Para Leonardo Rezende, CEO da Nutriex, é preciso profissionalizar a equipe de atendimento e vendas tanto no atacado como no varejo, e também trabalhar a exposição dos produtos. "Pesquisas nos informam que o brasileiro gasta mais com beleza do que com comida. Isso significa que temos muito espaço para crescer e investir, seja em produtos voltados para os cabelos, seja para a proteção solar ou o consumo infantil", completa Rezende.

DA CABEÇA AOS PÉS A categoria de cuidados com os cabelos é, sem dúvida, um dos grandes destaques do mercado HPPC. De acordo com o Euromonitor, o Brasil é o terceiro mercado de produtos para os cabelos, além de um verdadeiro polo de inovação, uma vez que o País concentra uma grande variedade de diferentes tipos de cabelos. "A brasileira é muito preocupada com os cabelos e chega a ter uma média de cinco produtos dentro do box. Também segundo o Euromonitor, o mercado de pós-xampus (condicionador e tratamentos) chega a ser 50% maior que o de xampus", conta Nathália Ruiz, gerente de Produto da Phisalia. "A previsão é de crescimento de 4% ao ano nessa categoria que está em constante crescimento, tanto em números como em inovação", diz.

Conhecer os desejos do shopper é importante para a construção do mix de marcas e produtos que atendam ao perfil de consumo do ponto de venda. De acordo com Nathália Ruiz, quando se trata de produtos para os cabelos, a brasileira busca performance e perfumação, ou seja, se ela compra um produto para brilho, ela espera que a performance seja excepcional. " Ela também lembra que a empresa está lançando a linha Physalis, que tem como destaques ser vegana e não testada em animais. "Faremos isso com ações de ativação em todos os canais em que a marca irá atuar", afirma.

> ***"Pesquisas nos informam que o brasileiro gasta mais com beleza do que com comida. Isso significa que temos muito espaço para crescer e investir***
>
> ***JOÃO CARLOS BASÍLIO, presidente-executivo da Abihpec***

DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO

> ***Estamos sempre antenados com as principais tendências da moda e da beleza que melhor se alinhem ao comportamento do consumidor brasileiro***
>
> **CAROLINA BERTELLI, diretora de Marketing da DAILUS**

Outro cuidado essencial para a brasileira está nas unhas e na maquiagem. Segundo Carolina Bertelli, diretora de Marketing da DAILUS, o shopper está em busca de novidades. "De 2018 a 2019, crescemos 7% em vendas na categoria de maquiagem enquanto que a categoria de esmaltes aumentou 21%. Em 2019, vendemos mais de 23,3 milhões de esmaltes", conta.

Carolina também ressalta que, na temporada de verão, o consumidor brasileiro busca por cores vibrantes, sendo que as apostas são: amarelo, azul, verde, pink, roxo e laranja. Neste ano, a empresa afirma que terá uma gama extensa de lançamentos. "A DAILUS trará diversos produtos, entre os quais esmaltes em cores neon, e vibrantes, e itens de maquiagem também com cores vibrantes, entre outros. Estamos sempre antenados com as principais tendências da moda e da beleza que melhor se alinhem ao comportamento do consumidor brasileiro", diz.

A preocupação com a aparência se mistura aos cuidados com a saúde quando o foco está voltado para a proteção solar. Segundo o instituto de pesquisa Mintel, 33% dos brasileiros entrevistados usam protetores solares durante todo o ano, inclusive no inverno, 23% usam apenas durante o verão, 17% usam apenas em dias ensolarados, 16% não usam protetor solar, 12% o usam na maior parte das estações, mas não usam no inverno, e 7% usam proteção solar quando estão em férias. "Ou seja, uma parcela dos brasileiros mantém o uso do produto ao longo do ano todo. Toda essa movimentação possibilita uma vigorosa atuação da linha de protetores solares", comenta Rezende. Ele também diz que, para trabalhar corretamente a categoria, é preciso entender que a decisão de compra, hoje em dia, é tomada com base em diversos fatores, que não eram sequer imagináveis algum tempo atrás. "O consumidor tem muitas opções e sua escolha é feita em cima dos detalhes. Ela também é feita pela conexão com o propósito da empresa, pelo que a marca representa em nível social e responsabilidade ambiental." Para 2020, a Phisalia promete vários lançamentos. "Para este ano, posso adiantar que teremos muitas novidades em novas categorias, como a de produtos para a pele, de perfumaria, nutracêuticos, um licenciamento para adultos do UFC, uma linha para gestante e outra de anti-aging para o público de 30 a 70 anos", finaliza Rezende.

DB
Leia mais na versão digital
https://distribuicao.abad.com.br/revista-digital/

O futuro do mundo dos negócios

ARQUIVO

Em um dos painéis do evento, Ricardo Cappra e representantes da Nielsen e da Unilever irão destacar o poder da informação para alavancar os negócios

por Ana Paula Alencar

"Se o presente é digital, o futuro será cada vez mais analítico." A frase é do cientista de dados Ricardo Cappra, que estará na Convenção ABAD 2020, em Atibaia/SP. Ele integrará, ao lado da Nielsen e da Unilever, um dos quatro painéis programados para o dia 28 de abril, no qual abordará a importância da análise de dados para as empresas. Além de cientista de dados, Cappra é empreendedor, consultor internacional de estratégia digital e pesquisador do impacto dos dados na sociedade e nos negócios. Ele também lidera uma comunidade global de pesquisadores e cientistas especializados em dados. A partir dessa comunidade, o cientista criou um instituto de pesquisa internacional e independente que investiga o impacto dos dados no mundo. O instituto desenvolve métodos para acelerar o uso da ciência de dados.

Mas, afinal, por que é tão importante falar em dados? Segundo estudos recentes, apenas 40% das informações geradas pelo varejo são utilizadas de alguma maneira. E mesmo essas geram pouco valor. Isso acontece por causa de problemas crônicos que vão desde a falta de uma cultura analítica nas empresas até a carência de pessoas preparadas para lidar com a análise dos dados. O uso de dados é atualmente um recurso-chave para se avançar nos negócios. Seja para tomar decisões, traçar metas, definir estratégias ou qualquer outra ação que envolva vender no comércio – da indústria para o atacado, do atacado para o varejo, e do varejo para o consumidor –, a análise de dados ganhou status, e implementar uma cultura orientada pelos dados é o primeiro passo para se garantir um lugar ao sol.

Cappra acredita que a maioria das empresas tem dificuldade de encontrar e organizar os dados para uso. Por isso, um dos principais papéis do cientista

Reunião do setor será em Atibaia/SP, de 27 a 29 de abril

de dados é o de procurar maneiras de mostrar onde conseguir a informação e como transformá-la em algo palpável, capaz de representar uma verdadeira mudança no negócio. "Torturamos os dados até que eles confessem algo valioso", dizww. Segundo ele, quando as informações são entregues à pessoa certa, elas ganham poder.

NIELSEN As empresas estão percebendo como é importante investir para transformar dados em informações capazes de ajudar na tomada de decisões. Mas, em muitos casos, os dados já estão disponíveis; basta saber extrair deles o que realmente interessa. Informações próprias da empresa precisam, sim, ser buscadas, mas dados de mercado, por exemplo, podem ser encontrados por meio da imprensa ou de institutos públicos de pesquisa. A Nielsen, empresa global de mensuração e de análise de dados, que fornece uma visão completa de consumidores e mercados do mundo, vai mostrar na sua participação no painel exatamente a força desses números, trazendo uma pesquisa sobre o setor atacadista e distribuidor e sua importância para a indústria.

UNILEVER Por sua vez, a Unilever, líder mundial em bens de consumo, apresentará um case bem-sucedido, que já é realidade no dia a dia da empresa em relação ao aproveitamento dos dados. Seu objetivo é expandir, para os agentes de distribuição, as práticas que já são desenvolvidas. "Estamos empenhados em melhorar para os agentes de distribuição a cadeia como um todo, aproveitando e maximizando as tendências que podem nos ajudar. E a tecnologia, certamente, é mola propulsora da nossa transformação", afirma Juliana Carsoni, diretora de Vendas e E-commerce da Unilever. D

Cappra irá participar de um dos painéis na Convenção

DIVULGAÇÃO

Transformar no dia a dia

O uso da tecnologia em todas as áreas do negócio é a grande tendência para o mercado consumidor

por Adriana Bruno

O maior e principal evento de varejo do mundo, a NRF Retail's Big Show, em sua edição 2020, trouxe mais do que tendências para esse mercado, pois consolidou as certezas de que a cadeia de abastecimento está em transformação e que o emprego da tecnologia nas operações dará o tom para essa cadeia. Em entrevista à DISTRIBUIÇÃO, Eduardo Terra, presidente da SBVC – Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo, esteve no evento norte-americano e conta que as tecnologias exponenciais estão transformando não apenas o varejo, mas também toda a cadeia de distribuição. "A entrada da inteligência artificial está produzindo grandes mudanças nas coisas, no uso dos dados e em todo o pacote de tecnologias sobre as quais se tem discutido muito nesse mercado", comenta Terra. Além disso, ele destaca que é preciso entender o marketplace e as plataformas e reconhecer como esse conhecimento está transformando o mercado B2B.

