Distribuição 338
fevereiro/março 2023
Capa: Abasteebem

A revista de **negócios** dos atacadistas distribuidores

# DISTRIBUIÇÃO

Edição 338 | fevereiro/março 2023 | Ano 30 | R$ 15,90
revistadistribuicao.com.br

Abad

30 ANOS REVISTA DISTRIBUIÇÃO

## ABASTECEBEM

Presidente Leonardo Miguel Severini destaca o projeto pioneiro da entidade como mais uma opção de marketplace completa para alavancar as vendas

**ENTREVISTA EXCLUSIVA**
BELMIRO GOMES, CEO DO ASSAÍ ATACADISTA

Colgate
Total 12

# Chegou o lançamento do ano!
# Nova Colgate Total 12 **Carvão Ativado**

Defesa ativa **antibacteriana** por até **12 horas.***

Com o **poder antibacteriano** do **zinco.**

**Remove manchas.** Segura para o esmalte.

## A solução ideal para:

- **Alavancar o ticket médio da categoria**
- **Entregar proteção superior** a um preço acessível**

## Forte suporte 360º

- Comercial de TV
- Relações públicas com influenciadores
- Digital e e-Commerce

## Com **carvão ativado.**

**Branqueia** os dentes, **limpa** e **protege***

*Até 12 horas de proteção contra bactérias e mau hálito, com uso contínuo por 4 semanas.
**Vs. creme dental regular com flúor sem ingrediente antibacteriano.

Conheça a Nova Família **Delivery Euro 6**

# A nova geração do melhor caminhão de entrega urbana de todos os tempos com condições imperdíveis.

IBAMA
No trânsito, escolha a vida!

Volkswagen Caminhões e Ônibus
Volkswagen Caminhões e Ônibus
@vwcaminhoes
Acesse nosso QR code ou www.vwco.com.br e saiba mais.
+ Segurança
+ Tecnologia
Caminhões Ônibus

EM 2023 VAMOS LIDERAR

# O MAIOR MOMENTO DE CONSUMO DE CHOCOLATES DO ANO!

LACTA

Mondelēz International

SNACKING MADE RIGHT

# LANÇAMENTO

A COMBINAÇÃO DELICIOSA DE

## CHOCOLATE + WAFER + BISCOITO EM UMA SÓ CAIXA!

EMBALAGEM SE TRANSFORMA EM JOGO PARA BRINCAR COM A FAMÍLIA!

## SEGMENTO MAIS REPRESENTATIVO PRA PÁSCOA, COM 29% DE IMPORTÂNCIA E VENDAS RECORDES EM 2022

BOBINA FORRAÇÃO

WOBBLER

REFORÇO DISPLAY MT 2.0

TESTEIRA DISPLAY 2.0

CONFIRA A DISPONIBILIDADE DO MATERIAL EXCLUSIVO DE PONTO DE VENDA

JOHNNIE WALKER
BLONDE™
BLENDED SCOTCH WHISKY
BRIGHT | FRUITY | SMOOTH
PERFECTLY CRAFTED FOR MIXING
40% vol
ESTD 1820
70cl℮
John Walker & Sons
CHEGOU
Johnnie Walker
BLONDE

# UM NOVO WHISKY FEITO PARA MISTURAR

JW BLONDE É UMA FERRAMENTA **IMPORTANTE** DE RECRUTAMENTO PARA A CATEGORIA

50 ml DE **JW BLONDE** NUM COPO COM GELO

150 ml DE **REFRIGERANTE DE LIMÃO**

1 **RODELA DE LARANJA**

## MATERIAIS NO OFF TRADE

de alto impacto, sempre entregando educação fora do ponto natural.

E O SHOPPER VAI SER SURPREENDIDO NO **PDV**

APRECIE COM MODERAÇÃO. VENDA E CONSUMO PROIBIDOS PARA MENORES DE 18 ANOS.

# SUMÁRIO

CAPA

## INOVADOR E NECESSÁRIO

*A ABAD apresentou o seu canal de vendas digital, o Abastecebem, que reforça a sua praticidade, o associativismo e menor custo para os envolvidos na operação de comercialização*

FOTO DA CAPA: LUCIANA CÁSSIA FOTOGRAFIA


**16** ABASTECEBEM

**20** ENTREVISTA BELMIRO GOMES

**24** PERFIL DE SUCESSO

**30** PÁSCOA

**36** HPC

**40** NRF 2023

**44** GAJS


SEÇÕES


**12** MOMENTO

**14** CARTA AO LEITOR

**49** ABAD NEWS


FALE COM A GENTE

### CARTAS E SUGESTÕES

Envie suas críticas e sugestões para a revista DISTRIBUIÇÃO para o e-mail clarijornalismo@gmail.com. Com sua participação, faremos da DISTRIBUIÇÃO uma revista cada vez mais útil para os atacadistas distribuidores.

### 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.

Start_quimica_oficial
Start.quimica

Start

AZULIM APRESENTA

# Cuidado & Perfume

Aposte em novidades que entregam benefícios com baixo custo.

Associação Brasileira de Veganismo
CERTIFICADO
VEGANISMO.ORG.BR
VEGAN
BRASIL

NÃO PODE FALTAR NA SUA LOJA

A linha mais rentável pra sua loja

FORTE INVESTIMENTO EM MÍDIAS E AÇÕES PDV!

MPDVs · INTERNET · TV · REVISTAS

LUCIANA CÁSSIA FOTOGRAFIA

**Leonardo Miguel Severini**
*presidente da ABAD*

MOMENTO

# Com todo gás

> **Na agenda política, já iniciamos um processo de aproximação com o atual governo para apresentar as propostas e contribuições do setor**

*A ABAD inicia o ano de 2023 engajada em diversas atividades relevantes para o futuro do setor e da cadeia de abastecimento. No dia 2 de fevereiro, a entidade reuniu cerca de 80 convidados no Hotel Unique, em São Paulo, para conhecer em detalhes o ABASTECEBEM, marketplace do setor, que entrou em operação em 2021 e, após um período de testes e ajustes, deverá funcionar plenamente em aproximadamente dois meses.*

*No evento pudemos reforçar a importância da digitalização para o nosso setor e o fato de a ABAD ter saído na frente para atender a essa necessidade dos associados, disponibilizando um novo canal de vendas: eficiente, simples e, principalmente, democrático.*

*A ABAD também participou, entre os dias 15 e 17 de janeiro, da feira internacional NRF, o maior evento de varejo do mundo. Na viagem organizada pela BTR-Varese, tivemos a oportunidade de integrar a comitiva de representantes de grandes indústrias e empresários de diversos elos da cadeia de abastecimento e até falar sobre o setor atacadista e distribuidor brasileiro no Seminário Pós-NRF. Sobre o conteúdo do evento, pareceu-nos que, após algumas edições onde a tecnologia tinha um papel mais disruptivo, neste ano os debates adotaram uma abordagem um pouco mais "pé no chão".*

*Talvez como um reflexo das seguidas crises que têm afetado as economias ao redor do mundo, o foco das soluções de tecnologia tenha se voltado para solucionar problemas do dia a dia. O leitor da revista terá um material bastante interessante para se informar sobre os conteúdos da NRF nesta edição e, em breve, um vídeo especial sobre os insights.*

*Na agenda política, já iniciamos um processo de aproximação com o atual governo para apresentar as propostas e contribuições do setor. Com o início de uma nova legislatura no Congresso Nacional, também estamos em pleno processo de formação da nova FCS - Frente Parlamentar de Comércio e Serviços. Mais uma vez contamos com o fundamental apoio de nossas filiadas.*

*Continuem conosco! Juntos, sempre podemos mais!*

GRUPO
RIOBRANCO

## Contato

Dalton Pedroso - 11 94314-6247
dalton.pedroso@riobranco.com.br

www.riobranco.com.br - Linkedin: Grupo Rio Branco

DIVISÕES DE NEGÓCIOS:

RIOBRANCO COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE PAPÉIS LTDA · CONSUMER maxprint · rb · rb solar · ISP · CANAL PRO X

MARCAS CONSUMER:

dazz

SP • MG • SC • PR • PE • CE

## CARTA AO LEITOR

**Claudia Rivoiro**
*diretora-editorial*

# Os 30 chegaram

*Pois é, eu começo esse texto com uma pergunta: a revista já tem 30 anos? Sim! Passou rápido, mas foram três décadas levando informação, mostrando tendências para o canal indireto, descobrindo as mudanças que o setor passou e poderá a vir atravessar também, retratando inúmeras pessoas, com as suas história, trajetórias e muitas experiências, junto a um Brasil que passou também por mudanças econômicas, de Governo, de moedas e até uma pandemia mundial. A revista, que nesse período ganhou o seu site exclusivo como também a sua versão em PDF e também digital, vídeos exclusivos, coberturas feitas aqui e no exterior, contabilizou até agora 338 edições e esse número já basta. A todos que ajudaram, torceram e trabalharam nela, o meu muito obrigada para sempre. Bom, mas vamos ressaltar o que trazemos nessas páginas a seguir. A matéria de Capa mostra como vai funcionar o Abastecebem, marketplace da ABAD que veio como uma opção de vender mais e de uma maneira ágil e econômica. Na entrevista do mês, Belmiro Gomes, CEO do Assaí Atacadista, que gentilmente nos contou os planos futuros da companhia e também as conquistas feitas até agora. No Perfil de Sucesso, os 60 anos da empresa capixaba Elson's Produtos Alimentícios, distribuidora que trabalha de uma maneira exclusiva e está investindo em marca própria, indo muito bem e obrigada. A expectativa é tão positiva que a exportação é uma realidade, aliás já chegaram aos Estados Unidos. Parabéns e vida longa! E finalizando, o caderno especial da Central de Negócios ABAD, atualizado e com todos os seus integrantes. O ano começou em alto estilo e aproveito o espaço para fazer um convite de uma boa leitura e até a próxima edição, com o esperado Ranking ABAD 2023 (ano base 2022). Até lá!*

> ***"Três décadas levando informação, mostrando tendências para o canal indireto, descobrindo as mudanças que o setor passou e poderá a vir atravessar***


**DISTRIBUIÇÃO**
**Impressa e digital**

**REDAÇÃO**

CLARI
Serviços Editoriais

**Jornalista Responsável:**
Claudia Rivoiro - MTB 16.444
claudia@clarieditora.com.br
clarijornalismo@gmail.com
**Repórter:** Rúbia Evangelinellis
**Projeto Gráfico:** Manoel Mendonça
**Revisão:** José Carlos Boanerges

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

Abad

Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores

**COMITÊ EDITORIAL: Leonardo Miguel Severini**, presidente da ABAD, **Oscar Attisano**, superintendente-executivo; **Rogério Oliva**, diretor de Relacionamento Comercial & Marketing; **Ana Paula Alencar**, **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 9 9491 1805 - oliva@abad.com.br

**COORDENADORA DE RELACIONAMENTO**
**Aline Cruz** - Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 220 - Celular: 55 11 99201-9316 - aline.cruz@abad.com.br

**EXECUTIVOS DE RELACIONAMENTO**
**Marcos Monaco:** Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 2218 - Celular: 55 11 99841-3224 - monaco@abad.com.br
**Renato Bianco:** Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 2234 - Celular: 55 11 99928-1412 - renato@abad.com.br
**Jorge Fraga:** Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 2219 - Celular: 55 11 9 8657-9838 - Jorge@abad.com.br
**Adriana Nunes:** Fone: - 11 3056 7500/Ramal: 2221 - Celular: 11 9 8720 2492 - adriana.nunes@abad.com.br

**Circulação:** nacional em distribuição dirigida

**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*

Os sais especiais da marca número

# ummmmmmm

## estão de cara nova!

Venda mais!

Sabor em um design ainda mais bonito!

SAL LEBRE MARINHO IDEAL PARA CHURRASCO

SAL LEBRE MARINHO CORRE SOLTO NO SALEIRO

SAL LEBRE HIMALAIA SAL ROSA GROSSO IODADO Peso Líq. 500g

SAL LEBRE PARRILLA SAL MARINHO GRANULADO IODADO Peso Líq. 500g

SAL LEBRE CHURRASCO SAL MARINHO GROSSO IODADO Peso Líq. 500g

SAL LEBRE LIGHT SAL REFINADO IODADO COM REDUZIDO TEOR DE SÓDIO Peso Líq. 500g 50% MENOS SÓDIO

SAL LEBRE HIMALAIA SAL ROSA MOÍDO IODADO Peso Líq. 500g

NOVA EMBALAGEM

Flor de Sal LEBRE gourmet PESO LÍQ. 250g

A marca de sal mais vendida e amada do país acaba de lançar suas **novas embalagens: Parrilla, Light, Himalaia e Churrasco de 500g.**

**SAL LEBRE**

sallebre.com.br

# Inovador e necessário

A ABAD apresentou o seu canal de vendas digital que reforça a sua praticidade, o associativismo e menor custo para os envolvidos

**por Ana Paula Alencar e Claudia Rivoiro**

A ABAD reuniu cerca de 80 convidados, dentre eles representantes da indústria, do canal indireto, de empresas de tecnologia envolvidas na construção do projeto e consultores, no Hotel Unique, em São Paulo, no dia 2 de fevereiro, para uma apresentação da plataforma de marketplace do setor, o Abastecebem. O novo canal de vendas para o atacado distribuidor, que entrou em operação em 2021, passou por um período de maturação e agora busca ampliar o número de agentes de distribuição no projeto, além do incentivo de mídia da indústria e de fornecedores do setor. A expectativa é de que no dia 2 de abril a plataforma esteja em pleno funcionamento.

Na abertura do evento, o presidente da ABAD, Leonardo Miguel Severini, destacou a importância da digitalização para o setor e o fato de a ABAD ter saído na frente para atender essa necessidade dos associados. "Fico muito feliz de falar dessa ferramenta, que estamos desenvolvendo para criar uma nova forma de atuação do atacado distribuidor. É um instrumento de apoio às equipes de vendas, que estão fisicamente negociando junto ao parceiro, ao pequeno e médio va-

rejo, à conveniência", disse. Segundo ele, quanto mais confiança for dada à ferramenta, mais "gravitacional" ela vai ser. "E mais pública e de todos ela passará a ser também. Tenho certeza de que será uma ferramenta muito utilizada, da qual vamos ouvir falar muito nos próximos anos pela facilidade e simplicidade de manuseio", conclui.

Os coordenadores do projeto Abastecebem, os consultores Eduardo Terra e German Quiroga, falaram da plataforma e dos benefícios de fazer parte dela. Terra fez um retrospecto histórico do lançamento do projeto, salientando todo o aprendizado nesse período. "A tecnologia está pronta, a plataforma está pronta. Temos hoje mais de 20 atacadistas e distribuidores prontos para vender", disse, ressaltando a importância de a indústria e os agentes de distribuição embarcarem na plataforma de forma combinada para gerar o tráfego de mídia e de condição comercial necessários para atrair os varejistas em abril, quando a plataforma estará em pleno funcionamento. "O projeto é um grande desafio que acreditamos muito", acrescentou.

**O presidente da ABAD, Leonardo Miguel Severini, destacou a importância da digitalização para o setor**

FOTOS: DIVULGAÇÃO

German Quiroga lembrou que a plataforma foi criada pela ABAD para atender às necessidades específicas do setor e isso a diferencia dos demais marketplaces. "A ideia é que seja uma alternativa melhor do que fazer o comércio eletrônico isoladamente. Quando se tem uma solução com uma associação por trás, com diversos players com as mesmas necessidades, ajudando a bancar o desenvolvimento da solução, sai muito mais barato", disse. Salientou também que outro diferencial é o fato de a ABAD estar viabilizando um caminho para que a indústria possa incentivar o projeto com excelentes possibilidades de retorno.

Guido Carelli, diretor da Infracommerce, apresentou a plataforma e também o plano de incentivos para apoio da indústria. "Foi pensado para atender um público específico, com o objetivo de dar visibilidade aos participantes, condições certas e um portfólio ideal", observou. Os 21 participantes que estão no projeto já movimentam R$ 700 bilhões, potencial muito grande a ser explorado", lembrou.

