A revista de **negócios** dos atacadistas distribuidores

DISTRIBUIÇÃO

Edição 346 | fevereiro/março 2024 | Ano 31 | R$ 15,90

revistadistribuicao.com.br

O FUTURO JÁ CHEGOU

Na NRF Retail's Big Show, a inteligência artificial foi o grande destaque. A boa notícia é que o Comitê de Tecnologia e Inovação da ABAD está atento quanto a sua aplicação no canal indireto para evitar ruptura, na previsão de demanda, no estudo de capital de giro e muito mais.

ENTREVISTA: ANDRÉ BLANCO

ACESSE O QR CODE E
FAÇA O PRIMEIRO PEDIDO.
(11) 96439-9666
b2b@tropicalbrasilsandalias.com.br
tropicalbrasil
tropical brasil

tropical brasil
férias todo dia
tropical brasil
ntk
grupo têxtil
NBA
STARTER
FATAL
HAWAIIAN DREAMS
ONBONGO
ALWAYS AHEAD
NOSTALGIA CO
Mitchell & Ness
PHILADELPHIA, PA
AND 1
eckō unltd.
STANCE

TRADIÇÃO QUE INSPIRA O FUTURO.

Este será um ano extraordinário.
Estamos celebrando 70 anos de uma trajetória ilustre e dedicada ao avanço da jornada da distribuição.
Compreender essa evolução é uma tarefa árdua; requer a experiência de quem possui pleno entendimento da sua história, da sua posição atual e principalmente, das suas ambições futuras.
Ludovico Tozzo representa respeito às suas origens, dedicação ao presente e um compromisso firme com a inovação rumo ao futuro.

LUDOVICO TOZZO

LUDOVICO TOZZO
70
ANOS
minetto.cc

Abad 2024

43ª CONVENÇÃO ANUAL DO CANAL INDIRETO

A 43ª CONVENÇÃO ANUAL DO CANAL INDIRETO JÁ TEM DATA MARCADA

Os líderes das mais importantes empresas do setor atacadista e distribuidor vão se reunir com executivos das principais indústrias fornecedoras. Debate de alto nível em painéis temáticos, networking e premiação dos maiores do setor no país.

17 E 18 DE JUNHO 2024

BOURBON CONVENTION RESORT ATIBAIA

Rod. Fernão Dias, Jardim Boa Vista, Atibaia / SP

PATROCINADORES CONFIRMADOS

BETTANIN – Facilita a sua vida.
CHEP – A Brambles Company
cless – BELEZA COMPLETA
Condor
Cremer – Uma empresa viveo
Cyclopes
DIAGEO
DURACELL
flora
FUSION by nstech
GS1 Brasil – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO
Kenvue
MAXIMA TECH
Mondelēz International – SNACKING MADE RIGHT
mtrix – DATA STRATEGY BUSINESS INSIGHTS
Nestlé – Faz bem
PEPSICO – Corporate Security
Sankhya – Liberdade para Evoluir
STRATEGICOS® GROUP – Gestão e Compliance Tributário
skyone
STILL
TEMSI – grow your business.
TOTVS
Unilever
Ypê

RESERVE JÁ A SUA COTA DE PATROCÍNIO

Fale com o Relacionamento Comercial da ABAD
(11) 3056-7500 | WhatsApp: (11) 99201-9316
comercial@abad.com.br - www.abad.com.br

SUMÁRIO

FOTO DA CAPA: DEPOSITPHOTOS

22 MATÉRIA DE CAPA

IA APLICADA NO CANAL INDIRETO

A inteligência artificial foi o tema mais debatido na NRF Retail's Big Show, em Nova York. Especialistas discutem a sua utilização no setor.

10 MOMENTO
12 CARTA AO LEITOR
13 LANÇAMENTOS
14 NEGÓCIOS
16 ENTREVISTA
28 PERFIL DE SUCESSO
30 GESTÃO
34 HPPC
38 OPORTUNIDADE
44 RANKING 2024
48 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.

Ypê

SUCESSO ABSOLUTO,

PROMOÇÃO ACHE O X

ESTÁ DE VOLTA EM 2024!

ABASTEÇA SUAS GÔNDOLAS E MULTIPLIQUE SUAS VENDAS.

5000 PRÊMIOS INSTANTÂNEOS DE R$ 50*

1 LAVA E SECA* POR DIA**

3X CHANCES DE GANHAR[1] COMPRANDO QUALQUER PRODUTO DA LINHA TIXAN + QUALQUER AMACIANTE YPÊ CONCENTRADO

COM O PODER DO X, VOCÊ ALCANÇA AINDA MAIS RESULTADOS. SUPORTE COMPLETO DE TRADE. CONFIRA:

TODA A LINHA TIXAN PARTICIPA

MPDV

TABLOIDE

DIGITAL

INVESTIMENTO COMERCIAL

GARANTA O ABASTECIMENTO DE TODA A LINHA TIXAN YPÊ E AMACIANTE CONCENTRADO YPÊ NA SUA LOJA!

PROMOÇÕES VÁLIDAS DE 01.02.2024 A 08.04.2024. CONSULTE FORMAS DE PARTICIPAÇÃO, REGULAMENTOS COMPLETOS E DATAS DOS SORTEIOS NO SITE WWW.PROMOCAOTIXANYPE.COM.BR. IMAGENS ILUSTRATIVAS. *PRÊMIOS ENTREGUES EM CRÉDITOS NA PLATAFORMA PICPAY, SEM DIREITO A SAQUE OU TRANSFERÊNCIA. **POR DIA DE PARTICIPAÇÃO. 1. CONCESSÃO DE NÚMEROS DA SORTE A MAIS APENAS PARA O SORTEIO, NÃO ABRANGENDO A MODALIDADE VALE-BRINDE.

LUCIANA CÁSSIA FOTOGRAFIA

Leonardo Miguel Severini
presidente da ABAD

Confiança e otimismo sempre

Começamos o ano confiantes e certos de que, por mais desafiador que ele se apresente, estaremos preparados. E, assim, com foco e resiliência, vamos superar as dificuldades e abrir caminho para novos negócios e oportunidades.

Foi com essa motivação que já no primeiro mês de 2024 participamos da NRF Retail's Big Show, a maior feira de varejo do mundo, que foi realizada em Nova York (EUA). Os insights que trouxemos, muitos deles reproduzidos em ampla reportagem nesta edição da Revista, são poderosos e provocam reflexões capazes de transformar os negócios de maneira positiva.

Inovação e adoção de novas tecnologias são temas de grande importância para qualquer setor da economia e não é diferente para o atacado distribuidor. O Comitê Tecnologia e Inovação da ABAD tem a missão de captar as tendências e disseminar e multiplicar as boas práticas. Sabemos, contudo, que sem um ambiente de negócios sadio não é possível avançar. Por isso, a nossa atuação política é constante. Com o apoio da Unecs e da Frente Parlamentar de Comércio e Serviços – FCS, estamos empenhados em participar do debate que vai estabelecer as leis complementares para regulamentar a reforma tributária (veja reportagem sobre o tema nesta edição). Os mais de 70 pontos que necessitam de regulamentação, para definição de regimes e alíquotas, precisam ser debatidos para não haver retrocesso. Não podemos também permitir retrocessos no que diz respeito às leis trabalhistas. Evoluímos e corrigimos distorções com a reforma de 2017. Portarias como as publicadas pelo Ministério do Trabalho e Emprego para regular o trabalho aos domingos e feriados, atingindo os comércios de todo o país, incluindo os pequenos e médios varejos, causam insegurança jurídica e em nada contribuem para o desenvolvimento econômico.

Acreditamos que as reformas estruturantes têm um papel modernizador e são essenciais para garantir a eficiência do Estado. Por isso, a reforma administrativa deve ser a prioridade a partir de agora. Queremos um país melhor para continuar a prosperar e crescer. É com esse intuito que nos mantemos atuantes e vigilantes. Temos muito trabalho pela frente!

> **Inovação e adoção de novas tecnologias são temas de grande importância para qualquer setor da economia e não é diferente para o atacado distribuidor**

Neugebauer

AMOR carioca

+ Costoso
+ Crocante

NOVA EMBALAGEM

QUERONEUGEBAUER

NEUGEBAUER.COM.BR

CARTA AO LEITOR

Claudia Rivoiro
diretora-editorial

Um nova era se inicia

Com certeza, iniciamos o ano com uma pergunta: como será a condução dos negócios com a inteligência artificial? E a certeza é que não dá para esquecer o tema. A nossa rotina já vem mudando há algum tempo com a IA e são muitas as aplicações no dia a dia, que agora definitivamente ninguém passará incólume. Para tanto, trazemos, na primeira edição de 2024, uma supermatéria sobre inteligência artificial, assunto muito debatido na NRF Retail's Big Show. Fomos ouvir especialistas que estiveram presentes ao evento para nos ajudar na elaboração das informações e poderão ser conferidas a seguir. Outra matéria que destaco é com as jovens mulheres que estão liderando os negócios em suas empresas do setor. São experiências valiosas que nos inspiram a fazer cada vez mais e melhor. Um agradecimento especial a todas que compartilharam as suas histórias. E teremos uma bela comemoração este ano com o Ranking ABAD NielsenIQ 2024 (ano base 2023) completando 30 anos de existência e muita informação, com a apresentação oficial em 14 de maio. Ressalto aqui também a nova "cara" da revista, mais dinâmica e de visual moderno. O novo projeto será acompanhado por mudanças também em seu site. Espero que apreciem. Boa leitura e até a próxima!

Ressalto aqui a nova "cara" da revista, mais dinâmica e de visual moderno. O novo projeto será acompanhado por mudanças também em seu site

CONFIRA MAIS NOTÍCIAS NO SITE DA REVISTA

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 e Negócios; **Ana Paula Alencar**, diretora de Comunicação, Marketing e Conteúdo; e **Claudia Rivoiro,** editora da revista

DIRETOR DE RELACIONAMENTO COMERCIAL E NEGÓCIOS
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
Adriana Nunes: Fone: 55 11 3056 7500/Ramal: 2221 - Celular: 11 9 8720 2492 - adriana.nunes@abad.com.br
Jorge Fraga: Fone: 55 11 3056-7500/Ramal: 2219 - Celular: 55 11 9 8657-9838 - Jorge@abad.com.br
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
Circulação: nacional em distribuição dirigida
Impressão: Duograf

FILIADA AO IVC

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

PROMOÇÃO

Coqueiro

o peixe da hora

PREMIADA

A Promo Coqueiro é o caminho ideal para ***AUMENTRAR SUAS VENDAS*** de pescados durante a quaresma.
Com apenas 1 produto o consumidor pode ganhar
R$150 MIL + MILHARES DE PRÊMIOS INSTANTÂNEOS!

www.promocoqueiro.com.br

FACEBOOK.COM/COQUEIROOFICIAL YOUTUBE.COM/COQUEIROOFICIAL INSTAGRAM/COQUEIROOFICIAL

60

anos serão comemorados pela Sial Paris, feira mundial de alimentos, em outubro próximo, de 19 a 23, sendo que o evento se iniciará pela primeira vez em um sábado, antes era no domingo. A primeira edição, realizada em 1964, ocorreu por ocasião da Semana Internacional da Alimentação, que reuniu especialistas e gastrônomos de 26 países. Hoje, a bienal atrai expositores e visitantes de mais de 200 países e cerca de 400 mil visitantes. A cada dois anos, distribuidores, produtores, importadores, compradores e varejistas se reúnem no maior centro de exposições da capital francesa, o Paris Nord Villepinte. "A relação com a alimentação nos obriga a fazer novas escolhas. É urgente repensar a nossa relação com a agricultura, a transformação e a distribuição de produtos para entregar uma experiência que traga significado ao consumidor. Acreditamos que o desempenho do negócio só é significativo se levar a melhorias para nossa saúde, nosso ambiente e a sociedade como um todo", diz Nicolas Trentesaux, diretor-geral da Rede Sial.