Ainda em relação à transformação digital, ele destaca que o varejo está se preparando para implantar tudo de que precisa. "Antes, o varejo era pouco intensivo em tecnologia, e hoje é o contrário. Era monocanal, e hoje é omnichannel. É um varejo diferente, com o consumidor em transformação, e que terá de encarar esse desafio de realizar a transformação digital. Essa é a grande tendência para 2020", afirma. Terra reforça igualmente que o atacado distribuidor precisa entender como essa transformação no varejo é fundamental para que o setor consiga sobreviver, crescer e se transformar. "Assim como a gente fala que se o consumidor está mudando, o varejo também tem de mudar, e se o varejo está mudando, o atacado distribuidor tem necessariamente de mudar", finaliza.

Terra: atacado distribuidor tem necessariamente de mudar

DIVULGAÇÃO

Gomes da Costa

Páscoa com novidade no PDV

Sempre inovando, a Gomes da Costa, líder absoluta no mercado de pescados, estreia na categoria que vende mais de 76 mil toneladas* por ano: a de **Azeite Extra Virgem.**

Por que ter o azeite **Gomes da Costa** no PDV?

- Produto de alta rentabilidade
- Valor agregado para o varejo
- Penetração de 37% dos lares
- 70% declaram estar dispostos a comprar
- Embalagem de destaque na gôndola

ACIDEZ ≤0,5%

EMBALAGEM EXCLUSIVA

O azeite ganhará uma caixa exclusiva de **Páscoa** para presentear!

FELIZ PÁSCOA
DE:
PARA:

IDEAL PARA

TEMPERAR · GRELHAR · COZINHAR

Aproveite o azeite para alavancar as vendas de Páscoa e trazer ainda mais sabor para a mesa dos consumidores

Fonte: Kantar Consumer Book 2018 – Dados 2017 / * Considera cobertura de 60%
Fonte: Nilsen – retail index total Brasil atum-sardinha – INA+CASH JJ 2019

#vaicomgosto

www.gomesdacosta.com.br

Cesta de delícias

O período se destaca pelo grande aumento nas vendas de alimentos e bebidas, a ponto de exigir reforço nos estoques e mais atenção com a exposição e a reposição

DEPOSITPHOTOS

por Adriana Bruno

A Páscoa é sempre um período de oportunidades de negócio para toda a cadeia de abastecimento. De brinquedos a alimentos e bebidas – em especial os ovos de Páscoa e os chocolates –, uma gama diversificada de categorias passa a ser o foco do comércio, visando o consumidor final. Segundo Ubiracy Fonseca, presidente da Abicab – Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas, o Brasil tem uma das Páscoas mais lucrativas do mundo, que gera, nesse período, um aumento significativo do número de empregos e negócios. "Por exemplo, em 2019, 18 mil empregos temporários foram gerados no período. É um momento de importantes oportunidades de negócio, visto que os produtos da Páscoa (tanto ovos como chocolates tradicionais, figuras de Páscoa e outros) vêm mantendo o consumo em mais de 60% nos lares brasileiros nos últimos anos", conta.

E por falar em ovos de Páscoa, Amanda Affonso, gerente de Marketing de Sazonais e Presenteáveis Mondelez, adianta que a empresa está otimista com a Páscoa 2020. "A Páscoa passada foi muito positiva para a empresa e o mercado. Estamos otimistas neste ano, pois a Páscoa continua a crescer puxada tanto pela linha regular como pelas vendas de ovos. Estamos apresentando uma ampla gama de produtos para celebrar esse momento em família, sem contar com o fato de que tais vendas atendem às mais diversas ocasiões", comenta.

A Arcor, por sua vez, aposta no planejamento do consumidor para impulsionar as vendas de ovos de chocolate. Segundo Anderson Freire, gerente nacional de Marketing Arcor Brasil, em 2019 a empresa faturou 45 milhões de reais no período, o que representou um aumento de aproximadamente 10% na performance da empresa em relação ao ano anterior. "Prevemos um crescimento de 5% em unidades de ovos nos pontos de venda, número que deverá atingir mais de 3,5 milhões de unidades. Sobre o faturamento, manteremos a meta de aumentar em aproximadamente 10% o resultado que conquistamos na temporada passada, valor que estimamos chegar a 50 milhões de reais", revela Freire.

Para atingir esses objetivos, a Arcor aposta no portfólio e em preços atrativos. "Acreditamos que os sabores diferenciados podem ser uma grande tendência para a Páscoa 2020. Por esse motivo, temos em nosso portfólio produtos variados, que conversam com diferentes públicos e com uma abordagem muito atual", comenta Freire.

Ubiracy Fonseca, presidente da Abicab

DEPOSITPHOTOS

DEPOSITPHOTOS

O executivo adianta que, neste ano, a empresa lançará 14 tipos de ovos de Páscoa, contra seis lançamentos realizados em 2019.

MAIS CATEGORIAS Mas nem só de chocolate vive a Páscoa. Categorias como azeites, pescados e bebidas também sentem o aumento no consumo, o que exige atenção redobrada do atacadista em relação ao mix trabalhado e à capacidade de abastecer o varejo, contribuindo para reduzir os índices de ruptura por falta de produto no ponto de venda. De acordo com André de Martino, VP da Gallo Brasil, a cada ano os brasileiros estão ampliando o uso do azeite em diferentes pratos e ocasiões. "Com isso, não vemos mais uma sazonalidade marcante como víamos na Páscoa. O consumo está cada vez mais equilibrado ao longo do ano. Mas ainda assim nesse período ele gera alta representatividade de vendas para a Gallo", comenta. A empresa dará, em 2020, continuidade à campanha dos 100 anos da marca nos principais meios de comunicação e promete duas grandes novidades para os consumidores brasileiros, o Azeite Novo 19.20 e o Azeite Gallo Orgânico. Os novos azeites estarão disponíveis no mercado a partir de março.

> ***Acreditamos que os sabores diferenciados podem ser uma grande tendência para a Páscoa 2020***
>
> ***ANDERSON FREIRE, gerente nacional de Marketing Arcor Brasil***

E onde está o azeite, está o pescado. Para a Gomes da Costa, é nesse período que ocorre o principal volume de vendas, com aumento expressivo no consumo de pescados, tanto em função da Quaresma, temporada em que os brasileiros tradicionalmente consomem mais peixes por motivos religiosos, como também incentivados por ofertas e exposições no trade. "As vendas da Páscoa chegam a representar 40% das vendas anuais da categoria, sendo que os principais produtos são o atum e a sardinha enlatados. Uma orientação ao setor atacadista é a de ampliar um pouco o mix, uma vez que tanto o varejo como os consumidores estão mais receptivos na Quaresma", comenta Andrés Eizayaga, diretor-comercial da Gomes da Costa. Para 2020, a empresa tem a expectativa de obter um aumento de 10% no consumo dos produtos em relação ao ano passado.

A Beira Alta, que também tem na Páscoa um de seus principais picos de vendas, anuncia lançamentos para o período. Segundo Alexandre Loverri, diretor de Operações Comerciais e Vendas da empresa, a linha de atum deverá receber novos produtos focados no atendimento ao food service.

"Além disso, a Beira Alta prepara o lançamento de sua sardinha. Como na quaresma há um pico de consumo, estamos nos planejando para atender a essa demanda", comenta Loverri.

Se para a indústria o período é positivo, no ponto de venda a história se repete. A Casa Flora, por exemplo, espera obter um crescimento entre 15% e 20% nas categorias de vinhos e azeites. "Apostamos em uma retomada do consumo em função do momento da economia. Além disso, o consumidor pode voltar a consumir produtos de melhor qualidade, o perfil de atuação da empresa", comenta Antônio Pereira Carvalhal Neto, diretor da Casa Flora Importadora. Ele acrescenta que com essa expectativa de aumento de consumo em função da retomada da economia, é importante que a cadeia como um todo se prepare e abasteça para não perder oportunidades.

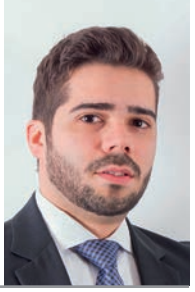
PLANEJAMENTO E é exatamente para não perder oportunidades que o setor atacadista distribuidor precisa se preparar com antecedência para o período. O que, via de regra, é lição de casa para todo o calendário sazonal. "É fundamental que os atacadistas se abasteçam com antecedência. Outro ponto importante consiste em investir em treinamento para a equipe de vendas", orienta de Martino. É importante que os lojistas e comerciantes armazenem os ovos em locais com temperatura entre 20°C a 25°C. A partir de 25°C, o chocolate começa a amolecer e perde o seu brilho. Por outro lado, conservar os ovos em uma temperatura abaixo de 19°C evitará que ele derreta, mas criará umidade no chocolate, que perderá sabor. "Além disso, tenha cuidado no estoque e no transporte até o varejo. Sabemos que é um período muito movimentado e, por isso, é importante o abastecimento adequado à demanda nessa época e à precificação atrativa e visível", orienta Amanda Affonso.