Convidados tiveram a oportunidade de sanar as dúvidas e conhecer o projeto da entidade

**INVESTIMENTO** As informações foram complementadas pelo diretor de Relacionamento Comercial e Marketing da ABAD, Rogério Oliva, que destacou o quanto o setor está interessado em investir na digitalização, com e-commerce e marketplace. "Quando falamos do projeto, estamos falando do futuro. Um detalhe importante é que no Ranking ABAD Nielsen 2022 (ano base 2021) cerca de 375 dos respondentes apontaram interesse em investir no e-commerce e/ou marketplace. O que podemos concluir é que o Abastecem veio para auxiliar esse pessoal", destacou.

Também o presidente do Conselho Deliberativo, Emerson Destro, diretor do Destro MacroAtacado, que lançou a proposta de criar o marketplace do setor em sua gestão como presidente da

**Diretoria da ABAD e equipe coordenadores do projeto de marketplace juntos na apresentação em SP**

ABAD, falou sobre suas expectativas em relação ao projeto. Disse que foi um caminho longo de aprendizado, mas agora todos – indústria e agentes de distribuição – precisam vir juntos para ajudar a impulsionar a ferramenta. "Sentimos a necessidade de modernizar o acesso às compras para os nossos clientes, o pequeno e médio varejo, daí nasceu a ideia com espírito associativista, que é muito importante", observou.

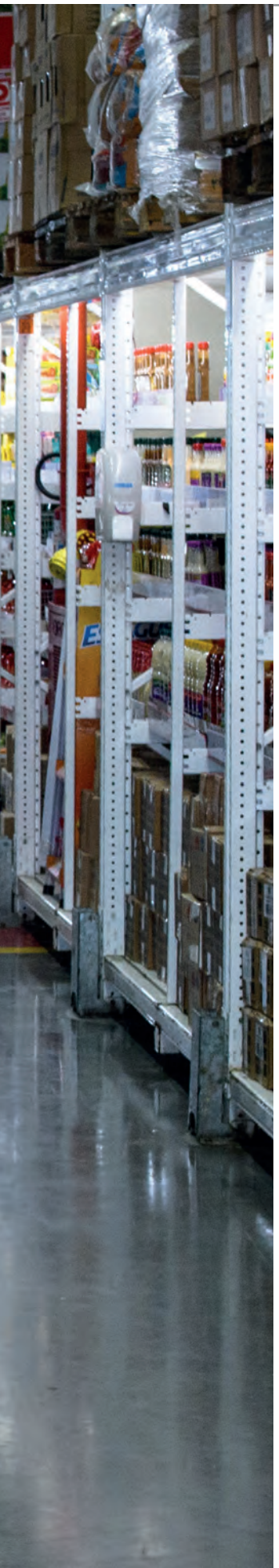
Por fim, o superintendenteexecutivo da ABAD, Oscar Attisano, a ABAD entra definitivamente no mundo da digitalização. "Temos assessoria capacitada para fazer o melhor possível. O projeto é inédito porque é coletivo, associativista, com objetivo de prestar serviço aos clientes do canal indireto. Uma ferramenta que veio para auxiliar o dia a dia dos envolvidos", finalizou .Em seguida,abriu espaço para perguntas dos convidados e a equipe de coordenação do projeto, com o apoio do parceiro tecnológico, esclareceu todas as dúvidas. Representantes da indústria se mostraram bastante satisfeitos com a iniciativa.

No item expectativa, o tom é positivo e agrada quem já se interessou pela nova plataforma. Para Edson Varnier, presidente da Unimarka Distribuidora, do Espírito Santo, será mais uma ferramenta que vem para somar os esforços de vendas. "Estamos ansiosos para começar a utlizar", disse. Bárbara Macedo, gerente de e-commerce da Colgate, aproveitou a ocasião para tirar as dúvidas no que se refere aos pagamentos, comissão de vendas e gestão de conteúdo. "Existe a expectativa de ser mais fácil e mais econômica", observou. D

**Representantes da indústria e do canal indireto estiveram no Hotel Unique/SP para conhecer o Abastecebem**

FOTOS: DIVULGAÇÃO

**Belmiro Gomes é o CEO do Assaí Atacadista desde 2011, onde entrou em 2010 como diretor-comercial**



# Ritmo intenso

Com 51 anos, Belmiro Gomes, é um dos principais executivos do mercado alimentar. A sua história mostra que, além de vocação, estava predestinado a fazer uma carreira vitoriosa e ver as transformações nesse segmento

**por Claudia Rivoiro**

Desde 2011, Belmiro Gomes é o CEO do Assaí Atacadista, empresa do grupo francês Casino, vivencia em sua trajetória dentro da companhia , os anos mais intensos, em especial no que se refere a abertura de lojas e expansão física. O executivo, nascido em Santo André, região do ABC paulista, mas criado no Paraná, está há 35 anos no setor de alimentos, começando em uma rede paranaense quando estava com apenas 15 anos de idade. De lá para cá, muito trabalho em sua rotina. Em entrevista exclusiva, ele conta os próximos passos e analisa o comportamento do consumidor, além de manter o foco em práticas sustentáveis dentro da empresa

**Qual a sua maior missão frente ao Grupo neste momento em que vive o Brasil?** Liderar o Assaí para continuar gerando renda e emprego a tantas famílias brasileiras. Hoje, estamos entre os cinco maiores empregadores privados do Brasil, responsabilidade que é muito grande diante de um cenário econômico ainda desafiador em todo o país. Além disso, temos um plano de negócios muito bem definido e a responsabilidade com nossos investidores, clientes e colaboradores de atingi-lo, gerando valor à sociedade e totalmente baseado nas melhores práticas em ESG.

**As inaugurações em 2022 marcaram o processo de conversões a partir dos 70 pontos comerciais de hipermercados adquiridos pela Companhia em 2021 em todo o país e prevê o marco de 300 lojas em 2023. O que o senhor pode abordar sobre esse avanço em pontos comerciais?** Tivemos o ritmo de aberturas mais intenso da história do Assaí e quebramos o recorde para o atacado alimentar brasileiro, concluindo o plano de expansão do ano com 60 inaugurações (o recor-

de anterior havia sido em 2021, com 28 lojas abertas). Apenas no 2º semestre, foram 52 inaugurações – ou uma abertura a cada quatro dias, o que evidencia a forte capacidade de execução da Companhia. Do total, 47 aberturas feitas no período foram conversões de pontos de hipermercados. Esse processo de conversão alterou a configuração do setor de varejo e atacado alimentar brasileiro, posicionando o Assaí como uma rede mais presente no dia a dia da população, já que passamos a operar ainda mais dentro dos grandes centros urbanos e em pontos altamente conhecidos. Esse foi o nosso objetivo ao adquirir esses pontos do Extra Hiper. Encerramos 2022 com 263 lojas em operação e uma área de vendas superior a 1,3 milhão de m², um incremento de mais de 340 mil m² de área de vendas, cerca de 36% superior em relação a 2021. Para 2023, temos como meta abrir, pelo menos, 40 novas unidades, concluindo as conversões dos pontos adquiridos do Extra Hiper, e, assim, chegar a 300 unidades em todo o Brasil.

**Com faturamento de aproximadamente R$ 55 bilhões nos últimos 12 meses, a companhia está presente nas cinco regiões do país, com mais de 250 lojas. Possui cerca de 70 mil colaboradores(as) e, mensalmente, recebe 30 milhões de clientes. O que podemos esperar para os próximos anos?** Em 2023, daremos continuidade ao plano de expansão com a finalização do projeto de conversão dos pontos adquiridos do Extra Hiper ainda no primeiro semestre de 2023. O objetivo da Companhia é abrir 40 novas lojas este ano, entre conversões e orgânicas. Com a continuidade das inaugurações, reitero o guidance de chegar a R$ 100 bilhões de faturamento em 2024 e 300 lojas em operação ainda este ano.

**Como foram os dois anos de pandemia para o Assaí? Qual a lição aprendida?** Todas as ações realizadas para combater o contágio por Covid-19 tiveram sempre um mesmo norte: as pessoas. O cuidado com a nossa gente é algo bastante forte na cultura do Assaí, mas, naquele momento, tivemos de aprender a lidar com um cenário inesperado e uma responsabilidade de missão dupla: proteger os(as) nossos(as) clientes e colaboradores(as), e, também, manter as nossas lojas abertas e seguras para que a população pudesse continuar se abastecendo. Mais de 270 protocolos sanitários, em todos os pontos da operação, foram implantados em poucos dias para essa finalidade. E entendemos que conseguimos cumprir com o nosso objetivo.

**Hoje, o consumidor está cada vez mais digital, buscando preço, variedade na gôndola e praticidade.**

> ***"Para 2023, temos como meta abrir, pelo menos, 40 novas unidades, concluindo as conversões dos pontos adquiridos do Extra Hiper***

**O Assaí está de olho nesse consumidor?** O Assaí vem evoluindo nos últimos 10 anos para atender não apenas ao comerciante e transformador, que já eram clientes, como também os(as) clientes finais, que passaram a procurar o formato. Reforçamos a proposta de melhorar a experiência de compra no cash & carry sem elevar custos, trazendo um mix variado de produtos, pensados regionalmente e contemplando as peculiaridades de cada região. Além disso, estamos sempre atentos no digital: os(as) consumidores(as), além das lojas físicas, também podem fazer suas compras via aplicativo da Cornershop by Uber ou do Rappi e aproveitar os benefícios do app "Meu Assaí". Em fase de rollout para todo o Brasil, está presente em quatro estados e permitirá aprimorar ainda mais o conhecimento sobre o comportamento dos consumidores.

**Qual o perfil do consumidor que vai a uma unidade do Assaí?** Mensalmente recebemos mais de 30 milhões de clientes em nossas lojas e gostamos de dizer que elas são feitas para todos(as) brasileiros(as). Temos unidades localizadas em diferentes localidades que atendem, assim, a todas as classes econômicas e diferentes tipos de pessoas. Essa distribuição de lojas, com acesso cada vez mais democrático, está alinhada às mudanças que vêm ocorrendo no mercado alimentar brasileiro. Assim, foi necessário levar a rede para mais perto das pessoas sem nos esquecermos do público 'pessoa jurídica', que abastece seu negócio conosco e também ganha com lojas mais próximas (já que economiza tempo e dinheiro no deslocamento).

> ***"Temos unidades localizadas em diferentes localidades que atendem, assim, a todas as classes econômicas e diferentes tipos de pessoas***

**Planos imediatos. Pode falar alguns deles para 2023?** Em 2023, a Companhia dará continuidade ao seu intenso processo de expansão com a finalização do projeto de conversões ainda no primeiro semestre de 2023 e com a abertura de cerca de 20 lojas orgânicas – o projeto de expansão inclui a inauguração da primeira unidade no Espírito Santo. Com a continuidade das inaugurações, o Assaí reitera seu guidance de R$ 100 bilhões de faturamento em 2024 e o atingimento de mais de 300 lojas em operação. Também é importante ressaltar o nosso compromisso como agente transformador e com as boas práticas de ESG. Recentemente passamos a fazer parte da carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3, o ISE, instrumento da bolsa de valores brasileira que avalia as companhias que têm comprometimento reconhecido com práticas de sustentabilidade em seus negócios. Além disso, estão entre as nossas principais iniciativas de ESG, a redução das emissões de carbono (escopos 1 e 2) em 38% até 2030 e, ainda, o Instituto Assaí, organização independente e sem fins lucrativos que potencializa o compromisso com o desenvolvimento de pessoas e de comunidades. D

# Seis décadas na distribuição

Elson's Produtos Alimentícios se mantém fiel ao negócio de origem, mas mira também em conquistar mercado com marca própria

**por Rúbia Evangelinellis**

A empresa capixaba Elson's Produtos Alimentícios é do tipo que prefere andar por caminhos já conhecidos e arrisca passos em novas direções com cautela, mas, sempre, com o objetivo de seguir adiante. Nessa toada, aliando tradição e inovação, completa seis décadas de atividades em pé. O vigor e

FOTOS: DIVULGAÇÃO

**Empresa familiar se mantém fiel a um modelo de negócio desenhado desde o início**

a sabedoria vêm de lições obtidas principalmente com a experiência prática adquirida com a distribuição exclusiva, combinada à capacidade de superar desafios e a importância de manter o olhar no novo, sustentado pelos sucessores que pilotam a operação.

É exemplo de empresa familiar que se mantém fiel a um modelo de negócio desenhado desde o início, que lhe rendeu fama de conhecedora da região, com experiência em logística e capacidade de estabelecer rotas que alcançam até o interior mais distante do Espírito Santo, como se tivesse o mapa do estado desenhado na palma da mão.

Com uma gestão treinada e sob amparo de um comitê (formado pelas lideranças de setores) e do conselho formado por familiares e diretores experientes, mantém a sinergia do negócio, otimizado pelo talento para capturar também oportunidades geradas pela oferta de serviços de logística. Em paralelo à distribuição exclusiva, atende a terceiros que querem ingressar ou incrementar as vendas na região – sejam industriais ou companhias do próprio canal indireto. Oferece desde lugar para armazenamento de mercadorias, o que evita possíveis espaços ociosos, até a expertise no abastecimento.

Possui uma carteira de 5 mil clientes, sendo em sua maioria pequenos varejistas instalados em diversas localidades, cobrindo todo o estado. Ainda que bons e novos ventos soprem em sua direção, a Elson's faz questão de deixar claro que é distribuidor raiz, com foco concentrado na clientela, para preservar e ampliar o espaço do mix ofertado em cada um dos pontos atendidos.

**LINHA DO TEMPO**

***Fatos marcantes da empresa***

▶ **2010**

Os irmãos Elson Conde de Oliveira e Valéria Conde Oliveira compram a parte do irmão Marco Aurélio. Na ocasião, foram estabelecidas regras para preparar sucessores

▲ **2013**

Abre a filial de Linhares

▶ **2017**

Decide deixar a sede, onde está atualmente, e terceirizar a operação logística no município de Serra

▶ **2018**

Ocorreu o incêndio no espaço contratado havia oito meses. Foi registrada perda total no galpão de 20 mil metros quadrados. Em seguida, a empresa retoma a operação em Viana e inicia a reestruturação

▶ **2018**

Também é marcado pelo início da operação logística para outros distribuidores e indústrias

▶ **2020**

Morre o presidente Elson Conde de Oliveira e acelera a sucessão familiar

▶ **2020**

Surge a marca própria Lança Alimentos, que já responde por 10% dos negócios e é comercializada no Rio de Janeiro e no exterior.

**DE OLHO NO FUTURO** Além da distribuição exclusiva e da operação logística, a empresa abriu uma nova frente de negócios em plena pandemia. Lançou em fevereiro de 2020 a sua marca própria, fruto de um estudo desenvolvido durante 36 meses. A previsão é que, até 2023, a caçula dos negócios receba investimentos estimados em 5 milhões de reais em divulgação.

Estrategicamente batizada de Lança Alimentos, por remeter a lançamentos, força, futuro e algo "fora da caixa", tem 48 itens, como biscoitos, geleias, massas, leite de coco e sucos concentrados. Está presente em mais de 3 mil estabelecimentos e nasce com o compromisso de alcançar mercados para além das fronteiras estabelecidas entre estados e países.

**O trabalho rendeu fama de conhecedora da região e com experiência em logística**

**Elson Conde, Elson Simões e Marco Aurélio no início da empresa**

Segundo Elson Conde de Oliveira Filho, diretor-presidente, a linha já é comercializada no Rio de Janeiro e em alguns locais dos EUA, com um distribuidor de Massachusetts atendendo New Jersey e Boston. "O objetivo em 2023 é aumentar as exportações e abrir mercados no exterior. Vamos também ampliar a linha, com cerca de 20 lançamentos previstos para o segundo semestre", adianta.

