

A revista de negócios dos atacadistas distribuidores



DISTRIBUIÇÃO

Edição 224 | setembro 2011 | ano 19 | www.revistadistribuicao.com.br

SEÇÕES

- . INDÚSTRIA
- . LANÇAMENTOS
- . PAINEL
- . LEGISLAÇÃO
- . ON-LINE

ENTREVISTA

O economista Paulo Rabello de Castro fala sobre o Movimento Brasil Eficiente

PANORAMA

O ex-presidente Lula faz uma análise do seu Governo e do atual momento econômico

BEBIDAS

Fabricantes renovam marcas e criam versões premium de produtos tradicionais

CANDIES

Indústrias apostam em maior valor agregado para consumidores mais exigentes

TECNOLOGIA

As ferramentas das empresas do setor para aumentar a eficiência da força de vendas



União e inovação

ABAD 2011 Recife promove uma maior integração entre os elos da cadeia de abastecimento para uma melhor geração de ideias que se revertam em benefícios no mercado brasileiro





Presidente da ABAD

Trabalhando para o futuro

Presidente da entidade destaca o sucesso da ABAD Recife 2011, o ótimo momento do setor e já adianta as próximas atividades

Passados mais de dois anos do fim da pior recessão em quase 80 anos, nos deparamos novamente com um momento de instabilidade das principais economias do mundo. O cenário interno, no entanto é outro, apesar de já ser pressionado pelos movimentos externos.

No mês passado, atingimos a impressionante marca dos 900 bilhões de reais arrecadados em impostos, mais de um mês antes do que no ano passado, e contabilizamos a terceira queda consecutiva para o indicador do PIB.

O ótimo momento que o setor atacadista distribuidor atravessa, no entanto, impulsiona os números positivos nacionais, empregando 280 mil pessoas e movimentando mais da metade de todo mercado mercadoril do País, aquecido pela ascensão de consumo das classes C, D e E.

Prova disso é que os 30 anos de atividades da ABAD foram coroados com o indiscutível sucesso da 31ª Convenção Anual do Atacadista Distribuidor e Sweet Brazil Internacional. Em quatro dias de intenso trabalho reunimos importantes personalidades políticas, empresariais e mais de 30 mil visitantes no Centro de Convenções de Pernambuco.

Esse grandioso evento celebrou ainda a integração e sinergia da ABAD com suas afiliadas de todo País que, dando continuidade ao trabalho desenvolvido ao longo destes anos, manteve o foco na capacitação, ofereceu palestras de altíssimo nível e promoveu o Espaço do Conhecimento, apresentando ferramentas

e conteúdos desenvolvidos pela ABAD especialmente para a capacitação do atacado distribuidor e do varejo independente.

Hoje há no País cinco grandes redes supermercadistas que detêm 46% do mercado, mas o varejo de vizinhança sobrevive e mostra sinais de que esse tipo de comércio está se modernizando e adquirindo novas feições, em decorrência das mudanças sofridas pelo próprio consumidor. Por isso, a capacitação torna-se a grande arma do pequeno varejista independente.

Objetivando suportar e estimular crescimento do setor, a ABAD também promove o intercâmbio tecnológico e profissional entre os atacadistas distribuidores brasileiros e seus pares no mercado internacional. Neste ano, a VTI – Viagem Técnica Internacional, acontecerá no período de 30 de setembro a nove de outubro, e levará um grupo de empresários do segmento às cidades de Nova York e Washington, nos Estados Unidos.

A VTI ABAD é sempre uma excepcional oportunidade de conhecer as melhores práticas do segmento em outros países e coletar informações sobre novas tecnologias que possam ser adaptadas para utilização em nossas empresas. Aproveite e participe!

É por meio de todas essas atividades, programas e projetos que a ABAD procura cumprir sua missão de oferecer aos agentes de distribuição do pequeno varejo os meios e ferramentas para crescer, apostando na união que fortalece e na inovação que nos torna aptos a enfrentar, com sucesso, os desafios do futuro.

Encerro solicitando a todos que reservem a data de seis a nove de agosto de 2012 para prestigiar a 32ª Convenção Anual do Atacadista Distribuidor, que será realizada no Rio de Janeiro.

