

A revista de **negócios** dos atacadistas distribuidores

DISTRIBUIÇÃO

Edição 356 | junho 2025 | Ano 32 | R\$ 15,90

revistadistribuicao.com.br



Distribuição 356

junho 2025

Capa: Guia de Fornecedores ABAD 2025 by NielsenIQ

GUIA DE FORNECEDORES ABAD 2025 BY NIELSEN IQ

Estudo inédito com 160 empresas
listadas e análises das 16 cestas mais
trabalhadas pelo canal indireto

ESPECIAL TECNOLOGIA

Inteligência coletiva que acelera resultados.



Mais que uma plataforma de dados, a **Mtrix** é o elo entre desafios comerciais e decisões estratégicas.

Unimos **tecnologia, pessoas e inteligência de mercado** para destravar crescimento em toda a cadeia de distribuição.

Descubra a nova **Mtrix**.



Faça parte do Mercado Mtrix

O maior painel de mercado do canal indireto.

Integre a sua distribuidora no painel de mercado Mtrix e ganhe acesso gratuito a análises estratégicas que impulsionam seus resultados.

Saiba mais sobre as inteligências da Mtrix para distribuidores.

contato@mtrix.com.br
+55 11 94231-8940

Mercado Mtrix

Como participar?

1. Integre suas vendas com total segurança e confidencialidade - um compromisso que rege a Rede Mtrix há mais de 15 anos.
2. A Mtrix transforma seus dados em inteligência coletiva, fortalecendo a leitura nacional de consumo.
3. Você recebe, gratuitamente, relatórios periódicos e estudos comparativos sobre seu mercado.



Inspire dados.
Expire decisões.

**ABAD E
MERCEDES-BENZ:
UM CAMINHÃO
DE VANTAGENS
PARA O SETOR!**



Consulte todo o
nosso portfólio
disponível



PARCERIA ENTRE ABAD E MERCEDES-BENZ OFERECE CONDIÇÕES ESPECIAIS PARA O SETOR.

A parceria representa um avanço para todo o setor atacadista e distribuidor, ampliando o acesso a frotas mais modernas, eficientes e sustentáveis, com condições especiais para os associados na aquisição de caminhões.

A Mercedes-Benz conta com um portfólio renovado e ainda mais robusto, os modelos foram atualizados para oferecer mais eficiência, conforto e tecnologia, atendendo às demandas do transporte urbano, regional e de longas distâncias.

Mercedes-Benz



Desacelere. Seu bem maior é a vida.



12 MATÉRIA DE CAPA

FOTOS: DEPOSITPHOTOS

Guia de Fornecedores ABAD 2025

Estudo inédito da ABAD, em mais uma parceria com a NielsenIQ, traz os principais fornecedores do canal indireto com 160 empresas listadas, além de análises de 16 cestas trabalhadas pelo atacado distribuidor.

PARA ANUNCIAR

Ganhe visibilidade para os cerca de 30 mil eleitores qualificados e mais de 26 mil leitores na versão digital 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.

8 MOMENTO

10 CARTA AO LEITOR

12 GUIA DE FORNECEDORES ABAD - ABRE

16 AUTOMOTIVO

22 BAZAR

28 BEBIDAS ALCOÓLICAS

32 BEBIDAS NÃO ALCOÓLICAS

36 BELEZA

40 CALDOS, MOLHOS E CONDIMENTOS

44 CANDIES

48 COMMODITIES

54 ENCARTELADOS

58 HIGIENE PESSOAL

62 LÁCTEOS

66 LIMPEZA CASEIRA

72 MERCEARIA DOCE

76 MERCEARIA SALGADA

80 PET

84 REFRIGERADOS

88 TECNOLOGIA

96 ABAD NEWS

MARS

Marcas que inspiram momentos
de felicidade todos os dias



SNICKERS

MATA SUA FOME.



m&m's

diversão para todo mundo



Twix

**BISCOITO &
CAMELO &
CHOCOLATE**

GARANTA NA SUA LOJA!

entre em contato com a nossa
rede de distribuidores autorizados!



PAULO NEGREIROS

Leonardo Miguel Severini
presidente da ABAD

Oportunidades em meio aos desafios

É com enorme satisfação que participamos, mais uma vez, da Convenção Nacional e Anual do Canal Indireto, o maior encontro de líderes do setor atacadista distribuidor. Este é sempre um momento especial, de troca de experiências, de atualização profissional e, acima de tudo, de renovação do otimismo que move os empresários e as empresas do nosso setor. Temos razões concretas para essa visão positiva. A despeito dos desafios que ainda marcam o cenário macroeconômico - como juros elevados, dificuldades fiscais e uma inflação que ainda exige atenção -, vemos sinais consistentes de recuperação, com o mercado reagindo e o consumo se estabilizando. O Brasil segue sendo um país de enormes oportunidades, especialmente para quem trabalha com eficiência e capacidade de adaptação, como é o caso do nosso setor.

No entanto, não podemos ignorar temas que hoje preocupam profundamente a sociedade e o ambiente de negócios, como o avanço descontrolado dos jogos online, as chamadas BETs. Esse fenômeno, que tem gerado impacto significativo no orçamento de famílias e na saúde pública, demanda uma regulamentação urgente e responsável. Defendemos, como entidade, uma solução legislativa que proteja a população, preserve a arrecadação pública e evite que essa atividade gere desequilíbrios econômicos e sociais.

Ao mesmo tempo em que enfrentamos esses desafios, seguimos firmes na missão de fortalecer nossas empresas e oferecer ferramentas que ajudem nossos associados a tomar decisões estratégicas. É com esse espírito que apresentamos, nesta edição especial da Revista Distribuição, um conteúdo inédito e extremamente valioso: o Guia de Fornecedores ABAD 2025 by NielsenIQ. Uma ferramenta prática, que facilita conexões, amplia oportunidades de negócios e contribui diretamente para a competitividade das empresas do nosso setor. Seguiremos olhando para frente, acreditando no potencial do Brasil e na força do canal indireto como motor de desenvolvimento econômico e social. Temos a convicção de que, com trabalho sério, visão de futuro e ações colaborativas, construiremos um ambiente de negócios cada vez mais forte, seguro juridicamente, sustentável e próspero para todos. Desejo a todos ótimos negócios e uma Convenção repleta de conexões e oportunidades. **D**

“

O Brasil segue sendo um país de enormes oportunidades, especialmente para quem trabalha com eficiência e capacidade de adaptação, como é o caso do nosso setor



A QUALISEG BRASIL É ESPECIALIZADA NO SEU NEGÓCIO!

A Qualiseg Brasil é uma corretora especializada em seguros corporativos focados no varejo. Empresa familiar, oferece soluções com produtos e serviços feitos sob medida para o segmento.

Nossa equipe tem profissionais com mais de 30 anos de experiência, trabalhando próximo aos clientes para oferecer soluções personalizadas.

- ✓ Mais de 300 redes seguradas
- ✓ Mais de 40 bilhões em ativos segurados
- ✓ Clientes em todo o Brasil
- ✓ Especialista em Gerenciamento de riscos

ENTRE EM CONTATO E FAÇA UMA CONSULTA SEM COMPROMISSO!



Como está a proteção da sua loja?



 @qualisegcorretora

 @qualisegcorretora

 II 94487-2275



LUCIANA CÁSSIA

Claudia Rivoiro
diretora-editorial

Missão dada, trabalho concluído

Há algum tempo já pensamos em trazer para uma das edições da DISTRIBUIÇÃO mais um estudo sério que ajudasse os nossos leitores em seus negócios diários. E, mais uma vez, a nossa parceira de longo tempo, a Nielsen, e lá se vão 31 anos de trabalho conjunto, nos auxiliou na tarefa. Ela nos ouviu e preparou o levantamento que trazemos nas páginas a seguir. O Guia de Fornecedores ABAD 2025 by NielsenIQ traz 16 cestas analisadas por gente que conhece o assunto e mais de 120 indústrias listadas, isso porque algumas das empresas aparecem mais de uma vez, devido a diversas categorias trabalhadas. Para estrear esse estudo em grande estilo, pois circula durante a Convenção Anual do Canal Indireto, fomos fazer um novo projeto gráfico totalmente diferenciado das outras pesquisas publicadas ao longo do ano e posso garantir que, apesar do trabalho para acharmos o tom certo, vão apreciar. Visual arrojado, de fácil leitura e com análises precisas essa foi a nossa busca. Espero que tenhamos acertado. Agradeço a todos que nos apoiaram nas reuniões, tirando dúvidas, aos entrevistados que gentilmente nos atenderam, enfim, à equipe da entidade que nos apoia e possibilita alçar novos voos e, mais uma, vez à minha aguerrida equipe. Boa leitura e vida longa ao Guia de Fornecedores! **D**

“

O Guia de Fornecedores 2025 ABAD by NielsenIQ traz 16 cestas analisadas por gente que conhece o assunto e mais de 120 indústrias listadas

CONFIRA
MAIS
NOTÍCIAS
NO
SITE DA
REVISTA



ERRATA

I Na página 10, da edição 355, onde aparecem 341 respondentes, o correto é 761 respondentes.

DISTRIBUIÇÃO

Imprensa 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



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



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

CREDITS

Soluções inteligentes para decisões mais rápidas, seguras e escaláveis.

Dados, inteligência e automação a favor do seu negócio.

Imagine aprovar crédito, validar identidades e compliance com facilidade, agilidade e segurança.

Na Credits, tecnologia e dados trabalham juntos para que você tome decisões melhores sem burocracia, sem complicação e no ritmo que o mercado exige.

Transforme os seus processos com inteligência:

 **Motor de Decisão:**

Automatize regras, personalize políticas e padronize análises, do crédito ao compliance, tudo em segundos.

 **KYC e Compliance:**

Valide dados, fornecedores, reduza riscos e esteja em conformidade. Mais segurança, menos burocracia.

 **Análises mais completas:**

Conecte a sua operação às maiores bases de dados do mercado. Tenha informações precisas sobre clientes, fornecedores e parceiros.

 **Simplicidade que gera resultado:**

Mais dados, mais inteligência, mais vendas. Tudo de forma automatizada, fácil e eficiente.



Confira os números das soluções do nosso HUB:



O seu negócio não precisa de mais processos manuais.

Precisa de inteligência.

- Acesse dados estratégicos.
- Automatize os seus processos.
- Tome decisões com confiança.

CONFIANÇA. INOVAÇÃO. RESULTADOS.
ISSO É CREDITS!

SAIBA MAIS



www.creditsbrasil.com.br



Parceiros em alta

Estudo inédito traz os principais fornecedores do canal indireto com mais de 120 empresas listadas, além de análises de 16 cestas mais trabalhadas pelo canal indireto

POR CLAUDIA RIVOIRO

A

tenta às necessidades do setor atacadista distribuidor e à busca

constante por novos parceiros comerciais, a ABAD, em mais uma parceria com a NielsenIQ, lança o 1º Guia Anual de Fornecedores ABAD 2025 by NielsenIQ.

“Com o lançamento, a ABAD reforça sua missão de fortalecer o setor e promover a integração da cadeia de abastecimento,

PAULO NEGREIROS



Severini, presidente da ABAD: oferecer mais agilidade ao portfólio nesse mais novo estudo da entidade



FOTOS: DEPOSITPHOTOS

Metodologia: Retrato fiel

O Guia dos Fornecedores Anual ABAD 2025 by NielsenIQ elenca os dez fornecedores de maior faturamento em estabelecimentos enquadrados como autosserviço pequeno nos 12 meses encerrados em 27 de abril, com mais de 120 fornecedores listados. A pesquisa aponta as vendas registradas nos checkouts de 3.474 lojas de supermercado pequeno (até mil metros quadrados de área de comercialização). Na pesquisa não entram bares, independentes e outros modelos tradicionais, com atendimento em balcão. O Guia dos Fornecedores segue a metodologia Total Store Item, que tem uma amostragem fechada de pontos do varejo com histórico mínimo de um ano com a NielsenIQ, que revê a cada ano o universo pesquisado. O propósito é oferecer um retrato de comercialização com menos oscilação e mais fiel de dados disponibilizados pelo painel pesquisado. Os estabelecimentos colaborativos enviam as informações semanalmente e têm 100% dos produtos categorizados. O Total Store Item possui uma metodologia aplicada e dirigida somente ao varejo com a leitura de código de barras.

oferecendo mais uma ferramenta prática e estratégica para o desenvolvimento de negócios para atacadistas e distribuidores, permitindo assim mais agilidade em seu portfólio e se adiantando em levar novidades aos seus clientes atendidos”, ressalta o presidente da ABAD, Leonardo Miguel Severini. Serão apresentados os dez principais fornecedores de cada cesta, selecionados de acordo com o faturamento, totalizando mais de 120 empresas, com informações destacadas nas páginas a seguir. As cestas abrangidas são: Automotivos, Bazar, Encartelados, Higiene Pessoal, Bebidas Alcoólicas, Bebidas Não Alcoólicas, Beleza, Caldos, Molhos e Condimentos, Candies, Commodities, Lácteos Perecíveis, Limpeza Caseira, Merceria Doce, Merceria Salgada, Pet e Refrigerados.



ARQUIVO ABAD

Oliva, diretor da ABAD: projeto idealizado com a NielsenIQ oferece ferramenta estratégica aos atacadistas distribuidores

A iniciativa surge a partir de um dado relevante apontado pelo Ranking ABAD/NielsenIQ 2024: 54,2% das empresas participantes estão em busca de novos fornecedores para ampliar seu mix de vendas. “O Guia, além de ser um projeto idealizado pela entidade, pretende ser uma ferramenta estratégica, conectando empresas do canal indireto aos principais fornecedores em 16 cestas de produtos, com base no desempenho de mercado aferido pela NielsenIQ”, afirma Rogério Oliva, diretor de Relacionamento e Novos Negócios.

O projeto editorial terá um formato diferenciado e identidade visual por cesta de produtos. O Guia trará ainda análises de mercado por categoria, além de fichas individualizadas para cada fornecedor, contendo as categorias atendidas, marcas, depoimento da liderança da empresa sobre a importância do canal indireto e informações de contato.

VISIBILIDADE

Para Domenico Tremaroli Filho, diretor de atendimento ao varejo da NielsenIQ, é um ranking que traz uma visibilidade bastante expressiva de seus fabricantes listados e uma grande exposição junto ao canal indireto, pois têm bastante relevância para serem trabalhadas. Ele alerta ainda que o comportamento do consumidor brasileiro diante das oscilações da economia está sempre mudando, pois vai se adaptando aos desafios. “Vejo que ele intensifica os seus hábitos, sendo que 40% desse universo percebe mudança nos preços e a racionalização na hora de comprar está sendo mais frequente”, observa. No que se refere aos atacadistas distribuidores, Tremaroli acrescenta que eles deveriam olhar essa lista com atenção. “Tomar conhecimento por categoria, priorizar as marcas desses fornecedores listados, ou seja, trabalhar melhor o seu cliente, mas eles também devem aproveitar as demandas e passar o seu conhecimento para os seus parceiros como embalagens, packs etc. porque são eles que entendem os anseios dos varejistas”, finalizou.