DIVULGAÇÃO

MUDANÇAS

Feira muda de nome e de local

A Anuga Select Brazil 2024, que será realizada entre os dias 9 e 11 de abril, conta com duas mudanças. A primeira, é que a feira neste ano será no Distrito Anhembi, em São Paulo, e a outra mudança é do nome. Beni Piatetzky, diretor-geral da Koelnmesse Brasil, organizadora do evento, destaca que, com a entrada da marca mundial, ganha ainda mais força o comércio entre quase 130 países onde a marca possui representantes ou subsidiária. Ele se refere ao novo nome do evento (substituindo o anterior, Anufood Brazil), que agora é o mesmo que o da matriz alemã, a Anuga, feira de alimentos e bebidas que ocorre na Alemanha a cada dois anos. Para a gerente da Anuga Brazil, Polliana Claudino, o Brasil é um dos maiores produtores e exportadores de alimentos do mundo, o que possibilita garantir que o setor continue em evidência e em crescimento.

VENDA

Casino procura dono

O Casino Guichard-Perrachon anunciou em janeiro que fechou acordo para vender quase todos os seus super e hipermercados na França ao Groupement Les Mousquetaires e ao Auchan Retail France, por um valor entre 1,3 bilhão e 1,35 bilhão de euros. As empresas estavam em negociações exclusivas havia cerca de um mês. O pacote inclui 288 lojas e a expectativa é de que a venda seja concluída no segundo trimestre deste ano, após consultas com os representantes dos trabalhadores. O negócio é parte de um processo de reestruturação do endividado varejista francês, que controla o Grupo Pão de Açúcar (GPA) no Brasil, mas já sinalizou intenção de se desfazer da participação majoritária na empresa.

PROMOÇÃO

70 ANOS

Gomes da Costa

INDIQUE ALGUÉM
PARA CONCORRER COM VOCÊ AOS PRÊMIOS INSTANTÂNEOS

GARANTA O SEU PRESENTE NO ANIVERSÁRIO DE GOMES DA COSTA

COMPRE 2 PRODUTOS PARTICIPANTES

Gomes da Costa, e concorra a:

NA COMPRA DE QUALQUER PATÊ GANHE 1 NÚMERO DA SORTE EXTRA.

70 PRÊMIOS INSTANTÂNEOS TODO DIA

E AINDA 2 PRÊMIOS DE R$ 70MIL*

É MUITO FÁCIL PARTICIPAR

1. COMPRE 2 PRODUTOS PARTICIPANTES
2. CADASTRE-SE NO SITE DA PROMOÇÃO
3. INDIQUE UM AMIGO NO CADASTRO PARA GANHAR COM VOCÊ*

cadastre seus cupons fiscais no
promogomesdacosta.com.br

Participação de 22/01/2024 a 05/05/2024. *Premiações constituídas por créditos no aplicativo PicPay. Consulte os certificados de autorização SRE/ME, condições de participação e os regulamentos no site www.promogomesdacosta.com.br. Guarde todos os comprovantes fiscais originais cadastrados. Imagens meramente ilustrativas

Depois da vitória, os desafios

André Blanco, mestre em direito tributário e coordenador do Comitê Jurídico da ABAD, alerta para a importância das leis complementares para que se cumpra o prometido

Por Rúbia Evangelinellis

Aprovada pelo Congresso Nacional em dezembro passado, a reforma tributária (Emenda Constitucional 132/2023) tem como premissas básicas a simplificação, o combate às distorções e dar transparência ao sistema. Mas o grande desafio para ser posta em prática em sua plenitude em 2033, após um período de transição que começa a valer em 2026, está na elaboração das leis complementares de cobrança unificada de tributos sobre o consumo. Por ora, comemora-se o ganho político de uma mudança em discussão há mais de três décadas. O governo já criou grupos de trabalhos técnicos para estudar a regulamentação a ser enviada ao Congresso até junho próximo. Entre os pontos a serem definidos estão produtos isentos que vão compor a cesta básica.

A reforma tributária visa a unificação, após o período de transição, de cinco tributos – ICMS, ISS, IPI, PIS e Cofins – em três novas figuras tributárias: a Contribuição sobre Bens e Serviços - CBS, que substituirá as contribuições PIS/Cofins, o Imposto sobre Bens e Serviços - IBS, no lugar do ICMS e do ISS. O novo sistema prevê a criação do Imposto Seletivo - IS, que tributará produtos considerados prejudiciais à saúde e ao meio ambiente. Em entrevista exclusiva à DISTRIBUIÇÃO, André Blanco, sócio do Dessimoni e Blanco Advogados, avalia a reforma como positiva, desde que bem costurada. "Temos grandes incertezas enquanto não tivermos acesso às leis complementares. Somente teremos certeza sobre o resultado da reforma proposta após o início da sua vigência".

Blanco, que também foi ex-conselheiro do CARF - Conselho Administrativo de Recursos Fiscais/MF (1ª Seção) e ex-juiz-contribuinte do Tribunal de Impostos e Taxas de São Paulo, alerta para o desafio de as empresas terem de conviver com dois sistemas tributários durante a fase de transição, período em que devem redobrar a atenção e controles. "A pri-

DIVULGAÇÃO

meira etapa será crucial para o teste do novo sistema e aprofundamento do debate sobre a regulamentação. Teremos em 2026 o início da incidência do IBS (0,1%) e CBS (0,9%), com alíquota teste, do Imposto Seletivo em 2027, além da incidência plena da CBS e o fim do PIS/Cofins e IPI (exceção para os bens que concorrem com a ZFM)". O especialista destaca também, como sinal de alerta, a adaptação ao modelo proposto, sem nada igual no direito tributário no Brasil. "O novo sistema obriga os contribuintes a fazerem uma revisão geral das operações. Muito além do que estamos denominando como 'regulamentação', a reforma tributária depende de implantação, com a criação, em concreto, de novos tributos a partir da legislação que passará a ser discutida". Confira a entrevista a seguir.

Qual a sua opinião em relação à reforma tributária para as empresas? Houve importantes avanços, como a não cumulatividade plena, o que poderá acabar com distorções jurídicas existentes no ICMS, PIS e Cofins; a simplificação tributária e o fim da guerra fiscal entre estados. Por outro lado, existem preocupações, principalmente para o setor de serviços, que foi fortemente onerado com essa reforma. Para termos a certeza sobre o real resultado da reforma tributária, e quais os setores foram mais beneficiados e prejudicados, precisamos aguardar a edição das leis complementares. A maior preocupação é com um possível aumento da carga tributária.

Quais são possíveis gargalos e desafios que devem ser vencidos? A reforma é profunda. Quando se altera o sistema tributário, tudo muda. São novas figuras tributárias, novos conceitos, premissas e regras diferentes. Isso traz uma insegurança jurídica muito grande aos empresários e principalmente para novos investimentos, especialmente aos investidores estrangeiros. O principal tema que gerou muita controvérsia foi o possível aumento da carga tributária e o Imposto Seletivo.

Poderia detalhar esse último ponto? Estamos vendo a substituição de cinco tributos por quatro: PIS, Cofins, ICMS, ISS e IPI para IBS, CBS, Imposto Seletivo e manutenção do IPI para os bens que concorrem com a Zona Franca de Manaus. Durante as discussões no Senado Federal, os mais diversos setores se manifestaram contrariamen-

DEPOSITPHOTOS

CALENDÁRIO TRANSIÇÃO REFORMA TRIBUTÁRIA

2023	2024	2026	2027	2028
20.12.2023 Promulgação da Emenda Constitucional nº 132/2023	Discussões e promulgações das legislações complementares.	Início incidência: CBS – 0,9% (Alíquota Teste) IBS – 0,1% (Alíquota Teste)	IS Pleno Incidência Plena CBS IBS – 0,01% (Alíquota Teste)	Incidência Plena CBS IBS – 0,01% (Alíquota Teste)
Incidência 100% ICMS ISS IPI PIS Cofins	Envio dos projetos de lei para reforma dos tributos sobre o patrimônio.	**Incidência 100%** ICMS ISS IPI PIS Cofins	**Extinção:** PIS, Cofins e IPI (exceto o que impacta na Zona Franca de Manaus "ZFM")	**Incidência 100%** ICMS ISS IPI – Apenas o que impacta na ZFM
	Incidência 100% ICMS ISS IPI PIS Cofins	***Alíquota teste cujo pagamento poderá ser abatido na apuração das contribuições PIS/Cofins**	**Incidência 100%** ICMS ISS IPI – Apenas o que impacta na ZFM	

te ao imposto seletivo, e externaram a preocupação com o aumento do custo tributário, direto ou indireto. Entre os desafios, certamente o principal será a edição das leis complementares. Além do mais, a reforma tributária foi aprovada em plano constitucional, ou seja, criadas novas hipóteses de incidência. A legislação complementar e ordinária que criará efetivamente novos tributos é que pode manter o equilíbrio inicialmente proposto ou o completo desarranjo do sistema tributário. É muito importante nessa perspectiva a atenção para que os novos princípios que motivaram a aprovação da reforma sejam preservados.

E quais serão esses princípios? Entre eles estão o não condicionamento do crédito ao efetivo recolhimento do tributo pelo fornecedor. Ele precisa ser automático e imediato, para que a apuração de tributos do contribuinte não seja prejudicada. Acúmulo de crédito implica prejuízo de caixa às empresas. Atenção ao texto da não cumulatividade plena e as alíquotas de referência do IBS e CBS é outro princípio determinante. A definição da lista dos produtos integrantes da cesta básica e atenção às regras de restituição do saldo credor do ICMS, PIS, Cofins e IPI, decorrentes da transição para o novo modelo, devem também ser pontos de atenção.

> **A simplificação e o fim da problemática que envolve o ICMS podem facilitar a vida do atacadista e do distribuidor, mas, por outro lado, a criação de novos tributos traz uma incerteza muito grande**

Da forma como se encontra, a reforma atende o pleito do setor? Parcialmente. É muito difícil a criação de uma reforma que agrade plenamente a um determinado setor. A simplificação e o fim da problemática que envolve o ICMS nacionalmente podem facilitar a vida do atacadista e do distribuidor. Por outro lado, a criação de novos tributos traz uma incerteza muito grande.

2029	2030	2031	2032	2033 +
IS Pleno	IS Pleno	IS Pleno	IS Pleno	IS Pleno
CBS Plena	CBS Plena	CBS Plena	CBS Plena	CBS Plena
IBS – Elevação da alíquota proporcional	IBS – Elevação da alíquota proporcional	IBS – Elevação da alíquota proporcional	IBS – Elevação da alíquota proporcional	IBS Pleno
Incidência 90%: ICMS ISS	**Incidência 80%:** ICMS ISS	**Incidência 70%:** ICMS ISS	**Incidência 60%:** ICMS ISS	**Extinção:** ICMS ISS
Incidência 100%: IPI – Apenas o que impacta na ZFM	**Incidência 100%:** IPI – Apenas o que impacta na ZFM	**Incidência 100%:** IPI – Apenas o que impacta na ZFM	**Incidência 100%:** IPI – Apenas o que impacta na ZFM	**Incidência 100%:** IPI – Apenas o que impacta na ZFM

LUCIANA CÁSSIA FOTOGRAFIA

Por quê? Atacadistas e distribuidores talvez não sejam diretamente onerados com o aumento da carga tributária inicialmente, se os princípios tributários forem prestigiados – a depender da regulamentação da reforma, especialmente se bem estruturada a não cumulatividade plena, mas deve ser onerado indiretamente com aumento dos custos/despesas de serviços contratados. Entretanto, haverá um aumento do custo operacional. Além do mais, com o fim dos benefícios fiscais, a tendência é que haja aumento de carga tributária. A reforma exigirá uma transição de 10 anos, com sua aplicação integral em 2033.