Além dos cuidados com estoque e armazenamento dos produtos, é preciso pensar na logística. Para Freire, é importante que haja uma organização nas entregas dos produtos e uma logística que atenda às necessidades de cada loja do varejo. "Isso para que não falte comunicação e não ocorra uma possível falta de estoque, atingindo o consumidor. É fundamental que o atacado entenda que o varejista precisa trazer para sua loja o clima da Páscoa", orienta.

> ***"Sabemos que é um período muito movimentado e, por isso, é importante o abastecimento adequado à demanda nessa época e à precificação atrativa e visível***
>
> ***AMANDA AFFONSO, gerente de Marketing de Sazonais e Presenteáveis Mondelez***

DEPOSITPHOTOS

Allander Batista
Scalea Ferreira



DIVULGAÇÃO

STF legisla: "ICMS declarado e não pago é crime"

Em 18 de dezembro passado, por sete votos a três, o STF – Supremo Tribunal Federal julgou definitivamente o *habeas corpus* nº 163.334, de relatoria do ministro Luís Roberto Barroso, por meio do qual fixou o entendimento de que é crime tributário o não recolhimento do ICMS próprio declarado e não pago ao Estado, enquadrando-se como crime de apropriação indébita, cuja pena é de um a quatro anos de reclusão, além de multa. Foram vencidos os ministros Gilmar Mendes, Ricardo Lewandowski e Marco Aurélio, contrários à criminalização.

Analisando o presente tema por maioria dos votos, os ministros entenderam que, como o custo do ICMS é repassado ao preço e arcado pelo consumidor final, o dinheiro pertence aos cofres públicos e só transita pela contabilidade dos contribuintes, em conformidade com o raciocínio acima. Nesse sentido, o contribuinte se apropriará de um valor de terceiros quando deixar de pagar o tributo, quer o tenha declarado ou não.

O Supremo acrescentou a restrição de que o não recolhimento só é crime quando há prova da ação dolosa de se apropriar do valor destinado ao fisco, ponto esse que fica a cargo do magistrado de primeira instância.É importante destacar que existe a possibilidade de apresentação de embargos de declaração, pelo menos para discutir a modulação dos efeitos da decisão.

O Supremo acrescentou a restrição de que o não recolhimento só é crime quando há prova da ação dolosa de se apropriar do valor destinado ao fisco

O caso analisado pelo STF tem como pano de fundo estes dois temas: o primeiro, relacionado ao não recolhimento do ICMS-ST, e o segundo, por conta da tese fixada sobre o tema da exclusão do ICMS da base de cálculo do PIS e da Cofins (Tema 69). A decisão proferida pelo STF vincula somente entre as partes envolvidas no caso. Entretanto, o Supremo poderá voltar a analisar esse tema, em rito de repercussão geral, de modo que essa nova decisão passe a valer para todos os contribuintes inadimplentes.

Contudo, há equívocos em relação ao posicionamento fixado pelo STF, uma vez que a inadimplência não é suficiente para justificar uma ação de cunho penal e que a Constituição impede a prisão por dívida. Além disso, o posicionamento do STF acaba legislando um tipo penal não existente na legislação penal-tributária, que, por consequência, viola o princípio da legalidade. D

Allander Batista Scalea Ferreira é advogado da Dessimoni & Blanco Advogados.

Evento premiou estudantes e Ana Luísa (ao lado) se classificou em primeiro lugar

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Aspa promove evento anual e premia estudantes

por Carlos Henrique*

A Aspa – Associação Pernambucana de Atacadistas e Distribuidores – realizou, de 6 a 8 de dezembro, seu 19º Encontro Aspa, que reuniu empresários do setor, fornecedores e parceiros no Enotel Resort & Spa, em Porto de Galinhas, litoral sul de Pernambuco. O evento já se tornou uma tradição do segmento no Estado e é considerado importante não apenas pela sua estrutura e sua capacidade de congraçamento, mas, principalmente, porque também traz o resultado do Concurso Ler Bem, programa de cidadania corporativa, realizado anualmente e reconhecido por educadores, órgãos públicos e iniciativas privadas e sociais. As vencedoras da nona edição do concurso, as estudantes Ana Luísa, Laís Pessoa e Diegina Lopes, foram homenageadas no 19º Encontro Aspa. Elas receberam medalhas e diplomas e falaram sobre a experiência de participar do concurso, transmitindo mensagens de agradeci-

mento à Aspa. "É enorme o tamanho da minha felicidade. Estar aqui neste hotel maravilhoso, desfrutando deste momento com a minha família, é algo de que jamais vou me esquecer", disse Ana Luísa, de 9 anos, estudante do município de Cabrobó. Ela ficou em primeiro lugar no concurso. O segundo lugar coube a Laís Pessoa, também de 9 anos, da cidade de Vertentes, e em terceiro, Diegina Lopes (8 anos), do município de Araripina. Em 2019, o Concurso Ler Bem bateu novo recorde: 130 municípios pernambucanos inscritos, com a participação de mais de 150 mil estudantes de 4 mil escolas públicas municipais. "O Concurso Ler Bem visa à formação de jovens leitores, ainda em idade escolar, pois nas páginas de um livro a criança descobre muito mais do que um mundo de imaginação, uma vez que a leitura, mais do que um prazer, é uma fonte de aprendizado e de conhecimento, ajudando a despertar sentimentos e a formar consciência crítica", disse José Luiz Torres, presidente da Aspa.

A presente edição contou com as seguintes empresas patrocinadoras: Seara, São Braz, SC Johnson, Softys, Compare Distribuidora, Kicaldo, Masterboi, Cadan Distribuição, Marfim Distribuidora, Vitarella, Serasa Experian, Sanfrancisco Distribuidora, Arco-Mix Supermercados, TRA Distribuidora/Condor e Camponesa, bem como com o apoio institucional da ABAD – Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores, a LM Lemos Advogados Associados e a Buzz Editora.

O Encontro contou com palestras do consultor Anderson Cavalcante sobre o tema "Gestão, Liderança, Princípios, Valores e Qualidade de Vida", do consultor Williams Fiori, sobre o tema "Economia da Longevidade – Oportunidades e Desafios", e do empreendedor Rick Chesther, que compartilhou sua experiência e contou um pouco sobre sua trajetória de vida, das areias da Praia de Copacabana ao universo do empreendedorismo nacional. "Sabendo empreender é possível sair de qualquer situação e chegar onde quiser", disse ele, que, de vendedor de água mineral se tornou um influenciador digital de sucesso.

Juliano Faria Souto, vice-presidente da ABAD, representando o presidente Emerson Destro, falou no evento sobre a agenda político-econômica da ABAD, as principais atividades da instituição para o próximo ano, e também sobre a importância de os empresários do setor participarem do Ranking ABAD Nielsen 2020 (ano-base 2019) e elogiou a iniciativa e a realização do Concurso Ler Bem. D

*** Carlos Henrique é assessor de Imprensa da Aspa.**

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
1º 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. Osiris Rodrigues Damaso – Dom Jason Distribuidor
Região Sudeste – Sr. Joílson 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

AGENDA POLÍTICA

Vitória importante

por Ana Paula Alencar

O setor atacadista distribuidor encerrou 2019 com uma vitória importante. A Secretaria Especial de Previdência e Trabalho do Ministério da Economia publicou no *Diário Oficial da União*, em 10 de dezembro, a Portaria 1.357, que altera a Norma Regulamentadora nº 16, excluindo o adicional de periculosidade para caminhões que já saem de fábrica com o tanque suplementar, certificado por órgão competente.

É um problema já antigo do setor, que há anos vinha sendo obrigado a arcar com uma despesa que nunca representou risco real para os motoristas. A demanda encaminhada pela assessoria jurídica da ABAD – Associação Brasileira de Atcadistas e Distribuidores, com atuação do Comitê Agenda Política, mostrou que o adicional de periculosidade era uma medida equivocada, como tantas outras que, infelizmente, o empresário brasileiro enfrenta no seu dia a dia.

"A sugestão técnica que propusemos à Secretaria agradou às três esferas: governo, sindicatos da comissão tripartite que analisam as alterações das NRs, e setor empresarial. Conseguimos mostrar que a questão da segurança estava presente nos caminhões, que já saem de fábrica com os tanques extras, e que, portanto, não havia agravante nem necessidade de pagar um adicional de periculosidade", afirma Alessandro Dessimoni, da DBA Advogados, assessor jurídico da ABAD.