DI-VULGAÇÃO

Tremaroli, diretor da NielsenIQ: lista de fornecedores deve ser lida com atenção para trabalhar melhor o cliente para atender a demanda

O SORRISO DA SUA EQUIPE NÃO PODE PARAR

N E M O C A I X A N E M O S I S T E M A

**MANUTENÇÃO PREVENTIVA
E CORRETIVA PARA PDVS,
SERVIDORES, NOBREAKS E
MUITO MAIS, É NA CERB.**



RECICLAGEM SUSTENTÁVEL

**COLETAMOS SEUS APARELHOS
OBSOLETOS E DAMOS DESTINO
100% SUSTENTÁVEL.**

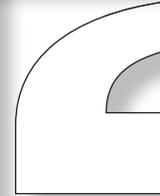
LABORATÓRIO PRÓPRIO

**CONCERTOS RÁPIDOS DE
EQUIPAMENTOS DE MAIOR VALOR
AGREGADO, DEIXANDO-OS
PRONTOS PARA SUBSTITUIÇÃO
IMEDIATA.**

EVITE PERDAS. MANTENHA TUDO FUNCIONANDO.

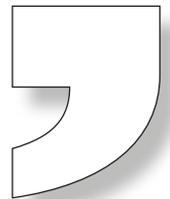
WWW.CERBSOLUTIONS.COM.BR | (11) 4318-4729





Parceria com o atacado distribuidor é considerada estratégica para viabilizar o abastecimento e fortalecer a marca no ponto de venda

Aline Silva,
gerente de marketing
e comunicação da
Trading Care



Setor acelerado

POR RÚBIA EVANGELINELLIS

Os acessórios e produtos automotivos indicados para a limpeza/estética compõem um portfólio diversificado. Tem odorizante, cera, espuma, esponja e limpador de vidro, entre outros. E como uma das paixões do brasileiro é cuidar do seu carro, o pequeno varejo reserva espaço nas gôndolas para atender o consumidor. Entre as dez empresas que estão na linha de frente desse ramo automotivo está a Trading Care, com sua linha comercializada no pequeno varejo, como mostra pesquisa da NielsenIQ, com base no movimento identificado no varejo de autosserviço, de até mil metros quadrados de área de venda. Para Aline Silva, gerente de marketing e comunicação da empresa, é “visível” que o mercado de estética automotiva está

em constante expansão, impulsionado por consumidores em busca de produtos “eficazes e acessíveis” para manter seus veículos limpos e bem cuidados. “Por isso, a necessidade por novos produtos também é contínua. A Trading Care, por meio da marca Proauto, atua estrategicamente nesse segmento com um portfólio robusto, que atende tanto ao uso doméstico quanto profissional.” Segundo informou, a empresa investe em tecnologia nacional, inovação e sustentabilidade para oferecer soluções alinhadas às tendências do setor e, dessa forma, atender da melhor maneira os nossos consumidores. “O atacado distribuidor tem papel essencial na ampliação da nossa presença em todas as regiões do país, garantindo capilaridade, agilidade logística e suporte ao varejo. Essa parceria é estratégica para viabilizar o abastecimento e fortalecer a marca no ponto de venda.”

Quem entende de auto escolhe Mundial Prime

A gente resolve para você!

Mundial Prime



Acesse o QR
Code e confira
nosso catálogo
completo



mundialprime



mundialprime.com.br

WINDAUTO ATUAL TRADING CARE

Categoria trabalhada: estética automotiva

Principal marca: Proauto

tradingcare.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

RODABRIL

Categorias trabalhadas: acessórios e limpeza automotiva

Principal marca: Rodabrill

www.rodabrill.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

FLAPS PRODUTOS AUTOMOTIVOS

Categorias trabalhadas: limpeza e acessórios automotivos

Principal marca: Luxcar

www.luxcar.com.br e www.linkedin.com/company/luxcar

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

ENERGIZER

Categorias trabalhadas: para limpeza e estética automotiva

Principais marcas: Carnu e Grand Prix

<https://loja.mercadolivre.com.br/stp>

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

INTERBRILHO

Categorias trabalhadas: itens para limpeza automotiva

Principais marcas: Rodabrill, Bucas e outras

www.interbrilho.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*



Interbrilho

— Acreditamos nas Grandes Paixões —

HÁ MAIS DE 50 ANOS CUIDANDO DAS PAIXÕES BRASILEIRAS!

Carros, pets e churrascos — três universos que movem o coração do consumidor.



SEJA UM DISTRIBUIDOR



Somos especialistas em transformar cuidado em consumo. Com mais de 200 SKUs nosso portfólio entrega inovação, performance e alta rotatividade — com marcas que conquistam espaço e fidelidade no PDV.



TOP 3* Brasil no segmento automotivo, Rodabrill é sinônimo de brilho, proteção e confiança. Tradição, alta qualidade, grande giro e forte presença no PDV.



Em plena expansão o mercado pet cresce dois dígitos e a Petbrilho acompanha esse crescimento, oferecendo soluções de higiene e cuidados que unem qualidade, inovação e praticidade.



Com uma linha prática e funcional de acessórios, a Primegrill oferece desde espetos de bambu até itens de limpeza e manutenção para churrasqueiras. Ideal para supermercados que valorizam o mix inteligente e querem ampliar a presença em ocasiões de consumo frequente.



BAIXE NOSSOS CATÁLOGOS

ENTRE EM CONTATO

SAC@INTERBRILHO.COM.BR | (11) 4529-8100

*Fonte: Estudo Nielsen, 2024. Total Brasil INA +C&C

CENTRALSUL CAR CARE

Categorias trabalhadas: itens para limpeza/estética automotiva e outros

Principais marcas: Men e outras

www.centraisulquimica.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CRIVIALLI

Categorias trabalhadas: produtos para limpeza automotiva

Principais marcas: Free Way

www.crivialli.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

TRADING CARE PRODUTOS AUTOMOTIVOS

Categorias trabalhadas: produtos de estética automotiva

Principais marcas: Proauto, Car Collection e outras

tradingcare.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GLOBO DO BRASIL

Categorias trabalhadas: limpeza automotiva e outros produtos

Principal marca: Brilholac

www.brilholac.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

AEROFLEX

Categorias trabalhadas: limpeza automotiva e outros itens

Principais marcas: Mundial Prime, Fast e outras

www.aeroflex.ind.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*



"Qualidade, segurança e economia que movimentam o seu negócio – com a variedade de modelos Mercedes-Benz, a solução ideal para todas as rotas e necessidades."

A oportunidade que sua frota esperava chegou!

Leve esse comunicado a um concessionário Mercedes-Benz de sua preferência, escolha os caminhões ideais para o seu negócio e desfrute das vantagens comerciais oferecidas pela parceria Mercedes-Benz do Brasil Caminhões e ABAD - Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores em todo o território nacional.

Escaneie o QR code abaixo e encontre o concessionário Mercedes-Benz mais próxima de você.



"Seu caminho ao sucesso começa aqui."

Para mais informações, acesse a página da Mercedes Benz na Central de negócios ABAD:
<https://abad.com.br/central-de-negocios/> e clique em Mercedes Benz



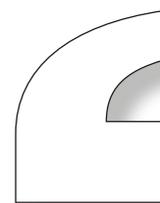
FOTOS: DEPOSITPHOTOS

Trio de peso

POR RÚBIA EVANGELINELIS

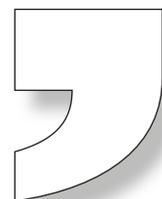
Com três categoriais essenciais em destaque, Bazar está na lista das 16 cestas de produtos que não podem faltar no varejo. Também pudera, tem o trio formado por lâmpadas, filtro de papel e cola para puxar as vendas e atrair os consumidores. Entre as empresas que estão na lista dos dez fornecedores que mais faturaram no pequeno varejo pesquisado pela NielsenIQ está a Melitta, com filtros desenvolvidos em três tamanhos, para uma dose, 600ml e um litro da bebida. E tem ainda as versões desenvolvidas para o preparo com a água adoçada (desenvolvido com um papel superior e de microfuros) ou para quem prefere coar mexendo com a colher, o que exige um papel mais resistente. Jonatas Rocha, CMO Melitta

South America, garante que a empresa é pioneira no mercado e sempre buscou a inovação para oferecer a melhor extração, lembrando que a linha da marca chegou no formato cônico, usado até hoje, e desenvolveu a tecnologia exclusiva dos microfuros. "O produto (filtro de papel) foi inventado na Alemanha por Melitta Bentz, em 1908, e, a partir dessa invenção, surgiu a empresa multinacional", reforça. Segundo informou, a parceira com o canal indireto é fundamental para o abastecimento: "O atacado distribuidor tem grande relevância na estratégia de distribuição dos produtos, pois potencializa a presença numericamente em todas as regiões, ampliando nossa capilaridade e permitindo que o portfólio esteja cada vez mais presente nos lares brasileiros", reforça.



O atacado distribuidor tem grande relevância na estratégia de distribuição dos produtos, pois potencializa a presença numericamente em todas as regiões

Jonatas Rocha,
CMO Melitta South
America



Novas embalagens Condor

Fazer melhor a cada dia e fazer cada dia ser melhor é a razão que dá sentido a tudo que fazemos.

Condor

Faça seu negócio brilhar.

+ modernas



+ atrativas



+ vendas
para o seu
negócio



Condor. Nova identidade visual para ser cada vez mais a melhor marca para você!

Conecte-se: condor.ind.br    

DURACELL

Categoria trabalhada: pilhas/baterias

Principais marcas: Duracell

www.duracell.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MELITTA

Categoria trabalhada: filtro de papel

Principais marcas: Melitta e Brigitta

www.melitta.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

ENERGIZER

Categorias trabalhadas: pilhas/baterias

Principais marcas: Energizer e Rayovac

www.rayovac.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PANASONIC

Categoria trabalhada: pilhas/baterias

Principais marcas: Panasonic

www.panasonic.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GRUPO 3 CORAÇÕES

Categoria trabalhada: filtros de papel

Principais marcas: 3 Corações e Hario V60

www.3coracoes.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MELITTA®. ESPECIALISTA EM OFERECER O MELHOR DO CAFÉ FRESQUINHO.



Melitta® é a marca referência na decisão de compra dos brasileiros.
Do preparo ao consumo, a Melitta® é especialista em oferecer o
melhor do café fresquinho aos consumidores.



CAFÉ FRESQUINHO
PARA SENTIR =
MAIS A VIDA!



/melittabrasil | www.melitta.com.br

PHILIPS

Categoria trabalhada: pilhas/baterias

Principais marcas: Philips

www.philips.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

HENKEL

Categoria trabalhada: colas

Principais marcas: Cascola, Pritt, Loctite e outras

www.henkel.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SAINT-GOBAIN DO BRASIL

Categorias trabalhadas: selantes/adesivos para reparos domésticos e outros

Principais marcas: Tek Bond e outras

www.tekbond.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

YIN'S BRASIL

Categorias trabalhadas: bastão de cola quente e outros

Principais marcas: Yin's Paper e outras

www.yinsbrasil.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

KIAN

Categorias trabalhadas: lâmpadas

Principais marcas: Kian

www.kian.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

QUEM MOVE SEU NEGÓCIO MERECE A MELHOR FORMAÇÃO

A UniABAD, criada pela ABAD em parceria com o NIVE e a Faculdade Jardins, oferece o primeiro Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Vendas, Logística e Distribuição do Brasil. Uma iniciativa para transformar sua força de vendas em um diferencial competitivo.

O que **sua empresa** ganha

- Formação 100% EAD – Flexível e acessível
- Curso de curta duração – Apenas 2 anos
- Conteúdo alinhado à realidade do setor atacadista e distribuidor
- Avaliado com nota máxima no MEC

**VALOR EXCLUSIVO
PARA ASSOCIADOS**

**MENSALIDADE
R\$ 199,90**

**Acesse o QR Code e
cadastre sua empresa**



ELEVE O POTENCIAL DA SUA EQUIPE!

Construa um time de alta performance com formação em Vendas **reconhecida pelo MEC**

ACESSE O SITE PARA SABER MAIS:
WWW.ABAD.COM.BR/UNIABAD

Bebida democrática

POR CLAUDIA RIVOIRO

O estudo da NielsenIQ elenca os dez fornecedores de maior faturamento em estabelecimentos enquadrados como autosserviço pequeno nos 12 meses encerrados em 27 de abril. A pesquisa aponta as vendas registradas nos checkouts de 3.474 lojas de supermercado pequeno (até mil metros quadrados de área de comercialização). O Guia dos Fornecedores segue a metodologia Total Store Item, que tem uma amostragem fechada de pontos do varejo com histórico mínimo de um ano com a NielsenIQ, que revê a cada ano o universo pesquisado. O propósito é oferecer um retrato de comercialização com menos oscilação e mais fiel de dados disponibilizados pelo painel pesquisado. Os estabelecimentos colaborativos enviam as informações semanalmente e têm 100% dos produtos categorizados. O Total Store Item possui uma metodologia aplicada e dirigida somente ao varejo com a leitura de código de barras. A cesta analisa a cerveja. Segundo Adilson Carvalho Júnior, presidente da BFBA (Associação Brasileira de Importadores e Exportadores de Bebidas e Alimentos) e diretor-proprietário da Casa Flora Distribuidora, o setor de bebidas alcoólicas é muito relevante, com várias indústrias atuando nele, e o de cervejas é o maior, mas também de cachaças e outras bebidas. O canal indireto atua muito na distribuição de produtos em todo o Brasil. "Fazendo um trabalho bastante complexo e difícil devido a nossa grande extensão territorial, atendendo vários tipos de clientes, do maior ao menor varejo", lembrou. Ele ainda ressaltou que no período da pandemia as pessoas que começaram a consumir bebidas mais premium, gastando mais no tíquete, seja em cerveja, vinho ou coquetelaria, continuaram nessa busca. "O movimento que se iniciou naquela época permaneceu e a busca por marcas relevantes também", destacou.



DEPOSITPHOTOS

O canal indireto atua muito na distribuição de produtos em todo o Brasil fazendo um trabalho bastante complexo e difícil devido a nossa extensão territorial

Adilson Carvalho Júnior,
presidente da BFBA (Associação Brasileira de Importadores e Exportadores de Bebidas e Alimentos) e diretor da Casa Flora Distribuidora



QUAL O SEU DRINK?

PARA BRINDAR OS SEUS ENCONTROS.