Esse será o ponto delicado para que vingue? Sim. E a legitimidade da regulamentação tem grande papel nesse cenário, para evitar a judicialização dos temas. Mas o empresário terá de conviver com dois sistemas tributários durante sete anos. O período de transição começa em 2026 e termina apenas em 2032.

> **Existem mais de 70 pontos que precisam ser regulamentados na reforma, então somente será possível saber se as complicações existentes vão acabar**

Se as empresas possuem dificuldades na apuração de um sistema, imagine com a coexistência de dois sistemas. Esse momento exigirá o dobro de atenção e poderá causar autuações para os contribuintes, além da judicialização de temas mal regulamentados.

Quais cuidados as empresas do setor devem tomar? Serão necessários novos cálculos para validar a viabilidade financeira das operações já existentes e os ajustes necessários, principalmente para aquelas que abriram centros de distribuição, filiais em outros estados em razão de benefícios fiscais (as denominadas subvenções). O fim dos benefícios e o custo logístico podem tirar a rentabilidade da empresa e fazer com que o empresário repense o melhor local para se instalar e ainda alguns investimentos. Então é de suma importância que todas as empresas do setor façam novos cálculos sobre o custo fiscal das operações, considerando o cenário com os novos tributos.

Será possível ao final da transição, com as leis complementares, chegar a um imposto único de 27,5% (CBS e IBS) e acabar com o efeito cascata? A CBS e o IBS continuarão a incidir sobre toda a cadeia produtiva, ao longo de cada etapa da cadeia de abastecimento. Até o momento não há nenhum comentário ou estudo sobre a possibilidade de existir uma espécie de substituição/tributação monofásica ou concentração do recolhimento do tributo em um único ente da cadeia. O ideal seria a incidência numa etapa única (consumo). Por isso, é importante a não cumulatividade plena. D

Start

PROMOSHOW AZULIM

CONSULTE O REGULAMENTO:
promoshowazulim.com.br

COMPRE PRODUTOS AZULIM E CONCORRA A 1 CARRO, 3 MOTOS O KM E CENTENAS DE PRÊMIOS!

+SUPER PRÊMIOS

1 CARRO 3 MOTOS

+200 PRÊMIOS

NA RASPADINHA PREMIADA

GANHE 1 RASPADINHA A CADA CADASTRO, RASPE E VOCÊ PODE GANHAR UM PRÊMIO NA HORA!

Distribuição Gratuita de Prêmios. Válida para pessoa física com conta PicPay nas compras a partir de 3 produtos de 16/03/2024 a 08/07/2024. A premiação será entregue em crédito PicPay sem função de saque, exceto a moto e o automóvel. Imagens meramente ilustrativas. Antes de participar, leia os regulamentos e a lista das lojas Unishop e os produtos participantes e elegíveis, para aumentar a chances de ganhar em promoshowazulim.com.br. Certificados de Autorização SRE/ME Nº 04.032414/2024 e Nº 05.032417/2024.

Artificial sim, mas com vantagens

No maior evento anual de varejo realizado em Nova York, a NRF Retail's Big Show, a inteligência artificial foi o tema mais debatido. A boa notícia é que pode ser aplicada ao canal indireto

DEPOSITPHTOS

EXEMPLOS DE IA NO COTIDIANO

- Controle de estoque de produtos nas empresas
- TV
- Aplicativos de rotas
- Reconhecimento facial
- Casas inteligentes
- Análise de comportamento do consumidor
- Publicidade em painéis digitais

Por Claudia Rivoiro

Após um ano de debates, insights, estudos e aplicação de muita coisa na prática, as portas foram abertas para mais uma NRF Retail's Big Show, no Javits Center, em Nova York, de 14 a 16 de janeiro, com participação de milhares de pessoas de mais de 100 países e mil expositores no evento que tem mais de um século de existência. Com o tema "Make It Here And Make It Matter" ("Faça isso aqui e faça com que isso importe"), os brasileiros marcaram presença, cerca de 2.700 pessoas, e só perderam para os americanos, com 67% no total de presentes.

A edição de 2024 da maior feira de varejo do mundo começou aprofundando temas já tratados em anos anteriores, como a robotização e a inteligência artificial (IA).

Para muitos, a IA surgiu com a chegada do ChatGPT, lançado em 30 de novembro de 2022. Contudo, as IAs estão nos ajudando há bastante tempo. O Google mesmo já utilizava há anos essa tecnologia para melhorar o funcionamento de seu buscador. Mas qual a sua utilização no canal indireto? A DISTRIBUIÇÃO foi ouvir especialistas que estiveram por lá que opinam como e quando acontecerá no Brasil a introdução dessas ferramentas nos negócios.

DIVULGAÇÃO

Terra: teremos uma invasão de robôs

Eduardo Terra, consultor da BTR Varese, que liderou um grupo de empresários brasileiros no evento e coordena o Comitê de Tecnologia e Inovação da ABAD, optou por citar uma frase da Microsoft sobre a atual revolução tecnológica: a inteligência artificial deve ser o copiloto do negócio, não o piloto. "As aplicações da inteligência artificial (IA) passam por precificação, expansão, atendimento ao consumidor, sortimento, promoções, CRM, mídia e locação de times, e certamente teremos mudanças. No contexto da aceleração da IA estão: dados, capacidade de armazenagem (nuvem), conectividade (5G) e capacidade computacional", destacou.

Mas o consultor alerta que se exige novas competências para lidar com a inteligência artificial como possuir imaginação e criatividade, expressão, repertório e capacidade de fazer perguntas. Já quanto à operação, ele observa que a economia global vê a automatização tomar conta de diversos processos através da utilização de bots, robôs, câmeras e drones. Segundo Terra, em dez anos, pode ser que até 47% dos empregos sejam transferidos aos robôs, que, no varejo e no canal indireto, podem ser utilizados na armazenagem, reposição, controle de planograma, picking, limpeza, segurança e concierge. "Uma invasão de robôs", acrescentou.

Para Alberto Serrentino, sócio e consultor da BTR Varese, que também esteve liderando, juntamente com Terra, um grupo de brasileiros na NRF, o sistema da IA não é novo. “O que aconteceu nos últimos dois anos foi termos vivenciado um ambiente tumultuado, onde investimentos nessa área foram deixados de lado para serem direcionados a outros, no momento mais importante, como fluxo de caixa e redução de despesas. Mas posso garantir que os ganhos serão brutais com a utilização da IA nos negócios. A oportunidade está aí e com acesso para todos os bolsos", ressalta.

Serrentino: a oportunidade está aí e para todos os bolsos

DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO

Oliveira, da Gs1 Brasil: a saída será buscar diferenciais para os negócios

BUSCAR DIFERENCIAIS Para João Carlos Oliveira, presidente da GS1 Brasil, frequentador da NRF há muitos anos, três pontos se destacaram: a inteligência artificial, os robôs e drones e o tema Retail Media. “Cada vez mais vejo a automatização e a tecnologia presentes no evento e até ouso dizer que em pouco tempo a tecnologia será uma commodity e aí incluo a IA. A saída será buscar diferenciais para os negócios”, informou. O código de barras, presente na cadeia produtiva, e agora o 2D, que permite trazer inúmeras informações do produto, não se chocam com a IA. “Eles se completam, agregam valor e permitem trabalhar juntos”, enfatizou.

Severini, presidente da ABAD: quem trabalhar com a IA deverá ter bagagem e repertório

DIVULGAÇÃO

O presidente da ABAD, Leonardo Miguel Severini, participou das três últimas edições do evento e, no seu balanço desta última versão, teve a percepção da aplicação excessiva de inteligência artificial granular, ou melhor, fácil de ser aplicada. “O que nos leva a ter mais atenção e cuidado na operação de atendimento, reduzindo os atritos no B2B e B2C”, ressaltou. Severini também destacou que com a IA os desafios logísticos do canal indireto poderão ser resolvidos. “No Grupo Vila Nova, estamos há algum tempo usando a sua aplicação, mas não adianta achar que o jogo está ganho”. Para ele, a IA tem quatro pontos a serem destacados: excesso de dados disponibilizados, alta capacidade de armazenagem, a conectividade, em especial o 5G sendo mais um ponto positivo e a capacidade de processamento das máquinas. “Quem trabalhar com a IA deverá ter bagagem e repertório e não acredito em redução de profissionais, o que deverá acontecer são mudanças nas funções”, observou.

SACUDIR O MERCADO Para Elói Prado de Assis, diretor-executivo para o canal de distribuição e varejo da Totvs, a história da inteligência artificial já vem há algum tempo. "Em 2022, a palavra mágica do momento era ‘metaverso’. Em 2023, ela entrou de alguma maneira no consciente coletivo, mas agora definitivamente o seu uso está consagrado, de forma simples, de acordo com a cultura de cada negócio", observou.

Ele conta que já se fala em IA generativa, carinhosamente chamada de GenIA, uma contração do seu nome em inglês. "Diferentemente do metaverso, a IA está muito mais palpável e tangível e a GenIA

DIVULGAÇÃO

Assis, da Totvs: IA será como uma assistente virtual, com maior produtividade

vai sacudir bastante coisa dentro e fora do varejo e já tem uso no canal indireto. Vai mexer com o mercado porque é uma máquina de compreensão maior", explica.

Segundo o executivo, a IA vai ser utilizada para trabalhar a ruptura, previsão de demanda, estudo de capital de giro e outras aplicações. "No caso do vendedor, uma das preocupações é qual será o seu papel? A IA vai ajudar a analisar o pedido, sugerir compras, agilizar e acelerar o trabalho de forma natural, mas claro que será exigida a interação com o humano, que terá seu papel reavaliado", acrescenta.

Como será essa interação? Assis responde deixando claro que não vai terminar o trabalho do humano. "O que vai encerrar são os trabalhos repetitivos e para aqueles que não sabem trabalhar com IA. Temos de ver a IA como uma assistente virtual, com maior produtividade e alta aplicabilidade, mas sempre será preciso do humano em seu uso, porque ela é passível de erros", alerta.

Para o canal indireto e varejo existem muitas dúvidas como a IA será utilizada, por acharem ser cara e complicada a sua implantação. "O que posso adiantar é que já estamos, na Totvs, trabalhando para integrar a IA ao que já temos no mercado de forma natural", declarou. Uma boa notícia!

IA: O QUE É E COMO FUNCIONA

A inteligência artificial busca fazer com que as máquinas executem tarefas complexas, simulando a inteligência humana e tomando decisões de forma autônoma. Para que isso seja possível, em muitos casos, há uma combinação de várias tecnologias, como machine learning, reconhecimento de voz e deep learning.