Para Emerson Destro, presidente da ABAD, que conversou diretamente com Rogério Marinho, secretário especial de Previdência e Trabalho, em várias ocasiões neste ano, o desfecho favorável ao setor atacadista e distribuidor mostra a marca do atual governo, que está empenhado em simplificar a atividade de empreender.

"Ressalto, mais uma vez, a importância da atuação do novo governo, em especial a parceria com o secretário Rogério Marinho, que tem feito boas escolhas, calcadas em princípios liberalizantes, que promovem o empreendedorismo, a desburocratização, a eficiência econômica e a melhoria do ambiente de negócios", disse Emerson Destro. Para 2020, o Comitê Agenda Política espera somar ainda mais conquistas, como a aprovação do Projeto de Lei do Distribuidor e o fim do adicional de periculosidade para vendedores e promotores que utilizam a motocicleta em seus deslocamentos. D

A Norma Regulamentadora foi publicada em 10 de dezembro

CALENDÁRIO DE ATIVIDADES 2020 - ABAD

Abril (27 a 29)	40ª Convenção Anual do Canal Indireto - ABAD 2020 Atibaia
Agosto (28 a 30)	Seminário ABAD & Filiadas Estaduais 2020
Novembro (21 a 22)	4ª Convenção Nacional ABAD Jovens e Sucessores - Gajs
Novembro (22 a 23)	Encontro de Valor ABAD 2020

CALENDÁRIO DE ATIVIDADES 2020 – FILIADAS ESTADUAIS

ADAC – SC	
Maio (18 a 21)	VTI - Viagem Técnica Internacional ao Peru
ADAG – GO	
Setembro	25ª Covendas (dia a definir)
Novembro (27)	Jantar de confraternização
AGAD – RS	
Maio (23)	XVI Convendas
Novembro (5 a 8)	9º Encontro Sul Brasileiro do Setor Atacadista e Distribuidor – Gramado /RS
ASMAD – MS	
Setembro (18)	Um dia D Asmad 2020
Dezembro (3 ou 4)	Jantar final de ano
ASPA – PE	
Março (18)	Almoço Troféu Rumos do Mercado
Agosto (25 a 27)	Feira Super Mix 2020
Outubro (3 a 8)	Aspa Motiva
Outubro (6 a 8)	Final do Concurso Ler Bem
Dezembro (4 a 6)	20º Encontro Aspa
SINCADES – ES	
Janeiro (31)	1º Encontro de Executivos ABAD
Novembro (6)	Show do Associado
Dezembro (4)	Jantar da Diretoria

Criado em 1995, o Banco de Dados ABAD/FIA traz 50 variáveis como faturamento nominal, número de clientes ativos, número de pedidos emitidos, práticas de cobrança, salário semestral médio por área, e prazo médio de recebimento das vendas a prazo, entre outros. Participe dessa pesquisa e garanta acesso a um importante conjunto de informações para a tomada de decisões dos gestores do setor. Mais informações com Leilah Maria Strufaldi pelo telefone (11) 3056-7505 ou e-mail: leilah@abad.com.br

INDICADORES ECONÔMICOS E SETORIAIS

BANCO DE DADOS (ABAD/FIA)

	Nominal	Real
Dezembro/2019 x Novembro/2019	+1,97%	+0,81%
Dezembro/2019 x Dezembro/2018	+0,75%	-3,41%
Acumulado de Janeiro a Dezembro de 2019*	+1,14%	-2,48%

*Em relação ao mesmo período de 2018.

ÍNDICE DE CONFIANÇA (FGV)*

Consumidor – Janeiro/2020	-1,2 ponto (90,4 pontos)
Comércio – Janeiro/2020	+13 pontos (98,2 pontos)
Indústria – Janeiro/2020	+1,5 ponto (100,9 pontos)

*Mês em relação ao mês anterior.

INTENÇÃO DE CONSUMO (CNC)

Dezembro/2019 x Novembro/2019	+1,2% (97,1 pontos)

FILIADAS

ACAD – Associação Cearense dos Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados
Presidente: José Milton Alves Carneiro.
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

SINCADRN/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: executiva@sincadrn.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@sincadrn.com.br

ADARR – Associação doàs 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 / C.J. 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 / C.J. 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: Samir Osso Katumata
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) 3342-4977
E-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
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: Lysipo Torminn Gomide
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

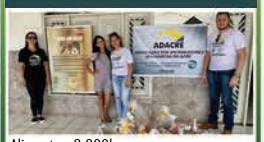
SINGARO – Sindicato do Comércio Atacadista de Gêneros Alim. do Estado de Rondônia
Presidente: Júlio Cezar Gasparelo
Executivo: Edilamar Ferrari
E-mail: singaro.rondonia@hotmail.com
Avenida Guaporé, 3.427 – Agenor de Carvalho
CEP: 76820-265 - Porto Velho / RO ☎ (69) 3225-0171
E-mail: singaro.rondonia@gmail.com

Resultados da Campanha de Natal 2019

Abad INSTITUTO

15 Estados Participantes	36.978 KG de Alimentos	13.316 Peças de Roupas	484 Unidades de Livros	26.271 Unidades de Produtos Variados*	1 Ação Social	2.127 Brinquedos	R$ 298.237,42 Arrecadados	164 Instituições Beneficiadas	188 Parceiros

Acre



Alimentos: 2.200kg
Roupas: 50 peças
Livros: 26 unid.
Produtos variados: 4 unid.
Instituições beneficiadas: 5
Parceiros: 9

Alagoas

Alimentos: 2.200kg
Instituições beneficiadas: 5
Parceiros: 2

Amapá

Alimentos: 3.600kg
Produtos variados: 160 unid.
Instituições beneficiadas: 3
Parceiros: 7

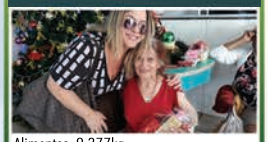
Amazonas

Brinquedos: 230 unid.
Roupas: 5.400 peças
Produtos variados: 612 unid.
Instituições beneficiadas: 5
Parceiros: 6

Espírito Santo

Alimentos: 654kg
Roupas: 111 peças
Produtos variados: 1.692 unid.
Instituições beneficiadas: 9
Parceiros: 17

Mato Grosso



Alimentos: 9.377kg
Brinquedos: 100 unid.
Roupas: 200 peças
Produtos variados: 22.184 unid.
R$133.849,00
Instituições beneficiadas: 17
Parceiros: 38

Pará

Alimentos: 9.430kg
Instituições beneficiadas: 12
Parceiros: 14

Paraíba

Alimentos: 414kg
Produtos variados: 89 unid.
Instituições beneficiadas: 3
Parceiros: 5

Paraná

Alimentos: 2.781kg
Brinquedos: 153 unid.
Roupas: 936 peças
Livros: 51 unid.
R$159.388,42
Instituições beneficiadas: 78
Parceiros: 10

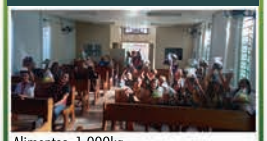
Piauí

Alimentos: 4.052kg / Livros: 120 und.
Brinquedos: 235 unid.
Roupas: 1.502 peças
Produtos variados: 81 unid.
Ação: 6 motos p/ Secretaria de Segurança
Instituições beneficiadas: 7
Parceiros: 15

Rio de Janeiro

Alimentos: 1.196kg
Brinquedos: 44 unid.
Produtos variados: 569 unid.
R$3.000,00
Instituições beneficiadas: 3
Parceiros: 25

Rio Grande do Sul



Alimentos: 1.000kg
Roupas: 1500 peças
Produtos variados: 40 unid.
Instituições beneficiadas: 5
Parceiros: 5

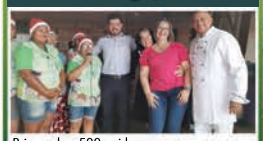
São Paulo

Alimentos 12kg
Brinquedos: 607 unid.
Roupas: 3.271 peças
Livros: 287 unidades
Produtos variados: 834 unid.
Instituições beneficiadas: 7
Parceiros: 11

Santa Catarina

Alimentos: 62kg
Brinquedos: 258 unid.
Roupas: 346 peças
Produtos variados: 6 unid.
Instituições beneficiadas: 2
Parceiros: 3

Sergipe



Brinquedos: 500 unid.
Ações: 1) Participa do Natal Iluminado em parceria com a Fecomércio. 2) Ofertado para 200 famílias de 2 comunidades, brincadeiras, lanches e brinquedos.
Instituições beneficiadas: 3
Parceiros: 21

*Produtos Variados: Bolsa, Cobertore, Cinto, Fraldas Descartavéis, Inador, Kit de Material Escolar, Kit Higiênico, Sapato, Produtos de Limpeza, Ventilador, Mesa para Refeitório, Guarda Roupa, Liquidificador, Microondas, Máquina de Lavar Cadeiras Roda e de Banho, Televisão, Umidificador e outros

A Campanha de Natal 2019, promovida pelo Instituto ABAD, foi um grande sucesso por que contou com o trabalho das Representantes Estaduais, das Filiadas Estaduais e Parceiros da ABAD.
Muito obrigado a todos que participaram, contamos com vocês na próxima Campanha!