JOHNNIE WALKER®

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

AMBEV

Categorias trabalhadas: cervejas

Principais marcas: Antarctica, Quilmes, Stella Artois, Spaten, Corona, Skol, Bohemia e Original, entre outras

www.ambev.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

HEINEKEN

Categorias trabalhadas: cerveja

Principais marcas: Heineken e Heineken 00

www.heineken.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PETROPÓLIS

Categorias trabalhadas: cervejas

Principais marcas: Itaipava, Cacildis, Petra e Cabaré

www.grupopetropolis.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CERVEJARIA CIDADE IMPERIAL

Categoria trabalhada: cerveja

Principal marca: Cidade Imperial

www.cidadeimperial.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CASA DI CONTI

Categorias trabalhadas: cerveja

Principais marcas: Samba, Burguesa, 1500 Puro Malte, Conti Bier e Moinho Real, entre outras

www.casadiconti.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

COCA COLA

Categorias trabalhadas: cervejas

Principais marcas: Therezópolis, Eisenbahn, Sol, Kaiser, Bavaria, Tiger e Estrella Galicia

coca-cola-femsa.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

HIJOS DE RIVERA

Categorias trabalhadas: cerveja

Principais marcas: 1906, Maeloc, Estrella Galicia

corporacionhijosderivera.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BRUDER

Categoria trabalhada: cerveja

Principais marcas: Ultra, BG IPA, Session IPA, Alma Cevada

cervejariabrunder.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BRASBEV

Categoria trabalhada: cerveja

Principais marcas: Brussels, Estrella Sirius e Sirius

www.brasbev.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

A revista de **negócios** dos atacadistas distribuidores

DISTRIBUIÇÃO

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

A DISTRIBUIÇÃO é a revista oficial da ABAD, focada em atacadistas e distribuidores. Oferece informação de qualidade e excelentes oportunidades para divulgar sua marca em todo o Brasil.



Para mais informações, entre em contato com o Departamento de Relacionamento e Negócios da ABAD:

(11) 99201-9316

comercial@abad.com.br





Fonte de negócios

POR RÚBIA EVANGELINELLIS

A

cesta de bebidas não alcoólicas é formada por água, refrigerantes, bebidas à base de soja e sucos (em pó, concentrados e prontos). Diversificada em produtos, sabores e apresentações, atrai consumidores de todos os gostos e bolsos, incluindo quem prioriza a saudabilidade. É um mercado disputado por grandes fabricantes, como Coca-Cola, Pepsico, Ambev, Britvic e outras companhias famosas. A Minalba Brasil está no Grupo, com diversos rótulos, como San Pellegrino, Perrier, São Lourenço, Minalba e Indaiá.

Com um portfólio contendo água, sucos e refrigerantes, além de outras bebidas, a empresa acredita ter um mix para atender diferentes canais de vendas, como observa Christina Larroude, diretora de marketing da Minalba Brasil.

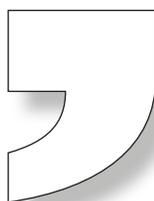
“Com atuação nacional, a Minalba Brasil oferece ganhos de escala e eficiência logística, tendo o atacado distribuidor como parceiro essencial para ampliar a capilaridade e garantir excelência na execução”, garante.

A inovação também conta como ponto positivo para que a companhia alcance passos maiores na sua trajetória no mercado. Segundo Christina, a empresa foi pioneira no lançamento da água em lata, na adoção de tampas com braile e em edições com causa social, como a desenvolvida em parceria com a ONG Gerando Falcões. “Seguimos como referência em crescimento sustentável, geração de valor e impacto positivo no setor.”

A empresa está presente em 22 estados e no Distrito Federal. É uma divisão do Grupo Edson Queiroz, 100% nacional. Possui ainda o energético Night Power e o licenciamento das marcas Grapette e Nestlé Pureza Vital, bem como a concessão para a distribuição das marcas globais premium Perrier, S. Pellegrino e Acqua Panna e para a produção e distribuição do Minotauro Energy Drink.

Com atuação nacional, a empresa oferece ganhos de escala e eficiência logística. Tem no atacado distribuidor o parceiro essencial para ampliar a capilaridade e garantir excelência na execução

Christina Larroude,
diretora de marketing
da Minalba Brasil



DEPOSITPHOTOS

Attiva

ÁGUA MINERAL NATURAL

Água Oficial da convenção da ABAD 2025

Certificações Internacionais



pH 8,15

MARCAS PRÓPRIAS

Qualitá



Acesse o nosso site pelo QR CODE:



MARCAS EXCLUSIVAS



O Grupo Attiva, que completa 20 anos de mercado, será o fornecedor oficial de água da Convenção ABAD 2025. Além de apresentar sua linha de produtos, traz como novidades o lançamento da água mineral em garrafa de vidro e sua entrada no mercado de exportação. Referência em marcas próprias e exclusivas, a empresa se destaca pela qualidade da água alcalina (pH 8,15) e pelo constante foco em inovação, expansão e excelência. A previsão para 2025 é de forte crescimento no Brasil e no exterior, com novos lançamentos e consolidação do portfólio.

LANÇAMENTO



THE COCA-COLA COMPANY

Categorias trabalhadas: água, sucos, refrigerantes e bebidas à base de soja

Principais marcas: Coca-Cola, Crystal, Sprite, Ades, Dell Vale e outras

www.coca-cola.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

AMBEV

Categorias trabalhadas: água, sucos, refrigerantes e outras

Principais marcas: Guaraná Antarctica, do Bem e outras

www.ambev.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PEPSICO

Categorias trabalhadas: refrigerantes e outras

Principais marcas: Pepsi e H2OH!

www.pepsico.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MINALBA BRASIL

Categorias trabalhadas: água, refrigerantes e sucos

Principais marcas: Minalba, Indaiá, Nestlé Pureza Vital, Petrópolis e outras

minalbabrasil.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NATURAL ONE

Categorias trabalhadas: sucos

Principais marcas: Natural One

www.natone.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BRITVIC BRASIL

Categorias trabalhadas: sucos, água tônica e outras

Principais marcas: Maguary, Dafruta e outras

www.lojabritvic.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MONDELEZ

Categorias trabalhadas: sucos em pó

Principais marcas: Tang, Fresh e Clight

www.mondelezinternational.com/brazil/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

FRUKI BEBIDAS

Categorias trabalhadas: refrigerantes, água e sucos

Principais marcas: Fruki, Água da Pedra, Frukito e outras

www.fruki.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

COTIA FOODS

Categorias trabalhadas: água mineral natural

Principais marcas: Água Frescca

www.aguafrescca.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PRATINHA

Categorias trabalhadas: sucos

Principais marcas: Prat's

www.prats.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

Cuidados que fazem a diferença

POR CLAUDIA RIVOIRO

Beleza se põe à mesa, sim senhor! Essa cesta contém uma grande quantidade de categorias que inclui produtos para tratamento de pele, esmaltes para unhas, lâminas e aparelhos de barbear, produtos para tratamento de cabelos, shampoo e tintura para cabelo. A empresa Skala está entre as dez citadas na pesquisa da Nielsen IQ e publicada pela primeira vez nesta edição.

A Skala Cosméticos é uma marca que ocupa um lugar muito especial no mercado brasileiro da beleza e segundo o seu CEO, Luís Delfim, a fornecedora tem orgulho de ser reconhecida como uma marca acessível, vegana e que verdadeiramente escuta o consumidor. "Temos como slogan: 'Beleza é para todos', e investimos continuamente em pesquisas e tecnologias para o desenvolvimento de fórmulas inovadoras que atendam às necessidades dos mais variados tipos de cabelo e pele", ressalta.

O portfólio hoje conta com nove linhas completas que atendem todas as etapas do cronograma capilar — hidratação, nutrição e

E

É por meio dessa parceria que conseguimos garantir capilaridade e presença em todo o país, chegando até os lares mais distantes com eficiência e agilidade

Luís Delfim,
CEO da Skala Cosméticos

Q

reconstrução —, tanto para adultos quanto para crianças, além de hidratantes corporais e desodorantes. A parceria com o canal indireto é um dos grandes pilares da estratégia comercial da indústria. "É por meio dessa parceria que conseguimos garantir capilaridade e presença em todo o país, chegando até os lares mais distantes com eficiência e agilidade. A relação com os nossos distribuidores e varejistas é de confiança mútua e crescimento conjunto. Estamos investindo em tecnologia e inteligência de dados para apoiar nossos parceiros com informações que ajudem a otimizar o dia a dia, entender o comportamento do shopper e impulsionar as vendas. Além disso, nossas campanhas regionais e materiais de PDV seguirão cada vez mais personalizados, com foco em performance", informa Delfim. No mercado há mais de 30 anos, a Skala é pioneira na comercialização de cremes de tratamento para cabelo em embalagens de um quilo. A empresa acaba de anunciar a construção de uma nova fábrica em Uberaba/MG, cidade que abriga sua sede há quase 40 anos. A nova planta, projetada para concentrar toda a linha de produção da marca, tem inauguração prevista para 2027.



P&G

Categorias trabalhadas: shampoo, creme para cabelo e produto para pele

Principais marcas: Aussie, Herbal Essence, Pantene, head & shoulders e Old Spice, entre outras

www.br.pg.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

UNILEVER

Categorias trabalhadas: shampoo e creme para cabelos

Principais marcas: Seda, Clear, TRESemmé e Dove, entre outras

www.unilever.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

L'ORÉAL

Categorias trabalhadas: shampoo, creme para cabelo e produto para pele

Principais marcas: L'Oreal Paris, Garnier, Niely, Elvive, Essie, Biolage e Kérastase

www.loreal-finance.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

COTY

Categorias trabalhadas: produto para pele, esmalte e protetor solar

Principais marcas: Risé, Monange, Cenoura & Bronze e Bozzano, entre outras

www.grupocoty.gupy.io

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BEIERSDORF

Categorias trabalhadas: produto para pele e protetor solar

Principais marcas: Nivea, Eucerin e La Prairie

www.beiersdorf.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

EMBELEZZE

Categorias trabalhadas: shampoo, condicionador e tintura para cabelo

Principais marcas: Maxton, Novex, Yantra e Alkimia

www.embelezze.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

WELLA

Categorias trabalhadas: tintura para cabelo

Principais marcas: Koleston e Soft Color

www.wella.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BIC

Categorias trabalhadas: lâminas e aparelhos para barbear

Principais marcas: BIC Soleil Escape, BIC Clic Soleil e BIC Hybrid Flex

corporate.bic.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

COLGATE-PALMOLIVE

Categorias trabalhadas: shampoo, creme para cabelo, creme dental e desinfetante, entre outras

Principais marcas: Palmolive e Protex,

www.colgatepalmolive.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SKALA COSMÉTICOS

Categorias trabalhadas: shampoo, creme para cabelo e condicionador

Principais marcas: Skala

www.skala.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

Fim do atrito entre Crédito e Vendas.

Limite de Crédito Dinâmico 4kst

A Inteligência Artificial que entende o comportamento dos seus clientes, avança vendas, previne a inadimplência e minimiza riscos.

Você não precisa entender de IA nem alterar seus processos para começar a usar.

O Limite de Crédito Dinâmico 4kst entrega, comprovadamente, a melhor visão de risco sobre seus pedidos, tudo dentro do seu ERP, de forma acessível e sem depender de informações de bureau.



Vendas liberadas com segurança

Libere pedidos automaticamente, reduzindo riscos e atritos entre as áreas de Vendas e Finanças, sem aumentar sua inadimplência.



Redução da exposição e da inadimplência

Reduza o limite de crédito para quem está caminhando para inadimplência e negue vendas à prazo para os clientes de alto risco.



Autoridade sobre antecipações financeiras

Escolha seus recebíveis com a melhor visão de risco da sua própria carteira.



Conheça o Limite de Crédito Dinâmico 4kst

Acesse o vídeo do produto pelo QR Code e fale com nosso time: 41 991 524 567





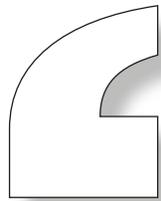
DEPOSITPHOTOS

NielsenIQ, estão os pesos-pesados Unilever, Ajinomoto, Kraft Heinz, Cargill, Predilecta, Nestlé, Fugini, Sakura Nakaya, Bunge e Antares Brasil. São companhias que buscam conquistar o brasileiro, pelo paladar e praticidade, e sabem o valor de manter um abastecimento sem ruptura e fazer chegar os produtos aos quatro cantos do país. Assim faz a Cargill, ao garantir que trabalha para aproximar os desejos dos brasileiros às demandas do varejo e outros canais de vendas, incluindo o atacado distribuidor. “Para construir uma relação essencial, nos preocupamos em ouvir os consumidores e oferecer produtos desenvolvidos a partir das tendências de consumo atuais para os diferentes canais”, observa Cristina Faganello, vice-presidente sênior e diretora-geral para Food da Cargill na América do Sul. Elefante, Liza e Pomarola são algumas marcas da empresa, que fabrica extratos, molhos, maionese e temperos, entre outros. “São produtos que levam saudabilidade, conveniência, praticidade e sustentabilidade aos mais diferentes pratos, sem abrir mão do sabor”.

Curinga da mesa

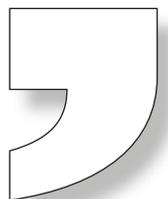
POR RÚBIA EVANGELINELLIS

Repleta de ingredientes para o preparo de pratos e lanches, a cesta de Caldos, Molhos e Condimentos movimentada as gôndolas do varejo, seja na compra de reposição ou para abastecer a despensa doméstica. Composta por atomatados, temperos, maionese e molhos de diferentes composições, estampa a disputa de marcas populares, pertencentes às grandes indústrias que investem em inovação. No grupo dos dez maiores fornecedores, em comercialização registrada nos checkouts no pequeno varejo pesquisado pela



Preocupamo-nos em ouvir os consumidores e oferecer produtos desenvolvidos a partir das tendências de consumo atuais para os diferentes canais

Cristina Faganello,
vice-presidente sênior e diretora-geral
para Food da Cargill na América do Sul



AJINOMOTO

Categorias trabalhadas: temperos e molhos

Principais marcas: Aji-no-moto, Hondashi, Sazón, Satis! e Sabor a mi - receita de casa

www.ajinomoto.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

UNILEVER

Categorias trabalhadas: caldo, temperos, molhos e maionese

Principais marcas: Knorr, Hellmann's e Arisco

www.unilever.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

KRAFT HEINZ

Categorias trabalhadas: temperos e molhos

Principais marcas: Heinz, Quero, Hemmer e outras

www.kraftheinz.com/pt-BR

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CARGILL

Categorias trabalhadas: extrato de tomate, molhos, maionese e temperos

Principais marcas: Elefante, Liza, Pomarola, Pomodoro, Tarantella e outras

www.cargill.com.br/en/home

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PREDILECTA ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: caldos, extrato de tomate, maionese e molhos

Principais marcas: Predilecta

www.predilecta.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NESTLÉ

Categorias trabalhadas: caldos e temperos

Principais marcas: Maggi e outras

www.nestle.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

FUGINI ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: extrato de tomate e molhos

Principais marcas: Fugini

www.fugini.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SAKURA NAKAYA ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: molhos e temperos

Principais marcas: Sakura, Kenko, Missô e outros

www.sakura.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BUNGE

Categorias trabalhadas: caldos, maionese e temperos

Principais marcas: Salada, Soya, Salsaretti e Primor, entre outras

www.nestle.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

ANTARES BRASIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: extrato, maionese, molhos e outras

Principais marcas: Pramesa

pramesa.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

Elefante em novos sabores!