TRABALHO MISTO Segundo Carolina Sather, gerente de marketing sênior da Mtrix, que esteve pela primeira vez em uma NRF, muitos dos temas tratados no evento são aplicáveis ao canal indireto no que se refere a IA. Para ela, as empresas de tecnologia serão as facilitadoras em sua introdução nos negócios. "A IA vai oferecer maior eficácia operacional, mas haverá a necessidade de compartilhamento de dados na cadeia inteira, uma colaboração inteligente adotada para obter eficiência. Sua execução só será perfeita se for baseada em dados precisos com uma base muito precisa também", observou. Ela também não acredita no descarte do papel do humano no trabalho. "Acredito em um trabalho misto da IA e os colaboradores, e os ganhos serão grandes, desde a produção ao consumidor final", acrescentou. A Mtrix, segundo Carolina, já oferece uma tecnologia que possibilita informação bastante acurada, mas está em vias de implantação para trazer a IA aos negócios do canal indireto. D

DIVULGAÇÃO

Carolina, da Mtrix: acredito em trabalho misto da IA com os colaboradores

PADSALES by mtrix

PAD Sales: desenvolvido sob medida para o atacado distribuidor

O PAD Sales foi desenvolvido com a colaboração de distribuidores parceiros da Mtrix que testaram, indicaram aprimoramentos e validaram as funcionalidades da plataforma no dia a dia da operação. Isso nos traz a certeza de estar oferecendo ao mercado uma solução que fala a linguagem do atacadista distribuidor e é 100% voltada às necessidades reais do segmento.

Os dados coletados pelas empresas têm alto valor, mas o cruzamento dessas bases internas é lento e complicado com um sistema comum de ERP. O PAD Sales facilita esse processo e gera insights poderosos para vendas, compras, marketing e planejamento estratégico, com impacto direto no crescimento da empresa.

A plataforma também se destaca pela simplicidade de operação, apesar das análises complexas que abrangem aspectos estratégicos e táticos, apontam tendências e auxiliam na preditividade, permitindo ações corretivas rápidas e certeiras.

"A informação trazida pelo PAD Sales facilita a predição, quase já dando a solução e mostrando o que eu tenho que fazer, com as várias possibilidades de análise estratégica, tática e comportamental."

Luiz Roberto de Paula,
COO da distribuidora PW Mel

Utilize o PAD Sales para:

- Gerar insights inteligentes para a tomada de decisões
- Planejar com base em informações claras e confiáveis
- Levar ao cliente varejista dados relevantes para o fechamento de novos negócios
- Fomentar um novo perfil de força de vendas, mais informada e proativa
- Impulsionar a eficiência operacional e a rentabilidade
- Mapear pontos de venda para desenvolver planos de ação

"Com o PAD Sales, nós agora temos um material robusto para poder conversar com o novo perfil de comprador que está na outra ponta, ansioso para aumentar suas vendas e sua receita."

Luiz Roberto de Paula,
COO da distribuidora PW Mel

Para entrar em contato com a Mtrix:

contato@mtrix.com.br
mtrix.com.br
(11) 94231-8940

Apresentado por

mtrix DATA STRATEGY BUSINESS INSIGHTS

Revigorada aos 70 anos

Nascida pela iniciativa de um caminhoneiro empreendedor, a Ludovico Tozzo está pronta para expandir os negócios com crescimento sustentável

Por Rubia Evangelinellis

Fundada em março de 1954, a Ludovico Tozzo Distribuidora (SC) comemora 70 anos renovada e pronta para expansão sólida dos negócios. A companhia espera ampliar o crescimento, em 2024, para além dos 20%, diante da consolidação de novas parcerias e ampliação da área geográfica atendida. Nos últimos anos, o incremento manteve-se "restrito" em razão dos ajustes promovidos (de delimitar a área de atuação, número de fornecedores e do mix) para adequar os negócios a um modelo de operação mais adequado e promissor.

A empresa abastece parte de Santa Catarina (Região Oeste e Litoral Norte) e do Rio Grande do Sul (Noroeste). Possui dois centros de distribuição: em Cordilheira Alta (SC), de 11 mil metros quadrados, e em Carazinho (RS), de sete mil metros quadrados. Tem um portfólio de 2 mil produtos, que

FOTOS: DIVULGAÇÃO

Empresa tem dois CDs: em Cordilheira Alta (SC) e em Carazinho (RS)

contém marcas populares e icônicas, 12 fornecedores e atende aproximadamente 10 mil clientes.

Para chegar a esse ponto, a empresa optou por ajustes profundos de reorganização, enxugou a carteira de indústrias e eliminou categorias consideradas não tão atraentes, como material escolar. "Teve um ano em que cortamos 68 fornecedores e produtos que não estavam em linha com o nosso foco, o varejo alimentar. Buscamos relações sólidas com fornecedores e clientes", explica Celso Tozzo, diretor de operações e neto do fundador.

A maioria dos clientes é de pequeno varejo, com até nove checkouts. "Com alguns fornecedores, acessamos até outros canais de vendas, como lojas de conveniências, mas 90% são do varejo alimentar", acrescenta.

TIME Entre as medidas de reengenharia dos negócios, a companhia optou também por manter um time de profissionais 100% contratados pelo regime da CLT. São 500 funcionários, sendo 100 vendedores segmentados. À frente da distribuidora está Luiz Tozzo, diretor-presidente, pai de Celso e filho do fundador Ludovico, um motorista de caminhão que viu nas viagens que fazia a oportunidade de ter o seu negócio. "Meu pai começou levando produtos para vender em São Paulo, como feijão, e trazia produtos de lá, como arame, prego, sal e açúcar. Depois, abriu um mercadinho, chamou os dois irmãos mais novos, Antônio e Nilo, para serem sócios. As vendas no atacado vieram a seguir", lembra.

Luiz recorda que aos 13 anos já ajudava na empresa, separava mercadorias, atendia o balcão. O irmão Severino Tozzo, falecido em 2020, também trabalhava na companhia desde jovem. Além do filho Celso, dois sobrinhos atuam nos negócios da família: Sandra Tozzo (diretora-financeira da distribuidora) e Umberto Tozzo (responsável pelo braço voltado ao agronegócio).

> **Com alguns fornecedores, acessamos até outros canais de vendas, como lojas de conveniências, mas 90% são do varejo alimentar**
>
> **CELSO TOZZO**, diretor de operações

Umberto, Luiz e Celso Tozzo no comando do negócio que comemora sete décadas

Empoderadas e competentes

Especialistas veem o valor de mulheres em postos de comando; enquanto sucessoras contam as suas experiências no canal indireto

Por Rúbia Evangelinellis

Em um mundo em que pede-se atenção à diversidade, a participação feminina em postos de alto comando ainda patina. Geovana Donella, conselheira de administração de diversas companhias e especialista em governança corporativa para empresas familiares, destaca que a liderança feminina é vital. "Possibilita uma grande contribuição, seja para S/A ou familiar. Já percebemos uma certa mudança, com o comando feminino alavancado e filhas (sucessoras) serem presidentes de conselhos ou conselheiras. Além da capacidade técnica, elas têm a capacidade comportamental, de servir a todos, de cuidar das pessoas, de mobilizar os ambientes", diz.

A especialista ressalta que as competências que formam o perfil de liderança feminina apontam para profissionais di-

DIVULGAÇÃO

Geovana Donella: a liderança feminina é vital

DIVULGAÇÃO

Adriana Muratore: conselheira e diretora do Programa de Diversidade em Conselho do IBGC

nâmicas, que gostam de competição e com capacidade de influenciar as transformações digitais, o futuro do trabalho. "A visão da mulher de gerir o capital humano e de aumentar o engajamento das pessoas reflete na imagem e reputação da companhia."

Adriana Muratore, conselheira de administração e diretora do Programa Diversidade em Conselho, iniciativa do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), avalia que sendo o varejo o segundo maior empregador do Brasil, consequentemente, tudo o que passa sobre evolução do mercado alcança o setor e setores ligados a ele. "Isso significa que o atacadista/distribuidor tem de se sentir envolvido. E quando falamos de gerar valor para a governança e longevidade das empresas, fala-se em ESG - Environmental, Social and Governance, diversidade de olhar, experiências. Mas ainda falta letramento para isso. A sociedade está evoluindo para entender gêneros em uma velocidade insuficiente para a geração de valor", lamenta.

SEM MEDO DE ASSUMIR Danielle Souza Brasil, CEO da Riograndense Distribuidora, é exemplo de profissional aguerrida, preparada e dinâmica. Além de pilotar a empresa da família, é vice-presidente da ABAD. "Espero que seja a primeira de outras mulheres na diretoria. É uma experiência que agrega conhecimentos". Sucessora do pai, Dorian Morais, ela fincou o pé na empresa aos 18 anos, quando ingressou no curso de direito. Aprimorou o conhecimento com pós-graduação em direito do trabalho, MBA em gestão empresarial e em gestão de projetos e no Programa de Formação de Dirigentes.

"Para acompanhar o mercado, é preciso ter um nível grande de conhecimento, além de atender aos clientes de maneira segmentada. O setor exige atenção em muitas áreas diferentes, desde o comercial ao financeiro, controladoria, contabilidade e logística."

Danielle, que é casada e tem uma filha de oito anos, dirige uma companhia com cerca de 8 mil clientes no Rio Grande do Norte e na Paraíba, que se organiza para ampliação no atendimento às farmácias, com a oferta inclusive de medicamentos de venda livre. Em 2023, a empresa cresceu quase 40% e prevê, no mínimo, alcançar 15% em 2024.

ESTAMOS JUNTAS Acometidas pela morte repentina de Clair Ernesto Dal Berto, em abril de 2022, Luciana Dal Berto, a mulher, e as filhas Carolyne e Rafaela Dal Berto uniram forças para tocar o negócio da família, a Disdal Distribuidora de Alimentos, em Brasília/DF.

Luciana assumiu a presidência e passou a participar ativamente de reuniões comerciais e eventos do setor. Carolyne, de 31 anos, ocupou o posto de diretora (também é vice-presidente do grupo ABAD Jovens e Sucessores). Já Rafaela, de 27 anos, responde pelo trade marketing, marketing e comunicação. "Meu tino comercial despertou cedo. Tanto que, aos 18 anos, decidi atuar como representante comercial na empresa". Formada em administração e pós-graduada em marketing, toca ainda a distribuidora Max (de menor porte) e o Armazém da Rafa, sortido com itens de conveniência.

Carolyne recorda que ela e a irmã, desde meninas, acompanhavam os pais no trabalho e tiveram a liberdade de escolher seu caminho. "Aos 18 anos, inaugurei um salão de beleza. Não deu certo. Mas ali aprendi a fazer de tudo um pouco e com meus erros. Sou formada em administração, em direito e cuido dos departamentos financeiro, pessoal e jurídico."

Entre os feitos da nova gestão está o crescimento de 14% em 2023 e 15% previsto para 2024. Para Luciana, o segredo de manter o ambiente de trabalho com boa sinergia está na maturidade na busca de soluções e na troca de informações. "Clair e eu sempre trabalhamos juntos, compartilhando as informações. Tanto que, após a sua partida, as 'dores' do comercial não eram estranhas para mim".

> **Depois da pós-graduação da FGV, me apaixonei pela gestão e decidi conhecer melhor a empresa**
> **JULIANNA SIQUEIRA BATISTA,** do Grupo Jorge Batista

DO PIAUÍ AO PARANÁ Sucessora da terceira geração do Grupo Jorge Batista, do Piauí, Julianna Siqueira Batista, de 35 anos, foi a primeira neta de Jorge Batista da Silva a ingressar na empresa. Trabalha ao lado do pai, Jairon Batista, no posto de gerência de controladoria estratégica. Os dois irmãos, Jader e Jairon Filho, optaram por outras áreas. Já

DIVULGAÇÃO

a mais nova, Letícia, estuda administração em São Paulo e deve seguir os passos da irmã.

Uma das suas missões é desenvolver bons projetos para a distribuidora, com operação no Piauí e no Maranhão. Recentemente está debruçada no tema planejamento de governança, com ideias absorvidas durante a Convenção Nacional do Gajs, em novembro passado. "As palestras foram ótimas. E nos deram base para tratar de sucessão, governança corporativa."