Em dois anos de vida, a Lança Alimentos responde por 10% dos negócios, sendo outros 10% contabilizados na operação logística para terceiros. A força motriz da empresa está na distribuição exclusiva, que contribui com uma fatia generosa de 80%. As projeções são positivas e de continuidade no crescimento do faturamento, observado nos últimos anos. "Em 2022, alcançamos o resultado de 189 milhões de reais, com incremento de 28% sobre 2021. Para 2023, esperamos ampliar entre 25% e 30%", estima o diretor-presidente, que é filho e neto dos fundadores – todos Elsons.

**INÍCIO DA TRAJETÓRIA** Criada em 1963 por Elson Simões de Oliveira, falecido em 2006, e seu filho Elson Conde de Almeida (falecido em 2020, aos 73 anos), transformou-se num legado a partir de uma operação que começou tímida, com a distribuição inicial de biscoitos. Depois, juntaram à dupla os outros dois filhos do patriarca, Valéria Conde de Oliveira e Marco Aurélio Conde de Oliveira. Mas em 2010, os dois irmãos, Elson Conde Almeida e Valéria Conde Oliveira, compraram a parte do irmão Marco Aurélio.

**Bruna Oliveira Carone Lacerda, de 44 anos, é vice-presidente da empresa**

Atualmente, a direção está com a terceira geração, representada pelo Elson Conde Filho (na presidência aos 42 anos) e Bruna Oliveira Carone Lacerda, de 44 anos, vice-presidente e filha de Valéria, que ocupa a presidência do Conselho de Administração. A companhia possui 300 funcionários, incluindo os vendedores (100% têm registro em carteira) e dois centros de distribuição. Um deles fica na matriz, em Viana, na Grande Vitória, num terreno próprio de 10 mil metros quadrados, onde foi erguido o galpão de 5 mil metros quadrados para armazenamento. Esse abastece a capital e o sul do estado. Em Linhares mantém, alugado, outro centro de distribuição. O depósito da filial tem 3 mil metros quadrados e abastece o norte do estado.

Apesar do otimismo em relação ao que virá, Elson Filho lembra de acontecimentos difíceis que pontuam a linha do tempo. Um deles foi o falecimento de seu pai em maio de 2020, em um período em que a sucessão familiar estava definida, mas ainda não consolidada. Era um ano em que a direção projetava voar mais alto com o lançamento da marca própria, enquanto vivenciava um mundo novo, traçado a partir da pandemia.

Outro fato que marcou a história da Elson's foi o incêndio no galpão alugado em um operador logístico na região da Serra. O ano era 2018. Após oito meses de locação, o fogo destruiu estoque de alimentos e equipamentos, como porta paletes e empilhadeiras, e provocou um prejuízo estimado em mais de 10 milhões de reais. "Ainda que boa parte do estrago foi coberta pelo seguro, tivemos de nos reestruturar, voltar a ocupar o espaço que havíamos deixado em Viana, repor o que perdemos e abrir contratação de profissionais. Em 2019, arrumamos a casa, mas, em 2020, quando achávamos que estava tudo bem, meu pai faleceu ocupando a presidência", lembra Elson Filho.

Hoje, refeita dos sustos, a família toca a companhia, alinhava os planos para o futuro e comemora os 60 anos da empresa. É vida que segue. **D**

**Distribuidora mantém dois CDs, sendo um em Viana e outro em Linhares/ES**

**ENTREVISTA** ELSON CONDE DE OLIVEIRA FILHO

# Lição aprendida na prática

*Se filho de peixe, peixinho é, filho e neto de Elson, Elsinho é. Nesta entrevista, o atual presidente da empresa, Elson Conde de Oliveira Filho (foto), conta que começou na empresa há 27 anos (atualmente tem 42 anos), carregando caixas, separando produtos e exercendo outras funções operacionais. Entre outras recordações destaca o olhar inovador do avô Elson, que escolheu a dedo o local que abrigaria a sede, num trecho estratégico de encontro entre duas rodovias – BR 101 e BR 262 –-, que ligam o Espírito Santo a diversos estados e facilita o acesso e estabelecimento de rotas.*

***Como é formada a atual gestão e como foi a sucessão familiar?*** *Eu e a Bruna Oliveira Carone Lacerda, minha prima, estamos à frente da empresa há três anos. Atuamos juntos, no dia a dia. Em 2020, ambos éramos diretores e o projeto de sucessão estava pronto. Mas com o falecimento do meu pai, no mesmo ano, que ocupava a presidência, assumimos os atuais postos. Foi quando minha tia Valéria Conde Oliveira (mãe da Bruna e sócia da empresa) ocupou o posto de presidente do conselho da família, do qual participam também dois diretores experientes – da controladoria e do comercial. Decidimos sobre questões que fogem às questões do dia a dia. Temos um comitê, criado em 2017.*

***E qual é o papel do comitê?*** *Nas reuniões que acontecem semanalmente, com todos os gerentes da empresa, tomamos decisões sobre diversas questões. Entendo que estamos num estágio bom, evoluído na governança, mas é sempre preciso avançar no processo. No plano de sucessão, por exemplo, quem quiser ingressar na empresa precisa preencher alguns requisitos, como ser pós-graduado e ter um ano de experiência em outra empresa. Deverá ainda ser submetido à seleção.*

***Como foi o início da operação com a distribuição?*** *A empresa foi criada em 1963, com a distribuição de biscoito São Luiz (posteriormente adquirido pela Nestlé) na garagem da casa do meu avô, no centro de Vitória. Ele cuidava da parte administrativa, da separação dos produtos e dos pagamentos. Meu pai cuidava das vendas e entregas. Depois, passaram a fazer também a distribuição do chiclete Adams e de outros produtos. Até hoje, a distribuição é o nosso maior negócio, com cerca de 80% de participação.*

***Desde quando a sede da empresa fica em Viana?*** *Cinquenta anos atrás, a empresa veio para Viana, na região metropolitana de Vitória. Na ocasião, meu avô, que enxergava longe, comprou um terreno localizado em frente à BR 101 (que inicia no Rio Grande do Norte e vai até o Rio Grande do Sul) com a BR 262 (rodovia transversal brasileira que interliga os estados do Espírito Santo, Minas Gerais, São Paulo e Mato Grosso do Sul), no único cruzamento das duas estradas. Ali ele já projetava quem seria um eixo importante de distribuição para alcançar o Brasil.*

***Como é feita a operação de distribuição?*** *A matriz abastece a região central e o sul do estado e a filial cuida do nordeste. Cobrimos todo o Espírito Santo e temos 5 mil clientes, a maioria é de pequeno varejo. Mas atendemos diversos segmentos do varejo alimentar, como padaria, mercearia, restaurante e hotel. Como atuamos como distribuidor raiz, exclusivo de sete fornecedores, e não como atacadista, precisamos ter foco maior nos clientes, desenvolvendo as marcas dos fornecedores. Somos um braço das indústrias que representamos e, por isso, entendemos a importância de não expandir tanto a gama de fornecedores.*

> ***Atuamos como distribuidor raiz, exclusivo de sete fornecedores, e não como atacadista. Precisamos ter foco maior nos clientes***

***Como é a atuação da força de vendas?***
*Atua de forma segmentada. Temos um canal chamado de Top Contas, formado por um gerente. E outra gerência que cuida de varejo e novos canais (que agrega a operação de televendas, que funciona como extensão do atendimento de campo), que fala com a indústria quando o assunto é aumento tanto de distribuição numérica quanto de mix nos pontos de vendas. A partir da pandemia lançamos também o aplicativo.*

***O que representa os 60 anos da Elson's?*** Gostamos de desenvolver pessoas. Temos funcionário com 50 anos de casa, outros com 45 anos, 20 anos. Temos famílias que trabalham com a gente, como a do sobrinho atuando e do tio que já foi colaborador. Temos orgulho também de manter o mesmo CNPJ desde a nossa origem, em 1963.

***O que representa a marca própria, criada em 2020?*** É parte do nosso projeto do futuro. Iniciou com biscoito, lembrando a origem da empresa. Hoje temos 48 skus, como geleias, massas, mix de coco e sucos concentrados. Com a linha atendemos mais de 3 mil pontos de vendas e temos operação estendida para o Rio de Janeiro, em grandes redes do atacado e varejo, e nos Estados Unidos, onde estamos há dois anos e meio. A marca cresce muito e estamos negociando com outros distribuidores estrangeiros, de Angola e Moçambique.

# Vendas mais doces

As datas comemorativas são estratégicas para os negócios do atacado distribuidor e para o varejo. As expectativas são otimistas

**por Adriana Bruno**

A Páscoa é uma das datas comemorativas mais importantes do calendário do comércio no país. Em 2021, pesquisa encomendada pela Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas (Abicab), realizada pelo Instituto Kantar, indicou crescimento na compra de ovos de Páscoa nos lares brasileiros na ordem de 28,3%, ou seja, quatro pontos percentuais a mais com relação ao ano anterior, quando o índice foi de 24,3%. No mesmo período, os brasileiros também foram mais vezes às compras: 1,5 vez, o que representou aumento de 25% em relação a 2020.

A Páscoa é uma grande sazonalidade e em 2022 teve um forte crescimento quando comparado ao desempenho de 2021. "Mais de 35% em valor, segundo a Nielsen Retail Index – segmento de chocolate sem Spreads e Ovos de Páscoa – Total Brasil, total canais – período Abril 2022 x Abril 2021. E os segmentos da categoria tiveram um alto crescimento, não só ovos de Páscoa, mas principalmente barras", conta Yakara Biancalana, diretora de Vendas da Hershey Brasil.

E o chocolate tem tudo a ver com categorias de indulgência, que levam o consumidor a incluir na cesta de compras produtos que lhe tragam algum tipo de satisfação pessoal. E isso é a

**Yakara Biancalana, diretora de Vendas da Hershey Brasil**

cara da Páscoa. O consumo de chocolate é altamente alavancado nas semanas próximas ao domingo de Páscoa, não só em produtos como ovos de Páscoa, mas em todos os formatos. O que observamos é que o consumidor também se preocupa em comprar chocolates para si, pois trata-se de um grande momento de indulgência. Em pesquisa realizada pela Mindminers e encomendada pela Hershey em 2022, 69% dos consumidores que declararam intenção de compra de chocolate durante a Páscoa alegaram que comprariam chocolates para si mesmo, reforçando o alto nível de consumo por indulgência. Essa alegação foi maior do que os consumidores que declararam comprar para presentear (abaixo de 67%)", diz Yakara.

O fato é que, para a categoria chocolates, a Páscoa é um período de alta demanda, que exige tanto do atacado distribuidor quanto do varejo um cuidado extra com a oferta de mix e soluções mais completas para o consumidor final, bem como estoques bem abastecidos para evitar rupturas. "A Páscoa tradicionalmente é o período de maior demanda por chocolates e representa aproximadamente 30% do nosso faturamento anual. Para o atacado distribuidor recomendamos a comercialização de produtos não-sazonais na Páscoa, como tabletes, bombons e confeitos, aproveitando esse mix de produtos e introduzindo o conceito da montagem das cestas. Nos pontos de venda, também incentivamos a utilização de materiais de merchandising para complementar as execuções desse mix, dando mais visibilidade aos produtos", comenta Sérgio Copetti, diretor-comercial da Neugebauer.

**Sérgio Copetti, diretor-comercial da Neugebauer**

**ALÉM DO CHOCOLATE** Outra categoria impactada pelas necessidades e escolhas de consumo é a de azeites, uma vez que ele é parte das receitas de bacalhau, por exemplo. Segundo Paula Guedes, gerente de Trade Marketing Brasil e Portugal de Andorinha, o aumento nas vendas do produto na Páscoa se deve exatamente às receitas e almoço em família. Para ela, nessa época, o atacado distribuidor pode incentivar a venda dos Azeites Especiais, além de orientar que os pequenos e médios varejistas analisem seu público para que possam indicar o azeite que mais harmoniza com cada ocasião. "É um momento em que as famílias prezam pela qualidade e sabor e estão abertas a investimentos um pouco mais altos, então é o momento de apresentar novos produtos, e novos sabores", comenta. Paula ainda acrescenta que a marca espera crescimento em relação a outros meses do ano, porém seguindo um padrão mais moderado, já que, devido à flexibilização das normas de segurança por conta da pandemia, a tendência é que as famílias voltem a se reunir para comemorar a Páscoa, o que pode indicar um crescimento no consumo de azeite. Os pescados, em geral, também são impactados positivamente pela sazonalidade. Segundo Antonio Barranco, diretor-comercial, vendas e trade marketing da GDC Alimentos, detentora da marca Gomes da Costa, os varejistas, assim como as grandes marcas, estão sempre atentos às tendências de consumo para atender os desejos e expectativas do consumidor. "No período de Quaresma, o varejista deve estar preparado para o aumento na busca de pescados oferecendo opções de alta qualidade em suas gôndolas. E para isso, o distribuidor atacadista garante a oferta das categorias de pescado de alta penetração, como a sardinha, com aproximadamente 80% de distribuição no período", destaca.

> ***"É um momento em que as famílias prezam pela qualidade e sabor e estão abertos a investimentos um pouco mais altos***
>
> ***PAULA GUEDES, gerente de Trade Marketing Brasil e Portugal de Andorinha***

Outro segmento que se consolidou no Brasil é o de pães de Páscoa. De acordo com Marta Santos, diretora-comercial, marketing e trade marketing da Panco, por se tratar de uma campanha sazonal e de curto prazo, o abastecimento do ponto de venda no tempo correto é uma das variáveis mais importantes para o sucesso da campanha. "É necessário levar em consideração a distribuição do produto por região, o volume planejado e ainda o resultado da campanha do ano anterior para possíveis ajustes no plano do ano vigente. Outro ponto que é fundamental é o preço de partida do produto e em que momento as ativações ocorrerão", comenta. Ainda de acordo com ela, a empresa espera que o consumo cresça 10% na Páscoa 2023.

Gomes da Costa

# PROMOÇÃO CASA NOVA E PIX NA CONTA*

## COMPRE R$ 20,00
EM PRODUTOS GOMES DA COSTA
RECEBA R$ 10,00 DE VOLTA
NA SUA CARTEIRA DIGITAL*

UMA NOVA CASA RECHEADA DE SABOR E VANTAGEM.

SORTEIO FINAL
**DE UMA CASA***
PARA CHAMAR DE SUA.

## É MUITO FÁCIL PARTICIPAR:

1. COMPRE GOMES DA COSTA, R$ 20,00 DE QUALQUER PRODUTO
2. CADASTRE-SE NO SITE DA PROMOÇÃO
3. RECEBA R$10,00 DE VOLTA NA SUA CARTEIRA DIGITAL*
4. E CONCORRA AO SORTEIO FINAL

E MAIS! INDIQUE ALGUÉM E GANHE MAIS CHANCES!

CADASTRE SEUS CUPONS FISCAIS NO **PROMOGOMESDACOSTA.COM.BR**

A CAMPANHA CONTA COM MATERIAIS DE APOIO PARA ATRAIR AINDA MAIS VENDAS PARA SUA LOJA!

Bloco de Receita, cartazete, faixa de gondôla, demarcador de espaço, stopper, toten, wobbler, papel forração e cubo.

Período de participação: das 12h00 do dia 31/01/2023 até às 23h59 do dia 30/05/2023 (horário de Brasília). A Promoção não é válida para as lojas da Rede Atacadão. *Todos os prêmios serão entregues através de crédito, exclusivamente, via PicPay. A ilustração da casa é mera sugestão de uso do valor do prêmio. Consulte o certificado de autorização SEAE/ME, premiações, condições de participação e os regulamentos no site www.promogomesdacosta.com.br. Guarde todos os comprovantes fiscais originais cadastrados. Imagens meramente ilustrativas.