LANÇA MENTO



LANÇA MENTO



Marca Top of Mind
em atomatados pelo nono ano consecutivo



5 cores diferentes em potes.
Consumidores colecionam e reaproveitam a embalagem

Elefante, a marca mais vendida de atomatados, tem o portfólio completo para as refeições diárias.



Liza

Opções de menor desembolso

Liza Bolos & Doces
Ideal para receitas doces.

Liza Fritura
Para receitas sequinhas e com odor mais suave de fritura.

Liza® Óleos Especiais, agora em um novo formato, 500ml.

Liza traz mais uma novidade para a categoria de óleos especiais, com a mesma qualidade já conhecida dos óleos especiais Liza.

Doces desafios

POR RUBIA EVANGELINELLIS

Biscoitos, chocolates, goma de mascar e até cereais em barra. Esse grupo de produtos, com fãs mirins e no mundo adulto, forma a cesta de candies. São categorias encontradas no portfólio de grandes indústrias, que combinam inovação com marcas populares, sendo algumas icônicas. A leitura de vendas, por código de barras, mostra o varejo de pequeno porte, pesquisado pela NielsenIQ, atento à preferência do consumidor. Na lista dos fornecedores que mais venderam em 12 meses, encerrados em abril, estão grandes companhias. A Neugebauer está na relação dos campeões de vendas, com seus chocolates. Ricardo Vontobel, presidente da companhia, explica, porém, que a alta do preço mundial do cacau afeta o Brasil e a inovação tem de ser a palavra de ordem para superar este desafio. "Acompanhamos as tendências do mercado, lançando sabores diferenciados e atraindo novos públicos. Apostamos em ações, como o lançamento de uma diferenciada

marca de barras e bombons, com recheios inspirados na gastronomia internacional." Outra medida foi ampliar o portfólio. Atualmente, a Neugebauer conta com mais de cem produtos, de chocolates ao doce de leite Mu-Mu. "Em paralelo às tradicionais marcas, investimos em linhas diferenciadas e na oferta de uma diversificada linha de bombons. Realizamos, ainda, ações promocionais", destaca. O empresário ressalta a parceria com o canal indireto. "O setor é muito importante para o crescimento e um de nossos focos para a expansão da participação, numérica e volumétrica. Seus operadores contribuem para colocar os produtos ao alcance dos consumidores, a partir do atendimento ao pequeno e médio varejo." Segundo informou, o grande desafio é o mercado de São Paulo para fortalecer o crescimento, em volume e marca comercializados, junto dos outros estados do Sudeste, com maior oportunidade de aumento de distribuição numérica.

O canal indireto é muito importante para o crescimento e um de nossos focos para a expansão da participação, numérica e volumétrica

Ricardo Vontobel,
presidente da
Neugebauer



MONDELEZ

Categorias trabalhadas: biscoitos, chocolates, goma de mascar e outras

Principais marcas: Bis, Oreo, Club Social, Lacta, Trident e outras

www.mondelezinternational.com/brazil

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NESTLÉ

Categorias trabalhadas: biscoitos, chocolates e outras

Principais marcas: Negresco, Passatempo, Alpino, Suflair, Nestlé e outras

www.nestle.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GAROTO

Categorias trabalhadas: chocolates, biscoitos e outras

Principais marcas: Garoto, Serenata de Amor, Baton, Talento e outras

www.garoto.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

M. DIAS BRANCO

Categorias trabalhadas: biscoitos, snacks e outros

Principais marcas: Adria, Jasmine, Vitarella, Piraquê, Richester, Isabela etc.

www.mdiasbranco.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

HERSHEY

Categorias trabalhadas: chocolates

Principais marcas: Hershey's e Reese's

www.hersheyland.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MASTERFOODS/MARS

Categorias trabalhadas: chocolates, confeitos e outros

Principais marcas: M&M, Maltesers, Mars, Snickers e Twix

www.mars.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

FERRERO

Categorias trabalhadas: chocolates

Principais marcas: Ferrero Rocher, Kinder e outras

www.ferrero.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BAUDUCCO

Categorias trabalhadas: biscoitos e cereal em barra

Principais marcas: Bauducco

www.bauducco.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NEUGEBAUER

Categorias trabalhadas: chocolates e outros

Principais marcas: Amor Carioca, Neugebauer e Stikadinho

www.neugebauer.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MARILAN

Categorias trabalhadas: biscoitos e chocolate

Principais marcas: Marilan, TopCau, Lev e Pit Stop

www.grupomarilan.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

Linha de Bombons *Neugebauer*

Sabores que despertam
a vontade de compartilhar.



Mu-Mu Kids Sortidos – 187,2g

Uma vaquinha divertida a cada sabor. Com cobertura de chocolate ao leite, nos recheios de Morango, Coco, Uva, Banana, Baunilha e Chocolate.



Neugebauer Hits – 200g

Mix dos chocolates da Neugebauer em um só lugar.



Amor Carioca Branco – 200g

Bombom com recheio cremoso, wafer crocante e cobertura sabor chocolate branco.



Amor Carioca Ao Leite – 200g

Bombom com recheio cremoso, wafer crocante e cobertura sabor chocolate ao Leite.



Amor Carioca Duo – 200g

As duas versões do Bombom Amor Carioca, nos sabores ao leite e Branco, em um só lugar.



1891 Collection – 216g

Uma experiência sofisticada nos sabores: Intense 70% cacau, Dark 55% cacau, Supreme ao Leite e Branco.



Nóg Bombons Recheados – 205,5g

Bombom de chocolate ao leite, nos recheios de Crème Brûlée, Pavlova, Banoffee, Tarte au Citron, Tiramisù.



www.neugebauer.com.br



[queroneugebauer](https://www.instagram.com/queroneugebauer)



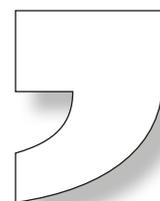
[queroneugebauer](https://www.facebook.com/queroneugebauer)



O atacado distribuidor viabiliza o abastecimento onde as empresas não têm operação direta, otimiza a logística e amplia o alcance das marcas”

Rodrigo Gross,
diretor nacional de vendas da Josapar

DEPOSITPHOTOS



Dupla brasileira

POR RÚBIA EVANGELINELLIS

Dona de um protagonismo na mesa do brasileiro, a dupla arroz com feijão também não pode faltar na lista de compras dos varejistas. O par famoso de grãos é oferecido pela indústria em diferentes versões e variedades, como é possível observar nas fichas técnicas dos dez fornecedores campeões de vendas no pequeno varejo pesquisado pela NielsenIQ. Na lista top está o grupo Josapar, com a marca Tio João. Rodrigo Gross, diretor nacional de vendas, da empresa, afirma que a empresa realiza avaliação contínua e estratégica do mercado de arroz e feijão. “Acompanhamos de perto as transformações no comportamento do consumidor e as tendências de alimentação no Brasil. A empresa investe constantemente na diversificação do portfólio para atender às novas demandas e ampliar sua presença em diferentes segmentos”. O pequeno varejo e o atacado distribuidor, acrescenta, têm papel fundamental na estratégia de comercialização. “São canais de importância para a capilaridade da distribuição e para o acesso da população a alimentos básicos e de alto consumo, como é o caso do arroz e do feijão.”

Em um país de dimensões continentais, como o Brasil, o executivo reforça o valor do pequeno varejo, como mercados inseridos em comunidades e regiões onde as grandes redes de supermercados muitas vezes não chegam e que garantem o acesso aos produtos mesmo em áreas remotas ou periféricas. “Além disso, o relacionamento próximo entre comerciantes e consumidores cria vínculos de confiança e fidelização, que influenciam diretamente na escolha das marcas ofertadas.” O atacado distribuidor, por sua vez, é visto como um elo estratégico entre a indústria e o pequeno varejo. “Ele viabiliza o abastecimento onde as empresas não têm operação direta, otimiza a logística e amplia o alcance das marcas. Essa estrutura permite que os pequenos varejistas comprem em volumes compatíveis com sua demanda, com acesso a uma variedade de marcas e condições comerciais competitivas”. Dessa forma, conclui, o canal indireto “contribui para a democratização do consumo e para o fortalecimento do pequeno varejo como canal essencial na cadeia de abastecimento de alimentos no Brasil”.

CAMIL

Categorias trabalhadas: arrozes e feijões

Principais marcas: Camil

www.camil.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

JOSAPAR

Categorias trabalhadas: arrozes (branco, parboilizado, gourmet e outros) e feijões

Principais marcas: Tio João, Meu Biju e outras

www.josapar.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PIRAHY ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: arrozes (branco, integral, oriental, especiais e outros)

Principais marcas: Prato Fino

www.pratofino.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

ARROZEIRA SEPEENSE

Categorias trabalhadas: arrozes diversos

Principais marcas: Tio Lautério, Sepe, Medianeira e outras

www.arrozeira.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

URBANO

Categorias trabalhadas: arrozes e feijões

Principais marcas: Urbano

www.urbano.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

A LINHA DE SAIS NÚMERO
ummmmmmmmm
GANHOU NOVOS INTEGRANTES.



NOVAS
EMBALAGENS
1kg

NOVOS POTES
1,1kg

Conheça as novas embalagens
econômicas das linhas Sal Lebre
Parrilla e Churrasco. Um sucesso
de vendas em todo o Brasil!



SAL LEBRE

sallebre.com.br

TIA DORA/GRUPO MATEUS

Categorias trabalhadas: arrozes e feijões

Principais marcas: Tia Dora

www.mateuson.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MBORTO

Categorias trabalhadas: feijões

Principal marca: Kicaldo

www.kicaldo.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

COOPERATIVA ARROZEIRA PALMARES

Categorias trabalhadas: arrozes diversos

Principais marcas: Palmares

www.arrozpalmares.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CDA ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: arrozes e feijões

Principais marcas: Tio Jorge, Gol, Painho e outras

www.cdaalimentos.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SÃO JOÃO ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: arrozes e feijões

Principais marcas: Patéko, Empório São João, Famil e outras

saojoaoalimentos.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

Trade marketing é ação no campo.

Na **TRADEPRO**, tecnologia não é suporte — é o motor da sua operação.

Na TradePRO, a tecnologia vai além de dashboards e relatórios bonitos.

Ela é construída para conectar o que realmente move resultados: *estratégia, equipe e execução de ponta a ponta.*

Há mais de 14 anos, somos especialistas em desenvolver soluções exclusivas para **trade marketing e vendas** — tecnologia aplicada com foco total em performance no ponto de venda.



Nossas plataformas integram toda a jornada da sua operação:

- Planejamento estratégico mais inteligente
- Equipes de campo mais conectadas
- Execução no PDV mais precisa
- Monitoramento em tempo real
- E análises com dados que viram decisão

O que isso significa na prática?

É saber, com precisão, o que foi feito, onde foi feito e o que deu certo. Sem achismos, sem ruídos, sem retrabalho — só execução monitorada, com dados reais e confiáveis.

Com a **TRADEPRO**, você tem controle que antecipa rupturas, visibilidade que acelera decisões e automação que libera sua equipe para o que realmente importa: vender com excelência.

Tecnologia de verdade não atrapalha — ela simplifica, impulsiona e entrega.

Quer saber o que isso significa na prática?
Fale com quem já acelera o trade marketing há mais de 14 anos.

Casa sempre em ordem

POR CLAUDIA RIVOIRO

A pesquisa que traz dez empresas listadas pela metodologia Total Score da Nielsen IQ contém artigos de mesa, utensílios plásticos, utensílios de limpeza e talheres e conta com empresas como Tramontina, indústria gaúcha bastante tradicional fundada em 1911, com mais de 22 mil itens no portfólio, que mantém produção em oito unidades fabris - seis no Rio Grande do Sul, uma em Belém (PA) e outra no Recife (PE). Atualmente, conta com mais de dez mil funcionários e exporta seus produtos, todos com a marca Tramontina, para mais de 120 países. No portfólio estão utensílios e equipamentos para cozinha, porcelanas, eletros, ferramentas para agricultura, jardinagem, manutenção industrial e automotiva, construção civil, materiais elétricos, veículos utilitários,

O papel do canal é fundamental para a pulverização e alcance dos produtos em todas as regiões do país

Cesar Vieceli,
diretor
corporativo
da Tramontina

móveis de madeira e plástico. Para Cesar Vieceli, diretor corporativo da Tramontina, a empresa utiliza o canal Atacado Distribuidor para todas as suas categorias de produtos. "O papel do canal é fundamental para a pulverização e alcance dos produtos em todas as regiões do país. Essa parceria se consolida a cada ano, com base no entendimento do comportamento de compra do shopper e com estratégias exclusivas para o canal, ambos atuando pelo mesmo objetivo", destacou. Ele ainda adiantou que no segmento de utilidades, a Tramontina apresenta para este mercado uma linha completa de garrafas e bules térmicos, uma solução de

potes plásticos totalmente reestilizada, novas cores de talheres, tábuas de corte e porcelanas. "Todas essas linhas contam com design, qualidade e preços competitivos para o canal", finalizou.



NADIR FIGUEIREDO

Categorias trabalhadas: copos e artigos de mesa de vidro

Principais marcas: Nadir, Marinex, Copo Americano, Duralex, Sempre, Colorex e SM.

www.nadir.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PLASUTIL

Categorias trabalhadas: utensílios plásticos

Principais marcas: Duo, Trava Mais, Clic, Conect e Moduline, entre outras

www.plasutil.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CINCO PLASTIC

Categorias trabalhadas: utensílios plásticos

Principais marcas: Cinco Plastic

financeiro@5plastic.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SANREMO

Categorias trabalhadas: utensílios plásticos

Principais marcas: Sanremo

www.sanremo.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SÃO BERNARDO

Categorias trabalhadas: utensílios plásticos

Principais marcas: São Bernardo

www.brasilplasticos.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

OXFORD

Categorias trabalhadas: artigos para mesa

Principais marcas: Oxford, Biona e Strauss

www.oxfordporcelanas.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

TRAMONTINA

Categorias trabalhadas: talheres, utensílios plásticos e artigos para mesa

Principal marca: Tramontina

www.tramontina.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

ARQPLAST

Categorias trabalhadas: utensílios plásticos

Principal marca: Arqplast

www.arqplast.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MAXIMA PLAST

Categorias trabalhadas: utensílios plásticos

Principal marca: Maxima Plast

www.maximaplast.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PLASVALE

Categorias trabalhadas: utensílios plásticos e artigos de mesa

Principal marca: Plavale

www.plasvale.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SEGURANÇA DE VERDADE COMEÇA COM PADO.