Fisioterapeuta por formação, Julianna havia optado por ter o próprio negócio. Aos 28 anos, foi trabalhar na empresa da família, como trainee. Aprimorou os conhecimentos com a especialização de fisioterapia do trabalho e cursos de gestão de empresas e de gestão de negócio, controladoria e finanças corporativas. "Depois da pós-graduação da FGV, me apaixonei pela gestão e decidi conhecer melhor a empresa. Passei a apresentar projetos de melhorias dos departamentos e para o dia a dia da empresa. O setor de distribuição é interessante, dinâmico, complexo, completo e permite a visão da indústria, do varejo, do consumidor e de se pensar em macroeconomia."

CRIA DA CASA Mariana Triches Reisdorfer Saviatto também integra o time de profissionais com fôlego de várias atividades. É diretora financeira e administrativa da Comercial Esmeralda, do Paraná, e conselheira do Gajs. Com 34 anos, mãe de um bebê de 1 ano e nove meses e com uma enteada de 10 anos, que vive com ela desde os três anos, é o tipo de sucessora que se criou na empresa da família. "Comecei aos 16 anos na empresa. Desde cedo acompanhava meu pai (José Carlos Reisdorfer) em feiras de negócios, e percebia a baixa presença de mulheres. Hoje, creio que melhorou, mas ainda é preciso melhorar, ampliar a participação feminina."

DIVULGAÇÃO

Mariana Triches Reisdorfer Saviatto: diretora financeira e administrativa da Comercial Esmeralda

Graduada em administração e com pós em gestão pela Dom Cabral e Fundação Getulio Vargas, Mariana explica que ocupa a posição desejada. Acredita que trata-se de uma posição que patronos de empresas dedicam às sucessoras pelo olhar atento que possuem com as pessoas e os trâmites. Ainda assim, se organiza para ter experiência na área comercial, vital para os negócios e para o crescimento profissional. "Vejo o comercial, por sua vez, como uma área de atenção, que suga energia. E ao mesmo tempo importante e desafiadora", destaca. A companhia tem uma carteira de 5.100 clientes em território paranaense e atua com um portfólio de cerca de 2.500 itens de higiene e beleza. D

Universo cor-de-rosa

O mercado de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos é pujante no Brasil, o que demanda investimentos em mix de sortimento

Por Adriana Bruno

Elas são exigentes em relação aos seus produtos de uso pessoal, dentre eles cosméticos, absorventes, cuidados com cabelos e pele, entre tantas outras categorias que fazem parte do universo de HPPC (higiene pessoal, perfumaria e cosméticos) feminino. Segundo Fátima Merlin, mestre em comportamento do consumidor e shopper e sócia-fundadora da Connect Shopper, as

categorias de HPPC atendem necessidades básicas da consumidora, são produtos de consumo regular e por essas razões têm grande importância para o varejo. “Essas categorias contribuem para uma entrega de soluções aos clientes e impulsionar as vendas rotineiras”, completa. Ainda de acordo com Fátima, cada vez mais, para atrair, engajar, converter e reter o cliente é preciso garantir uma loja prática, fácil e resolutiva onde o shopper entre e encontre facilmente o que deseja e seja capaz de sair rapidamente. “Neste contexto, garantir o mix inteligente, sem excessos e sem ruptura é vital. Soma-se a isso, uma execução adequada deste mix, com preço adequado, promoções inteligentes e uma exposição orientada ao shopper”, orienta.

É seguro afirmar que o pequeno e o médio varejo têm muitas oportunidades de venda das categorias de cuidados pessoais: a compra por necessidade, conveniência ou facilidade pode trazer muitos ganhos para o setor. “Atualmente, homens e mulheres são consumidores ativos de higiene e beleza, porém, as mulheres ainda lideram o ranking de consumo de cosméticos por aqui. Ter os produtos disponíveis em todos os canais e tamanhos de varejo é de suma importância, ainda mais quando pensamos que muitas vezes a venda dos itens acontece sob necessidade: acaba o xampu, o condicionador ou o hidratante, e as consumidoras não esperam a próxima compra do mês para adquiri-los, desta forma, o pequeno e o médio varejo têm um papel fundamental na reposição”, comenta Glaucia Felícia Grasselli Pereira, head de marketing e trade da Cless Cosméticos.

> **Essas categorias contribuem para uma entrega de soluções aos clientes e impulsionar as vendas rotineiras**
>
> **FÁTIMA MERLIN,** mestre em comportamento do consumidor e shopper e sócia-fundadora da Connect Shopper

DEPOSITPHOTOOS

MIX PERFEITO Para compor o mix ideal de HPPC é necessário que o varejo – muitas vezes em conjunto com o atacadista distribuidor – avalie alguns critérios como por exemplo entender o papel da categoria para a loja, por exemplo, se é rotina ou conveniência. "Também é importante entender o shopper e suas necessidades, assim como avaliar o mercado, as tendências, a concorrência e o desempenho e performance da categoria. Outro ponto é entender a dinâmica das categorias, ou seja, como o shopper compra (árvore de decisão), isso ajuda a qualificar o mix", diz Fátima. A especialista em varejo ainda afirma que é preciso tomar as decisões pautadas por dados. "Garantir o mix ideal é vital, pois 60% dos resultados de um varejo estão diretamente relacionados ao mix ideal", afirma.

Levando em conta as particularidades dessas decisões de compras, procuram por produtos e marcas de acordo com cada inovação e benefício pessoal. "As mulheres, particularmente, buscam ainda identificar qual o seu tipo de pele e quais produtos são mais adequados às suas necessidades", comenta.

Para David Pinski, head de marketing de Francis, o mercado de sabonetes, por exemplo, é movido por inovação, pois os consumidores buscam muito por variedade e novidade, o que torna o sortimento tão fundamental para a categoria. "Por ser um item da cesta básica de higiene, que sempre está presente nos carrinhos de compra e tem um desembolso menor, os consumidores gostam de experimentar diferentes produtos, gostam de testar e ver novidades, sempre buscando por novas versões e fragrâncias", comenta.

DIVULGAÇÃO

Pinski, head de marketing de Francis: o mercado de sabonetes é movido por inovação

Uma categoria que além de não poder ficar de fora do mix ainda gera tráfego em loja é a de absorventes higiênicos. "Segundo dados da Euromonitor, o país representa um mercado de US$ 30 bilhões e é o quarto mercado em cuidados pessoais e higiene e beleza no mundo", comenta Marisa Cazassa, gerente-executiva de marketing da Kimberly-Clark no Bra-

Marisa Cazassa, da Kimberly-Clark no Brasil: o país representa um mercado de US$ 30 bilhões

DIVULGAÇÃO

sil. Ela ainda conta que o segmento de produtos íntimos femininos é amplo e a empresa tem acompanhado as mudanças da relação da mulher com o próprio corpo e o ciclo menstrual. “Cada vez mais ela tem olhado para a região íntima com mais cuidado. O que consequentemente gera crescimento para a categoria e influencia a chegada de novos produtos que respondam às novas demandas da consumidora. Com esse movimento, novos produtos de alta performance vêm sendo incluídos na rotina de autocuidado, não só nos dias de menstruação, mas todos os dias do mês. E atualmente a consumidora encontra produtos para diferentes momentos do mês, desde o absorvente noturno para fluxo intenso, como os protetores diários que podem ser usados no dia a dia”, diz.

PÚBLICO DIVERSIFICADO Oferecer um mix completo de marcas e produtos, assim como uma variedade de formatos e embalagens, é essencial para atender à diversidade do público. “Os consumidores têm preferências e necessidades distintas e essa variedade permite que a empresa atenda a uma gama mais ampla de escolhas e o limite financeiro dos usuários”, comenta Bruna Veneziano, diretora de marketing da Skala Cosméticos. Além disso, diferentes marcas muitas vezes se encaixam em segmentos de mercado específicos, permitindo que a empresa alcance diversos públicos. “A cobertura geográfica e cultural também é otimizada, uma vez que diferentes regiões podem ter preferências específicas”, avalia.

DIVULGAÇÃO

Os atacadistas podem fornecer orientação valiosa sobre a gestão de estoques, otimização de prateleiras e estratégias de precificação

BRUNA VENEZIANO, diretora de marketing da Skala Cosméticos

Para Bruna, o atacado distribuidor pode contribuir com o pequeno e médio varejo no planejamento do mix de marcas e produtos oferecendo uma ampla variedade de produtos, de modo a facilitar o planejamento; fornecendo informações sobre as tendências de mercado, ajudando a escolher os produtos que são mais adequados para o seu público-alvo, e por meio de suporte técnico e consultoria. “Além disso, os atacadistas podem fornecer orientação valiosa sobre a gestão de estoques, otimização de prateleiras e estratégias de precificação. Essa colaboração estreita contribui para o sucesso do varejo”, finaliza.

Pensando em uma linha de aerossol com custo mais acessível, a Aeroflex, indústria de Curitiba/PR, oferece essa opção ao varejo e, em especial, ao canal indireto que gera maior rentabilidade para toda a cadeia. "Queremos fortalecer a parceria com novos distribuidores para crescer ainda mais nessa categoria", enfatizou Ernesto Carlos Carneiro, diretor-comercial da empresa. D

Tempo de festejar

A Páscoa é uma das datas mais comemoradas no ano. Organização e planejamento são fundamentais no ponto de venda

DEPOSITPHOTOS

Por Adriana Bruno

A organização e o planejamento de compras e estoque são fundamentais para o sucesso das vendas durante a temporada de Páscoa, especialmente em categorias de alto consumo como ovos de chocolate, azeites, chocolates, vinhos e peixes.

Para Luiz Muniz, diretor da Telos Resultados, uma abordagem organizada e estratégica para o planejamento de compras e estoque é crucial para maximizar as oportunidades de vendas durante a Páscoa, garantindo a satisfação dos clientes e o sucesso financeiro do negócio. Ele ainda afirma que a expectativa de consumo para essas categorias em 2024 é otimista. "Espera-se um crescimento de 5% a 10% se comparado ao ano de 2023. É importante considerar que as expectativas de consumo para a Páscoa 2024 podem ser influenciadas por diversos fatores, como comportamento do consumidor, condições econômicas e eventos globais", fala. Ainda de acordo com Muniz, a colaboração estreita entre varejo e atacado, especialmente durante períodos sazonais como a Páscoa, pode resultar em benefícios mútuos, promovendo eficiência operacional e impulsionando os resultados de vendas.

EXECUÇÃO Em relação ao mix de produtos que vão compor o período da Páscoa, Juliana Bonamin, vice-presidente de vendas da Mondelez Brasil, companhia dona da Lacta, afirma que é preciso estar atento a isso no momento de pensar na execução de chocolates dentro da loja. "A Páscoa não é mais apenas sobre ovos, cada vez mais o evento passa a ser sobre chocolate de forma geral. Por isso, é preciso investir no destaque do sortimento completo de produtos, mostrando todo o mix de tamanhos, formatos e preços disponíveis. Na loja física, a recomendação é pensar na execução de chocolates a partir da jornada de compra do shopper. Com a mudança do comportamento de compra do consumidor, temos a oportunidade de explorar a exposição de todo o sortimento de chocolates em diferentes pontos da loja", orienta. Segundo ela, o primeiro ponto é a entrada da loja, onde é possível encantar o shopper com todo o sortimento de chocolates: parreiras bem executadas com os ovos; no chão, embaixo das parreiras, ilhas, displays e gôndolas próximas para exposição de mais ovos e de todo o sortimento de presenteáveis e linhas regulares. "Em seguida, é importante garantir um ponto natural bem executado, abastecido e precificado com a segmentação que o shopper faz da categoria para ajudá-lo a encontrar o que precisa com mais facilidade. E, por fim, pontos extras em toda a loja, pensando em cross merchandising estratégicos com outras categorias para gerar lembrança e, até mesmo, compras por impulso", conclui.