**VINHOS** Tão importante quanto as categorias de alimentos, os vinhos também são presença certeira na cesta de compras de Páscoa. Para Hermínio Ficagna, diretor-superintendente da Vinícola Aurora, o vinho está diretamente ligado à cultura da data. "O consumo da bebida na celebração é um dos símbolos mais tradicionais, especialmente o vinho tinto. Quando falamos em Páscoa, também vem à mente alimentos como os peixes e, logicamente, os chocolates. Por conta disso, tanto vinhos tintos e brancos como espumantes acabam tendo uma boa saída no período", ressalta. Ele ainda conta que a Páscoa está entre os períodos do ano que concentram os maiores volumes de venda dos produtos vinícolas. "Para o setor vinícola brasileiro, a Páscoa acaba abrindo a temporada de vendas para a estação mais fria do ano", conta. Ficagna diz ainda que apesar da alta na inflação e dos efeitos gerados pela pandemia, a empresa está otimista e espera um incremento de 10% nas vendas para a data.

Para ele, o atacado pode auxiliar o cliente varejista sobre como gerar oportunidade de negócios com a venda de vinhos e espumantes investindo na exposição dos produtos. "A dica é apostar em ilhas, pontos extras e cross merchandising, com produtos de Páscoa como vinho, bacalhau, peixes, azeites e chocolates. É importante fazer uma comunicação de PDV bastante clara e atrativa, chamando a atenção para produtos mais competitivos, que tenham valores mais acessíveis", finaliza.

> ***"Uma celebração regada a bons vinhos e repleta de bons produtos na mesa para brindar a vida***
>
> ***ANTONIO CARVALHAL NETO, diretor da Casa Flora***

A Casa Flora Importadora, distribuidora que já tem mais de 50 anos no ramo alimentício, trouxe para essa Páscoa uma aposta que vem do Líbano. São diversos rótulos da vinícola Chateau St.Thomas. Para Paulo Amalfi, gerente de categoria de vinhos da empresa, foi uma grande surpresa a qualidade desses vinhos, que sofrem uma influência francesa na viticultura da região onde são produzidos, "lembrando muito os grandes Bordeaux", acrescenta. Para o Brasil, 20 mil garrafas por ano. No mercado mundial, a Europa e o mercado interno são os grandes consumidores. Vendendo produtos de mais de 20 países, a distribuidora aposta na data de comemoração mundial. "Uma celebração regada a bons vinhos e repleta de bons produtos na mesa para brindar a vida e tornar o momento uma grande experiência. Esperamos um crescimento real de 10% no período", finalizou Antonio Carvalhal Neto, diretor da Casa Flora.

Neugebauer

# **Qualidade** e **sabor** na dose certa para você vender **MAIS**

Conheça nossos minitabletes

*Sabores marcantes*

## Original desde 1925

**Agora em nova embalagem**

## O mais querido do Brasil

*Derrete na boca*

QUERONEUGEBAUER • WWW.NEUGEBAUER.COM.BR

DEPOSITPHOTOS

# Relevância na cesta

As categorias de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos têm presença garantida na lista de compras

**por Adriana Bruno**

Entre janeiro e dezembro de 2022, o setor brasileiro de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos apresentou um crescimento de 9,4% na corrente de comércio internacional. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), o percentual soma a cifra de US$ 1,52 bilhão, contra US$ 1,39 bilhão registrado em 2021.

Em geral, as categorias de HPC apresentam um tíquete médio mais alto do que categorias de alimentos, contribuindo assim para o aumento de faturamento, além de apresentar margens mais altas. A afirmação é de Leonardo Cyreno, Head de Estratégia e Inovação na AGR Consultores. Ainda segundo ele, categorias como cuidados com os cabelos são consideradas geradoras de tráfego para o varejo, no entanto são mais fortes em impulso e, consequentemente, mais voltadas para os geradores de lucro. “Essas categorias atendem às necessidades e desejos especialmente do público feminino, que representa cerca de 80% dos shoppers no varejo. Elas ainda têm papel importante para manter a loja atrativa para o consumo”, completa.

Cyreno ainda destaca que sortimento e disponibilidade são fatores-chave para a operação. “O atacadista distribuidor precisa entender as tendências desse segmento, além de garantir sempre novidades para o cliente de sua região de atuação. Esse é um segmento que pede por produtos novos constantemente. Um ponto relevante e na contramão da disponibilidade é o cuidado com os estoques, muitas novidades são lançadas pelas indústrias, o distribuidor precisa ficar atento para não deixar o seu estoque encalhado”, orienta.

Vale destacar ainda que o mercado de HPC é relevante para o faturamento do varejo alimentar, com muitas oportunidades para crescimento tanto em faturamento como em alcance. “Segundo o Radar Scanntech, em 2022 a cesta de produtos de higiene oral teve uma retração de -6,2% em unidades e um crescimento de 7,8% em valor, comparado com o ano anterior. O repasse de preço influenciou em um menor poder de compra e uma retração em unidades”, diz Gerson Grohskopf, gerente de Marketing de Higiene Bucal da Condor. Segundo ele, escovas dentais foi a categoria que teve o melhor desempenho da cesta: -3% em unidades e +8% em valor. “Apesar da queda em unidades, são produtos com alta penetração nos lares, porém, quando cruzamos o número total de escovas dentais vendidas no país pelo total da nossa população, chegamos a um número per capito abaixo de duas escovas por habitante por ano; quando que o indicado pelos dentistas é fazer a troca da escova dental quatro vezes ao ano (a cada três meses de uso). Logo, existe uma oportunidade de duplicar o tamanho do mercado de escovas dentais. Conforme estudo que fizemos com os shoppers da categoria, o varejo alimentar é o canal que eles mais usam para aquisição dos produtos de Higiene Bucal, totalizando 87% da amostra”, relata Grohskopf.

DIVULGAÇÃO

**Grohskopf, da Condor: apesar da queda em unidades, são produtos com alta penetração nos lares**

DIVULGAÇÃO

**Cyreno, da AGR Consultores: categorias como cuidados com os cabelos são consideradas geradoras de tráfego para o varejo**

**MERCADO FORTE** O Brasil tem o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo (desde cosméticos para cabelo e pele a perfumes e produtos para higiene), de acordo com dados da Euromonitor; e é o terceiro país que mais gasta com produtos de beleza, segundo uma pesquisa divulgada pela Technavio.

Considerando que o mercado global de cabelos deve registrar um aumento de 16,9% até 2025 (Euromonitor), a tendência é que as marcas continuem investindo em lançamentos e produtos tecnológicos", comenta Daniel Tiraboschi, diretor da Unidade Cabelos da Flora. Ele ainda afirma que o atacado distribuidor pode ajudar o varejo na escolha de um mix adequado, dando suporte no PDV e compartilhando informações e benchmarks para uma boa execução, otimizando vendas e rentabilidade.

**PRODUTOS DIFERENCIADOS** Outra categoria forte e importante é a de unhas, onde também há uma grande variedade de produtos. "Sabemos que a maioria das decisões de compra acontece no ponto de venda, sobretudo as compras por impulso. Organizar os produtos por categoria (ou interesse) resulta em maiores chances de venda e, consequentemente, mais faturamento para o lojista. A importância de trabalhar com essa categoria é a vantagem da diferenciação, a possibilidade de o cliente encontrar produtos diferenciados em uma loja, fazendo com que o onsumidor compre mais vezes", comenta Samir Silva, diretor-comercial do Grupo Dailus.

> ***"O atacado distribuidor pode ajudar o varejo na escolha de um mix adequado, dando suporte no PDV"***
>
> ***DANIEL TIRABOSCHI, diretor da Unidade Cabelos da Flora***

Para Silva, construir um relacionamento de confiança com um distribuidor traz diversos benefícios para o negócio, já que a maioria dos distribuidores trabalha como uma extensão da indústria, possui equipe de venda e merchandising especializada na categoria para auxiliar o lojista no que for necessário, desde oferecer treinamentos até sugestões de planograma - guia de execução e outras ações para alavancar as vendas. "Estudos comprovam que a maioria das decisões de compra ocorre no ponto de venda, a Nielsen até já divulgou uma pesquisa, "A hora certa de ativar o shoppers", a respeito do tema. Para que um ponto de venda se diferencie, uma boa variedade de produtos é fundamental, além disso, oferecer ao shopper uma loja com gôndolas organizadas e categorizadas, com soluções diversificadas para cada tipo de necessidade, certamente atrairá mais clientes e aumento das vendas.

Um ponto de venda de sucesso é aquele em que o shopper encontra o que busca, até o que não precisa, mas fica satisfeito em encontrar o que busca. Essa é a importância da relação entre o mix de produtos e o sortimento adequado para cada ponto de venda, fatores que são determinantes no resultado do sucesso, ou não, de um negócio", finaliza Silva.

DIVULGAÇÃO

singulare

# Soluções Exclusivas para Fundos de Investimento

Através da parceria com a ABAD, oferecemos às empresas associadas os serviços de Estruturação, Gestão, Administração, Custodia e Controladoria de Fundos, com atendimento personalizado.

**FIDC**
Alternativa de capital de giro para empresas e fornecedores, com lastro em recebíveis.

**FIP**
Ferramenta para equação em questões de equity.

**FII**
Solução para patrimônio imobiliário.

**+ 80 BI de reais** sob Administração

**1º Fiagro do Brasil** administrado por nós

**1º lugar em Administração e Custodia de FIDCs** por número de operações.
*ranking Uqbar 2011-2022.

**Entre em contato conosco** para conhecer as vantagens e os benefícios dos instrumentos de capitalização e nossas soluções para o setor atacadista e distribuidor de produtos industrializados.

singulare
A melhor solução para fundos de investimento

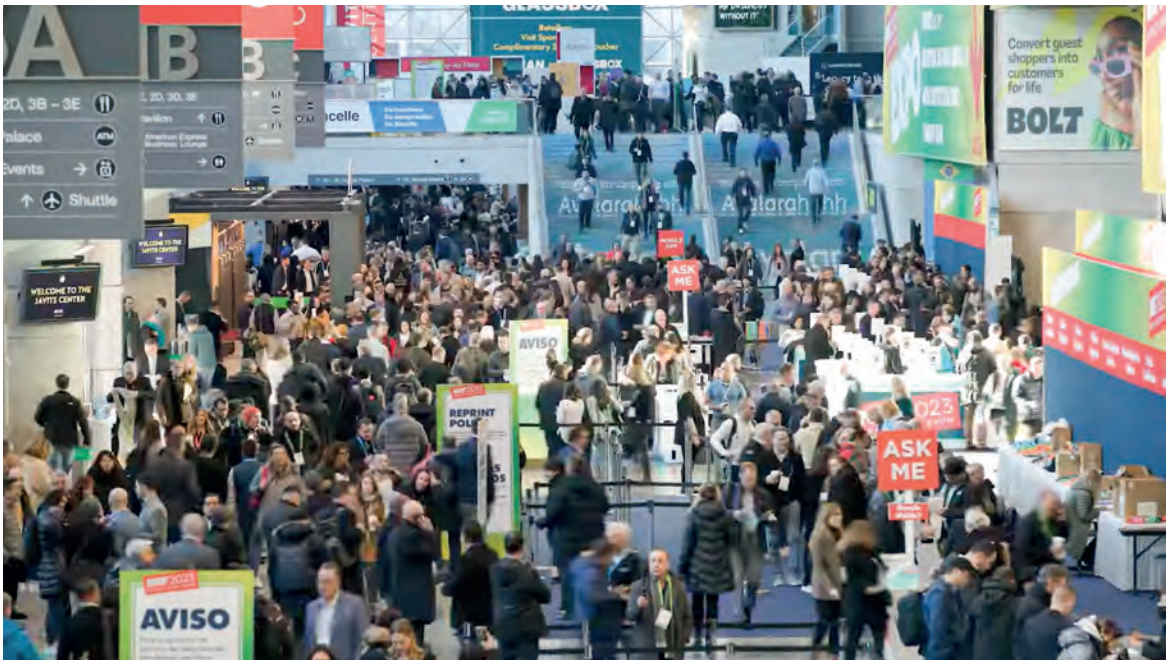
Autorregulação ANBIMA
Administração Fiduciária

Autorregulação ANBIMA
Serviços Qualificados

11 2827.3531
comercial.abad@singulare.com.br
ouvidoria@singulare.com.br

singulare.com.br

FOTOS: DIVULGAÇÃO




**O evento anual americano reuniu milhares de pessoas**

# Hora de repensar

O presidente da ABAD, Leonardo Miguel Severini, esteve na maior feira de varejo do mundo e destacou as tendências que ditam as boas práticas

**por Ana Paula Alencar e Claudia Rivoiro**

Mais uma vez, a ABAD esteve presente no maior evento de varejo do mundo. A NRF 2023: Retail's Big Show, realizada de 15 a 17 de janeiro, em Nova York (EUA), teve mais de 175 palestras, 35 mil participantes, 350 speakers e 1.000 expositores. O presidente Leonardo Miguel Severini participou integrando a comitiva da BTR Varese, que foi liderada pelos consultores Eduardo Terra e Alberto Serrentino. Ditando tendências e compartilhando boas práticas para diversos segmentos, a 113ª edição do evento teve como foco a retomada e o avanço do varejo.

"Diferentemente do ano passado, quando o metaverso ganhou os holofotes, neste ano, houve um resgate da tecnologia como instrumento para facilitar a vida das empresas – solucionando problemas com perdas, inventários, perecibilidade e troca de informações para gerar mais resultado – e, principalmente, das pessoas. Não apenas o cliente do varejo, mas também o colaborador, de maneira a integrá-lo e fazê-lo repensar o propósito da empresa", disse o presidente.

Segundo ele, outro aspecto relevante em debate foi a maneira como os bancos estão repensando a forma de financiar as empresas diante de tantos desafios, como guerra, crise mundial de abastecimento e pandemia. "Há, por parte das empresas, uma preocupação maior com o fluxo de caixa, pois a inflação e as altas taxas de juros tornam o crédito mais caro. Portanto, é preciso um controle mais rigoroso para não depender dos financiamentos", complementou.

Eduardo Terra, consultor da BTR-Varese, no Seminário Pós-NRF, realizado na quarta-feira, dia 18 de janeiro, no Harvard Club, em Nova York, apontou o primeiro insight para o setor atacadista. "É que, de fato, o mundo do atacado e do varejo vive um momento de mais racionalidade, de um olhar mais para a rentabilidade, de usar tudo o que esses últimos anos de pandemia e de transformação digital trouxeram como conquista. O ano de 2023 traz ainda um contexto de muita incerteza na geopolítica global, com problemas na cadeia de abastecimento, somando-se, no Brasil, a questões políticas". Ele continuou reforçando que, com isso, as empresas devem ter um olhar mais racional para os seus negócios, atentando especialmente para as altas taxas de juros, que estão altas no mundo inteiro, mas principalmente muito altas no Brasil. "Assim, rentabilidade é a palavra da vez, mais do que crescimento. O que não quer dizer jogar fora as conquistas da tecnologia obtidas até aqui", detalhou.

O segundo grande insight tem a ver com a Inteligência Artificial. É um dos assuntos mais abordados na NRF em termos de tecnologia, e existe a visão de que AI é matéria-prima, não um produto, em si. Então, olhando para a distribuição e para o atacado, com todos os temas que envolvem preço, transporte, gente, sortimento e outras decisões complexas, a IA pode trazer dados que enriquecem as decisões humanas. "O que a NRF deste ano mostrou é que a IA deixou de ser um tema de ficção científica, um tema futurista, para se tornar algo real e aplicável. A sugestão é que as empresas busquem, junto aos seus parceiros de tecnologia, soluções embarcadas com Inteligência Artificial", explicou Terra.

O terceiro grande insight, também ligado à tecnologia, é revisitar o que chamamos de 'a jornada do colaborador', que no caso do atacado distribuidor tem muito a ver com a jornada do representante, que é a grande força de trabalho do setor. "É preciso ter um olhar para maior produtividade, maior digitalização. O mundo mudou, a ma-

**175**
***palestras***

**35**
***mil participantes***

**1**
***mil expositores***

**O presidente da ABAD, Leonardo Miguel Severini, fez apresentação no Harvard Club**

neira como as pessoas trabalham mudou, a maneira como nós produzimos mudou. Ao combinar as novas gerações e as novas tecnologias com esse novo mundo, conseguimos trazer engajamento, produtividade e resultado. Discutiu-se muito essa nova jornada do colaborador. Em relação ao setor, é preciso pensar em ferramentas com tecnologia de ponta a ponta: como a empresa contrata, engaja, avalia e como as ferramentas podem auxiliar no dia a dia desse representante. "Não quer dizer que o metaverso ficou de lado, nem que ele não vá acontecer, porém, como toda novidade, leva tempo para amadurecer", enfatizou.