15
anos de
garantia



Embalagem Flowpack



Embalagem Blister



Embalagem Cartucho



Cadeados versáteis



Haste com resistência a violações



Confiabilidade garantida pela norma ABNT



Latão maciço, que garante maior durabilidade



Reputação máxima no **ReclameAQUI**



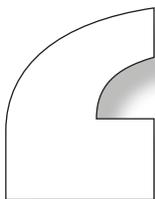
O cadeado do Brasil

Mercado concorrido

POR RÚBIA EVANGELINELLIS

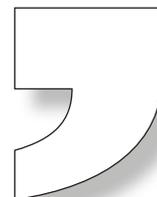
Composta por uma gama diversificada de produtos, a cesta de higiene pessoal abraça artigos desenvolvidos para toda a família. O que a torna essencial é por incluir desde fraldas descartáveis (para crianças e adultos), creme/escova dental, enxaguante bucal, absorventes femininos, sabonetes, desodorantes e até bronzeadores, preservativos, lenços umedecidos e papel higiênico. Bruno Wolmer, diretor-comercial sênior da Kenvue, afirma que o mercado é competitivo e exige atenção. “Está inserido em um cenário cada vez mais dinâmico e competitivo e em constante evolução para atender às necessidades do consumidor.” Nesse contexto, observa, o canal indireto tem um papel “muito relevante”, já que é uma via “superestratégica” para alcançar mais consumidores. “Ter a oportunidade de trabalhar em conjunto com os nossos clientes e parceiros deste canal, com iniciativas estruturadas, contribui para conquistarmos resultados mais fortes e consistentes no médio e no pequeno varejo”. Wolmer destaca o valor de a empresa estar entre as dez maiores indústrias que mais faturaram nos mercados (de até mil metros quadrados de área de vendas) no ano móvel encerrado em abril. “Figurar na lista de maiores fornecedores é um

exemplo da importância do papel que os clientes do canal indireto têm para o nosso modelo de distribuição, que garante a presença de nossas marcas icônicas em todo o país.” O diretor acrescenta a importância de reforçar o compromisso de a Kenvue “continuar” investindo e fortalecendo as parcerias e desenvolvendo os negócios em conjunto com os atacadistas e distribuidores.



Figurar na lista de maiores fornecedores é um exemplo importante do papel que os clientes do canal indireto têm para o nosso modelo de distribuição

Bruno Wolmer,
diretor-comercial sênior da Kenvue



UNILEVER

Categorias trabalhadas: sabonete, creme dental, desodorante e outras

Principais marcas: Lux, Dove, Rexona, Close Up e outras

www.unilever.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

COLGATE-PALMOLIVE

Categorias trabalhadas: creme dental, sabonete, desodorante e outras

Principais marcas: Colgate, Palmolive, Sorriso e Protex

www.colgatepalmolive.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

KIMBERLY-CLARK

Categorias trabalhadas: fraldas descartáveis, absorventes e outras

Principais marcas: Huggies, Intimus, Plenitud e outras

www.kimberly-clark.com/pt-br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PG - PROCTER & GAMBLE BRASIL

Categorias trabalhadas: absorvente, fralda, escova/creme dental e outras

Principais marcas: Oral-B, Gillette, Pampers, Always e outras

br.pg.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SUZANO PAPEL E CELULOSE

Categorias trabalhadas: papel higiênico, lenços e fraldas

Principais marcas: Neve, Kleenex e Maxx Baby

www.suzano.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MILI

Categorias trabalhadas: papel higiênico, lenço umedecido e absorvente

Principais marcas: Mili

www.mili.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BEIERSDORF

Categorias trabalhadas: sabonetes, desodorantes e outras

Principal marca: Nivea

www.beiersdorf.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SANTHER

Categorias trabalhadas: papel higiênico, fraldas, absorventes e outras

Principais marcas: Personal, Sym, Kiss e outras

www.santher.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SOFTYS

Categorias trabalhadas: fraldas, absorventes, lenços, papel higiênico e outras

Principais marcas: Sublime, Baby Sec e outras

www.softys.com/pt-br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

KENVUE

Categorias trabalhadas: fraldas, absorventes, enxaguante, sabonete, protetor solar e outras

Principais marcas: Johnson's, Neutrogena, Listerine, Sundown, Sempre Livre, O.B e outras

www.kenvue.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NOVA LINHA de Sabonetes Siene

COM
ÓLEOS NATURAIS

FORMATO + ANATÔMICO



(1) Óleos naturais presentes nas fragrâncias

CONHEÇA A
LINHA COMPLETA



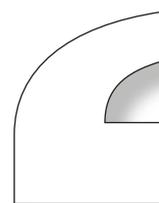
GARANTA O SUCESSO NO PONTO DE VENDA E ALAVANQUE SEU
FATURAMENTO COM A NOVA LINHA DE SABONETES SIENE

Variedade que ganha espaço

POR CLAUDIA RIVOIRO

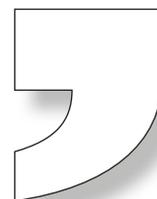
No Guia Anual, a cesta Lácteos engloba creme de ricota, leite fresco, queijos, queijos cremosos e queijos fatiados; a Savencia Brasil, dona de muitas marcas, inclusive Polenghi, aparece entre as dez fornecedoras listadas. Para Augusto Lemos, CEO da Savencia Fromage & Dairy Brasil, o brasileiro tem ampliado seu repertório em relação aos queijos, deixando de consumir apenas os tipos mais tradicionais, como muçarela e prato, e explorando novas variedades. “Ganha espaço no mercado tanto os queijos funcionais, voltados para a saúde e bem-estar (como os com baixo teor de lactose, probióticos ou alto valor nutricional), quanto os queijos finos, mas ainda há um déficit significativo de conhecimento por parte dos consumidores”, explica. A Savencia Brasil como parte de um grupo internacional busca combinar tradição e modernidade, oferecendo um portfólio

diversificado que atende diferentes perfis de consumidores — desde os que buscam opções acessíveis para o consumo diário até aqueles interessados em queijos finos e experiências gastronômicas mais sofisticadas, com marcas que atuam há mais de 80 anos no mercado. Com relação à parceria com o canal indireto, Lemos ressalta que o papel do setor é estratégico nas operações da Savencia Brasil, representando uma parcela significativa das vendas. “É fundamental para ampliar nossa capilaridade nacional, permitindo que nossas marcas e produtos de retail cheguem a regiões onde a atuação direta seria mais desafiadora ou limitada. Para 2025, a Savencia planeja fortalecer ainda mais esse canal por meio de parcerias estratégicas, programas de capacitação para distribuidores e investimentos em tecnologia e inteligência de mercado, aumentar a eficiência logística, melhorar o atendimento ao cliente e ampliar o acesso às nossas inovações”, informou.



É fundamental para ampliar nossa capilaridade nacional, permitindo que nossas marcas e produtos de retail cheguem a regiões onde a atuação direta seria mais desafiadora

Augusto Lemos,
CEO da Savencia
Fromage & Dairy Brasil



LACTALIS

Categorias trabalhadas: queijos e leite fresco

Principais marcas: Président, Batavo, Itambé, Parmalat, Elegê e Falbani

www.lactalis.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

VIGOR

Categorias trabalhadas: queijos e leite fresco

Principais marcas: Vigor, Danubio, Faixa Azul, Jong, Amélia e Leco, entre outras

www.vigor.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

TIROLEZ

Categorias trabalhadas: creme de ricota, queijos e leite fresco

Principal marca: Tirolez

www.tirolez.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SAVENCIA BRASIL

Categorias trabalhadas: queijos, queijos cremosos e queijos fatiados

Principais marcas: Polenghi, Frescatino, Ile de France e Campo Lindo, entre outras

www.savencia-fd.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BRASIL FOODS

Categoria trabalhada: queijos

Principal marca: Sadia e Qualy

www.brf-global.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MONDELEZ

Categorias trabalhada: queijo Cremoso

Principal marca: Philadelphia

<https://www.mondelezinternational.com>

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

TIROL

Categorias trabalhadas: queijos, queijos cremosos e queijos fatiados

Principais marcas: Tirol, Paulista, Cremor e Treze Tílias

www.tirol.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SÃO JOÃO

Categorias trabalhadas: queijos

Principal marca: São João

quejariapico@gmail.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PORTO ALEGRE

Categorias trabalhadas: creme de ricota, leite fresco e queijos

Principal marca: Porto Alegre

www.laticiniosportoalegre.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

VERDE CAMPO

Categorias trabalhadas: creme de ricota, leite fresco e queijos

Principal marca: Verde Campo

www.verdecampo.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*



LIBERDADE E AUTONOMIA PARA VOCÊ SER O PROTAGONISTA DA SUA EVOLUÇÃO.

Através da tecnologia já transformamos a gestão em mais de 35 mil empresas em todo o país. Junte-se a nós!

Acreditamos que para estar entre os melhores, você precisa ousar, ter um grande time e as melhores tecnologias.

E por isso, pensamos sempre à frente e construímos soluções disruptivas que dão autonomia e liberdade para cada um ser protagonista da sua própria evolução. Assim, você tem mais clareza na tomada de decisões, diminui erros, ganha velocidade, reduz perdas e se destaca no mercado.

0800 940 0750 • sankhya.com.br



DEPOSITPHOTOS

Presença importante

POR CLAUDIA RIVOIRO

A cesta Limpeza Caseira é das mais democráticas e sempre com lançamentos e inovações. A análise da NielsenIQ abrange água sanitária com e sem alvejante, amaciantes, odorizadores de roupas, concentrados de limpeza, inseticidas, limpavidros, lustra-móveis, limpador sanitário, esponja sintética, sabão em pó e líquido e desinfetantes. A Ypê, uma das dez empresas listadas no Guia, foi fundada em 1951, trabalha com importantes categorias no segmento de higiene e limpeza do Brasil, com um portfólio de mais de 450 produtos em 23 categorias, incluindo as marcas Assolan, Atol, Tixan, Perfex, Flor de Ypê, Siene e Action de Ypê. É uma empresa 100% brasileira, com mais de 7.300 colaboradores. Com matriz localizada em Amparo, no interior de São Paulo, conta com mais seis complexos fabris: Salto (SP), Simões Filho (BA), Anápolis (GO), Goiânia (GO), Itajubá (MG) e Itapissuma (PE). Segundo o CEO da empresa, Waldir Beira Júnior, o canal indireto é fundamental para levar os produtos nos quatro cantos do país. “Fazemos o possível

para ter um excelente relacionamento com os representantes desse canal. A nossa meta sempre foi estar presente com os nossos produtos em todos os varejos e contamos com a eficiência do canal, que é fundamental para nós”, destacou. Beira Júnior ainda acrescentou que, para essa operação, sem eles seria impossível estarmos em todos os estados. “A parceria é muito sólida e muitos deles trabalham há muito tempo com a Ypê”, finalizou.

“A nossa meta sempre foi estar presente com os nossos produtos em todos os varejos e contamos com a eficiência do canal indireto, que é fundamental para nós

Waldir Beira Júnior,
CEO da Ypê

Conte com o mix de quem mais entende de perfumação nos lares brasileiros.

Casak&m.
Da nossa casa para sua casa



A Casa K&M é pioneira na perfumação fina para os lares e oferece **um mix completo de cuidados com a casa e com as roupas**, sendo reconhecida pelos consumidores como uma referência de qualidade e performance. **Não deixe faltar na sua loja!**



✓
46 ANOS
NO MERCADO.

✓
SOLUÇÃO COMPLETA DE
PRODUTOS PARA CASA E ROUPAS.

✓
PRESENTE EM
TODO O BRASIL.

www.casakm.com.br

casakmoficial

@casakm

UNILEVER

Categorias trabalhadas: concentrados de limpeza e amaciante de roupas, entre outras

Principais marcas: Omo, Surf, Fofó, Brilhante, Confort, Cif e Vim

www.unilever.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

YPÊ

Categorias trabalhadas: sabão em pó, concentrados de limpeza, amaciante de roupas, entre outros

Principais marcas: Assolan, Atol, Tixan, Perfex, Flor de Ypê, Siene e Action de Ypê.

www.ype.ind.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

P&G

Categorias trabalhadas: sabão em pó e amaciante

Principais marcas: Ariel e Downy.

www.br.pg.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

RECKIT BENCKISER

Categorias trabalhadas: concentrado de limpeza, amaciante de roupas

Principais marcas: Veja, Harpic, Vanish, Passe Bem e SBP

www.reckitt.com/br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SC JOHNSON

Categorias trabalhadas: concentrado de limpeza

Principais marcas: Glade, Bravo, Pato, Lysoform e Mr. Músculo, entre outras

www.scjohnson.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

COMO ANDA A LOGÍSTICA DO SEU CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO

Prejuízos são detectados nos Centros de Distribuição por falta de controle dos processos logísticos

A utilização do Harpia WMS aumenta em até 30% a eficiência da operação logística e elimina custos invisíveis



Conheça a solução para seu Centro de Distribuição

"O diferencial da nossa empresa está na logística!"

Ariovaldo Costa Paulo - ARILU / BRAVEO

Cliente Harpia WMS desde 2018

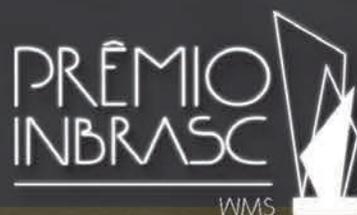
Integrado com os principais sistemas do mercado

Harpia WMS



R3
SISTEMAS

Há 30 anos desenvolvendo soluções de alto nível para os maiores Centros de Distribuição do Brasil



UAU INGLEZA

Categorias trabalhadas: concentrados de limpeza e desinfetante

Principais marcas: Ingleza, Uau, Pinho Trop e Bry

www.uauingleza.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GIRANDO SOL

Categorias trabalhadas: água sanitária, amaciante, concentrados de limpeza, sabão em pó e líquido, e desinfetantes, entre outras

Principais marcas: Girando Sol

www.girandosol.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

BOMBRIL

Categorias trabalhadas: limpador e amaciante, entre outras

Principais marcas: Bombril, Mon Bijou, Limpol, Sapólio e Kalipto

www.bombril.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CASA KM

Categorias trabalhadas: limpador, amaciante, lava roupas líquido e concentrado de limpeza, entre outras

Principais marcas: Amacitel, Brilho Fácil, Casa & Perfume, Coquel e Casa KM

www.casakm.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GTEX BRASIL

Categorias trabalhadas: amaciantes de roupas, desinfetante e lava roupas em pó e líquido

Principais marcas: Baby Soft, Urca, UFE Coco, Classic, Espumil, Amazon H2O, Hiperclean, Ruth Care, Desinfetante UFE e Dipol

www.gtexbrasil.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*



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

TIRE SUAS MARGENS
DO ~~VERMELHO~~ COM
A LINHA AZULIM



MULTIPLIQUE

SUAS MARGENS COM NOSSOS MULTIÚSOS

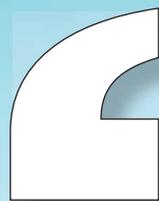


Protagonistas da mesa

RUBIA EVANGELINELLIS

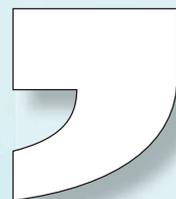
Repleta de marcas famosas, a cesta de mercearia doce tem categorias que puxam as vendas diariamente no varejo, inclusive para aqueles que são movimentados por compras de reposição. Nesse rol entram leites, em suas diversas apresentações, misturas para bolos/sobremesas e gelatinas, cereais matinais, cafés e outros alimentos que servem para o preparo de pratos e lanches. A mercearia doce tem impacto considerado relevante no Grupo Piracanjuba, que se coloca na linha de frente no mercado de consumo de creme de leite da marca e entre os maiores em vendas de leite condensado e leite em pó. Gustavo Afonso de Almeida, diretor-comercial do grupo, que tem ainda o rótulo LeitBom, enxerga o bom desempenho ao planejamento

com foco no valor do portfólio. "Creditamos nossa posição de destaque ao investimento contínuo em produtos que entregam qualidade, sabor e inovação, para atender às diferentes demandas dos consumidores. Por meio da linha zero lactose, por exemplo, oferecemos o acesso a produtos com elevada indulgência, para um público com intolerância à lactose." Outro fator citado como essencial para alcançar o grande mercado consumidor é a distribuição. E para atender à demanda, sem perder terreno, o canal indireto é considerado de "extrema relevância". "Atendemos 35 mil pontos de vendas de forma direta, os atacadistas e distribuidores complementam esse trabalho, levando a marca para lugares que a logística própria não alcança, contribuindo para que os produtos do Grupo cheguem a todo o Brasil", completa Almeida.