> **A Páscoa não é mais apenas sobre ovos, cada vez mais o evento passa a ser sobre chocolate de forma geral**
>
> **JULIANA BONAMIM,** VP de vendas da Mondelez Brasil

DIVULGAÇÃO

OTIMISMO Outra empresa que atua no segmento de chocolates, a Arcor, está otimista em relação às vendas. "Estamos bastante otimistas, com expectativa de crescermos cerca de 10%. Trata-se de uma data especial na vida de muitos brasileiros", comenta Anderson Freire, diretor de marketing, pesquisa e desenvolvimento da Arcor do Brasil. Segundo ele, o cenário atual é uma grande tendência de produtos cada vez mais premium e, para não perder oportunidades de negócios, o atacado distribuidor deve priorizar mais espaço e melhor localização para os chocolates e os ovos de Páscoa. "Além disso, é preciso privilegiar um mix reduzido com os campeões de venda que atenda toda a família, em diversidade de opções e desembolsos. Acreditamos que o mix mais assertivo para o pequeno e médio varejista é aquele que atende ao que o consumidor deseja", pontua.

OUTROS SABORES Saindo dos chocolates, outras categorias que também se destacam no período são as de pescados, azeites e vinhos. Para Antonio Barranco, diretor de vendas da Gomes da Costa, o período da Páscoa é de extrema importância para o volume de vendas da empresa e para o segmento de forma geral, já que, nesta data, o brasileiro tem preferência por receitas que levam peixes. "Manter um volume consistente nesse período tão importante não apenas reforça a visibilidade do shopper, mas também garante um aumento nas vendas. A disponibilidade de produtos pode evitar prejuízos como a ruptura de estoque, que causa redução nas vendas e impacta negativamente na percepção do consumidor com a marca, devido às dificuldades que ele encontra ao tentar comprar os produtos que deseja", comenta. Segundo ele, a temporada de 40 dias, que antecede a Semana Santa, transforma as prateleiras das lojas em cenários estratégicos para atrair o consumidor. "Nesse período, a demanda por pescados cresce exponencialmente, e a indústria e o varejo alinham-se para proporcionar ofertas, promoções exclusivas e uma jornada de compra cuidadosamente mapeada para impactar positivamente o shopper. Outro produto também indispensável para as receitas do período é o azeite", lembra.

DIVULGAÇÃO

Antônio Barranco, da Gomes da Costa: o período da Páscoa é de extrema importância

> **Estamos bastante otimistas, com expectativa de crescermos cerca de 10%. Trata-se de uma data especial na vida de muitos brasileiros**
>
> **ANDERSON FREIRE**, diretor da Arcor do Brasil

DIVULGAÇÃO

PRODUTO DE ALTO GIRO

PRA BOMBAR SEU NEGÓCIO!

DESDE 1894 HERSHEY'S® + choco tubes

Segmento de **itens de impulso*** cresce **+16%**

Segmento de **Snacks**** até 30g cresce **+48,3%**

Execução Recomendada: **CHECK-OUT**

Nova configuração no Display: **15 UNIDADES**

GARANTA AS INOVAÇÕES HERSHEY' S NO SEU ESTABELECIMENTO!

0800 707 7782 | www HERSHEYS.COM.BR | @ HERSHEYSBR

*Impulso - Chocolates até 60g | Fonte: Nielsen Retail Index - Ano Móvel Dezembro 2023
**Snacks - Segmento Snacks até 30g | Fonte: Nielsen Retail Index - Ano Móvel Dezembro 2023

Outro item procurado pelo consumidor no período são os vinhos que acompanham a celebração. De acordo com Rodrigo Arpini Valerio, diretor de marketing e vendas da Cooperativa Vinícola Aurora, o primeiro quadrimestre costuma representar cerca de 30% do faturamento anual da empresa, seja em vendas para a Páscoa ou para o abastecimento para o inverno. "Normalmente, os clientes de varejo já aproveitam para encaminhar os pedidos antes da Páscoa, buscando garantir o abastecimento para a entrada do inverno, razão pela qual o percentual se torna expressivo. Falando especificamente da data, nossa expectativa é que as vendas para a Páscoa tenham um incremento entre 10% e 15% em relação ao ano passado", diz. Ele ainda orienta atacadistas e varejistas a manter um estoque adequado de vinhos durante a Páscoa, uma vez que isso é crucial para evitar rupturas. "A falta de produtos pode resultar em perda de vendas, insatisfação do cliente, perda de fidelidade, oportunidades não aproveitadas e impacto negativo na imagem da marca. Garantir disponibilidade durante esse período sazonal é essencial para atender à demanda, satisfazer os clientes e otimizar oportunidades de vendas". Além disso, ele afirma que o atacado distribuidor pode contribuir por meio de análise de tendências, aconselhamento na seleção de produtos, oferta de promoções, treinamento de equipe, diversificação do mix, gestão eficiente de estoque, suporte logístico e feedback contínuo. "Essas ações ajudam o varejo a atender às demandas sazonais, oferecer produtos atrativos e otimizar as oportunidades de vendas durante o período", finaliza. D

Rodrigo Arpini Valerio, da Cooperativa Vinícola Aurora

NDERSON PAGANI

ESTRATÉGIAS ESSENCIAIS

4 **Antecipação da demanda:** O período que antecede a Páscoa é marcado por um aumento significativo na procura por produtos específicos. Ao antecipar essa demanda, os varejistas e atacadistas podem garantir que terão estoque suficiente para atender às necessidades dos consumidores

4 **Evitar Excessos de Estoque:** Ao mesmo tempo em que é crucial ter estoque suficiente, é importante evitar excessos que possam resultar em custos adicionais, como armazenamento prolongado e possíveis descontos para após a Páscoa liquidar produtos não vendidos. O planejamento adequado ajuda a equilibrar a oferta e a demanda.

4 **Negociação com Fornecedores:** Com um planejamento sólido, os varejistas e atacadistas podem negociar melhores condições com os fornecedores, garantindo preços mais competitivos, prazos de pagamento favoráveis e, possivelmente, descontos por volume.

4 **Variedade de Produtos:** A Páscoa, assim como todas outras datas festivas, é uma época em que os consumidores buscam variedade e opções especiais. Planejar as compras de diferentes tipos de Sku's dos produtos relacionados à data, permite atender a diversos gostos e preferências.

4 **Acompanhamento de Tendências e Preferências:** O planejamento também envolve o monitoramento de tendências de consumo e mudanças nas preferências dos clientes. Isso permite que os varejistas e atacadistas ajustem seus estoques de acordo, oferecendo produtos que estejam alinhados com as expectativas do mercado.

Fonte: Luiz Muniz, diretor da Telos Resultados

Garoto

CHOCOTRIO

NOVO

O MELHOR DO CHOCOLATE GAROTO COM O MELHOR DOS BISCOITOS NESTLÉ

CHOCOLATE + BISCOITO + RECHEIO

NOVO SEGMENTO DE TABLETES INAUGURADO PELA NESTLÉ EM 2023, AGORA COM GAROTO CHOCOLATES!

INOVAÇÃO COM R$/KG SUPERIOR PARA ALAVANCAR SEU NEGÓCIO.

Imagens Ilustrativas. **CONTÉM GLÚTEN.**

Estudo com abrangência

Em parceria com a Targit, a entidade desenvolveu uma plataforma de BI – Business Intelligence que permitirá aos respondentes analisar os dados do Ranking ABAD/NielsenIQ 2024 em diversas instâncias

Por Ana Paula Alencar

A coleta de dados para o Ranking ABAD/NielsenIQ 2024 já terminou e a entidade traz uma novidade exclusiva para os respondentes neste ano em que o estudo comemora 30 anos de publicação. Em parceria com a Targit, a ABAD desenvolveu uma plataforma de BI – Business Intelligence que permitirá analisar os dados da pesquisa em diversas instâncias. A ferramenta será liberada aos respondentes para a fase de teste em 2024, depois da divulgação do levantamento (ano base 2023) prevista para o dia 14 de maio.

"A análise de dados é cada vez mais essencial no mundo informatizado em que vivemos. Por isso, esse projeto é tão importante. A partir de agora, os dados estáticos oferecidos pela Revista DISTRIBUIÇÃO, que traz uma edição especial do estudo, estarão em dashboard (pai-

> **Trata-se de uma grande inovação para o principal instrumento de análise que oferecemos hoje ao mercado**
>
> **ROGÉRIO OLIVA,** diretor de relacionamento comercial e novos negócios da ABAD

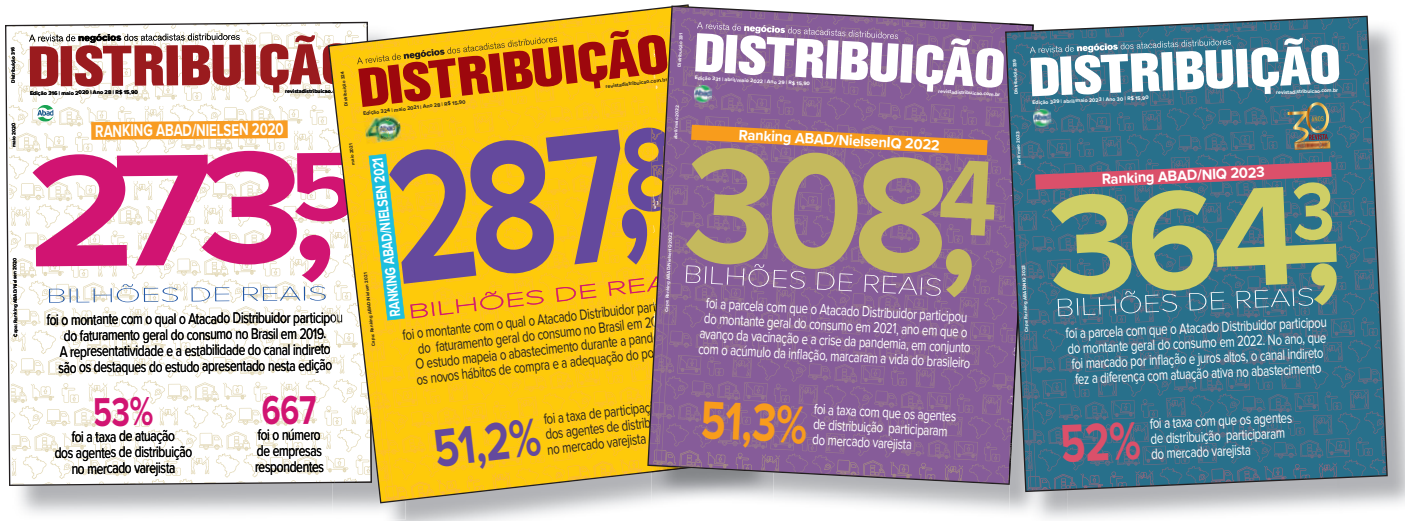
45 anos de dedicação e inovação.

Desde nosso início, buscamos proporcionar o melhor para os pequenos, tornando-nos líderes de mercado não apenas pela qualidade de nossos produtos, mas também pelo laço afetivo que criamos com cada família.

Celebre conosco!
Junte-se a nós para mais **45 anos** de sucesso e alegria!

Visite nosso site para descobrir as novidades.
www.kuka.com.br || @kukababyoficial

KUKA® baby



nel visual) personalizado para extrair relatórios interativos que poderão ser divulgados para filiadas, associados e parceiros, atendendo aos perfis de segurança de acesso definidos pela ABAD", explica Guilherme Fernandes de Figueiredo, head de growth da Targit.