Emerson Luiz Destro
Presidente

BR DISTRIBUIDORA

A BR Distribuidora atua na distribuição, comercialização e industrialização de produtos de petróleo e derivados.

PRODUTOS

✔ **Loja Virtual Lubrax/ABAD**: Canal online para compra de lubrificantes, Flua (ARLA 32) e graxas com praticidade, segurança e condições comerciais diferenciadas.

✔ **LUBRAX TOP TURBO PRO**: Óleo multiviscoso para motores diesel com a mais moderna tecnologia API CK-4: elevada resistência contra a oxidação, alta proteção contra o desgaste, limpeza do pistão e controle da fuligem.

CONTATO
Alessandra Carreiro - Gerência de Planejamento de Marketing e Marcas B2B
carreiro@br-petrobras.com.br

DE NIGRIS

Uma das primeiras concessionárias da marca Mercedes-Benz no Brasil. Hoje, o Grupo De Nigris conta com 16 unidades, distribuídas em São Paulo, Grande SP e Interior Paulista.

De Nigris
Concessionário Mercedes-Benz

SERVIÇOS

✔ **Veículos**: Comercialização de caminhões como o Actros e o Accelo

✔ **Oficina Dedicada:** Estrutura montada dentro da empresa com assistência técnica especializada. **Locadora de Veículos**

✔ **Comerciais**: Os contratos abrangem períodos de 36, 48 ou 60 meses com planos de manutenção, seguro, troca de pneus, telemetria e documentação inclusos.

✔ **Funilaria e Pintura multimarcas**: Serviço corretivo ou personalização da frota.

✔ **De Nigris Recapadora**: Em parceria com a fábrica de pneus Michelin

CONTATO
Robson de Souza
robson.souza@denigris.com.br
(11) 99942-0012 (Cel. e Whatsapp)
Pallone Vasconcelos
pallone@denigris.com.br
11 99942-0012
11 99628-8944 (Whatsapp)

PSA PEUGEOT CITROËN

O Groupe PSA é uma companhia de industrialização e comercialização de veículos que cria experiências automotivas únicas e fornece soluções de mobilidade inovadoras. Com suas cinco marcas automotivas - Peugeot, Citroën, DS, Opel e Vauxhall - e uma oferta diversificada de serviços conectados e de mobilidade promovidos pela marca Free2Move, o Groupe PSA ambiciona ser um fabricante de automóveis de referência e o fornecedor de mobilidade preferido pelos clientes. Ele é um dos pioneiros do carro autônomo e do veículo conectado. Suas atividades abrangem também o financiamento automotivo, com o Banco PSA Finance e os equipamentos automobilísticos, com a Faurecia.

PRODUTOS

✔ **Citroën Jumpy:** Novo utilitário com a eficiência do novíssimo motor EURO 6 Blue Hdi, com capacidade de carga de 1.500 Kg. A versatilidade de seu tamanho compacto permite acesso em locais de até 1,94m de altura.

✔ **Peugeot Partner/Citroën Berlingo:** Capacidade de carga útil de 800 kg e um volume de 3 m³, uma das maiores capacidade de carga do segmento e um dos únicos furgões pequenos da categoria com porta lateral de série, para maior facilidade nos carregamentos do dia a dia.

VANTAGEM/DIFERENCIAL

Condição comercial diferenciada para associados ABAD/Filiadas Estaduais, distinta em relação à que é praticada na rede da marca Peugeot Citroën.

CONTATO
www.peugeot.com.br
www.citroen.com.br

Guilherme Alves
(11) 2536-5447
(11) 97699-6352
guilherme.alves@mpsa.com

MAN

Caminhões Ônibus

VW CAMINHÕES E ÔNIBUS

Fabricante dos caminhões das marcas Volkswagen e MAN TGX, de 3,5 t a 74 t, e dos chassis de ônibus de 5 t a 26 t que atendem aos segmentos urbanos e rodoviários, tem sua planta localizada em Resende (RJ), onde está também o centro de pesquisas e de desenvolvimento de novas tecnologias. As soluções de transporte sob medida e a melhor relação custo-benefício garantem os melhores produtos e serviços, com exportações para mais de 30 países. Desde 1981, quando iniciou suas operações no Brasil, já produziu mais de 1 milhão de unidades, sempre com o compromisso de desenvolver produtos e serviços que superem as exigências dos clientes. Empresa parceira da ABAD há mais de 20 anos.

PRODUTOS

✔ Novo Delivery: Ideal para o transporte rápido na cidade e no campo, com maior agilidade, economia e versatilidade. Comercializado nas versões City, Trend e Prime, a partir de um conceito inovador de produto, atendendo à legislação de VUC (Veículo Urbano de Carga). O chassi desenvolvido a partir de longarinas planas e furações com medidas padrão facilitam a colocação do equipamento ou carroceria e o encurtamento ou alongamento do entre-eixos. Equipado com caixa de transmissão EATON/ESO 6106 (06 marchas à frente e 01 a ré) e sistema de pós-tratamento de emissões (SCR – Catalizador de Redução Seletiva), baseado na utilização de ARLA 32.

✔ VW Delivery 9.170: Apresenta robustez de caminhão e conforto de carro de passeio, com o moderno motor Cummins ISF de 3,8 litros, 165 cv, e capacidade de carga útil + carroceria de 5.500 kg.

✔ VW Delivery 11.180: Combina confiabilidade, robustez e o melhor desempenho da categoria, com o moderno motor Cummins ISF de 3,8 litros, 175 cv, e capacidade de carga útil + carroceria de 7.350 kg.

✔ VW Constellation 24.280

Distribuição com agilidade nos serviços de curta, média e longa distância que exigem alta disponibilidade. O VW 24.280 6x2 agrega inovações tecnológicas e de segurança, tornando a condução mais simples e confortável, melhorando a produtividade com durabilidade e baixo custo operacional. Transmissão ZF, do tipo mecânica (09 marchas à frente e 01 a ré) ou automatizada (06 marchas à frente e 01 a ré), e motor MAN D08, 275 cv, com tecnologia de emissões EGR, que dispensa o uso do ARLA 32. Capacidade de carga útil + carroceria de 16.160 kg. Disponível nas versões cabine teto baixo, cabine leito baixo, cabine leito teto alto e com 2º eixo direcional.

CONTATO
www.vwco.com.br

Glauco R. Juliato - Consultor comercial e responsável pela parceria comercial entre ABAD e VWCO
Vendas Especiais Caminhões
glauco.juliato@volkswagen.com.br
(11) 5582-4834

Wilson Ragusa Júnior – Supervisor
Vendas Especiais Caminhões
wilson.ragusa@volkswagen.com.br
(11) 5582-5849

MERCEDES-BENZ

Inaugurada em 28 de setembro de 1956, a fábrica da Mercedes-Benz do Brasil em São Bernardo do Campo (SP) é a maior planta da Daimler fora da Alemanha. Ali funciona também um avançado Centro de Desenvolvimento Tecnológico. Com 20 anos de atividades, é o maior do Brasil e o maior da Daimler fora da Alemanha para veículos comerciais Mercedes-Benz.

PRODUTOS

✔ Os caminhões da família Accelo são veículos compactos, ágeis, confortáveis, ideal para a distribuição urbana.

✔ Os caminhões da família Atego são utilizados para médias distâncias entre cidades, apresentando excelente desempenho aliado com conforto e segurança.

✔ Para as longas distâncias, os veículos da família Axor e Actros, apresentam excelente custo operacional e máximo conforto para o motorista se sentir em casa.

✔ Todos os caminhões possuem serviços de manutenção e telemetria de fábrica.

VANTAGEM/DIFERENCIAL

O associado possui condições comerciais extremamente atrativas em relação ao mercado, de acordo com a sua importância e relevância dentro da economia brasileira. Além disso, o relacionamento entre as empresas resulta em possibilidade de crescimento contínuo.

PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS:

- Martins
- Peixoto
- Aliança
- Fokus
- JC Distribuição
- Grupo Donizete
- Rio do Peixe
- CBA
- Distribuidora Seridó

CONTATO
www.mercedes-benz.com.br

Daniel Silveira
daniel.silveira@daimler.com
(11) 99247-8782

REDES SOCIAIS
Instagram: mercedes-benz

POLIBRAS
SOFTWARE

POLIBRAS

Com mais de 28 anos de mercado, desenvolve soluções baseadas em estudos das melhores práticas dos segmentos atacadista, distribuidor, industrial, varejista e de serviços.