Atendemos 35 mil pontos de vendas de forma direta, os atacadistas e distribuidores complementam esse trabalho, levando a marca para lugares que a logística própria não alcança

Gustavo Afonso de Almeida,
diretor-comercial do
grupo Piracanjuba



DEPOSITPHOTOS

SEJA BEM VINDO À CYCLOPES!

Integradora de Soluções
em Mobilidade Corporativa e Rastreabilidade



20+

Anos de Mercado

400+

Clientes atendidos

25.000+

Coletores de Dados Vendidos

PRODUTOS

- ✓ Coletores de Dados
- ✓ Smartphones e Tablets
- ✓ Leitores de Código de Barras
- ✓ Coletores Vestíveis
- ✓ Impressoras de Etiquetas

SOLUÇÕES

- ✓ Gerenciamento de Dispositivos Móveis
- ✓ Infraestrutura de Rede Wireless
- ✓ Plataforma de Mobilidade Corporativa
- ✓ Projetos de RFID
- ✓ Comunicação em displays de LED



Integração que otimiza,
tecnologia que transforma.

www.cyclopes.com.br



ACESSE NOSSO SITE

NESTLÉ

Categorias trabalhadas: leites (creme, em pó, condensados etc.), café e outras

Principais marcas: Nestlé, Moça, Nescafé, Ninho e outras

www.nestle.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

3CORAÇÕES

Categorias trabalhadas: cafés e cappuccino

Principais marcas: 3Corações, Santa Clara, Brasileiro, Rituais e outras

www.3coracoes.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

LATICÍNIOS BELA VISTA, ATUAL GRUPO PIRACANJUBA

Categorias trabalhadas: Leite (em pó, condensado, em creme) e achocolatado (bebida)

Principais marcas: Piracanjuba e Leitbom

www.piracanjuba.com.br e www.leitbom.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

LACTALIS

Categorias trabalhadas: leites e outras

Principais marcas: Batavo, Itambé, Parmalat e outras

www.lactalis.com.br/pt/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

JDE

Categorias trabalhadas: cafés

Principais marcas: Pilão, L'OR, Café do Ponto, Caboclo, Pelé e outras

<https://careers-br.jdepeets.com/pt-br/who-we-are>

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GOIASMINAS

Categorias trabalhadas: leites, mistura para bolos, achocolatados e outras

Principais marcas: Italac, Italakinho

www.italac.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MELITTA

Categorias trabalhadas: cafés e cappuccino

Principais marcas: Melitta, Bom Jesus, Barão e outras

www.melitta.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CAMIL

Categorias trabalhadas: café, açúcar e outras

Principal marca: União

www.camil.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

PEPSICO

Categorias trabalhadas: cereais matinais, achocolatados

Principais marcas: Quaker, Toddy, Toddyinho

www.pepsico.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

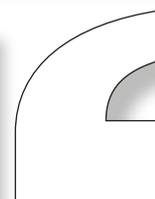
TIROL

Categorias trabalhadas: leites e outras

Principais marcas: Tirol, Paulista e outras

www.tirol.com.br

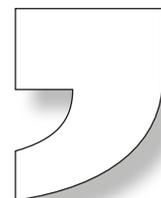
**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*



A categoria de massas alimentícias cresce como um todo, mas se olharmos por segmentos, as massas instantâneas, as frescas e as secas puxam o crescimento pelos tipos comum e caseiro

Claudio Zanão,
presidente-executivo da Abimapi

DEPOSITPHOTOS



Tradicional e consolidado

POR CLAUDIA RIVOIRO

Com uma cesta de produtos presente na mesa do brasileiros, Mercearia Salgada envolve farinha de trigo, massas alimentícias, massas instantâneas, azeite e óleo composto, peixe enlatado, frutos do mar, salgadinhos para aperitivo e sopas no estudo publicado neste primeiro Guia de Fornecedores ABAD by NielsenIQ. Em especial a categoria massas alimentícias cresce como um todo, segundo o B.I. (Business Intelligence) da Abimapi (Associação Brasileira das Indústrias de Biscoitos, Massas Alimentícias, Pães e Bolos Industrializados) divulgado em março último. Segundo o presidente-executivo da entidade, Claudio Zanão, o Brasil é o terceiro maior consumidor mundial de massas, com um mercado mais tradicional e consolidado. “Os fabricantes brasileiros investem bastante em novidades como massas gluten free,

integral, coloridos, e também em formatos e embalagens. O governo, que tirou o imposto das massas importadas, ocasionou uma concorrência muito mais acirrada com os nacionais, mas seguimos trabalhando. A categoria de massas alimentícias cresce como um todo, mas se olharmos por segmentos, as massas instantâneas, as frescas e as secas puxam o crescimento pelos tipos comum e caseiro e também há indicação de crescimento para o grano duro, em praticamente todos os canais de venda”, destaca o executivo. Ainda no estudo da Abimapi, é possível ver o crescimento em volume de massa fresca em regiões como no interior de SP (mais 9,8%) e na Região Sul (mais 8,9%). O Sul, já representa 40% do volume deste segmento, onde o tipo Capeletti é o grande destaque. No segmento food service, o abastecimento é feito totalmente pelo canal indireto, em uma parceria já consolidada.



Sua
família
merece!



GRANfoods®

📷 gran_romano

☎️ (31) 98013-0000

🌐 granromano.com.br

PEPSICO

Categorias trabalhadas: salgadinho para aperitivo

Principais marcas: Elma Chips, Cheetos, Lucky, Doritos e Lay's

www.pepsico.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

KELLOGG'S

Categoria trabalhada: salgadinho para aperitivo

Principais marcas: Cheez It e Pringle's

www.kelloggs.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NISSIN

Categoria trabalhada: macarrão instantâneo

Principais marcas: Miojo, Cup Noodles e Nissin

www.nissin.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GENERAL MILLS

Categorias trabalhadas: salgadinho para aperitivo

Principais marcas: Yoki e Kitano

www.generalmills.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

DORI ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: salgadinho para aperitivo

Principais marcas: Pettiz e Dori Snacks

www.dori.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SOVENA

Categorias trabalhadas: azeite

Principais marcas: Andorinha, Oliveira da Serra e Fula, entre outras

www.sovenagroup.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NAUTERRA

Categorias trabalhadas: azeite

Principais marcas: Gomes da Costa, Calmo e Nostromo

www.nauterra.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

M.DIAS BRANCO

Categorias trabalhadas: massas

Principais marcas: Adria, Vitarella, Basilar, Isabela

www.mdiasbranco.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SELMI

Categorias trabalhadas: massa, massa instantânea, farináceos e azeite

Principais marcas: Renata e Galo

www.selmi.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GALLO

Categorias trabalhadas: azeite

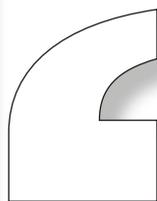
Principal marca: Gallo

www.galloportugal.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

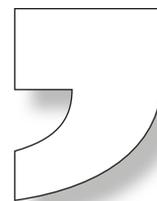


DEPOSITPHOTOS



A indústria e o atacado distribuidor têm capacidade de transformar dificuldades em oportunidades e garantir um crescimento sustentável que beneficiará toda a cadeia produtiva

José Edson Galvão de França, presidente-executivo da Abinpet (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação)



Parceria de ouro

POR RÚBIA EVANGELINELLIS

Os animais de estimação ganham espaço no ambiente doméstico e no olhar dos varejistas, que buscam agradar e atrair os tutores ao oferecer alimentos, especialmente para cães e gatos. Existe um sortimento diversificado, para filhotes e adultos, que prova a movimentação da indústria na pesquisa de sabores e insumos que enriquecem suas respectivas linhas e ampliam as vendas.

José Edson Galvão de França, presidente-executivo da Abinpet (Associação Brasileira da Indústria de Produtos para Animais de Estimação) e membro do Conselho Consultivo do Instituto Pet Brasil, afirma que o setor está pronto para um possível incremento de vendas, apesar dos desafios. "O mercado pet brasileiro tem oportunidades de crescimento em 2025. Com um faturamento de R\$ 75,4 bilhões em 2024 e a presença de 1,8 pet

por residência brasileira, tem um potencial imenso para expansão. Um dos pontos é que o parque industrial está preparado para mais do que dobrar a atual produção de 4 milhões de toneladas de pet food, podendo alcançar 9 milhões anuais". E para acelerar o passo, França destaca o valor do abastecimento viabilizado por meio do canal indireto. "É estratégica a parceria do setor com os atacadistas e distribuidores da ABAD. De fato, enfrentamos desafios como o cenário tributário e cambial, mas estamos confiantes que a sofisticada malha logística do setor atacadista distribuidor será determinante para ampliar o alcance dos produtos pet, especialmente em regiões mais distantes dos grandes centros". Para ele, o caminho de negócios evolutivos deve ser trilhado pela indústria juntamente com a distribuição. "Temos a capacidade de transformar dificuldades em oportunidades e garantir um crescimento sustentável que beneficiará toda a cadeia produtiva."

MARS

Categorias trabalhadas: nutrição de cães e gatos

Principais marcas: Whiskas, Pedigree, Royal Canin e outras

www.mars.com/pt-br/our-brands/petcare

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NESTLÉ

Categoria trabalhada: nutrição animal

Principais marcas: Purina – Friskies, Doguitos, Pro Plan, Dog e Cat Chow, entre outras

www.nestle.com.br/marcas/nutricao-animal

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

LUPUS – ATUAL SUPER FOODS

Categoria trabalhada: nutrição animal

Principal marca: Foster - para cães e gatos

www.fosterpet.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

INPROVETER

Categoria trabalhada: alimentos para cães e gatos

Principais marcas: Fiugat, Fiucão, Toro e Tufão

www.inproveter.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NUTRIRE

Categoria trabalhada: nutrição de cães e gatos

Principais marcas: Select, Monello, Birbo, Bandit e outras

www.nutrire.ind.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

GRUPO MATSUDA

Categoria trabalhada: nutrição animal

Principais marcas: Vittamax, Thor e M-Line

www.matsudapet.com.br/

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

ALISUL

Categoria trabalhada: nutrição de cães e gatos

Principais marcas: Frost, Atacama, Sapeca, Le Roy e outras

www.alisul.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

KELCO

Categoria trabalhada: alimentos

Principais marcas: Keldog e Kelcat

www.kelcopetcare.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

MANFRIM/SPECIAL DOG COMPANY

Categoria trabalhada: alimentos para cães e gatos

Principais marcas: Special Dog, Special Cat e Bionatural,

www.specialdog.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

NUTRISUL

Categoria trabalhada: alimentos para animais de estimação

Principais marcas: Quatro Patas, Ddog Premium, Sultão e CannyDog Select

Redes sociais: @nutrisulpets

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

Certacon já recuperou mais de R\$ 4 bilhões para o setor do Varejo.



Faça parte dessa estatística e obtenha rapidamente um fluxo de caixa não previsto.

O Ressarcimento do ICMS-ST, conforme estabelecido pela Portaria CAT 42/2018 para o estado de São Paulo, mas que também existe para outros estados, tem se mostrado um recurso eficaz para empresas do setor varejista melhorarem seu fluxo de caixa.

O Grupo Certacon, especializado em inteligência tributária, já auxiliou mais de 2.000 supermercadistas/varejistas na recuperação de valores pagos a maior, totalizando mais de R\$ 4 bilhões recuperados.

A sistemática da Substituição Tributária implica que o Fisco faça uma presunção do valor de venda das mercadorias para recolher o tributo na origem. No entanto, essa estimativa nem sempre corresponde ao valor real de venda, resultando em pagamentos superiores ao devido. Segundo Ulisses Martins, Diretor Comercial do Grupo Certacon, em 90% dos casos analisados há ressarcimentos a serem feitos, frequentemente de valores bastante expressivos. Ele destaca ainda que é necessário formalizar o pedido: “- Os tributos cuja presunção for maior só são ressarcidos às empresas que solicitarem o Ressarcimento, ou seja, ele não acontece automaticamente”.

Após o acolhimento dos arquivos e a geração do visto eletrônico, o Fisco permite que a empresa utilize os valores ressarcidos para compensar seus débitos vincendos de ICMS próprio. No estado de São Paulo, o prazo desde o requerimento até a aprovação do uso do valor ressarcido para compensação escritural costuma ser de aproximadamente 120 dias. Além da compensação, existe a possibilidade de venda dos créditos ou pagamento de débitos próprios ou de terceiros, com aprovação em torno de 6 a 8 meses. Essa flexibilidade permite que as empresas otimizem seus recursos financeiros de acordo com suas necessidades.

Casos de sucesso no Varejo

Especificamente no varejo, alguns casos de sucesso incluem os supermercados Ayumi e Nagumo:

“Conheci a Certacon de uma rede de concessionárias em que eu atuava e lá fazíamos o Ressarcimento do ICMS-ST. Quando vim para o Ayumi eu trouxe esse assunto de grande valia que é a empresa poder usufruir deste benefício. Desde 2020 estamos atuando com a

Certacon e já fizemos o ressarcimento e estamos em processo de homologação do ICMS-ST. Utilizamos parte em compensação mensal e outro montante estamos aguardando a homologação para venda. Todo esse processo nos ajudou muito no fluxo de caixa.” Eduardo Guilherme, Gerente Contábil do Ayumi Supermercados.

“Estamos com a Certacon desde 2021 e é crescente a evolução da empresa no compliance fiscal e no êxito do Ressarcimento do ICMS-ST. O trabalho fluiu muito bem, devido ao conhecimento da equipe Certacon, a agilidade nos atendimentos no processo de fiscalização. Sem dúvida nos traz tranquilidade, confiança, e o mais importante, fluxo de caixa!” **Neides Smiderle, Gerente Fiscal do Supermercados Nagumo.**

SkyTax360

Nova ferramenta da Certasky no auxílio para a Transição da Reforma Tributária

Com a iminente implementação da Reforma Tributária, a Certacon ampliou suas operações por meio da criação da Certasky, uma empresa focada em BPO Contábil e Fiscal, Diagnóstico Fiscal e Compliance Tributário, idealizada para oferecer serviços eficientes e personalizados, além de assegurar todo suporte para o enfrentamento das mudanças que virão. É da **Certasky** a mais nova alternativa estratégica para o mercado, voltada especialmente ao setor varejista: a **SkyTax360**.