Os executivos das filiadas estaduais da ABAD, que têm um papel fundamental para a coleta de dados, foram os primeiros a testarem a plataforma para a fase de teste e, na sequência, após a divulgação da pesquisa, para os respondentes.

"Trata-se de uma grande inovação para o principal instrumento de análise que oferecemos hoje ao mercado. Uma ferramenta que vai traduzir de forma eletrônica as informações que hoje estão no papel, tornando a experiência mais ágil e eficiente para a tomada de decisões nas áreas comercial, administrativa e estratégica", ressalta Rogério Oliva, diretor de relacionamento comercial e novos negócios da ABAD.

"As filiadas terão uma radiografia com detalhes específicos da sua região e relatórios para cruzar informações, podendo apresentá-los aos órgãos governamentais para melhorar a atuação e a definição de políticas públicas. O associado respondente do Ranking poderá comparar seus dados com outras empresas por região, categoria de produtos, volume de vendas, faturamento e muito mais", conclui Oliva.

RETRATO DO SETOR

O Ranking é um dos principais serviços oferecidos ao mercado pela ABAD e existe há três décadas, sendo que de alguns anos para cá também pode ser acessado no site da revista e da ABAD. Esse estudo mostra a evolução das empresas do atacado distribuidor, o crescimento nos diversos estados e as tendências do setor como um todo. "O Ranking é uma fonte de consulta privilegiada com informações relevantes para a tomada de decisões estratégicas por parte dos empresários e gestores do setor, parceiros, fornecedores e clientes. Além disso, os números ajudam a entidade a adequar suas ações em prol do desenvolvimento de toda a cadeia de abastecimento", afirma o presidente da ABAD, Leonardo Miguel Severini. Os números trazidos pelo Ranking ainda mostram a relevância do setor na economia nacional, o que dá peso aos pleitos do setor junto à indústria e aos órgãos governamentais para melhorar as normas e as práticas que afetam a atividade. Sem mencionar que a presença da empresa no Ranking é também uma forma de reconhecer sua atuação e posicioná-la entre os demais agentes de distribuição de seu estado e do país.

NOVIDADE!

Casakm

CHEGOU UM NOVO JEITO DE POTENCIALIZAR SUAS VENDAS.

LAVA-ROUPAS COQUEL BB Potência

CUIDA DAS FIBRAS

TECNOLOGIA BB ÓLEO DE BABAÇU

O **LAVA-ROUPAS EM PÓ COQUEL BB POTÊNCIA** É DIFERENTE PORQUE TRAZ O CUIDADO ESPECIAL DO **ÓLEO DE BABAÇU** PARA LIMPEZAS MAIS PESADAS, MACIEZ, PERFUME INTENSO E CUIDADO COM AS FIBRAS E CORES DAS ROUPAS. É **ALTA TECNOLOGIA** E **PERFORMANCE** SEM IGUAL PARA VOCÊ CONQUISTAR SEUS CLIENTES COM MUITO MAIS POTÊNCIA.

+ LIMPEZA

+ PERFUME

+ MACIEZ

PARA ROUPAS BRANCAS E COLORIDAS!

MESMA FAMÍLIA DO **LÍDER DA CATEGORIA** DE LIMPADORES PERFUMADOS*

*EUROMONITOR 2023 – CATEGORIA LIMPADORES MULTIUSO – SHARE VALOR

www.casakm.com.br casakm /casakmoficial

Aderj adere ao projeto Vidas Preciosas

da Redação

A Associação de Atacadistas e Distribuidores do Estado do Rio de Janeiro (Aderj), filiada da ABAD no Rio de Janeiro, aderiu ao projeto Vidas Preciosas – Uma tacada de sucesso, lançado pelo Instituto ABAD no fim de 2023. O projeto será implementado ao longo deste ano. "Estamos muito felizes com essa adesão e a expectativa é levar o projeto para todo o país. Estamos também em fase de conclusão do lançamento em São Paulo e demais localidades, de acordo com os planos traçados inicialmente", afirma Andreia Alves, coordenadora do Instituto ABAD. O Projeto Vidas Preciosas é uma iniciativa do Instituto ABAD em parceria com a Cricket Brasil para promover a inclusão social de crianças e adolescentes de comunidades carentes pela prática esportiva. O críquete foi a modalidade esportiva escolhida por permitir a inclusão social, incentivar os estudos, oferecer saúde física e mental, além de dar oportunidade real aos jovens fazerem parte da seleção brasileira do esporte.

Amda tem novo presidente

No último 15 de dezembro, ocorreu a eleição para a nova diretoria executiva e conselho fiscal da Associação Maranhense de Distribuidores Atacadistas (Amda) e a primeira reunião da nova diretoria já foi realizada no dia 4 de janeiro, na sede da filiada. O empresário e presidente eleito Eduardo Alcoforado (na foto) e a sua diretoria já deram início às suas ações de 2024. "Temos um grande desafio, que é elevar cada vez mais o potencial da Amda, uma associação forte, que defende um setor mais forte ainda", observou. Segundo ele, um dos pontos importantes da sua gestão será fortalecer a associação cada vez mais nas esferas municipal e estadual e junto aos associados, trazendo mais benefícios e fechando novas parcerias. Ele acrescentou ainda que precisará muito do apoio de sua nova diretoria. Um dos primeiros desafios que ele delegou a cada diretor é filiar novas empresas para, assim, aumentar o número de associados.

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 - RAFAEL SPADER – SPADER DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS
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 DA ABAD
SUPERINTENDENTE EXECUTIVO
OSCAR ATTISANO – OSCAR@ABAD.COM.BR
DIRETOR DE RELACIONAMENTO COMERCIAL E NEGÓCIOS
ROGÉRIO OLIVA – OLIVA@ABAD.COM.BR
DIRETORA ADMINISTRATIVA, FINANCEIRA E JURÍDICA
SANDRA LEAL – SANDRA@ABAD.COM.BR
DIRETORA DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E CONTEÚDO
ANA PAULA ALENCAR – COMUNICACAO@ABAD.COM.BR
DIRETOR DO ABASTECEBEM
DANIEL POZZA – DANIEL.ABASTECEBEM@ABAD.COM.BR
ASSESSORA EXECUTIVA
ANGÉLICA BRTOTTI – ANGELICA@ABAD.COM.BR
COORDENADOR DO COMITÊ AGENDA POLÍTICA E ESG
DR. ALESSANDRO DESSIMONI – DESSIMONI@DBA.ADV.BR
COORDENADOR DO COMITÊ CANAL INDIRETO
ROGER SALTIEL – RSALTIEL@INTEGRATIONONSULTING.COM
COORDENADOR DO COMITÊ TECNOLOGIA E INOVAÇÃO
EDUARDO TERRA – EDUTERRA@BTRCONSULTORIA.COM.BR
COORDENADOR DO COMITÊ LOGÍSTICA
GIUSEPPE LOTTO – GIUSEPPE@TEMSI.COM.BR

Colgate LUMINOUS WHITE GLOW

O PRODUTO CERTO PARA AUMENTAR AS SUAS VENDAS:

COLGATE LUMINOUS WHITE GLOW

IDEAL PARA OS SEUS CLIENTES QUE AMAM TER DENTES MAIS BRANCOS E SAUDÁVEIS.

- Remove mais de 10 anos de manchas*
- 3% de peróxido de hidrogênio
- Protege o esmalte dos dentes
- Mesmo ingrediente de branqueamento usado pelos especialistas

NOVO

DIVULGAÇÃO NACIONAL

- Novo comercial para TV
- Tabloides e Trade Ads
- Digital e e-Commerce
- Relações públicas
- Materiais nos pontos de venda

*Depois de 4 semanas, com uso diário.

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: 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: Alexandro 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: Matheus Eduardo Hernandes Bruzasco
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: Frederico Chimiti Junior
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 dos Distribuidores e Atacadistas de Roraima
Presidente: Petrônio Ozeas Cabral da Silva Neto
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 Nesello
Executivo: Renan Macedo Silva
E-mail: renan.macedoo@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

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 - Av. Del Rey, 111 - SL. 106 / Torre Serra do Curral – Bairro: Caiçaras -
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: Jorge Menendes
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
Rua tenente Cipriano, 177 – Várzea Grande/MT
– Cep: 78.110.610 - %(65) 3642-7443

AMDA – Associação Maranhense de Distribuidores e Atacadistas
Presidente: Eduardo Alexandre Alcoforado de Lima
Executiva: Antônia Araújo
E-mail: amda@amda-ma.com.br - Av. Colares Moreira, nº 07, - Jardim Renascença Centro Empresarial Vinicius de Moraes - Sala 602 - Em frente ao Comando Geral da
PM no Calhau - Cep : 65075-160 -
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 - C
EP: 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: Zeze Veríssimo Diniz
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: Nájila Noely Sousa Morais
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

Abad CENTRAL DE NEGÓCIOS

Edição 07/2024

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

BOA VISTA 7

DESSIMONI E BLANCO ADVOGADOS 7

FIA 8

FUNDAÇÃO DOM CABRAL 8

PARAGUAÇU ENGENHARIA 9

TEMSI 9

SERASA EXPERIAN 10

SUP#PAY 11

TECNOLOGIA E AUTOMAÇÃO

CYCLOPES 12

MÁXIMATECH 12

GS1 BRASIL 13

POLIBRAS SOFTWARE 14

TARGIT 14

TOTVS 15

SANKHYA 15

VÉRCER 16

ZETA DADOS 16

VEÍCULOS + INSUMOS E ACESSÓRIOS

MERCEDES-BENZ 17

VW CAMINHÕES E ÔNIBUS 18

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

4 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 117 mil beneficiários. Na parceria com a ABAD, oferece planos de saúde com a qualidade Unimed e ótimas condições para sua empresa.

PRODUTOS

4 Produto 8810 Nacional

- Enfermaria *R$ 238,94* e apartamento *R$ 328,32*.

4 Produto 8811 Vitoria Med

- Enfermaria *R$ 401,35* e apartamento *R$ 551,46*

Valores válidos até 30/04/2024

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

Acreditamos que as soluções de intralogística devem ser baseadas em suas necessidades. Portanto, oferecemos duas linhas de produtos que se adaptam precisamente a elas: a Linha Xcellence oferece a tecnologia mais avançada para aplicações exigentes; e a Linha Clássica oferece soluções de entrada com foco em funções essenciais: padronizadas, rapidamente disponíveis e a um preço atraente.

PRODUTOS

- **Empilhadeira Retrátil FM-X 17/20:** Altura de elevação de 13 metros com alta capacidade de carga residual; Estabilização de carga ativa (ALS); Conceito de ergonomia holística.
- **Empilhadeira Contrabalançada Elétrica RCE 20/25:** A contrabalançada que faz o trabalho e ponto. Ideal para requisitor de média intensidade, ela movimenta 2,5t até 6,5m.
- **Transpaleteira EXH 20:** Compacta e versátil para aplicações exigentes, com capacidade de carga até 2t, a EXH é a parceira perfeita para operações de transporte horizontal intuitivas e ergonômicas.

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

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.

PRODUTOS

4 **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.

4 **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.

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

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

BUSINESS SCHOOL

FIA

Há mais de 40 anos, a FIA é reconhecida como uma das melhores Escolas de Educação e Consultoria. Nota máxima em empregabilidade dos alunos, excelência do ensino e educação online.