Assis, diretor da TOTVS: momento é da volta ao essencial

**TENDÊNCIAS**

***Dados***
*A coleta de dados com o objetivo de oferecer uma experiência de compra personalizada e mais assertiva*

*Integração de ecossistemas*

*É preciso usufruir de todas as novas tecnologias voltadas a isso, com o fim de fidelizar clientes e agilizar a operação*

***Loja física***
*Apesar da importância da integração entre espaços físicos e digitais, as lojas físicas se tornam grandes atrativos aos consumidores*

***Sustentabilidade reinventada***
*Estamos pensando nos consumidores, principalmente os da geração Z, que impõem novos hábitos de consumo e serão 30% da força de trabalho global até 2030*

***Metaverso***
*Mesmo com as incertezas, esse espaço virtual permanece no radar do varejo*

FONTE: NEXAAS

**BÁSICO BEM-FEITO** Elói Assis, diretor-executivo de Varejo e Distribuição da TOTVS, que também participou do evento, ressaltou que o que chamamos de básico antigamente não é o básico de hoje em dia. Não é mais suficiente ter apenas a operação de distribuição funcionando, ter um e-commerce B2B, fazer o seu vendedor passar na loja. "O básico hoje em dia, demandado pelo mercado, envolve a participação em marketplaces, a transformação digital do negócio, automação de força de vendas. Tudo isso hoje é essencial. Então é o momento de uma volta ao essencial", destacou. Para ele, é essencial ser digital. "Uma mudança de pensamento. Fazer o básico bem-feito", enfatizou.

Roberto Matsubayashi, diretor da GS1 Brasil, destacou que o ambiente de negócios está mais complexo e volátil. "A evolução tecnológica está cada vez mais acelerada. Destaco primeiramente a IA, presente em todas as ofertas de software dos mais variados

fornecedores, em funções como gestão de demanda, pricing, sortimento e programas de fidelização, entre outros. Em segundo lugar, o código 2D, disponibilizado pela GS1. Equipamentos tanto de impressão quanto de leitura e suas aplicações já são realidade e estão amplamente disponíveis", observou sobre os temas apresentados na NRF.

**CLUBE HARVARD** Convidado pela própria BTR e pelo presidente da Abras, João Galassi, o presidente Leonardo também fez uma breve explanação sobre o setor atacadista distribuidor brasileiro à comitiva integrada por representantes de grandes indústrias e empresários de diversos elos da cadeia de abastecimento. D

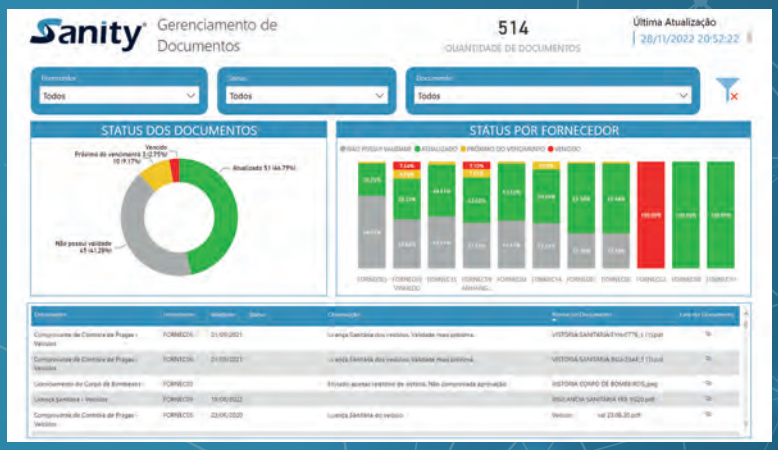
**Matsubayashi, diretor da GS1 Brasil: evolução tecnológica está cada vez mais acelerada**


## Já pensou em monitorar e gerenciar todos os seus documentos e licenças em uma única tela?

Você sabe onde estão todos os seus documentos?
E suas datas de vencimento?

A cada 12 segundos empresas perdem algum documento importante e gastam em média duas horas procurando os documentos extaviados/perdidos.*

A Sanity além de auxiliar na obtenção, renovação e análise crítica de documentos, pode te ajudar a diminuir essas perdas. Com o GEDOT® todas as suas licenças, certificados, documentos de funcionários, laudos, contratos de terceiros, documentos sanitários, ambientais, entre outros estarão em único lugar.




*fonte: Associação Brasileira de Gerenciamento de Documentos (ABGD)

Saiba mais em nosso site

Sanity®

FOTOS: LUCIANA CÁSSIA FOTOGRAFIA

> *Para mim, a ABAD sempre teve um papel acadêmico. Faz parte da minha formação profissional*
> **PATRÍCIA TURMINA, presidente do Gajs para o biênio 2023-2024**

# Cardápio de atividades

Patrícia Turmina assume a presidência do Grupo ABAD Jovens e Sucessores com desafios e meta de aumentar o número de participantes

**por Rubia Evangelinellis**

Aos 28 anos, a gaúcha Patrícia Turmina atua no grupo desde os 19 e foi a 1ª vice-presidente na gestão anterior, sob a liderança de Flávio Vinte. Chega ao comando com o desafio de captar mais participantes, hoje somam 300, de intensificar a ação junto às filiadas, de resgatar as visitas técnicas e montar um cardápio de atividades desenvolvido a partir da vontade expressa dos integrantes.

"Para mim, a ABAD sempre teve um papel acadêmico. Faz parte da minha formação profissional, um complemento do estudo acadêmico. Temos como objetivo mostrar que participar do Grupo equivale a um MBA do setor", explica.

Graduada em administração de empresas e com MBA em marketing e vendas, ingressou na ABAD quando estava começando a faculdade. "Em 2014, queria ter o próprio negócio, mas também buscava algumas experiências antes. Sempre estive próxima dos negócios da família (a Oniz Distribuidora/RS). Entrei no grupo justamente para me desenvolver de forma direcionada para o setor atacadista distribuidor."

Patrícia entende que o aprendizado obtido é essencial na preparação dos sucessores, atuem ou não no operacional da empresa. "Precisamos buscar o desenvolvimento para sermos, no mínimo, bons conselheiros dos negócios da família, por mais que nem todos se envolvam profissionalmente. Aqui temos integrantes com outras formações, carreiras próprias, mas que sabem da importância de obter conhecimentos."

Ela fala com propriedade sobre o tema. Desde menina acompanhava os pais na Oniz Distribuidora, onde atuou em diversas áreas. Quando decidiu empreender por conta própria, juntamente com o irmão, Luis Fernando, ambos assumiram o compromisso de participarem das reuniões do Conselho da empresa, hoje com o controle acionário adquirido pelo grupo Pátria Investimentos.

**MÃO NA MASSA** Dona de um DNA empreendedor e adepta da filosofia de que é preciso colocar a mão na massa, atuar com foco e delegar poder, já imprime sua marca ao optar por uma diretoria enxuta, de apenas sete integrantes, com cada qual assumindo a responsabilidade de cuidar de um dos objetivos. O que se busca é fazer jus ao trabalho de resultado tomando como linha mestra um programa de atividades desenhado a partir da observação e desejos que foram expressos pelos participantes. A diretoria é formada por Oberdan Garcia (1º vice-presidente), Carolyne Dalberto (2ª vice-presidente) e quatro conselheiros – Mariana Reisdorfer, Franco Astório, Pedro Paulo Amorim e Celso Tozzo.

Além do aprendizado, ela destaca que a participação no grupo permite ainda o networking, a troca de informações que pode solucionar um problema pontual da empresa ou resultar em uma ideia para potencializar os negócios.

**PESQUISA E DESAFIOS** Entre os desafios que assume no comando do grupo estão aumentar a frequência dos encontros, desenvolver ao menos uma visita técnica internacional no biênio e realizar duas visitas técnicas nacionais a cada 12 meses – em atacadistas distribuidores e indústrias –, além de fortalecer os contatos com as filiadas."Nós, da diretoria, tivemos uma reunião em janeiro e definimos quem será o responsável em cada um dos objetivos, dividimos as tarefas e agora vamos começar a desenhar o calendário de atividades para os próximos dois anos. Creio que estará definido até o fim de março", acrescenta. Já existem contatos com empresas interessadas em abrir as portas e receber as visitas técnicas nacionais ainda neste ano, no segundo semestre, enquanto a internacional deverá ocorrer em 2024.

Segundo informou, será realizada uma pesquisa junto aos participantes para definir os temas mais relevantes a serem trabalhados e abordados. O levantamento será realizado por meio de formulários enviados por whats.

Em 2016, Patrícia e seu irmão inauguraram a Rede de lojas Royal Trudel, com a primeira em Gramado/RS. Hoje, são 56 pontos de vendas especializados no doce romeno, sendo seis próprios e 50 franqueados em 13 estados. No ano passado, o faturamento foi de R$ 28 milhões. Em janeiro, Patricia Turmina recebeu o prêmio Forbes Under 30, que reconhece jovens influentes e bem-sucedidos. "É uma injeção de ânimo e de responsabilidade."

**A nova presidente com a sua diretoria recém-empossada e formada por sete membros**

Abad 2023

42ª CONVENÇÃO ANUAL DO CANAL INDIRETO

19 e 20 de junho

Bourbon Convention Resort Atibaia

Rod. Fernão Dias, Km 37,5 - Jardim Boa Vista, Atibaia - SP

## A 42ª Convenção Anual do Canal Indireto já tem data marcada.

Os líderes das mais importantes empresas do setor atacadista e distribuidor vão se reunir em um ambiente de relacionamento exclusivo com executivos das principais indústrias fornecedoras.

Debate de alto nível em painéis temáticos, networking e premiação dos maiores atacadistas e distribuidores do país.

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**

## Reserve já a sua cota de patrocínio na ABAD 2023 ATIBAIA.

A equipe de relacionamento da ABAD está à disposição para garantir a participação da sua empresa.

Patrocinadores já confirmados:

## Nossos agradecimentos aos parceiros que já confirmaram apoio a esse grande evento do Canal Indireto.

cash.in

Condor

Cyclopes

DIAGEO

flora

FUSION by nstech

GLOBAL ESTRATÉGIAS FINANCEIRAS

GS1 Brasil ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO

havaianas

infra commerce

grupo luminae energia

MAXIMA TECH

Mondelēz International SNACKING MADE RIGHT

mtrix

Nestlé Faz bem

nstech

P&G

PEPSICO

RGIS Soluções em Gestão de Estoques

Sankhya Liberdade para Evoluir

serasa experian

TEMSI. grow your business.

TOTVS

Unilever

Caminhões Ônibus

WICKBOLD

Ype

**Junte-se a nós na missão de fortalecer o setor.**

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

**comercial@abad.com.br | 99201-9316**

**www.abad.com.br | (11) 3056-7500**

Elson's®
PRODUTOS ALIMENTÍCIOS

# Uma história de 60 anos

Exemplo de empresa familiar que se mantém fiel ao modelo de negócio iniciado em 1963, a Elson´s Produtos Alimentícios possui uma carteira de 5 mil clientes no estado do Espírito Santo e faz questão de atendê-los preservando e ampliando o espaço do mix ofertado em cada um dos pontos de venda.

De olho no futuro, com sólido investimento em marcas próprias, a empresa segue trilhando o caminho do sucesso mesmo depois de perder seu grande mentor, Elson Conde de Olivera, falecido em 2020.

O vigor e a sabedoria vêm de lições obtidas principalmente com a experiência prática adquirida com a distribuição exclusiva, combinada à capacidade de superar desafios e a importância de manter o olhar no novo.

**A ABAD e a Revista Distribuição parabenizam a empresa capixaba pelas seis décadas de sucesso!**

# ABAD participa de encontro da TOTVS

**da Redação**

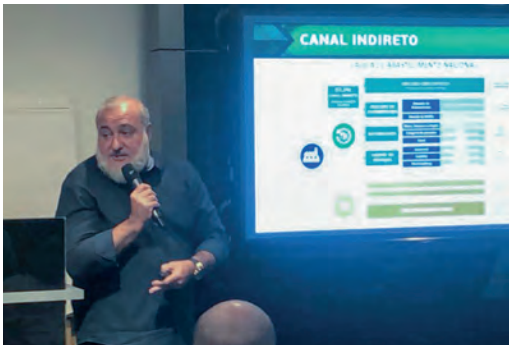
**Evento exclusivo da TOTVS contou com convidados do canal indireto e equipe da empresa que recepcionou em sua sede**

ABAD participou no dia 8 de dezembro de evento promovido pela TOTVS para apresentar uma nova ferramenta de e-commerce para atacadistas e distribuidores que utilizam ERPs da empresa. Trata-se da solução Portal B2B by Agile e-commerce, especializada e integrada ao TOTVS Distribuição e Varejo, da Linha Winthor.

A nova solução da TOTVS promete ajudar a alavancar as vendas online, através da captação de leads qualificados, maior frequência de compra, catálogos atualizados, baixo custo de operação, além de oferecer uma jornada mais completa para o cliente.

O evento exclusivo reuniu vários atacadistas e distribuidores e o diretor de Relacionamento Comercial e Marketing, Rogério Oliva, (na foto), foi convidado pela equipe da TOTVS para apresentar os números do Ranking ABAD/NielsenIQ que apontam as tendências de digitalização do setor, destacando o faturamento dos respondentes com os canais digitais de vendas, as expectativas de investimento em plataformas de e-commerce e marketplace e a parceria da ABAD com a GS1 Brasil, que disponibiliza aos associados acesso ao CNP – Cadastro Nacional de Produtos, uma base rica em informações e imagens fundamental para quem está implantando canais digitais de vendas e necessitam de informações adequadas e alinhadas com as exigências das secretarias de Fazenda em relação a descrição de produtos.

FOTOS: DIVULGAÇÃO




**Rogério Oliva, diretor da ABAD, participou do evento trazendo dados e números do canal indireto**

"Foi uma excelente oportunidade de apresentar os números da ABAD com o olhar aprofundado para as mudanças que os canais de vendas digitais estão promovendo no setor. A digitalização é uma realidade e as empresas têm feito grande esforço para não ficar fora desse processo", afirma Oliva.