A SkyTax360 é uma ferramenta inteligente que visa preparar as empresas desde o início do período de transição da Reforma Tributária até sua completa implementação. Com tecnologia de ponta, a plataforma automatiza, analisa e garante conformidade em tempo real, mantendo-se sempre atualizada com as últimas regulamentações e legislações vigentes. A SkyTax360 também proporciona redução de custos e de tempo no ajuste eficiente da área tributária de uma empresa às novas regras impostas pela Reforma.

Para o setor varejista, especialmente os supermercados, com seu enorme volume de transações e dados, a SkyTax360 será uma ferramenta essencial para os departamentos fiscais das empresas, que terão de conviver com dois sistemas durante o período de transição da Reforma.

Segundo Ulisses Martins, a **SkyTax360** foi desenvolvida pela Certasky para atender à demanda das empresas perante a Reforma Tributária e para dar um panorama no levantamento de oportunidades de créditos: “- O Grupo Certacon está sempre em busca das melhores soluções para seus clientes e constantemente inovando, por isso a **Certasky** criou a SkyTax360. A plataforma é fundamental para alcançar uma gestão fiscal e tributária eficiente de agora em diante”.

Com três escritórios em São Paulo e uma unidade em Minas Gerais, o Grupo Certacon é referência nacional na Recuperação de Créditos Tributários estaduais e federais, além de BPO e Compliance Fiscal/Tributário, entre outros serviços.

Para mais informações sobre como sua empresa pode se beneficiar do Ressarcimento do ICMS-ST, BPO Fiscal e Tributário, além de conhecer detalhes sobre a ferramenta SkyTax360, e se preparar para a Reforma Tributária, fale com um especialista do Grupo Certacon pelos e-mails: relacionamento@certasky.com.br ou atendimento@certacon.com.br.



Expansão com parcerias

POR CLAUDIA RIVOIRO

A cesta de Refrigerados abordada no Guia Anual de Fornecedores ABAD 2025 by Nielsen IQ contém as categorias requeijão, queijos, queijos cremosos, queijos fatiados, Petit Suisse, pizza pré preparada, margarina, leite fermentado, iogurtes e embutidos de carne em 3.417 pontos de venda, segundo a metodologia Total Store, no ano móvel até 27 de abril último. Entre os dez fornecedores listados, a Vigor Alimentos aparece como citada. Para Leonardo Mano, gerente de desenvolvimento da empresa, a Vigor faz parte do Grupo Lala, tem 107 anos, oito fábricas, dez centros de distribuição e em seu portfólio estão as marcas Vigor, Faixa Azul, Danúbio, Amélia e Leco, entre outras e pioneira do iogurte tipo grego. “Queremos crescer mais, tanto que no ano passado aumentamos a capacidade fabril de requeijão, mais dois centros de distribuição foram inaugurados,

aumentamos a frota e fizemos 14 lançamentos, além de trabalhar fortemente no canal food service”, explica Mano. E, segundo ele, a fabricante tem planos para novos produtos com sabor Cheddar e expandir a malha de distribuição com novos parceiros do canal

indireto. “Em especial nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste.

Esperamos firmar novas parcerias para levar os nossos produtos com profissionalismo, rapidez e eficiência”, destacou.

“Esperamos firmar novas parcerias para levar o nossos produtos com profissionalismo rapidez e eficiência”

Leonardo Mano,
gerente de desenvolvimento
da Vigor Alimentos



BRF

Categorias trabalhadas: queijos, margarina e embutidos de carne

Principais marcas: Sadia, Perdigão, Qualy, Claybom, Sadia Bassi, Deline, Sofiteli e Perdigão Montana

www.brf-global.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

SEARA

Categorias trabalhadas: carnes, lanches, pizzas, margarinas e pratos prontos

Principais marcas: Seara, Rezende, Doriana, 471, Tekitos e Texas Burger

www.seara.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

LACTALIS

Categorias trabalhadas: queijos e leite fresco

Principais marcas: Président, Batavo, Itambé, Parmalat, Elegê e Falbani

www.lactalis.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

AURORA ALIMENTOS

Categorias trabalhadas: queijos, embutidos e requeijão

Principais marcas: Aurora

www.auroraalimentos.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

DANONE

Categorias trabalhadas: iogurtes e leite fermentado

Principais marcas: Danone, Actimel, Activia, Danette, Danoninho e YoPro

www.danone.com

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

VIGOR

Categorias trabalhadas: queijos e leite fresco

Principais marcas: Vigor, Danubio, Faixa Azul, Jong, Amélia e Leco, entre outras

www.vigor.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

FRIMESA

Categorias trabalhadas: queijos, iogurte, requeijão, Petit Suisse, embutidos e leite fermentado

Principais marcas: Frimesa e Friminho

www.frimesa.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

TIROLEZ

Categorias trabalhadas: queijos

Principal marca: Tirolez

www.tirolez.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

CATUPIRY

Categorias trabalhadas: queijos

Principal marca: Catupiry

internacional.catupiry.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

VERDE CAMPO

Categorias trabalhadas: iogurte

Principal marca: Verde Campo

www.verdecampo.com.br

**Segundo informações dos sites oficiais das empresas citadas*

O Brasil

que

faz

faz

com

 TOTVS

Sabia que tem TOTVS em tudo?

Oferecemos tecnologias especializadas em 12 segmentos de mercado, somando mais de 70 mil clientes atendidos.

Somos a maior empresa de tecnologia do Brasil, líder absoluta em sistemas e plataformas para empresas.

E na sua empresa? Tem TOTVS?

[totvs.com](https://www.totvs.com)

ERP
ERA

Necessidade competitiva

O uso e a aplicação de soluções tecnológicas no canal indireto não é mais uma opção. É uma escolha estratégica e fundamental para aumentar a produtividade

Por Adriana Bruno

Para os mais diversos portes e segmentos da empresa, a tecnologia é vital. E no canal indireto, o cenário é o mesmo. Para Anderson Osawa, CEO da Aozawa Consultoria, o setor atacadista distribuidor, tradicionalmente reconhecido por sua resiliência e papel vital na engrenagem do abastecimento nacional, vive um



DEPOSITPHOTOS

momento decisivo. “A velocidade das transformações de mercado, somada às exigências crescentes dos clientes e da indústria, coloca a tecnologia e a automação no centro das discussões estratégicas. Não se trata mais de uma opção ou tendência - é uma necessidade competitiva, um divisor claro entre quem vai prosperar e quem, inevitavelmente, corre o risco de ficar para trás”, avalia.

Ainda de acordo com ele, no ambiente de dinamismo que é característico do canal indireto, a adoção de soluções tecnológicas impacta diretamente a operação, a gestão e, principalmente, a experiência do cliente. “Ferramentas de automação comercial, roteirização inteligente, ERPs especializados, plataformas de força de vendas, análise de dados e até inteligência artificial vêm se consolidando como extensões do negócio. Elas não apenas otimizam pro-



Não se trata mais de opção ou tendência - é uma necessidade competitiva

ANDERSON OSAWA,
CEO da Aosawa
Consultoria

cessos internos, mas, principalmente, ampliam a capacidade de tomada de decisão baseada em dados”, pontua.

A Cyclopes, com 20 anos de atuação, trabalha fornecendo tecnologia focada em operações logísticas, com a venda e locação de equipamentos, prestação de serviços e soluções voltadas para o setor de indústrias, atacadistas e distribuidores e varejistas. “Nossa atuação é na área de operações, integrando dispositivos móveis (coletores de dados, tablets, smartphones, entre outros), com sistemas de WMS, ERPs, entre outros”, informa Alexandre Penteadó, diretor executivo. Ele acrescenta que a empresa tem em pauta a tecnologia IA como uma ferramenta essencial, que pode ser o diferencial para todos os setores de abastecimento e distribuição, e por isso garantir informações corretas relacionadas à eficiência operacional com processos adequados e tec-

tecnologias funcionais na operação, para a correta coleta de dados e informações. "Levamos para o setor, um diferencial de preços para realização de diagnósticos para a gestão de ativos de TI, POC de equipamentos novos com MDM e EMM, site survey para redes Wireless, e até bonificações de software MDM/EMM para clientes que queiram implementar esta ferramenta", acrescenta.

Do controle do estoque, passando pela logística até a entrega da mercadoria no varejo são inúmeros os processos que podem e devem ser automatizados. "Quando falamos em aderir a soluções tecnológicas e automação de processos, não tem como não falar em inteligência de dados. É através do conhecimento profundo das suas informações que o distribuidor/atacadista consegue fazer a diferença e de fato ganhar mais dinheiro", comenta Maria Cabral Barbaro, founder | CEO da Mtrix. Ela ainda afirma que dentre os benefícios que a automação traz estão a maior visibilidade sobre vendas, estoques e desempenho do time e o aumento



DIVULGAÇÃO

Melo, da Maximatech: a gestão comercial tem muito a ganhar ao inserir mais transparência nos processo

da capacidade analítica para tomada de decisão, permitindo identificar tendências, oportunidades e ameaças de forma mais rápida e precisa.

Vale dizer que a cadeia de abastecimento é um segmento de altíssima dinamicidade, no qual é preciso ter atenção a todos os detalhes e contar com a transparência e o registro dos processos. "A partir de uma operação bem estruturada, é possível alcançar melhores resultados. E a tecnologia é primordial para atingir esses objetivos. Com o apoio de uma ferramenta certa, é possível ter



Maria Cabral Barbaro, CEO da Mtrix: maior visibilidade sobre vendas

DIVULGAÇÃO

TECNOLOGIA BEM APLICADA

- | Redução de perdas e aumento da segurança, com monitoramento inteligente e inteligência artificial aplicada;
- | Eficiência operacional, com automação de processos críticos e rastreabilidade de ponta a ponta;
- | Maior controle e produtividade na equipe de campo, com dispositivos conectados e sistemas de gestão integrados;
- | Melhoria na experiência do cliente final e no desempenho dos pontos de venda atendidos;
- | Operar com mais eficiência e entrega mais rápida;
- | Clientes reduzem rupturas, aumentam a sua previsibilidade operacional e lucratividade.

Fonte: Thiago Artacho, CEO da Green Tech Solutions

mais produtividade, eliminar erros, avaliar oportunidades de negócios e ter uma operação cada vez mais guiada por dados, de forma a criar estratégias assertivas e ter rápida resposta às mudanças e necessidades do mercado”, acrescenta Thiago Melo, CPO (chief product officer) da Maximatech. Ele ainda destaca que na área de vendas, por exemplo, é possível facilitar as negociações ao oferecer para a equipe uma tecnologia que mostre o mix de produtos, sugira itens para o usuário de acordo com o histórico de pedidos e o que gira mais em cada cliente, aumentando a lucratividade. Importante lembrar que como os custos de distribuição impactam diretamente o preço final, a tecnologia surge como uma aliada estratégica nesse sentido. “Ferramentas como sistemas de gestão integrados (ERP), au-

**Doria, CEO da
Supertroco:
redução de erros
operacionais e
melhor previsão
de demanda**



DIVULGAÇÃO

tomação de armazéns e análise de dados permitem uma gestão mais eficiente, redução de erros operacionais e melhor previsão de demanda”, comenta Rodrigo Dória, CEO e fundador da Supertroco.

Semorin

**EXPANSÃO
INOVAÇÃO
VALOR!**

📷 / semorin.official
🌐 semorin.com.br
Conheça nossa
linha completa!



Para Rafael Brito, CEO da Strategicos Group, automatizar processos fiscais, operacionais e financeiros permite decisões mais ágeis, visão preditiva de riscos, ganhos tributários e maior controle de margem. “Empresas que integram dados tributários ao planejamento comercial operam com mais fluidez e segurança. Nesse contexto, a área fiscal deixa de ser apenas reativa e passa a exercer um papel estratégico”, diz.

Para a Temsi, a automação traz melhoria da experiência do funcionário e performance da equipe, equalizando as necessidades da loja com as regras de trabalho da equipe, gerando melhores condições de trabalho.

NEGÓCIO EM RISCO Empresas que resistem à inovação tecnológica no setor atacadista distribuidor expõem o negócio a diferentes riscos. A afirmação é de Elói Assis, diretor-executivo para Varejo e Distribuição da TOTVS. Segundo ele, a perda de competitividade é iminente, já que a ineficiência operacional, resultante de processos manuais e falta de visibilidade, eleva custos e causa atrasos. “A vulnerabilidade a fraudes também aumenta devido à ausência de sistemas de segurança robustos, impactando diretamente a receita”, diz. Assis ainda pontua que a dificuldade em atender às expectativas de clientes, que buscam entregas rápidas e opções de pagamento flexíveis, pode levar à insatisfação e perda de vendas. “Ignorar a tecnologia compromete a sustentabilidade a longo prazo, tornando a adaptação uma questão de sobrevivência”, ressalta.

Além disso, os atacadistas distribuidores que não se atentam para essa realidade enfrentam limitações na to-



DIVULGAÇÃO



Empresas que resistem à inovação tecnológica no setor atacadista distribuidor expõem o negócio a diferentes riscos

ELÓI ASSIS,
diretor-executivo de Varejo e Distribuição da TOTVS

mada de decisões estratégicas por falta de dados confiáveis, perda de competitividade frente a concorrentes mais digitais e maior vulnerabilidade a falhas de conformidade e segurança. “A ausência de tecnologia compromete a capacidade de adaptação ao mercado, afetando diretamente a sustentabilidade e o crescimento do negócio”, comenta Hailton Santos, diretor-comercial da Sesami. Santos ainda afirma que antes de escolher as soluções que serão aplicadas ao negócio, o atacadista distribuidor deve considerar critérios como aderência às necessidades do negócio, facilidade de integração com sistemas existentes, escalabilidade, usabilidade, qualidade do suporte técnico, segurança da informação, conformidade com normas fiscais e o custo-benefício. Thiago Artacho, CEO da Green Tech Solutions, comenta ainda que empresas que resistem à digitalização estão expostas a riscos relevantes que afetam diretamente sua sustentabilidade e reputação. “Alguns deles incluem a exposição a perdas operacionais, falhas humanas e desvios não rastreados; desperdício de recursos e tempo com processos manuais e não escaláveis; fragilidade na gestão de riscos e compliance, especialmente em grandes operações logísticas, e perda de confiança dos clientes”, finaliza. **D**

Compre com Inteligência, distribua com precisão, venda muito mais

A sua empresa merece uma ferramenta completa e automatizada que vai mudar a sua forma de enxergar o estoque.