CONTATO
Douglas Gomes
atendimentoproced@fia.com.br
(11) 97410-7034

PRODUTOS

4 Programa de Capacitação da Empresa em desenvolvimento:

- MBA Advanced Gestão Empresarial
- Pós-Graduação PMEs: SPG – SOLUÇÕES DE PROBLEMAS GERENCIAIS (presencial ou online)

4 Cursos de Extensão:

- PME (Jornada de Gestão de PMEs; PME SPG/Módulo de MKT e Vendas e PME SPG/Módulo de Soluções Financeiras e Orçamentárias)
- GESTÃO EMPRESARIAL (imersão)
- CURSOS DE GESTÃO: Gestão Empresarial (imersão), Comunicação Gerencial, Contabilidade, Análise de Viabilidade Econômico-Financeira de Investimentos, Demonstrações Financeiras, Reuniões Inteligentes, Gestão do Tempo e Domine suas Finanças pela prática da Educação Financeira.

FUNDAÇÃO DOM CABRAL

A 7ª melhor escola de negócios do mundo, de acordo com o ranking de educação executiva do jornal Financial Times.

FDC
Para ser relevante.

PRODUTOS

4 **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.

4 **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.

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

4 **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.

4 **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

PARAGUAÇU ENGENHARIA

No mercado desde 1990, a Paraguaçu Engenharia atua em diversos segmentos do mercado de construção civil. Nos último 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. São mais de 1,8 milhões de m² construídos e mais de 1000 estabelecimentos entregues. Só no setor de supermercados e atacados mais de 150 empreendimentos.

PRODUTOS

- A responsabilidade com que sempre foram encarados os projetos, e as necessidades de seus clientes, transformaram a Paraguaçu em uma das construtoras mais consolidadas da Bahia, estabelecendo um padrão de referência, e tendo na confiabilidade da entrega, sua principal virtude.

CONTATO
Elisio Moitinho
elisio@paraguacuengenharia.com.br

TEMSI

A TEMSI do Brasil é uma empresa de serviços de consultoria estratégica para melhoria de produtividade. É uma empresa líder no segmento, fundada em Bologna, na Itália, em 1978. Possui mais de 1000 projetos de aumento de eficiência implementados em mais de 400 empresas na Europa. Atua no Brasil desde 2015. Em 2023, inaugurou uma sede em São Paulo para estar ainda mais próxima de seus clientes.

PRODUTO

- Projetos customizados de melhoria operacional para maximização de eficiência, produtividade e resultados, da redução de custos dos processos, do tempo de entrega, do volume de estoque etc. Acompanhamos a implementação do projeto promovendo adaptação da cultura organizacional à excelência e realizamos treinamento com todo o pessoal operacional para superar os desafios.

CONTATO
Info@temsi.com.br
+55 (11) 3050-4470
+55 (11) 91787-2818 (whatsapp)

SERASA EXPERIAN

Construir um amanhã melhor, uma sociedade mais próspera, com oportunidades para todos: esse é o propósito da Serasa Experian. Acreditamos que isso é possível a partir da combinação das múltiplas fontes de dados, tecnologia de ponta, inovação e dos melhores talentos. Como a primeira e a maior Datatech do Brasil, somos líder em soluções de inteligência analítica, análise de riscos e oportunidades, oferecemos um portfólio completo, com soluções flexíveis para as jornadas de crédito, autenticação e prevenção a fraude, permitindo tomadas de decisões mais confiáveis com menor risco e maior rentabilidade.

SOLUÇÕES

4 Potencialize a segurança e o sucesso do seu negócio com as soluções da Serasa Experian:

- Serasa Consulta: Conheça seus clientes e os hábitos financeiros com o Serasa Score ao consultar CPF e CNPJ, fortalecendo suas estratégias de vendas e protegendo-se contra fraudes e inadimplências.

- Serasa Recomenda: Consulte CPF e CNPJ e tenha acesso a um relatório inteligente que oferece recomendações de limite e indicadores de risco para cada perfil analisado, permitindo decisões mais completas e seguras.

- Serasa Recupera: Recupere dívidas de clientes inadimplentes com a força da Serasa Experian, aproveitando uma taxa de recuperação de até 40% e restaurando a saúde financeira do seu negócio de forma eficiente.

- Serasa Monitora: Mantenha-se sempre à frente com alertas em tempo real sobre sua carteira de clientes, CNPJ e CPF dos sócios, prevendo riscos de inadimplência e fraudes antes mesmo que aconteçam.

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 Matheus

. CESA

. Cacique Atacado

. Atacado Vila Nova

. Martins

. Megafort Distribuidora

. E muitos outros

CONTATO

www.serasaexperian.com.br

Sup#Pay

SUP#PAY

E se, antes da sua abordagem comercial, você já soubesse quanto pode vender para cada cliente com garantia de pagamento? A Sup#Pay é uma fintech especializada no segmento atacadista distribuidor que, antes do pedido, mostra o potencial de compras de cada cliente e, na hora do pedido, garante o pagamento desse cliente sem análise de crédito, sem riscos e sem burocracia. A solução perfeita para você usar com clientes que possuem limite baixo; clientes com restrição ou inadimplentes; ou para aumentar as suas vendas de 5% a mais de 5000% em clientes que você nem imaginava ter esse potencial.

PRODUTO

✔ **Sup#Pay Supper Search:** um algoritmo poderoso de predição de vendas que mostra antes da sua abordagem comercial quanto pode ser vendido para cada cliente com garantia de pagamento.

✔ **Sup#Pay Pagamentos:** módulo que transfere os recebíveis de cartão de crédito do estabelecimento comercial para o atacadista distribuidor, garantindo o pagamento do pedido antes mesmo da emissão da NFe. Ambas soluções podem ser utilizadas via plataforma web ou integradas a sistemas de pedidos (SFA) ou gestão (ERP).

CONTATO

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

CYCLOPES

Nosso propósito é contribuir 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

MÁXIMATECH

O Grupo Máxima é formado por MáximaTech, onBlox e LifeApps e conecta toda a cadeia de abastecimento a partir da tecnologia, seja on-premises ou em nuvem. São mais de 1.300 clientes e 100 mil usuários em todo o Brasil com soluções para força de vendas, trade marketing, logística de entrega (DMS), WMS, TMS e plataforma omnichannel/e-commerce.

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

PRODUTOS

- **Força de vendas**
  Emita pedidos, tenha recomendações por IA e gerencie seu time comercial, criando rotas para os vendedores, mapeando oportunidades e autorizando descontos.
- **Logística**
  Roteirize entrega em segundos e acompanhe motoristas (DMS), gerencie seu armazém e sua frota (WMS e TMS).
- **E-Commerce**
  Atenda seu cliente a partir de uma plataforma omnichannel B2B para distribuidores, conectando canais de venda e relacionamento digitais e físicos.

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

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 mais 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 mais eficiência e sustentabilidade para os negócios

PRODUTOS

4 O Cadastro Nacional de Produtos é uma plataforma exclusiva da GS1 Brasil, que permite incluir todas as informações técnicas dos produtose compartilhar dados com parceiros de negócio. 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.

4 A filiação a GS1 Brasil oferece acesso à Consulta de Dados pelo Verified by GS1, permitindo busca e validação de dados global e local. Ao aderir a um plano de consulta, os atacadistas podem acessar informações de produtos por meio de plataforma web, relatório analítico em Excel ou integração via API.

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

VANTAGENS

4 Visibilidade no mercado
4 Facilidade para a gestão dos produtos
4 Qualidade de dados
4 Segurança
4 Gerador de etiquetas
4 Relatórios

CONTATO

www.gs1br.org
Paulo Crapina
paulo.crapina@gs1br.org
(11) 95307-2969
Redes Sociais:
Facebook: gs1brasil
Linkedin: gs1-brasil
Instagram: @gs1brasil

POLIBRAS SOFTWARE

Somos especialistas em desenvolver soluções tecnológicas para impulsionar VENDAS PARA INDÚSTRIAS, atacadistas e distribuidores. São mais de 30 anos de atuação em todo o Brasil. Mais de 600 empresas com seus processos automatizados e 30 mil usuários ativos em mais de 20 estados.

Otimizamos a sua jornada de vendas de ponta a ponta: Planejamento > Execução > Acompanhamento > Análise de performance. Consulte condições especiais para os associados.

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

PRODUTOS

- **Roteirizze:** roteirização automática de vendedores. Crie e gerencie rotas inteligentes da sua equipe de vendas de forma automática. Garanta rotas equilibradas com a estratégia comercial, otimização dos tempos de trabalho em rota, maior agilidade os ajustes de roteiros, menor deslocamento com maior produtividade e maior rentabilidade das rotas.
- **PoliEquipes:** gestão completa de equipes externas. Com o PoliEquipes, você pode definir a jornada de visitas da sua equipe e montar um fluxo de atividades em cada cliente visitado e acompanhar todas as atividades de seus vendedores externos.
- **E-pedidos:** processamento automático de pedidos no formato pdf. Ferramenta para elevar a produtividade e eficiência da sua força de vendas, eliminar os erros nos pedidos e as devoluções de mercadoria por erro na digitação de pedidos.

TARGIT

A TARGIT é pioneira na indústria de Business Intelligence & Analytics, fornecendo soluções sob medida para o atacadista distribuidor tomar as melhores decisões de negócio baseadas em dados de dentro e fora da organização.

CONTATO
Guilherme Fernandes
guilherme.fernandes@targitbrasil.com
(21) 99516-6735

PRODUTO

- TARGIT Decision Suite

Solução de Business Intelligence, líder de mercado, com mais de 97% de aprovação dos usuários de acordo com o relatório internacional da BARC®. Nossa plataforma permite a integração dos diferentes sistemas da empresa – ERP, força de vendas, WMS, etc – em um único lugar para a criação de relatórios personalizados e análises 360° sobre seu negócio.

TOTVS

A TOTVS, maior empresa de tecnologia do Brasil, vai muito além do ERP, possui portfólio completo de sistemas, serviços financeiros e soluções de business performance para empresas nos 12 segmentos de mercado. É a tecnologia, levando ainda mais produtividade.

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

PRODUTOS

- **TOTVS Distribuição e Varejo - Linha Winthor** | ERP líder de mercado no setor atacadista distribuidor, com mais de 49% **de market share no Ranking ABAD/NielsenIQ**. Possui recursos para gerenciar operações de armazenagem do backoffice ao core business.
- **TOTVS Distribuição e Varejo WMS - Linha Winthor** | Sistema de gestão de armazém especializado no setor de distribuição para **reduzir custos** e **aumentar a eficiência operacional** do seu atacado ou centro de distribuição.
- **TOTVS Cloud** | Servidor em nuvem para sistemas, com a credibilidade e solidez da maior do Brasil, com pagamento em moeda nacional. Proporciona mais agilidade e inovação aos negócios, atingindo **redução de até** 42% com gastos de infraestrutura, licenciamento e gestão.

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 maior 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

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

ZETA DADOS

zeta dados
data science com resultados

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

VANTAGEM E DIFERENCIAL

Quer conhecer a solução sem custo ou compromisso de fidelidade? Associado ABAD pode contratar um trial de 30 dias para avaliar gratuitamente o resultado da solução em suas vendas. Aproveite!

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.

CONTATO

www.mercedes-benz-trucks.com.br

Marcio Brito
marcio.brito@daimlertruck.com
(34) 98402-9239

REDES SOCIAIS
@mercedesbenz_caminhoes

PRINCIPAIS CLIENTES ATENDIDOS:

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

VOLKSWAGEN CAMINHÕES E ÔNIBUS

Caminhões Ônibus

Fabricante dos caminhões e chassis de ônibus Volkswagen – a Diesel e 100% Elétricos, é uma das maiores e principais montadoras da América Latina. No Brasil sua planta está localizada em Resende/RJ, onde está também o centro de pesquisa e de desenvolvimento de novas tecnologias, sendo referência em inovações tecnológicas.

PRODUTOS (CAMINHÕES EURO 6)

4 **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.

4 **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.

4 **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.

4 **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.

4 **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) 99427-6338

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