**ABASTECEBEM** Na apresentação também foi apresentada a plataforma de marketplace Abastecebem, que a ABAD lançou em 2020. Saiba mais sobre o assunto nesta edição em matéria especialmente produzida para o tema. D

# Galassi é reeleito na Abras

João Galassi (foto) foi reconduzido à presidência da ABRAS durante o biênio 2023-2024. A cerimônia foi realizada no dia 31 de janeiro, no Clube Naval, em Brasília/DF, e contou com a presença do vice-presidente da República, Geraldo Alckmin (abaixo), parlamentares, além do empresariado do setor. Representando a ABAD, compareceram o presidente Leonardo Miguel Severini e o superintendente Oscar Attisano. Emocionado, Galassi fez um discurso breve e contundente, evidenciando a grandeza dos supermercados para o varejo alimentar no Brasil. O executivo trouxe números importantes do setor no mundo e ponderou sobre a presença em nosso país: "o setor é um grande elo da cadeia nacional de alimentos, ligando mais de 220 cadeias produtivas aos consumidores finais em mais de 93 mil lojas. Atualmente, são mais de 3,1 milhões de colaboradores nesse setor, que é o maior gerador de primeiro emprego no país", resumiu. Ele abordou, ainda, que os supermercados estão comprometidos com as boas práticas do varejo alimentar, buscando sempre melhorar a experiência de compra por meio de mais eficiência e tecnologia.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

**ABAD**
**ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ATACADISTAS E DISTRIBUIDORES DE PRODUTOS INDUSTRIALIZADOS**
AV. NOVE DE JULHO, Nº 3.147 • 9º ANDAR • CEP 01407-000 - SÃO PAULO - SP
TELEFONE: (11) 3056-7500 • E-MAIL: ABAD@ABAD.COM.BR • SITE: WWW.ABAD.COM.BR

**PRESIDENTE**
LEONARDO MIGUEL SEVERINI – P. SEVERINI NETTO/MG
**1º VICE-PRESIDENTE**
JULIANO FARIA SOUTO – FASOUTO – FARIA SOUTO COMÉRCIO/SE
**2º VICE-PRESIDENTE**
JOSÉ RODRIGUES DA COSTA NETO – JC DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA/GO
**VICE-PRESIDENTES**
ALAIR MARTINS JÚNIOR – MARTINS COMÉRCIO E SERVIÇOS/MG
DANIELLE BRASIL DUSTRA – RIOGRANDENSE DISTRIBUIDORA/RN
EULER FUAD NEJM – DECMINAS DISTRIBUIÇÃO E LOGÍSTICA/MG
JOÃO ALBERTO PEREIRA – ATACADO BATE FORTE/SP
JOSÉ LUIZ TURMINA – ONIZ DISTRIBUIDORA/RS
JUSCELINO F. DE FREITAS JUNIOR – DEC ELDORADO/MG
LUIZ GASTALDI JÚNIOR – MERCANTIL NOVA ERA/AM

**CONSELHO DELIBERATIVO**
**PRESIDENTE**
EMERSON LUIZ DESTRO – DESTRO BRASIL DISTRIBUIÇÃO/SP
**1º VICE-PRESIDENTE**
JOILSON MACIEL BARCELOS FILHO – BARCELOS & CIA/RJ
**2º VICE-PRESIDENTE**
HELLTON VERÍSSIMO MARINHO DINIZ – NORDIL – NORDESTE DISTR. E LOG./PB

**CONSELHO FISCAL**
**PRESIDENTE**
JOSÉ DO EGITO FROTA LOPES FILHO – JOTUJÉ DISTRIBUIDORA/CE

**CONSELHEIROS**
JOSÉ LUIZ TORRES – REDIJOHN DISTRIBUIDORA/PE
MILENA MULLER – DISTRIBUIDORA MULLER/SC
RAIMUNDO REBOUÇAS MARQUES – ACTIVE/PI
VALMIR MULLER – MULLER NOVO HORIZONTE DISTRIBUIDORA/SC

**CONSELHO CONSULTIVO**
**PRESIDENTE**
CARLOS EDUARDO SEVERINI – TENDA ATACADO/SP
**1º VICE-PRESIDENTE**
ROBERTO GOMIDE CASTANHEIRA – CONDOR ATACADISTA/DF
**2º VICE-PRESIDENTE**
SILVINO FAUSTINO DE MEDEIROS NETO – DUNORTE DISTRIBUIDORA/AM

**LÍDERES REGIONAIS**
**REGIÃO SUL** - IZAIR POZZER – PODAL DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA.
**REGIÃO CENTRO-OESTE** – RENATO MOREIRA DA SILVA
RMZ DISTRIBUIDORA DE COSMÉTICOS LTDA
**REGIÃO NORTE** – FABRIZIO JOSÉ DOS SANTOS ZAQUEO – FRIOS VILHENA LTDA.
**REGIÃO NORDESTE** – ANTÔNIO ALVES CABRAL FILHO – CABRAL & SOUZA LTDA.
**REGIÃO SUDESTE** – JOÍLSON MACIEL BARCELOS FILHO – BARCELOS & CIA. LTDA

**PRESIDENTE DA ABAD JOVEM**
PATRICIA TURMINA – ONIZ DISTRIBUIDORA/RS

**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
**ASSESSORA-EXECUTIVA**
MARIA ANGÉLICA BORTOTTI DE ALMEIDA – ANGELICA@ABAD.COM.BR
**ASSESSORA DE MARKETING**
LEANDRA MARQUES – LEANDRA@ABAD.COM.BR
**ASSESSORA DE COMUNICAÇÃO**
ANA PAULA ALENCAR - IMPRENSA@ABAD.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 LOGÍSTICA ABAD/ABRALOG**
DR. ALESSANDRO DESSIMONI
MARCIO FRUGIUELE
**COORDENADOR DO COMITÊ MARKETPLACE**
EDUARDO TERRA-EDUTERRA@BTRCONSULTORIA.COM.BR

# Gallo, o toque especial que **não pode faltar na Páscoa**

A marca de azeites mais consumida pelos brasileiros*

GALLO
PORTUGAL
DESDE 1919

*FONTE: NIELSEN SHARE VOLUME FY 2022.

DIVULGAÇÃO

# Capacitar para avançar

**A cidade de Brasília foi o local escolhido para reunir os executivos das filiadas**

**Ana Paula Alencar**

Os executivos das filiadas ABAD se reuniram em Brasília (DF) nos dias 6 e 7 de fevereiro para atualizar informações, dividir experiências e, principalmente, absorver conhecimentos. Essa foi a tônica do Encontro Nacional das 27 Filiadas ABAD 2023, organizado pelo Sindiatacadista-DF, com apoio do Sincadise, da Aderj e da própria ABAD.

Os dois dias de programação serviram também para energizar os profissionais, que são responsáveis pela condução do dia a dia de suas entidades. "São executivos com realidades diferentes, mas com o mesmo desejo: ser um profissional capacitado e à altura de suas entidades. Por isso, encontros como esses, no qual podemos passar a nossa experiência, são tão importantes", afirma Oscar Attisano, superintendente-executivo da ABAD, que fez a abertura do evento, sanando dúvidas e trazendo informações importantes do setor.

No primeiro dia do encontro, os executivos tiveram a oportunidade de ouvir também o assessor jurídico da ABAD, Alessandro Dessimoni, o diretor de Relacionamento Comercial e Marketing da ABAD, Rogério Oliva, e a gerente de Comunicação, Marketing e Conteúdo da ABAD, Ana Paula Alencar. Os três fizeram exposições de suas áreas, mostrando como estão estruturadas para atender o associado.

**PLANEJAMENTO** A parte principal, contudo, ficou a cargo da consultora e assessora Mara Stocco. Com grande expertise, ela envolveu o grupo e introduziu o tema: como fazer um planejamento estratégico. Segundo Mara, a elaboração do planejamento requer, inicialmente, o comprometimento do executivo com o resultado. "Também é necessário uma boa visão de mercado, criar novas oportunidades, aglutinar conhecimentos, ter postura ética, priorizar a qualidade no atendimento do associado e ter pensamento e ações estratégicas", disse Mara.

Instigando cada executivo a se autoavaliar, a consultora apresentou técnicas para produzir um bom planejamento estratégico, levando em consideração também o perfil dos profissionais. Nessa imersão, ela mostrou a importância do planejamento como ferramenta de gestão, que vai auxiliar o executivo a mapear o caminho a ser seguido para atingir os objetivos. Em linhas gerais, onde a entidade está, aonde ela quer chegar e as ações necessárias para cumprir a jornada. Ao final do evento, os executivos já definiram o local do próximo encontro, em 2024, que será no Rio de Janeiro, com organização da Aderj, com o apoio dos coordenadores da regional Sudeste. D

# A PROMOÇÃO QUE VAI MULTIPLICAR SUAS VENDAS E POTENCIALIZAR SUA RENTABILIDADE NA CATEGORIA

## PROMOÇÃO ACHE O X

## DESCUBRA NA HORA SE GANHOU!

**1 LAVA E SECA* POR DIA**

**R$ 500** ** **POR HORA**

*Sugestão de Uso Prêmio Líquido R$ 6.000,00

Imagens meramente ilustrativas.

**TIXAN YPÊ NA PRATELEIRA E NOS CANAIS DE COMUNICAÇÃO: AINDA MAIS RESULTADOS COM O PODER MULTIPLICADOR DO X**

Garanta o abastecimento de toda a linha em sua loja

**TODA A LINHA TIXAN PARTICIPA**

## PLANO ROBUSTO DE TRADE

TABLOIDE

MPDV

DIGITAL

IMPULSIONADORAS

INVESTIMENTO COMERCIAL

* Promoção da QUÍMICA AMPARO LTDA, válida de 11/02/2023 a 11/04/2023, considerando compras efetuadas a partir do dia 01/02/2023. Sorteios garantidos por CAPEMISA Capitalização S/A, Processo SUSEP 15414.638919/2022-08. É proibida a venda de Título de Capitalização a menores de 16 anos. Antes de contratar, consulte previamente as Condições Gerais. SAC: 0800 940 1130. Ouvidoria: 0800 707 4936. ** Para número do C.A. SEAE/ME, condições de participação, prêmio e outras informações, acesse o Regulamento em www.promocaotixanype.com.br. Prêmio de R$ 500,00 entregue através da carteira digital PicPay, sem função de saque.

# 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: Almir Rogério da Silva
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
CEP: 68902-880 Cidade: Macapá / AP
(96) 3222-6692 E-mail: adaap_ap@hotmail.com

**ADAC – Associação dos Distribuidores e Atacadistas Catarinenses**
Presidente: Alexandre Segala
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: Fabrizio Jose dos Santos Zaqueo
Executiva: Marcela Marrane 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: José Luiz Bueno
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: Elias de Azevedo da Cunha Filho
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 doâs Distribuidores e Atacadistas de Roraima**
Presidente: Marcelo Lima de Freitas
Executiva: Gisana Maia da Silva
E-mail: adarr_bv@hotmail.com
Rua Almério Mota Pereira, 1.217 – Jardim Floresta -
CEP: 69312-055 Boa Vista / RR - (95) 3224-6354

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

**ADAT – Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Tocantins**
Presidente: Henrique Pedro Nesello
Executivo: Ricardo Amorim – Diretor de comunicação
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: Kélvio Silva
Executivo: Joselton Carvalho Pires Ferreira
E-mail: joselton.pires@ademig.com.br - Avenida Barão Homem de Melo, 4.500 / CJ. 1.403 - Estoril - CEP: 30494-270
Cidade: Belo Horizonte / MG - Filiada (31) 3247-6333
E-mail: flavia@ademig.com.br

**ADERJ – Associação dos Distribuidores e Atacadistas do Estado do Rio de Janeiro**
Presidente: 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: Jurema Pesenti e Silva
Executiva: Ana Paula Vargas
E-mail: anapaula@agad.com.br
Rua Moura Azevedo, 606 / CJ. 501 – São Geraldo
CEP: 90230-150 - Porto Alegre / RS
(51) 3311-9965 - E-mail: agad@agad.com.br

**AMAD – Associação Matogrossense de Atacadistas e Distribuidores**
Presidente: Luciano De Almeida
Executivo: Walquiria Matos Martins
E-mail: amad@amad.org.br
Avenida Couto Magalhães, 887 / SL. 202 / Edifício Piatã - Centro - CEP: 78110-400 Cidade: Várzea Grande / MT |
- (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: Jailton da Silva Borges
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: Roberto Antonio Spanholi
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: Mario Sérgio Miguel
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: Inacio Américo Miranda Junior
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
Executiva: Dacielly C. Mendes dos Santos
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: Luis Antônio Dias
Executivo: Marcelo Bellin Costa
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: Alvaro Silveira Júnior
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: Julio Cezar Gasparelo
Executiva: Edilamar Ferrari Lotto
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

NOVO

CHEGOU

# ENGOV UP

## PRA COLOCAR MAIS ENERGIA NAS SUAS VENDAS.

## TRÍADE DE ENERGIA

*TAURINA[1] CAFEÍNA[2,3] ARGININA[4]*

*ZERO AÇÚCARES . BAIXO TEOR DE SÓDIO . GASEIFICADO*

*VOCÊ ON, ENGOV UP!*

Engov UP. Alimento isento de registro conforme RDC 27/2010. Referências bibliográficas: 1. Schaffer S, Kim HW. Effects and Mechanisms of Taurine as a Therapeutic Agent. Biomol Ther (Seoul). 2018; 26(3):225-241. 2. Alves RC, Casal S, Oliveira B. Health benefits of coffee: myth or reality? Quím. Nova [online]. 2009; 32(8): 2169-2180. 3. Glade MJ. Caffeine-Not just a stimulant. Nutrition. 2010; 26(10): 932-8. 4. Sales RP, et al. Efeitos da suplementação aguda de aspartato de arginina na fadiga muscular em voluntários treinados. Rev. Bras. Med. Esporte [online]. 2005; 11 (6): 347-351.

# Campanha de Natal

## 2022

Abad | INSTITUTO

Mais uma vez comemoramos o sucesso da **Campanha de Natal do Instituto ABAD**, realizada em todo o Brasil por intermédio das Representantes Estaduais, com o apoio das Filiadas ABAD e a colaboração de parceiros que fizeram a diferença e ajudaram entidades sociais que atendem crianças, adolescentes, jovens e idosos em todo o país.

A campanha contou com a adesão de 7 estados: Acre, Amapá, Espírito Santo, Paraná, Rio de Janeiro, São Paulo e Sergipe. Foram doados alimentos, brinquedos, peças de roupa, livros e produtos variados. Também foram realizadas ações sociais incluindo recreação e distribuição de lanches.

**Um agradecimento especial a todos que se juntaram ao Instituto ABAD nessa corrente do bem.**

**ADAAP**
*Amapá*

**ADACRE**
*Acre*

**ADASP**
*São Paulo*

**ADERJ**
*Rio de Janeiro*

**SINCAPR**
*Paraná*

**SINCADISE**
*Sergipe*

**SINCADES**
*Espírito Santo*

**Fizemos o que sabemos fazer de melhor: distribuir.**
**Mas, dessa vez, distribuímos solidariedade.**

Juntos, podemos mais!

Parceiro

MESA BRASIL SESC | sesc

Abad | CENTRAL DE NEGÓCIOS

# GUIA DE PARCERIAS E SERVIÇOS

## BENEFÍCIOS PARA ASSOCIADOS

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

# Benefícios exclusivos para os associados da ABAD

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.

## VANTAGEM PARA O AGENTE DE DISTRIBUIÇÃO

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

## VANTAGEM 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 ABAD. A equipe, formada por quatro executivos de Relacionamento, 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 - (11) 99201-9316*

# SUMÁRIO


## ASSISTÊNCIA MÉDICA

HOSPITAL ISRAELITA ALBERT EINSTEIN ..... 4

BENEVIX ..... 4

FIDUCIAM ..... 5

## LOGÍSTICA

RGIS ..... 5

STILL ..... 6

## SERVIÇOS

AB GROUP ..... 6

BMS. ..... 7

BOA VISTA ..... 7

BOOMERA ..... 8

DESSIMONI E BLANCO ADVOGADOS ..... 8

FIA ..... 9

FUNDAÇÃO DOM CABRAL ..... 9

GLOBAL ..... 10

PARAGUAÇU ENGENHARIA ..... 10

TEMSI ..... 11

SINGULARE ..... 11

SERASA EXPERIAN ..... 12

SUP#PAY ..... 13

QUOD ..... 13

## TECNOLOGIA E AUTOMAÇÃO

ACÁCIA ..... 14

CYCLOPES ..... 14

GS1 BRASIL ..... 15

MÁXIMATECH ..... 16

POLIBRAS SOFTWARE ..... 16

VÉRCER ..... 17

TOTVS ..... 17

SANKHYA ..... 18

ZETA DADOS ..... 18

## VEÍCULOS + INSUMOS E ACESSÓRIOS

MERCEDES-BENZ ..... 19

VW CAMINHÕES E ÔNIBUS ..... 20

## HOSPITAL ISRAELITA ALBERT EINSTEIN

Oferecemos uma estrutura completa para diagnóstico, prevenção e tratamento, variados tipos de exames e serviços, corpo clínico altamente especializado, consultórios de diversas especialidades, pronto atendimento 24h, centros de saúde da mulher, clínicas de imunização, entre outros.