Inteligência de Estoque by Systock

Gestão de Estoque e Compras



- Módulo Estratégico**
 Enxergue além da Curva ABC. Avalie a saúde do estoque de forma macro, identificando gargalos e oportunidades, além de sugestões de como alcançar um estoque ideal.
- Módulo de Compras**
 Saiba o que comprar, quanto comprar e quando comprar. Mantenha um estoque ideal considerando histórico e perfil de cada loja.
- Módulo de Distribuição (DRP)**
 A loja certa com o estoque certo. Com o Módulo de Distribuição, você melhora a disponibilidade em toda a rede de forma estratégica.
- Módulo de Indicadores**
 Informação consolidada e assertiva. Indicadores em tempo real para que você analise de forma precisa.

Nossos Clientes



Principais Dores do Setor

Falta de tempo para analisar grande volume de dados

Equipe sobrecarregada por demandas altas

Necessidade de analisar a eficiência dos Compradores

Controle e análises feitas em planilhas

Tamanho do estoque inadequado

Estoque na loja errada (desbalanceamento)

Cases de Sucesso

↓ **12,9%** REDUÇÃO NO ESTOQUE EM EXCESSO
 ↓ **8,21%** REDUÇÃO NO ESTOQUE PARADO
 ↑ **17%** AUMENTO NO FATURAMENTO

↓ **26%** REDUÇÃO NO ESTOQUE EM EXCESSO
 ↑ **35%** AUMENTO NA ASSERTIVIDADE NA COMPRA
 ↓ **50%** AUMENTO NO FATURAMENTO

↓ **30,7%** REDUÇÃO NO ESTOQUE EM EXCESSO
 ↓ **26,4%** REDUÇÃO DO ESTOQUE TOTAL
 ↑ **26,7%** AUMENTO NO FATURAMENTO



Solicite uma Demonstração

(92) 98636-9790

Ou leia o QRCode ao lado

Acompanhe nossas redes

systock.com.br

@systock_

Systock



CONVENÇÃO 2025

44ª CONVENÇÃO NACIONAL E ANUAL
DO CANAL INDIRETO

MUITO OBRIGADO

A TODOS OS PATROCINADORES E APOIADORES DE 2025

DIAMANTE

BEES



ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AUTOMAÇÃO

Mondelēz
International



PLATINA



VIGOR
ALIMENTOS

O sucesso da 44ª Convenção Nacional e Anual do Canal Indireto –
ABAD 2025 ATIBAIA só é possível graças a presença e o envolvimento de:

- Patrocinadores
- Atacadistas e Distribuidores
- Entidade Parceiras
- Filiadas Estaduais
- Autoridades
- Lideranças Regionais
- Palestrantes
- e demais convidados

TRANSFORMAÇÃO INTELIGENTE

EQUILIBRANDO INOVAÇÃO E PROPÓSITO
COM FOCO NO CRESCIMENTO

OURO



PRATA



APOIO



Contamos com a sua participação na 45ª Convenção,
a ser realizada no mês de junho de 2026.

Presidente da ABAD participa do Acelera Espírito Santo

Da Redação *

O presidente Leonardo Miguel Severini participou, no dia 8, do painel “Visão de Futuro: os impactos da nova ordem econômica no comércio e logística”, durante o evento Acelera Espírito Santo – Encontro Setorial do Comércio e do Atacado Distribuidor, realizado na Casa Lide, em São Paulo. Promovido em parceria pelo Sindicato do Comércio de Exportação e Importação do Espírito Santo (Sindiex) e pelo Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Espírito Santo (Sincades), o encontro reuniu cerca de cem convidados, entre empresários, autoridades e lideranças dos setores de atacado distribuidor e comércio exterior, para debater oportunidades de negócios, tendências de mercado e reforçar a posição estratégica do estado. Além do presidente Leonardo, participaram do painel o economista Roberto Giannetti (como painelistas) e o jornalista Abdo Filho (como moderador).

A abertura do evento foi conduzida pelos presidentes das entidades organizadoras, Idalberto Moro (Sincades) e Sidemar Acosta (Sindiex), que destacaram o potencial capixaba como hub logístico nacional e internacional. Idalberto Moro ressaltou a estrutura portuária do Espírito Santo e sua posição estratégica: “O Espírito Santo conta atualmente com 3,6 milhões de metros quadrados de área de armazenagem e outros 750 mil metros quadrados em construção. Além disso, dois novos portos

estão sendo erguidos e outros dois se encontram em processo de licenciamento. Esse avanço expressivo na infraestrutura logística, tanto na armazenagem quanto na área portuária, posiciona o estado como um hub estratégico nacional para distribuição, importação e exportação. O cenário é extremamente promissor”, enfatizou.

Já o presidente do Sindiex reforçou a importância do associativismo e dos projetos de infraestrutura em andamento para o crescimento econômico e sustentável do estado: “Temos um desafio em 2032, com a reforma tributária, mas estamos desenvolvendo ações para sanar os obstáculos e seguir com as operações”, afirmou Sidemar Acosta.

O governador do Espírito Santo, Renato Casagrande, também participou da abertura e destacou: “Queremos ser uma porta de entrada do mundo para o Brasil e uma porta de saída dos produtos nacionais para o mundo”.

Casagrande, governador do Espírito Santo: estado quer ser porta de entrada do mundo para o Brasil

FOTOS: LUCIANA CÁSSIA





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 COMERCIAL/MG

1º VICE-PRESIDENTE

JUSCELINO JUNIOR – ELDORADO DISTRIBUIÇÃO/ES

2º VICE-PRESIDENTE

JOSÉ COSTA – JC DISTRIBUIÇÃO/GO

VICE-PRESIDENTES

ALAIR MARTINS JÚNIOR – MARTINS ATACADO/MG

ALEXANDRO SEGALA – SEGALA'S ALIMENTOS/SC

ANTONIO CABRAL – CABRAL & SOUSA/BA

DANIELLE BRASIL DUTRA – RIOGRANDENSE DISTRIBUIDORA/RN

EULER FUAD NEJIM – DEC MINAS / GRUPO SUPERNOSSO/MG

GEAM FREITAS – GRUPO PREÇO BAIXO ATACADISTA/PA

JOÃO PEREIRA – GRUPO PEREIRA/SP

JOSÉ DO EGITO FROTA LOPES FILHO – JOTUJÉ DISTRIBUIDORA/CE

LUCIANA MARIA DE COSTA DAL BERTO – DISDAL DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS LTDA/DF

CONSELHO DELIBERATIVO 2025 E 2026

PRESIDENTE

EMERSON DESTRO – DESTRO MACROATACADO // DESTRO/ SP

1º VICE-PRESIDENTE

JOILSON BARCELOS – BARCELOS & CIA ATACADISTA/RJ

2º VICE-PRESIDENTE

PATRICIA TURMINA – ONIZ BRAVEO/RS

CONSELHO FISCAL – 2025 E 2026

PRESIDENTE

JULIANO CÉSAR FARIA SOUTO – FASOUTO // FARIA SOUTO COMERCIO LTDA/SE

VICE-PRESIDENTE

RAIMUNDO REBOUÇAS MARQUES – ACTIVE DISTRIBUIÇÃO & SERVIÇOS/PI

CONSELHEIRO

HELLTON VERÍSSIMO MARINHO DINIZ – NORDIL ALAGOAS/PB

* JOSÉ LUIS TURMINA – ONIZ DISTRIBUIDORA/RS

JOSÉ LUIZ TORRES – REDJOHN DISTRIBUIDORA/PE

MILENE MÜLLER – DISTRIBUIDORA MÜLLER/SC

CONSELHO CONSULTIVO - 2025 E 2026

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 DISTR. PROD. DE CONSUMO /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 – ZEZÉ VERÍSSIMO DINIZ – NORDECE LTDA.

REGIÃO SUDESTE – JOILSON MACIEL BARCELOS FILHO – BARCELOS & CIA. LTDA

PRESIDENTE DA ABAD JOVEM

FRANCO ASTÓRIA LÁZARO OLIVEIRA – CHOCOSUL DISTRIBUIDORA LTDA./BA

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, EVENTOS E JURÍDICA

SANDRA LEAL – SANDRA@ABAD.COM.BR

DIRETORA DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E CONTEÚDO

ANA PAULA ALENCAR – COMUNICACAO@ABAD.COM.BR

GERENTE ADMINISTRATIVA, FINANCEIRA, EVENTOS E PESQUISA

ANDREIA SANTOS – ANDREIA@ABAD.COM.BR

ASSESSORA EXECUTIVA

ANGÉLICA BORTOTTI – ANGELICA@ABAD.COM.BR

COORDENADORA DE RELACIONAMENTO

ALINE CRUZ – ALINE.CRUZ@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@INTEGRATIONCONSULTING.COM

COORDENADOR DO COMITÊ TECNOLOGIA E INOVAÇÃO

EDUARDO TERRA – EDUTERRA@BTRCONSULTORIA.COM.BR

COORDENADOR DO COMITÊ LOGÍSTICA

GIUSEPPE LOTTO – GIUSEPPE@TEMSI.COM.BR



Severini, presidente da ABAD e Unecs, no evento na capital paulista

Diálogo qualificado

O presidente Leonardo, que também representou a Unecs – União Nacional de Entidades do Comércio e Serviços, agradeceu a oportunidade de participar do encontro e elogiou a iniciativa das entidades capixabas: “É uma honra fazer parte de um evento que promove o diálogo qualificado entre lideranças estratégicas do setor de comércio exterior e da distribuição. Um espaço como esse é essencial para fortalecer o papel do Espírito Santo como vetor logístico e comercial de relevância nacional”.

Segundo ele, a integração entre o comércio atacadista e o comércio exterior representa uma frente promissora, especialmente para estados com vocação logística, como o Espírito Santo: “Estou certo de que, por meio da inovação, da articulação institucional e de parcerias estratégicas, seguiremos avançando rumo a uma cadeia de abastecimento mais eficiente, moderna e competitiva”.

Também participaram como palestrantes o presidente da Vports, Gustavo Serrão, que destacou o potencial logístico do estado frente aos demais da federação, e o COO da Ayko Technology, Guilherme Iglésias, que apresentou um panorama atual da cibersegurança no Brasil. As duas empresas foram patrocinadoras do Acelera Espírito Santo. Estiveram presentes ainda o secretário e o subsecretário de Estado da Fazenda, Benício Costa e Thiago Venancio, além do deputado federal e coordenador da Bancada Capixaba em Brasília, Josias Da Vitória. **D**

*Com informações da assessoria de comunicação do Sincades

FILIADAS

ACAD – Associação Cearense dos Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados

Presidente: José Milton Alves Carneiro.
Executiva: Kátia Góes executiva@acad.org.br
Rua Idefonso 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

ADAC – Associação dos Distribuidores e Atacadistas Catarinenses

Presidente: Alexandre Segala
Executivo: José Roberto Schmitt
E-mail: jrsmith@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 Mauríli Monteiro de Rezende
E-mail: comercial@adag.org.br - Rua 26, 341 / OD. 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 Almérico 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 / 1º Andar / SLs. 1103 a 1105 Alphaville - CEP: 06455-020 - Barueri / SP - %(11) 4193-4800
%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: Joselson Carvalho Pires Ferreira
E-mail: joselson.pires@ademig.com.br - Av. Del Rey, 111 - SL. 106 / Torre Serra do Curral – Bairro: Caiçaras - Belo Horizonte / MG - %Filial (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 / C.J. 501 – São Geraldo
CEP: 90230-150 - Porto Alegre / RS
%(51) 3311-9965 - E-mail: agad@agad.com.br

AMAD – Associação Matogrossense de Atacadistas e Distribuidores

Presidente: Luciano De Almeida
Executivo: Marcos Vitorio da Silva Taveira - (65) 99667-9410 - Rua Tenente Cipriano, 177 – Várzea Grande/MT
- Cep: 78.110.610 - %(65) 3642-7443 - E-mail: Amad@Amad.org.br

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 Vinícius 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 Brito Carvalho
E-mail: apadpiaui@gmail.com - Rua Climério Bento Gonçalves, 373 – São Pedro. - CEP: 64019-400 - Teresina / PI
%(86) 98877-9964

ASDAB – Associação dos Distribuidores e Atacadistas da Bahia

Presidente: Roque Eudes Souza dos Santos
Executivo: Emerson Borges S. Carvalho
E-mail: emersoncarvalho@asdab.com.br
Al. Salvador, 1.057 / Cond. Salvador Shop. Business / Torre Europa / SLs. 2.106 a 2.114 - Caminho das Árvores - 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: Mário Sérgio Miguel
Executiva: Valquíria Marques
E-mail: asmad.asm@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 Lunière 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

SINCADAP – Sindicato do Comércio Atacadista e Distribuidor do Estado do Amapá

Presidente: Itamar José Sarmento Costa
Executiva: Joana de Souza Araújo
Av. Presidente Vargas, 14 – Centro – (Edyr Pacheco Coworking) - Cep 68900-070 - Macapá/AP.
E-mail: sincadap@gmail.com - %(96) 98142-0022

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 Suã - 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: Rosemária 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 Copaiba, 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

Quem somos?

Com mais de 30 anos no mercado e mais de 300 clientes atacadistas distribuidores, a TARGIT apoia centenas de empresas como **Parceira de Dados e Analytics**. Contamos com uma plataforma de BI, o TARGIT Decision Suite, e com um extenso portfólio de ofertas e serviços.

Plataforma de BI TARGIT



Conectividade

Conexão com +80 fontes de dados dentro e fora da web



Análises Aceleradas

Dashboards prontos para os principais ERPs do mercado



Local / Nuvem

Hospedagem local ou em nuvem para sua conveniência



Relatórios

Envios automáticos de relatórios agendados

Clientes TARGIT subiram em média 7 posições no Ranking ABAD NIQ 2025!

3,0x

menos chance de cair em desempenho que não clientes.

96,5%

dos nossos clientes cresceram de 2023 para 2024.

3,8x

mais crescimento em faturamento que não clientes TARGIT no ano de 2024.

CASE DE SUCESSO
+ de 40%

de crescimento no setor de logística e vendas: com dados guiando as decisões, a operação cresceu de maneira rápida e consistente.

CASE DE SUCESSO

250 mil

de economia por mês em devoluções comerciais: caíram de R\$350 mil para R\$100 mil mensais com melhor gestão e visibilidade.

Conheça nosso portfólio



Consultoria Especializada



Time de CS Dedicado



BI Self-Service



Programa de Embaixadores



Suporte Completo



Treinamentos front e back-end



Comunidade Engajada



Conteúdos Ricos

Faça como tantos outros **venha conhecer a TARGIT**, uma empresa que te apoia não só com uma plataforma de BI, mas com soluções completas para seus dados.

Leia o QR Code e descubra!



BI oficial utilizado no Ranking ABAD.



A escolha de grandes distribuidores

Somos especialistas no desenvolvimento de **softwares de automação de vendas**

Força de vendas



Gestão de equipes



Inteligência artificial



Pagamentos digitais



E-commerce e roteirização



Agende uma apresentação:

(31) 9 9901-5017  www.ionsistemas.com.br 