PRODUTOS

- ✔ Polistore Equipes de Vendas
- ✔ Polistore App Clientes
- ✔ PoliAtividades
- ✔ Integração E-commerce Indústria
- ✔ Dinâmica Comercial da Indústria

CONTATO
Helaine Tahim – Gerente Comercial
helaine.tahim@polibrasnet.com.br
(85) 4008-4510

TOTVS

Empresa brasileira de tecnologia especialista no desenvolvimento de soluções de negócios para players de todos os portes..

TOTVS

PRODUTOS

✔ ERP - Para a gestão de ponta a ponta do Atacadista Distribuidor, com ganho de eficiência operacional e redução de custos com automação.

✔ Inteligência de Negócios - Soluções que geram maior inteligência para o negócio e permitem ao gestor utilizar mais tempo para acompanhar a execução.

✔ WMS - Permite eliminar gargalos de estoque, automatizar a separação e conferência, e realizar monitoramento online de toda operação.

CONTATO
centraloportunidades@totvs.com.br
0800 70 98 100

MAXIMATECH

Empresa com mais de 1.300 clientes em todo o Brasil e mais de 80 mil usuários ativos.
Atende 35% dos atacadistas distribuidores do Ranking ABAD/Nielsen.

PRODUTOS

✔ **Força de Venda:** Faça a gestão de seu time comercial externo

✔ **E-commerce:** Venda online 24x7 e amplie suas regiões de atuação sem precisar aumentar a equipe comercial.

✔ **Logística:** Roteirize automaticamente suas cargas e reduza seus gastos.

✔ **Trade Marketing:** Controle os promotores de venda em campo. Pesquisas no PDV e identificação de rupturas de gôndola.

CONTATO
Selva Tassara
Diretora de Marketing
(62) 3412-2900
(62) 99231-3908 – WhatsApp

MOBILE SYS

Empresa de desenvolvimento de aplicativos e sistemas web focados na melhoria da visibilidade de produtos no ponto de venda, aumento das vendas, redução de custos e rupturas.

PRODUTOS

✔ **Clube da Venda:** Plataforma de gestão de equipes de vendedores.

✔ **Mobile Promoter:** Plataforma de gestão de equipes de Trade Marketing.

✔ **Promotor Freelance:** Aplicativo onde empesas cadastram os serviços de que precisam e promotores se candidatam. A empresa escolhe o mais qualificado. Utilizado para:

- Cobrir férias
- Ações promocionais
- Sazonalidades

CONTATO
Rogério Moraes
rogerio@mobilesys.com.br
(41) 99235-0093

CONSINCO

Líder no fornecimento de sistemas de gestão corporativa para empresas de atacado e varejo alimentar do Brasil. Possui sociedade com a Mobne, marca que atua no varejo de vizinhança.

PRODUTOS

- ✔ **Mobne:** integra o varejo de vizinhança a distribuidores visando modernização e competitividade.
- ✔ **Consinco Voice Picking:** utiliza comandos de voz para dinamizar a operação, elevar a produtividade e reduzin erros.
- ✔ **Consinco SOMMA:** plataforma de sistemas de gestão da operação de lojas.
- ✔ **Consinco WMS:** atende a diversos formatos e tamanhos de Centros de Distribuição.

CONTATO
Fabiana Ribeiro
comercial@consinco.com.br
(11) 5549-4891

FAITEC

Serviços de Cloud Computing (nuvem privada FTC Cloud), Consultoria Personalizada e Gestão de Banco de Dados para ERPs, Firewall, Planejamentos, Implementações e venda de softwares.

PRODUTOS

- ✔ FTC Cloud Privada Dedicada
- ✔ FTC Cloud Colocation
- ✔ Serviços DBA Especializados
- ✔ FTC Cloud Backup gerenciado.
- ✔ Segurança completa (Firewall, VPN, Antivírus e Anti-Ransomware).
- ✔ Suporte especializado e monitoramento 24x7x365.
- ✔ Licenciamento de software.

CONTATO
Fabio Santana
fabio.santana@ftccloud.com.br
(11) 94029-5242

ACÁCIA CONSULTORIA

ACÁCIA

Consultoria especializada em softwares para Automação da Força de Vendas, Trade Marketing, Logística e Produtos Especiais. Atende aos segmentos de indústria, distribuição, atacado e varejo.

PRODUTOS

- ✔ AFV-Automação da Força de Vendas: agiliza a entrada de pedidos na empresa
- ✔ SpyMarket: software de coleta de informações do ponto de venda via PDA (smartphone).
- ✔ AFV Server: sistema gerenciador de informações que integra informações entre o ERP e os usuários que utilizam as soluções AFV Android e/ou AFV Web/Desktop.

CONTATO
Dante Villani
dante@acaciaconsultoria.com.br
(14) 98118-9824
(14) 2105-3333

COMPEX

Desde 1999, a Compex comercializa coletores de dados, leitores de código de barras e impressoras térmicas para o varejo, atacado, logística, distribuição, hospitais, indústrias, órgãos públicos, entre outros. Compromisso com a qualidade e um amplo portfólio de produtos.

COMPEX
transforme dados em resultados

PRODUTOS

Além dos produtos comercializados, a Compex oferece ainda:

- ✔ Assistência Técnica
- ✔ Suporte Técnico
- ✔ Treinamentos

CONTATO
Meire Moreira
meire@compex.com.br
(11) 3900-9333

GS1 Brasil
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO

GS1 BRASIL

A GS1 é uma organização multisetorial sem fins lucrativos e única responsável pelo desenvolvimento e aplicação de padrões globais de identificação, dentre eles o GTIN, que é a identificação única e inequívoca de produtos.

A GS1 Brasil - Associação Brasileira de Automação integra esta rede global e conta mais de 58 mil associados, atuando em diversos setores, para que melhores práticas possam ser adotadas com objetivo de tornar o mercado mais eficiente e sustentável. Atualmente, nossos associados representam 31% do PIB e 18% dos empregos formais.

PRODUTOS

✔ CNP – Cadastro Nacional de Produtos:
Plataforma web disponível gratuitamente para que os donos das marcas possam cadastrar e gerenciar seus GTINs (códigos de barras dos produtos), além dos atributos técnicos como dimensões, dados fiscais, fotos, entre outros, mantendo uma base cadastral única e consistente de informações de produtos.

✔ API de Informações de Produtos GS1 Brasil – oportunidade de alinhamento de cadastro entre os parceiros comerciais

Por meio da API disponibilizada pela GS1, é possível consultar o cadastro dos produtos informados pelas indústrias (donos de marcas) com objetivo de alinhamento de dados entre os parceiros comerciais.

A indústria cadastra as informações no CNP e através da consulta via API o distribuidor poderá alinhar sua base de dados com seus parceiros de negócios tendo como benefício cadastro de produtos consistente e consequentemente redução de erros de pedidos, rupturas, devoluções, inconsistências de inventários e emissão de documentos fiscais mais assertivos.

Para ter acesso à consulta massiva de informações de produtos via API, a empresa precisa ser indicada por alguma estadual ABAD ou ser associada à GS1 Brasil.

Cadastre-se em www.gs1br.org/api e em seguida consulte sua estadual para mais detalhes.

✔ Locação de Espaços: Desconto exclusivo na locação de espaços de eventos e salas de reunião no escritório da GS1 Brasil.

VANTAGEM/DIFERENCIAL

a) Acesso à API de Informações de Produtos GS1 Brasil, via assinatura do termo de parceria, aos associados das Filiadas Estaduais da ABAD.

b) Locação de espaços: desconto de 15% para associados da ABAD.

CONTATO
www.gs1br.org

Silvia Garcia
silvia.garcia@gs1br.org
Alessandra Parisi
alessandra.parisi@gs1br.org
(11) 3068-6200

Redes Socias:
Facebook: gs1brasil
Linkedin: gs1-brasil
Instagram: @gs1brasil

GRUPO PRETEL
Consultoria Tributária

GRUPO PRETEL

Sociedade de Advogados no mercado há mais de 15 anos, com atuação em Direito Civil, Direito de Família, Direito das Sucessões, Direito Trabalhista, Direito Tributário, Direito Previdenciário, Direito Criminal.

PRODUTOS

- ✔ Planejamento tributário
- ✔ Compensação e outras formas de pagamento de tributos
- ✔ Recuperação de Crédito
- ✔ Condução de processos administrativos
- ✔ Condução de processos judiciais
- ✔ Análise acerca dos tributos incidentes sobre as mais diversas atividades

CONTATO
Benedito Fernandes Beligni
benedito.beligni@grupopretel.com.br
(11) 4123-3196

THB

Consultoria global especializada em soluções de gerenciamento de riscos, seguros, resseguros, benefícios e affinity, que possui 750 escritórios em 150 países.

THB

PRODUTOS

- ✔ Seguros patrimoniais
- ✔ Seguros e garantias financeiras
- ✔ Todo portfólio em recursos humanos

CONTATO
Paulo Leão de Moura Neto
paulo.neto@br.thbgroup.com
(11) 3889-6699

FDC
Para ser relevante.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL

A FDC é uma escola de negócios brasileira com padrão e atuação internacionais de desenvolvimento e capacitação de executivos, empresários e gestores públicos.