**CONTATO**
Agendamento de Check-up
agendcheckup@einstein.br
(11) 2151-1233 opção 2

### PRODUTO

✔ **Check-Up Executivo Einstein**
O Check-Up Executivo Einstein tem como objetivo detectar fatores de risco à saúde e doenças que possam comprometer o seu bem-estar no futuro. E, para isso, o atendimento tem ampla variedade de consultas e exames diagnósticos conduzidos por uma equipe multiprofissional, entre eles profissionais que atuam também como consultores em saúde para definir uma estratégia personalizada e alinhada com o seu momento de vida.

## 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 180 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$ 194,01

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

- Coparticipativo
- Área de atuação da Unimed Vitória
- Atendimento Humanizado e Personalizado

**CONTATO**
comercialnacional@benevix.com.br
0800 591 0534

**Observação:** comercialização somente na região de atuação da Unimed Vitória - ES

ASSISTÊNCIA MÉDICA

## FIDUCIAM

A Fiduciam é uma consultoria em gestão de benefícios (saúde, odontologia e vida) e seguros (Empresarial, Cyber Risk, D&O, Garantia, Equipamentos, Transporte, Responsabilidade Civil e Frota). Com profissionais experientes, operamos em parceria com as principais seguradoras, desenvolvendo soluções diferenciadas para que nossos clientes continuem focados em suas atividades. Confira as condições especiais da Sulamérica para os associados da ABAD.

### PRODUTO

✔ Plano de Saúde Empresarial: atuamos com as principais operadoras do mercado e apresentamos as melhores opções na relação custo-benefício.

✔ Plano Odontológico Empresarial: equipe de especialistas vai apresentar um painel de mercado que atenderá empresas de qualquer tamanho e segmento de atuação com muito profissionalismo.

✔ Seguro de Vida: apresentamos cotações das seguradoras com as soluções mais adequadas aos nossos clientes.

**CONTATO**

Carlos Renato Martins de Queiroz
carlosqueiroz@fiduciam.com.br
(21) 98399-1166

LOGÍSTICA

## RGIS

Maior provedor de soluções para gestão de estoques do mundo, com 60 anos de experiência e mais de 20 anos no Brasil. Presença em mais de 40 países, atuação nos 5 continentes. Mais de 40 bases estrategicamente localizadas no país.

### PRODUTOS

✔ **Inventários de Estoques:** Soluções para todos os segmentos, de lojas de varejo a armazéns de peças MRO.

✔ **Carga Garantida:** Auditoria na expedição de Centros de Distribuição ou Recebimento de Lojas com Equipes fixas ou temporárias / Aplicativo específico / Dashboard de Indicadores On-Line.

✔ **Auditorias Operacionais (Ruptura, Preço, Processos):** Auditorias de qualidade de produtos e processos, Dashboard de Indicadores, sugestão de ações, acompanhamento da implementação das ações.

✔ **Logística Integral:** Soluções em administração logística e gestão de estoque para todos os segmentos.

**CONTATO**

salesbrazil@rgis.com
(11) 3996-5384
(11) 99345-4434 (whatsapp)

## STILL

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

### PRODUTOS

✔ **Empilhadeira FM-X New Generation:** alta capacidade de carga residual, permitindo elevar cargas de 1.000kg a 13 metros.

✔ **Empilhadeira 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

(19) 3115-0808



## ABGROUP

No mercado de consultoria desde 1993, contabiliza mais de 3.000 projetos realizados e mais de 50.000 alunos treinados. Há 30 anos presta serviços para o setor atacadista e distribuidor.

### PRODUTOS

✔ **Serviços**

- Novos Negócios
- Planejamento e Aconselhamento Estratégico
- Canais de Distribuição
- Centros de Distribuição
- Condomínios Logísticos
- Estrutura Organizacional
- Processos
- Custos e Indicadores
- Terceirização
- Sistemas
- Automação
- Remuneração por Produtividade
- Treinamento

✔ **Áreas de Atuação**

- Negócios e Mercado
- Supply Chain e Logística
- Tecnologia
- Conhecimento

**CONTATO**

Altamiro Carlos Borges Júnior

altamiro.borges@abgroup.com.br

(34) 98409 5210

BMS Consultoria Tributária

## BMS

Desde 2009, recuperamos créditos tributários e reduzimos custos para nossos clientes. Nos últimos 3 anos, recuperamos mais de 3 bilhões de reais para empresas de todo o Brasil.

**CONTATO**
Tatiane Allem
tatiane@bmsprojetos.com
(21) 3079-5365

### PRODUTOS

✔ **Recálculo do FAP:** O Fator Acidentário de Prevenção fixado por atividade econômica é incidente sobre a folha de pagamentos, a fim de custear os benefícios decorrentes de acidentes de trabalho. A contestação desse índice gera redução de despesas desnecessárias.

✔ **Reenquadramento do SAT/RAT:** A contribuição Seguro Acidente de Trabalho corresponde a 1, 2 ou 3%, de acordo com o risco de ocorrência de acidentes de trabalho (leve, médio ou grave). O correto enquadramento desse CNAE gera devolução e créditos para o caixa das empresas.

✔ **Decadência da Reclamatória Trabalhista:** Identificamos a oportunidade de decadência do INSS nas reclamatórias trabalhistas, garantindo a segurança no aproveitamento do crédito no rito administrativo, a fim de evitar possíveis insurgências da Receita Federal.

## BOA VISTA

A Boa Vista é referência no apoio à tomada de decisões unindo tecnologia e inteligência analítica para ter os melhores resultados em todas as fases do negócio. São soluções para análise de crédito, recuperação, prospecção de clientes, gerenciamento de carteira e antifraude.

**CONTATO**
www.boavistaservicos.com.br
Canal de Vendas:
0800 701 7887

### PRODUTOS

✔ **Acerta Positivo e Define Positivo:** soluções para análise de crédito de pessoa física (CPF) e pessoa jurídica (CNPJ) da Boa Vista, com informações cadastrais, restritivas, histórico de pagamento e score.

✔ **Aviso Eletrônico de Débito (AED):** comunica a inclusão de devedores no banco de dados do Serviço Central de Proteção ao Crédito – SCPC de forma 100% digital e instantânea.

Acesse o QR Code e preencha o formulário para receber uma ligação da Boa Vista.

## BOOMERA

Somos especialistas em Economia Circular. Unindo ciência com consciência, reduzimos o impacto dos resíduos através de projetos de logística reversa com cooperativas de catadores, desenvolvimento e fabricação de produtos reciclados com carbono neutro.

**CONTATO**
www.boomera.com.br
contato@boomera.com.br
(11) 2308-5175
@boomerabr

### PRODUTOS

✔ **Serviços:** Pontos de entrega voluntária, Projetos de impacto social, atendimento à lei 12.305 (Política Nacional de Resíduos Sólidos - PNRS) e Campanhas e ativações com produtos reciclados para marcas.
✔ **Resinas Plásticas:** Resinas de PE (PCR), Resinas PP (PCR) e Resinas especiais.
✔ **Filmes Reciclados:** Filme Stretch, Filme Shrink (termoencolhível), Embalagens Secundárias, Sacarias e Filmes Multicamadas.
✔ **Lonas Plásticas:** Lonas multiúso, Lonas agrícolas e Lonas especiais e grandes medidas

## DESSIMONI E BLANCO ADVOGADOS

Há mais de 24 anos, o DBA vêm trabalhando estrategicamente para oferecer às empresas da cadeia de abastecimento soluções jurídicas eficientes e atualizadas.

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

### ATUAÇÃO:

- Tributário
- Societário – M&A e Gestão Patrimonial
- Compliance e Governança Corporativa
- Contratos
- Imobiliário
- Propriedade Industrial
- Família e Sucessões
- Trabalhista
- Contencioso cível e arbitragem
- Terceiro Setor
- Tecnologia, Inovação e negócios digitais

## 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.

### PRODUTOS

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 Gestão Exponencial:** Pequenas e Médias Empresas.

**Os cursos são presenciais e online*

**CONTATO**

Milene Laviña
milenel@fia.com.br
(11) 3732-3531
(11) 98689-8122

## FUNDAÇÃO DOM CABRAL

A 9ª melhor escola de negócios do mundo, de acordo com o ranking de educação executiva do jornal Financial Times.

*Para ser relevante.*

### PRODUTOS

✔ **MBA & Pós-graduação:** Cursos de Mestrado Profissional, Executive MBA e Pós-Graduação que aliam formação teórica e foco no mercado, unindo o pensamento acadêmico e empresarial.

✔ **Média e Curta Duração**: Programas versáteis e em constante movimento que conectam as transformações do mercado com foco em resultados. Uma abordagem assertiva que traz para a aprendizagem o que de mais importante acontece no ambiente de negócios, no Brasil e no mundo.

✔ **Trekker:** Design de carreira em jornadas personalizadas para os seus desafios.

✔ **Médias Empresas:** Soluções, ferramentas de gestão e governança desenvolvidas para todos os momentos e diferentes desafios, visando ao crescimento e à longevidade do seu negócio.

✔ **Famílias Empresárias:** Desenvolvimento da família em sua trajetória, ampliando sua capacidade para a resolução de dilemas e aprimorando a tomada de decisão com foco na longevidade dos negócios, da harmonia familiar e da gestão patrimonial.

**CONTATO**

0800.941.9200
atendimento@fdc.org.br
www.fdc.org.br

## GLOBAL

Atuamos há quase 30 anos no segmento de recuperação de crédito, o que trouxe um know-how único e exclusivo para a criação do Ecossistema Global, que conta com diversas empresas e startups voltadas aos segmentos financeiro e tecnológico.

**CONTATO**

Ricardo Moreira
ricardo.moreira@somosglobal.com.br
(47) 99197-1887
Acesse: https://beacons.ai/somosglobal

### PRODUTOS

✔ **Qualificação de leads e big data** – Coletamos, integramos, organizamos e qualificamos informações

✔ **Análise de crédito e risco** – Fornecemos relatórios de análise de crédito e risco nacional

✔ **Preventivo** – Minimizamos atrasos por meio de uma comunicação personalizada e multicanal, antes do vencimento.

✔ **Negociação amigável** – Viabilizamos o diálogo mais adequado ao perfil de cada cliente, buscando agilizar a recuperação do crédito.

✔ **Cobrança judicial** – Nosso parceiro em cobrança judicial potencializa e agiliza a recuperação dos ativos.

✔ **Cobrança internacional** – Parceiros especializados com domínio das diferentes práticas de negócios

✔ **BPO | Gestão Financeira Terceirizada** – Ajudamos empresas a otimizar seus custos e processos

✔ **Antecipação de recebíveis e Investimentos** – Auxiliamos empresas na venda a prazo para que recebam antes do prazo

## PARAGUAÇU ENGENHARIA

No mercado desde 1990, a Paraguaçu Engenharia atua em diversos segmentos de construção civil. Nos últimos anos, cresceu em escala e em qualidade de seus serviços, adequando-se ao aumento do nível de exigência de seu vasto portfólio de clientes, mantendo o foco em seus colaboradores, órgãos fiscalizadores e na sustentabilidade do meio ambiente. Somamos mais de 1,3 milhão de metros quadrados construídos e/ou reformados e mais de 800 empreendimentos entregues. Só no setor de rede de atacados são mais de 100 empreendimentos.

### PRODUTOS

✔ A responsabilidade com que sempre foram encarados os projetos e as necessidades de seus clientes transformam a Paraguaçu em uma das construtoras mais consolidadas do país, com sede na Bahia. A atuação em todo o território nacional estabelece um padrão de referência e torna a confiabilidade de entrega a principal virtude da empresa.

**CONTATO**

Elisio Moitinho
elisio@paraguacuengenharia.com.br

TEMSI.
grow your business.

## TEMSI

Fundada na Itália em 1978, TEMSI é empresa líder na oferta de gestão operacional com projetos desenvolvidos em mais de 600 empresas clientes. Nosso foco é o incremento da eficiência dos processos organizacionais, a redução das dispersões e construção de sequências e método de trabalho padrão. Operamos no Brasil oficialmente desde 2018 através de duas regionais: Nordeste (Estados do Norte e Nordeste) e Sudeste (Estados do Sudeste e Sul). Desde janeiro de 2022, nos filiamos à ABAD (Associação Brasileiras Atacadistas e Distribuidores).

### PRODUTO

✔ Operações de aumento de produtividade nas lojas, nos centros de distribuição, no custo do transporte, nas linhas de produção (chão-de-fábrica). Nossos serviços são orientados ao aumento da eficiência na realização de processos organizacionais, que sejam realizados em negócios do varejo, ou ainda dentro de processos produtivos fabris. A TEMSI pode conduzir a empresa a uma economia de custos operacionais em torno de 15% a 20% do valor atual.

**CONTATO**
info@temsi.com.br
(11) 3666-0271

## SINGULARE

singulare

Com experiência de 55 anos no Mercado Financeiro, a Singulare oferece soluções exclusivas para Fundos de Investimento, como Estruturação, Gestão, Administração, Custódia e Controladoria de Fundos, com atendimento personalizado. Possui mais de R$ 80 bilhões sob administração e é líder, há 11 anos, em administração e custódia de FIDCs por número de operações (ranking Uqbar 2011-2022).

**CONTATO**
comercial.abad@singulare.com.br
(11) 2827-3531

### PRODUTOS

✔ **FIDC (Fundo de Investimento em Direitos Creditórios):** alternativa de capital de giro para empresas e fornecedores, com lastro em recebíveis.

✔ **FIP (Fundo de Investimento em Participações):** ferramenta para equação em questões de equity.

✔ **FII (Fundo de Investimento Imobiliário):** Solução para patrimônio imobiliário.

# SERASA EXPERIAN

Construir um amanhã melhor, uma sociedade mais próspera e com oportunidades para todos: esse é o propósito da Serasa Experian. Acreditamos que isso é possível a partir da combinação de múltiplas fontes de dados, com alta inteligência analítica e tecnologia de ponta, que transforma a nossa experiência de mais de 50 anos em soluções inovadoras para todo o mercado. Nosso portfólio completo, com soluções flexíveis que podem ser combinadas e recombinadas de acordo com as necessidades e desafios de cada cliente, permitem tomar decisões mais confiáveis com menor risco e maior rentabilidade.

## PRODUTOS

✔ **Concessão de Crédito** Soluções para eliminar as incertezas na hora de conceder crédito:

- Dados negativos e positivos no mesmo relatório para uma avaliação ainda mais completa.
- Informações adicionais em cada consulta: Detalhes sobre dívidas dos sócios e administradores na Serasa Experian e no SPC, renda presumida, capacidade de pagamento, entre outros...
- Serasa Score: Informa, por meio de estatísticas, a chance de uma empresa pagar seus compromissos financeiros em uma escala de 0 a 1.000, e em um horizonte de até 06 meses. Isso permite que você adote políticas de crédito diferenciadas, de acordo com cada perfil analisado.

✔ **Gestão de Clientes e Fornecedores** Tenha uma visão gerencial e detalhada da sua carteira de clientes e fornecedores. Soluções que geram alertas 24 horas por dia, 07 dias por semana para manter o seu negócio mais seguro todo o tempo.

✔ **Recuperação de Dívidas** Recupere crédito com eficiência sem perder clientes. Conte com a expertise Serasa Experian para a sua estratégia de cobrança!

✔ **Certificado Digital** Sua assinatura digital com validade jurídica.

✔ **Equipe Especializada** Contamos com um time de especialistas em crédito, com profundo conhecimento das particularidades de cada mercado, colocando à sua disposição serviços altamente qualificados.

**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

## SUP#PAY

Especialista no segmento atacadista distribuidor, a Sup#Pay é uma plataforma que utiliza os recebíveis de cartão de crédito do comerciante para pagar o seu fornecedor, garantindo ao atacadista distribuidor o recebimento de clientes com problemas de limite, prazo, restrição ou inadimplência. Na hora da venda, a plataforma visualiza o saldo de todas as maquininhas do comerciante e bloqueia o valor do pedido para o fornecedor que recebe o pagamento direto das adquirentes. Quem define como a taxa de operação será cobrada é o próprio atacadista distribuidor conforme a sua estratégia comercial.