PRODUTOS

✔ **Soluções Educacionais Customizadas:** Programa construído junto com o cliente para atender às suas demandas de desenvolvimento específicas.

✔ **Parcerias Empresariais:** Nelas, a FDC atua como facilitadora na formação de redes de empresas com características comuns que, em conjunto, aceleram seu desenvolvimento e alcançam melhores resultados.

✔ **Pós-Graduação:** Especialização em Gestão, Executive MBA e Mestrado Profissional em Administração (MPA) aliam formação teórica com foco no mercado.

CONTATO
08009419200
atendimento@fdc.org.br

INTERHUNTER

Primeira Consultoria em Recrutamento e Seleção de profissionais com expertise no atendimento às empresas da cadeia de abastecimento. Equipe multidisciplinar e qualificada.

INTERHUNTER
Excelência em Recrutamento

PRODUTOS

✔ Recrutamento e Seleção de profissionais das áreas: Comercial, Marketing, Trade Marketing e Logística, atendendo Indústria, Atacado Distribuidor, Varejo, Food Service e B2B, com atuação nacional.

✔ Treinamento e Desenvolvimento para equipes comerciais.

✔ Coaching de Liderança para profissionais de vendas.

CONTATO
Glaucia Telles
glaucia@interhunter.com.br
(11) 4208-2052 - Cel.: (11) 97019-5694

Dessimoni & Blanco | d|b ADVOGADOS

DESSIMONI & BLANCO ADVOGADOS

Há mais de dez anos a DBA vem trabalhando para oferecer às companhias da cadeia de abastecimento soluções jurídicas eficientes e atualizadas.

ATUAÇÃO:

- ✔ Área tributária
- ✔ Área societária
- ✔ Direito comercial e contratos
- ✔ Outras áreas de assessoria e consultoria:
- ✔ Família e sucessões; imobiliária; propriedade intelectual; bancária; direito do trabalho;
- ✔ crimes tributários e contra a ordem econômica e financeira; terceiro setor..

CONTATO
Dra. Patrícia Fiore
pfiore@dba.adv.br
(11) 3071-0930

FIA

A FIA (Fundação Instituto de Administração) desenvolve projetos de pesquisa, consultoria e educação em todas as áreas da Administração, incluindo cursos de graduação, pós-graduação, MBAs e Pós-MBAs, Mestrado, cursos de extensão e cursos in company.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE ADMINISTRAÇÃO

O ProCED FIA, Programa de Capacitação da Empresa em Desenvolvimento da FIA, é um núcleo de excelência em gestão empresarial, que oferece:

- ✔ MBA Gestão Empresarial: voltado a executivos de grandes empresas;
- ✔ MBA Gestão de Negócios de Seguros e Previdência: voltado a executivos do mercado segurador;
- ✔ Pós-graduação em Administração para Pequenas e Médias Empresas

CONTATO
Milene Laviña
milenel@fia.com.br
(11) 3732-3531 – ramal 3662
(11) 9 8689-8122

BoaVista SCPC

BOA VISTA

A Boa Vista alia inteligência analítica à alta tecnologia para transformar dados em soluções. Criada há mais de 60 anos como SCPC, é precursora do Cadastro Positivo, da consulta do CPF com score e de parcerias na negociação de dívidas.

PRODUTOS

✔ **Define:** relatório que avalia o risco da negociação para análise de pequenas e médias empresas.

✔ **Gerenciamento de Carteira:** solução de monitoramento de CNPJ que permite analisar o risco e as oportunidades da carteira de clientes e fornecedores.

✔ **Score Crédito PJ:** permite avaliar as chances de uma empresa não pagar uma dívida nos próximos 12 meses.

CONTATO
www.boavistascpc.com.br
Central de Vendas
0800 701 7887

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL – CEF

A Caixa é uma empresa 100% pública que oferece aos clientes os melhores serviços e opções de crédito.

PRODUTOS

✔ Linhas de crédito para Pessoa Física e Jurídica, com taxas competitivas.

✔ Serviços Bancários como abertura de conta corrente, conta salário, débito automático e diversos, com tarifas diferenciadas.

✔ Opções de investimentos em poupança, ações, CDB, Fundos, LCI, Previdência, LCA, Tesouro Direto, entre outros.

CONTATO
www.caixa.gov.br
(11)3149-9200
Superintendência de Grandes Empresas (SGE):
Denise Emer Ferreira Silva
Thiago Martin Nogueira Cunha
Marco Antonio Buzzo
sge3335sp@caixa.gov.br
Gerência de Clientes e Negócios:
Diego da Costa Dantas Amaral
diego.amaral@caixa.gov.br
Juliano Henrique Delphino
juliano.delphino@caixa.gov.br

AB GROUP

No mercado de consultoria desde 1993, o ABGroup contabiliza sucesso em mais de 2.500 projetos realizados, com mais de 2.000 clientes atendidos no Brasil e no exterior e mais de 50.000 alunos treinados em cursos EAD ou in Company .

PRODUTOS

✔ Temas:
- Gestão Colaborativa na Cadeia de Abastecimento
- Modais de Transportes
- Gestão Estratégica de Estoques
- Gestão Estratégica de Fornecedores
- Auditoria de Estoques
- Gestão de Movimentação e Armazenagem
- Centros de Distribuição
- Gestão de Transportes
- Logística Reversa
- Gestão de Frota Própria
- Tecnologia de Informação Aplicada à Logística

CONTATO
Ana Paula
ana.paula@abgroup.com.br / und@abgroup.com.br
(34) 3214-8001

BOOMERA

Empresa brasileira especialista em economia circular, que desenvolve e executa soluções inovadoras que viabilizam o atendimento à Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS). É parceira do Instituto ABAD no desenvolvimento do projeto Futuro Consciente.

PRODUTOS

✔ **PEVs:** Instalação, operação e gestão de Pontos de Entrega Voluntária de materiais recicláveis (PEVs), onde os consumidores depositam de forma voluntária os resíduos recicláveis que geram.

Educação Ambiental: Busca conscientizar os consumidores a fazer a separação dos resíduos sólidos e dar a eles a destinação adequada.

CONTATO
(11) 2308-5175

Gustavo Fonseca
gustavo@boomera.com.br

CONSÓRCIO Maggi

CONSÓRCIO MAGGI

Na década de 1970, o Brasil vivia um processo inflacionário elevado. Nessa época, com a aquisição da Maggi Veículos - concessionária Fiat da cidade de Itu – as Empresas Maggi investiram no sistema de consórcio, uma excelente alternativa para a aquisição de veículos. Hoje, a administradora tem sede em Itu, no interior de São Paulo, e suas operações estão presentes por todo o território nacional, contando com profissionais altamente treinados e qualificados para um excelente atendimento aos parceiros e clientes. Temos as melhores condições do mercado, flexíveis e diferenciadas, com garantia de entrega das marcas.

Trabalhamos com caminhões Volkswagen e MAN, implementos e máquinas industriais Caterpillar, máquinas agrícolas Massey Ferguson e Valtra, veículos das marcas Fiat, Volkswagen, Toyota, Land Rover e Jaguar, motocicletas Harley-Davidson. Também atendemos o segmento imobiliário, proporcionando assim uma forma segura, inteligente e transparente de aquisição de bens.

PRODUTO

✔ Criamos o grupo 733, exclusivo para a ABAD, que tem como principais características:

- Prazo: 100 meses para pagar
- 300 participantes
- Sem taxa de adesão
- Adm.: 9,5%
- Fundo de reserva: 1%

As contemplações ocorrerão através de:

- 1 Cota por Sorteio;
- 1 Cota por Lance Fixo de 30%;
- 1 Cota por Lance Livre.

VANTAGEM/DIFERENCIAL

O grupo exclusivo ABAD oferece taxa diferenciada em relação à praticada pelos demais grupos do Consórcio Maggi, de apenas 9,5%. Tem também garantia de entrega de fábrica e longo prazo para pagamento, o que faz com que a parcela se adapte ao orçamento dos diferentes portes de clientes.

PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS

- Mira Otm Transportes Ltda.
- Transportes Tozzo Ltda.
- Paradiso Giovanella Transportes Ltda.
- TME Transportes Máquinas E Equipamentos Ltda.
- Braspress Transportes Urgentes Ltda.

CONTATO

www.consorciomaggi.com.br

Central de atendimento:

0800-778-1100 | (11) 4025-6000 |
consorcio@consorciomaggi.com.br

Central de vendas:

0800-042-0017 | (11) 9.5336-0658 | relacionamento@admconsorcio.com.br

Redes Sociais:

Facebook: consorciomaggi

Instagram: consorciomaggi

SERASA EXPERIAIN

O PODER DOS DADOS: Soluções para todos os momentos e desafios da sua empresa!