**CONTATO**
Ricardo Rodrigues
CEO
ricardo.rodrigues@suppay.com.br
(11) 98166-5888

### PRODUTO

✔ Plataforma web que opera sem a necessidade de integração; aplicativo para equipe comercial que roda sobre o sistema de força de vendas do atacadista distribuidor, garantindo o pagamento dos seus clientes na hora do pedido; e APIs para integração com o sistema de gestão (ERP) do fornecedor, possibilitando a escala e conciliação automática de todas as operações.

## QUOD

A quod é uma empresa que utiliza a inteligência de dados para proporcionar decisões mais inteligentes e assertivas para as empresas. Une alta tecnologia, múltiplas fontes de dados e um mindset colaborativo para criar produtos próprios e customizados com clientes e parceiros, sempre adequados às novas necessidades do mercado. Formando, assim, uma rede de inovação capaz de beneficiar a todos. Afinal, impactar positivamente a vida das pessoas é o “jeito q” de mudar o mundo.

**CONTATO**
Newton Godoi
newton.godoi@quod.com.br
(11) 97608-5077
www.quod.com.br

### PRODUTOS

✔ **Consulta PJ / PF** – Com o Quod Consulta PJ ou PF, é possível utilizar os dados do Cadastro Positivo para entender melhor o comportamento financeiro do cliente, apoiando sua decisão com mais segurança ao ir muito além das tradicionais informações de negativação e cadastrais.

✔ **Indicadores de Negócios PF e PJ** – A solução permite análises precisas do comportamento de crédito de empresas e consumidores usando o Cadastro Positivo. Os relatórios são apresentados como indicadores de negócios e divididos em 3 grupos: Pontualidade de Pagamento, Perfil Financeiro e Relacionamento com Mercado

## ACÁCIA

Estamos no mercado de tecnologia há 30 anos construindo uma história de inovação no segmento. Ao longo do tempo nos especializamos em vendas, treinamento, customização e suporte de softwares para automação da Força de Vendas e produtos especiais. Criamos ferramentas únicas, flexíveis e escaláveis, que se adequam à política e à cultura comercial do seu negócio.

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

### PRODUTOS

✔ **AFV Força de Vendas** - Agilize a entrada de pedidos e melhore a eficiência do atendimento ao cliente.

✔ **AFV Server -** Metodologia simples, tecnologia de ponta e controle gerencial, é um sistema gerenciador de informações que integra os dados entre o ERP e os usuários que utilizam as soluções AFV Android e/ou AFV Web/Desktop.

✔ **AFV Check –** Trata-se de uma funcionalidade implantada à Força de Vendas, garantindo maior flexibilidade para o agente de vendas. Com ela é possível realizar negociações a partir da análise prévia do pedido.

✔ **AFV Metas -** Esse módulo auxilia no controle das metas, permitindo apurar as informações de acordo com os padrões e regras de cada empresa.

## CYCLOPES

Contribuímos para que a tecnologia proporcione eficiência operacional e qualidade de informação.Implementamos estratégias que resultam em operações mais eficientes para aumentar o desempenho do seu negócio.

Trabalhamos com mobilidade corporativa e automação para empresas nos segmentos de indústria, atacado, varejo, logística e distribuição, através do desenvolvimento e gerenciamento de projetos com venda e locação de equipamentos, e prestação de serviços com atendimento personalizado. .

**CONTATO**
Gabriel Penteado
gabriel@cyclopes.com.br
011 99194-4704

### PRODUTOS

✔ Coletores de Dados e Acessórios
✔ Impressoras e leitores
✔ Tablets Robustos
✔ Smartphones Robustos
✔ Infraestrutura de Rede Wireless e Site Survey
✔ Terminais de Autoatendimento e Self checkout
✔ Terminais de All in One, CPUs de automação e monitores touch screen
✔ Serviços de Suporte Pré e Pós Venda
✔ Softwares para linhas de mobilidade, MDM, entre outros

GS1 Brasil
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO

# GS1 BRASIL

A GS1 é uma organização multissetorial e sem fins lucrativos, responsável pelo desenvolvimento e aplicação de padrões globais, dentre eles o GTIN, para a identificação única e inequívoca de produtos em todo o mundo. A GS1 Brasil - Associação Brasileira de Automação, há 40 anos no país, conta com cerca de 58 mil associados em diversos setores da economia que, atualmente, representam 36% do PIB e 12% dos empregos formais. Os Padrões GS1 promovem grandes benefícios para toda a cadeia de suprimentos, reduzindo desperdícios e proporcionando maior eficiência e sustentabilidade para os negócios.

## PRODUTOS

✔ O Cadastro Nacional de Produtos é uma plataforma exclusiva da GS1 Brasil, que permite incluir todas as informações técnicas dos produtos, gerar códigos de barras (GTIN), compartilhar dados com parceiros de negócio e até imprimir etiquetas para as embalagens. Tudo isso em um único ambiente, com toda segurança e sem perda de tempo.

Além de prático e funcional, o Cadastro Nacional de Produtos mantém uma base única e qualificada de dados, evitando duplicidade. Atualmente, a plataforma possui mais de 75 milhões de produtos cadastrados pelos próprios fabricantes e donos de marca, contendo informações como descrição, marca, dados fiscais (NCM/CEST), fotos, entre outras, mantendo uma base cadastral confiável e consistente.

Para saber mais sobre produtos e serviços, acesse: www.gs1br.org

**VANTAGEM E DIFERENCIAL**

Acesso à consulta de dados de produtos.
Entre em contato com a GS1 Brasil!

**CONTATO**

www.gs1br.org

Paulo Crapina
paulo.crapina@gs1br.org
(11) 95307-2969

**Redes Sociais:**

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

## MÁXIMATECH

O Grupo Máxima é composto por MáximaTech, onBlox e LifeApps e conecta toda a cadeia de abastecimento a partir de tecnologia, seja on-premises ou em nuvem. Atendemos mais de 1.300 clientes e 100 mil usuários em todo o Brasil com soluções móveis para e-commerce, força de vendas, trade marketing e tecnologia especializada em logística de entrega, com WMS e TMS.

### PRODUTOS

✔ **Força de vendas** Emita pedidos e gerencie seu time comercial, criando rotas para os vendedores e autorizando descontos.

✔ **Logística** Roteirize cargas em segundos, acompanhe motoristas, gerencie seu armazém e sua frota (WMS e TMS).

✔ **E-Commerce** Atenda seu cliente a partir de uma plataforma omnichannel B2B focada no modelo do distribuidor, conectando canais de venda e relacionamento digitais e físicos.

✔ **Trade Marketing** Controle ações e dados dos PDVs, gerindo a rotina dos promotores.

**CONTATO**
Selva Tassara - CMO
contato@maximatech.com.br
(62) 3412-2900
(62) 99231-3908 (WhatsApp)

## POLIBRAS SOFTWARE

Empresa pioneira e especialista em desenvolver e implantar soluções que aceleram e ampliam a cadeia de venda das empresas focadas em negócios B2B em todo o Brasil. São mais de 30 anos de mercado desenvolvendo soluções tecnológicas para acelerar o faturamento em todos os clientes com as melhores técnicas de Inteligência Artificial e Machine Learning que proporcionam maior competitividade para o negócio da: INDÚSTRIA, DISTRIBUIDOR e ATACADO.

### PRODUTOS

✔ **Polipedidos AFV -** Com integração com todos os ERPs, a ferramenta garante que a equipe de vendas execute todos os fluxos de atividades para maior produtividade e rentabilidade.

✔ **Polipedidos AI -** Inovador no mercado, o "Robô" com Inteligência Artificial é 'treinado' para fazer a identificação visual dos pedidos em formato PDF e Excel e ajustá-lo automaticamente.

✔ **Policommerce App -** Antes, para fechar negócios, os vendedores precisavam ir até o cliente. O aplicativo fez crescer as vendas e agora os clientes fazem os pedidos direto nele.

**CONTATO**
Max Okamoto
max.okamoto@polibrasnet.com.br
(85) 4008-4510

vércer
uma empresa APAS | GS1 Brasil

## VÉRCER

A Vércer é a solução definitiva para o cadastro de produtos completo e atualizado. Através de nossa plataforma automatizamos e modernizamos o processo de cadastro. Possuímos recursos para organizar e alinhar as informações com toda a cadeia de abastecimento.

### PRODUTO

✔ Nosso negócio consiste em garantir a qualidade de dados de produtos, de maneira automática, proporcionando velocidade e o aumento da produtividade no processo cadastral dentro dos varejos, principalmente no lançamento de produtos

**CONTATO**
Renata Pereira
comercial03@vercer.com.br
(11) 94588-4925

## TOTVS

TOTVS

A TOTVS, maior empresa de tecnologia do Brasil, cria soluções inovadoras para transformar o dia a dia das empresas por meio da tecnologia, levando ainda maior produtividade para os negócios.

### PRODUTOS

✔ **TOTVS Distribuição e Varejo - Linha Winthor –** ERP líder de mercado e especializado no setor atacadista distribuidor, com recursos para gerenciar operações de armazenagem do backoffice ao core business.

✔ **TOTVS Distribuição e Varejo WMS - Linha Winthor –** sistema de gestão de armazenagem especializado no setor de distribuição para aumentar a eficiência operacional do seu atacado ou centro de distribuição.

✔ **TOTVS Omni by Moddo –** plataforma para conectar lojas, estoques e parceiros em um único lugar e fazer sua estratégia de Omnicanalidade acontecer.

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

## SANKHYA

Fundada em 1989, a Sankhya Gestão de Negócios é uma das maiores empresas provedoras de soluções integradas de gestão corporativa (ERP) do Brasil. Atualmente, possui 52 Unidades de Negócio, quase 2.000 funcionários e 20 mil clientes nos 26 estados do Brasil. Em 2017, foi pioneira ao lançar a BIA, a primeira assistente virtual do mercado de ERP; em 2019, lançou uma plataforma colaborativa inédita baseada no conceito de EIP (Enterprise Intelligence Platform), que conecta os dados da empresa com o mercado. Em 2020, o GIC, fundo soberano de Singapura, se tornou acionista minoritário da Sankhya, investindo quase meio bilhão de reais na empresa.

### PRODUTO

✔ A Sankhya oferece uma solução de ERP que se adapta à realidade de cada empresa, gerando maiot impacto e resultados. Da operação à gestão, a Sankhya integra os processos do negócio, com segurança, eficiência e inteligência. Por ser baseado em processos, o ERP Sankhya aprimora a rotina dos times, aumenta eficiência operacional e é projetado para evoluir junto com seus resultados. Um sistema capaz de otimizar recursos, melhorar processos e potencializar pessoas. Além disso, a solução é flexível, permitindo adaptações e personalizações com alto poder de conexão, além de otimização de processos, mesmo que realizados em diferentes plataformas.

**CONTATO**
www.sankhya.com.br
0800 940 0750

## ZETA DADOS

Somos uma Start-up com foco em Analytics e Big Data. Ajudamos empresas a aumentar suas margens e vendas, gerando decisões comerciais e estratégicas respaldadas pela inteligência e análise de dados confiáveis e otimizados, através dos nossos serviços.

### PRODUTOS

✔ **Ferramenta** – solução de assinatura mensal contendo análises de potencial de novos clientes, clientes atuais e portfólio, com micro segmentação de pontos de venda a fim de direcionar o time comercial para aumento de receita e eficiência.

✔ **Relatório** – relatório estático contendo análises de clientes e PDVs potenciais em uma determinada região, com segmentação detalhada por atividade, porte e outras informações a fim de encontrar um panorama geral da penetração de vendas e direcionar o time comercial e de expansão da sua empresa.

**CONTATO**
Jorge Abussamra de Almeida
Jorge.abussamra@zetadados.com.br
(11) 97052-6315
www.zetadados.com.br

# MERCEDES-BENZ

Presente no Brasil há mais de 65 anos, a Mercedes-Benz do Brasil é uma das maiores fabricantes e exportadoras de caminhões e ônibus da América Latina. É também uma das líderes no desenvolvimento de tecnologias para o transporte de cargas e de passageiros, com destaque para um avançado Centro de Desenvolvimento Tecnológico.

## PRODUTOS

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

✔ Os veículos 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 Actros apresentam excelente custo operacional e máximo conforto para o motorista se sentir em casa.

✔ Já os caminhões Arocs trazem inovação e robustez para as operações mais pesadas, na mineração e na construção civil.

- Todos os caminhões possuem serviços de manutenção e de 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-trucks.com.br

Silvio Rocha
silvio.rocha@daimlertruck.com
(61) 99851-7094

**REDES SOCIAIS**
@mercedesbenz_caminhoes

Caminhões Ônibus

# VOLKSWAGEN CAMINHÕES E ÔNIBUS

Fabricante dos caminhões e chassis de ônibus Volkswagen – a Diesel e Elétricos, maiores montadoras da América Latina e líder de vendas de caminhões em 2022, pelo segundo ano consecutivo. Com sua planta localizada em Resende (RJ), onde está também o centro de pesquisa e de desenvolvimento de novas tecnologias, a montadora é referência em inovações tecnológicas.

## PRODUTOS (CAMINHÕES EURO 6)

✔ **VW Delivery Express (3,5ton.)** Primeiro modelo VW lançado dentro da norma de emissões Proconve P-8, com vantagens que vão além do enfoque ambiental: o veículo ganhou mais potência e uma calibração exclusiva em seu motor. Suas evoluções e melhorias técnicas podem resultar numa economia de até 5% em combustível. Ao mesmo tempo, mantém todo o pacote de segurança e robustez que incorporou ao longo de 2021. O novo motor de três litros tem uma calibração exclusiva e oferece 156 cv e torque máximo de 360 Nm, disponível em rotações mais baixas, para alcançar economia e agilidade, com arrancadas e acelerações melhores e mais seguras, mesmo em subidas. Pode ser dirigido apenas com carteira de habilitação B.

✔ **VW Delivery 9.180 4x2** O novo modelo chega com PBT de 9.200 kg, traduzindo-se em maior 625 kg de carga útil, comparado com a versão anterior. Com motor Cummins ISF de 4 litros e com tecnologia de emissões SCR, torque máximo de 600 Nm e 180 cv de potência, mais econômico e com melhor performance. Para somar, conta com a opção da transmissão automatizada V-Tronic de 6 marchas que traz maior conforto e produtividade.

✔ **VW Delivery 11.180 4x2** caminhão médio mais vendido no mercado brasileiro, é destaque agora com a maior capacidade de carga do seu segmento, com PBT de 10.800 kg. E parapara aumentar ainda mais a segurança dos motoristas, a VWCO traz um novo freio dianteiro que proporciona maior eficiência em suas operações. Com um novo visual, o modelo sai de fábrica com luzes de condução diurna (DRL, na sigla em inglês), luzes de posição e lanternas em LED.

✔ **VW Constellation 26.320 6x2** Para substituir o grande líder de vendas VW Constellation 24.280, o VW Constellation 26.320 revolucionou a categoria dos semipesados. Seu motor mais potente e econômico é o MAN D08 de 7 litros, 320 cv de potência e 1.200 Nm de torque, em uma ampla faixa plana e com alta performance. O modelo conta com sistema SCR e tanque adicional de Arla 32. Além disso, recebe a nova transmissão V-Tronic, ZF Traxon, de 12 marchas.

✔ **VW e-Delivery 11 ton e 14 ton, 4x2 e 6x2** Caminhões 100% elétricos, desenvolvidos e fabricados no Brasil, são equipados com seis ou três módulos de bateria de acordo com a necessidade de operação do cliente. Para o modelo de 11 toneladas, o peso bruto total agora passa a 11.400 kg, com capacidade máxima de carga útil, somada à de 6.800 kg. . Já o e-Delivery de 14 toneladas, está com PBT de 14.500 kg e potencial de transportar 9.300 kg, a mais elevada de sua categoria em elétricos no Brasil.

**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 – Gerente
Vendas Especiais Caminhões
wilson.junior@volkswagen.com.br
(11) 5582-5849