A Serasa Experian cria as melhores soluções para orientar o desenvolvimento de seus negócios. Nós inovamos a partir da inteligência de dados e da tecnologia, e o resultado é um portfólio cheio de opções para os seus desafios de qualificação da base, prospecção, cadastro, concessão, gestão e cobrança. Na jornada do cliente, a gente acredita no poder dos dados para criar um amanhã melhor e ampliar as oportunidades.

PRODUTOS

✔ **Prospecção, cadastro e qualificação:** Encontre novos clientes e fortaleça seu relacionamento a partir das nossas listas qualificadas de contatos, da geolocalização e da segmentação. Invista em qualidade de dados e potencialize os seus negócios!

✔ **Concessão:** Com a automação da sua mesa de crédito, é muito mais fácil tomar as melhores decisões de negócios. Invista em soluções que trazem agilidade, padronização, baixo custo, diminuição dos riscos e maior produtividade.

✔ **Gestão:** Quer entender qual é o público ideal para os seus negócios? Confira matrizes de riscos de todas as regiões do país, com dados exclusivos sobre clientes ativos consultados por atacadistas nos últimos 12 meses.

✔ **Cobrança:** Quem tem as ferramentas adequadas pode ter muito mais eficiência para fechar negócios. É importante saber o momento certo de investir em segmentação da carteira para saber quem cobrar, e em novos canais de acionamento para alcançar os seus objetivos!

VANTAGEM/DIFERENCIAL

O associado ABAD Filiadas Estaduais conta com soluções customizadas da Serasa Experian para atacadistas, com preços diferenciados e descontos exclusivos. Aproveite!

PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS

- Armazém Mateus
- OESA
- Cacique Atacado
- Makro Atacadista
- Martins
- Megafort Distribuidora
- E muitos outros

CONTATO

www.serasaexperian.com.br

RGIS

RGIS

Maior provedor de soluções para gestão de ativos do mundo, com 60 anos de experiência e 20 anos no Brasil. Presença em mais de 40 países, atuação nos 5 continentes.

PRODUTOS

- ✔ **Inventários:** Inventários gerais, parciais, rotativos inteligentes, inventário de produtos perecíveis e de ativos.
- ✔ **Carga Garantida:** Conferência de recebimento e/ou expedição de mercadorias em sites, clientes ou Centros de Distribuição.
- ✔ Auditoria de Exposição/Ruptura
- ✔ Operação Logística.
- ✔ Logística Reversa

CONTATO
Erika Felipe
efelipe@rgis.com
(21) 99370-9876 / (21) 2674-9222

STILL

Líder em equipamentos de movimentação e armazenagem no Brasil, oferecendo soluções de intralogística personalizadas que vão desde transpaleteiras a empilhadeiras, equipamentos para armazenagem, softwares e serviços.

STILL
KION SOUTH AMERICA

PRODUTOS

- ✔ **Empilhadeira FM-X New Generation:** alta capacidade de carga residual, permitindo elevar cargas de 1.000kg a 13 metros.
- ✔ **Empilhadeira A RX 50:** contrabalançada que garante conforto, desempenho, versatilidade e segurança nas operações. Ideal para operar em espaços reduzidos.
- ✔ **Software FleetManager 4.x:** a evolução no gerenciamento de frota.

CONTATO
comercial@still.com.br
(11) 4066-8100

CLARK

A empresa tem operações de vendas de máquinas e uma rede de distribuidores que totalizam mais de 37 pontos em todo território nacional, além de suporte técnico e peças de reposição.

PRODUTOS

✔ Empilhadeiras Elétrica Retrátil SRX16 - Com capacidade de 1.600 kg.

✔ Série EPX - Os modelos EPX18/20/25/30 têm capacidades de 1.800 kg, 2.000 kg, 2.500 kg e 3.000 kg respectivamente.

✔ Transpaleteira PX16 - Com capacidade 1.600 kg e bateria 48V.

CONTATO
Andersen Torres
andersentorres@clarkmhc.com.br
(19) 3856.9084 / (19) 99341-4398
Jorge Bittencourt
(19) 3865.9084 e (19) 98187-7441

PACKING GROUP

O Packing Group é o maior grupo de empresas produtoras de embalagens plásticas flexíveis da América Latina. Fabrica embalagens de alta performance e filmes stretch coextrusados em 36 camadas, desenvolvidos com a exclusiva tecnologia NANOLAYER.

PRODUTOS

✔ Filmes em polietileno:

Stretch - Jumbo, Automático, Manual, Pré-estirado (com e sem Tubetes – Sistema Coreless); Shrink - Liso, Impresso, Laminação, Agrícola, Sacarias, Capa Palete, FFS; Gofrado - Filme para fraldas, Filme Laminado.

CONTATO
Luciano Marton
lefrepresentacoes@uol.com.br
(12) 99776-4779
Whatsapp / (12) 99107-6278
Skype: luciano_marton

BENEVIX

A Benevix, segundo maior grupo de administração de benefícios do país, foi criada por especialistas com mais de 20 anos no mercado de saúde, atendendo hoje mais de 100 mil beneficiários. Na parceria com a ABAD, oferece planos de saúde com a qualidade Unimed e ótimas condições para sua empresa.

PRODUTO

✔ Plano de saúde Coletivo Empresarial Unimed, com opções a partir de R$ 149,68.

Além dos valores diferenciados, o plano tem as seguintes características:

- Coparticipativo
- Abrangência Nacional
- Atendimento Humanizado e Personalizado

CONTATO

comercialnacional@benevix.com.br

0800 591 0534

HOSPITAL ISRAELITA ALBERT EINSTEIN

Referência em assistência médico-hospitalar e na gestão do conhecimento, o Einstein atua nas áreas de atenção à saúde, ensino, pesquisa, consultoria e responsabilidade social.

PRODUTOS

✔ O Check-up Einstein tem como objetivo detectar doenças ainda na fase inicial. Combinamos em nosso atendimento uma ampla variedade de exames diagnósticos, conduzidos por uma equipe que também atua como consultoria, ajudando a definir uma estratégia de saúde personalizada e alinhada com o seu momento de vida, suas necessidades e objetivos.

CONTATO

Relacionamento Corporativo Einstein

relacionamentocorp@einstein.br

(11) 2151-0472

(11) 2151-0473

(11) 2151-0479

Central de Negócios ABAD: impulsionando parcerias

A Central de Negócios ABAD (CNA) é uma rede de relacionamento comercial entre os associados da entidade e fornecedores de produtos e serviços de uso comum do setor. Este é um dos mais importantes serviços prestados pela ABAD aos Agentes de Distribuição de todo o país, principalmente por intermédio de suas 27 Filiadas Estaduais.

BOM PARA O AGENTE DE DISTRIBUIÇÃO

Produtos e serviços sob medida para sua necessidade, com descontos e condições especiais de pagamento

BOM PARA AS EMPRESAS PARCEIRAS

Maior visibilidade e competitividade para sua empresa, através de parcerias sólidas, relacionamento e novos negócios.

A CNA está sob os cuidados de Rogério Oliva, diretor de Relacionamento Comercial e Marketing da entidade. Uma equipe formada por quatro executivos de relacionamento e pela supervisora Andreia Alves que está à disposição para atender associados e filiadas e para firmar novas parcerias.

Para mais informações, contate:
centraldenegocios@abad.com.br ou (11) 3056-7500, ramal 2220.

SUMÁRIO

ASSISTÊNCIA MÉDICA

4 BENEVIX

4 ALBERT EINSTEIN

LOGÍSTICA

5 CLARK

5 PACKING GROUP

6 RGIS

6 STILL

SERVIÇOS

7 SERASA EXPERIAN

8 CONSÓRCIO MAGGI

9 AB GROUP

9 BOOMERA

10 BOA VISTA

10 CAIXA ECONÔMICA FEDERAL - CEF

11 DESSIMONI & BLANCO ADVOGADOS

11 FIA

12 FUNDAÇÃO DOM CABRAL

12 INTERHUNTER

13 GRUPO PRETEL

13 THB

TECNOLOGIA E AUTOMAÇÃO

14 GS1

15 ACÁCIA

15 COMPEX

16 CONSINCO

16 FAITEC

17 MAXIMATECH

17 MOBILE SYS

18 POLIBRAS

18 TOTVS

VEÍCULOS + INSUMOS E ACESSÓRIOS

19 MERCEDES-BENZ

20 VW CAMINHÕES E ÔNIBUS

21 PSA PEUGEOT CITROËN

22 BR DISTRIBUIDORA

22 DE NIGRIS

Abad CENTRAL DE NEGÓCIOS

Onde você encontra produtos e serviços em condições especiais oferecidos pelos nossos parceiros.

Edição 03 / 2020

Logística
Serviços
Tecnologia e Automação
Veículos, Acessórios e Insumos
mais parceria com Assistência Médica