Agradeço a Deus por nos dar luz e força para conduzir nosso trabalho. ■



É por meio de todas essas atividades, programas e projetos que a ABAD procura cumprir sua missão

Ainda não é hora de descanso

Realizar um grande evento fora do habitat, não é fácil para ninguém. Até aí nada de novo. Todos que estiveram na ABAD 2011 Recife comprovaram que superar a distância, apresentar um evento de interesse para o público alvo, oferecer aos visitantes as novidades que irão movimentar os negócios nos próximos meses, enfim suar a camisa para que o evento saísse nota dez, foi o que maioria dos expositores fizeram e ao final, uma palavra definiu muito bem o que aconteceu na capital pernambucana: sucesso total e muitos negócios! Eu, particularmente, me senti numa maratona, onde juntamente com a equipe da EBC – Editora Brasileira do Comércio, tínhamos como objetivo principal apresentar duas edições grandiosas para o nosso leitor e fazer uma cobertura impecável. A Revista DISTRIBUIÇÃO, que foi entregue aos convencionais com as suas mais de 200 páginas, foi alvo de muitos elogios, assim como a ABASTECIMENTO, que vem cumprindo muito bem o seu papel de auxiliar o pequeno e médio varejista em seu negócio, afinal são eles os clientes do setor atacadista distribuidor. Também não posso deixar de citar, com grande orgulho, o portal Newtrade. Pela primeira vez, contamos com um estúdio e equipe própria onde foram produzidas 34 entrevistas exclusivas. Quem ainda não viu, pode acessar o www.newtrade.com.br e conferir. Foi a realização de um sonho de todos os envolvidos, mas não é hora e nem momento para descansar, e sim ter bem claro que os objetivos ainda não foram atingidos e que temos muito a fazer. Nesta edição, apresentamos a cobertura completa da convenção e feira, além de

entrevistas e reportagens especiais. Parabéns a todos e boa leitura!

Claudia Rivoiro
Diretora-editorial



No alto, o editor Cristiano Eloi entrevistando para o portal Newtrade e abaixo, a equipe da EBC Editora no estande da empresa em Recife/PE



Editora Brasileira do Comércio
Rua Apeninos, 1.126 | 04104-021 | São Paulo - SP
Fone: (11) 5572-1221 | Fax: (11) 5572-5335
ebc@ebceditora.com.br | www.ebceditora.com.br

Diretor-Executivo
Rogério Oliva: oliva@ebceditora.com.br

Diretora-Editorial
Claudia Rivoiro: claudiarivoiro@ebceditora.com.br

A revista de **negócios** dos atacadistas distribuidores

DISTRIBUIÇÃO

www.revistadistribuicao.com.br

Editor
Cristiano Eloi: cristiano@ebceditora.com.br

Redação
redacao.db@ebceditora.com.br

Repórteres
Daniela Guiralde: daniela@ebceditora.com.br
Giane Laurentino: giane@ebceditora.com.br
Jamille Menezes: jamille@ebceditora.com.br

Revisão
Maristela Bignardi

criação e produção

Diretora de Arte
Maria José Ferreira: mariajose@ebceditora.com.br

Criação
Fábio Geribola: fabio@ebceditora.com.br

Produção Gráfica
Ronaldo Secundo: ronaldo@ebceditora.com.br

PORTAL NEWTRADE

Webdesign
Anderson Gabriel: anderson@ebceditora.com.br
Anderson Souza: souza@ebceditora.com.br

PUBLITRADE

Marketing / Vendas
www.publitrade.com.br

Direção Comercial
Rogério Oliva: oliva@ebceditora.com.br

Gerência de Clientes Especiais
José Paulo Basilio: jose.paulo@ebceditora.com.br
Marcos Monaco: monaco@ebceditora.com.br

Gerência Comercial
Jorge Rodrigues: jorge@ebceditora.com.br

Representantes
São Paulo: Fátima Festini Reis: fatima@ebceditora.com.br;
MG e Centro Oeste: Marcos Mizael de Santana: marcos@ebceditora.com.br;
RJ/ES, Norte e Nordeste: Priscila Marinho: priscila.marinho@ebceditora.com.br;

RELACIONAMENTO

Institucional
Alceu de Genaro: genaro@ebceditora.com.br

Leitores/assinaturas/circulação
Fernando Mendes: relacionamento@ebceditora.com.br

Fale conosco: (11) 5572-1221
redacao.db@ebceditora.com.br

Jornalista Responsável
Cristiano Eloi – MTB 38.052

Periodicidade: mensal - Circulação: nacional
Tiragem: 33.000 exemplares
Distribuição dirigida e assinaturas - Impressão: Abril Gráfica
A revista é destinada a empresários, sócios, diretores, gestores, gerentes, compradores profissionais de vendas e marketing de empresas atacadistas distribuidoras, operadores logísticos e brokers

Filiada ao





FOTO WLUADIMIR DE SOUZA

NESTA EDIÇÃO

- 24 **ENTREVISTA**
O economista Paulo Rabello de Castro, do Movimento Brasil Eficiente, fala sobre a simplificação tributária
- 32 **CAPA**
ABAD 2011 Recife ressalta uma maior integração entre os elos da cadeia de abastecimento para uma melhor geração de conhecimento. Durante o evento, o ex-presidente Lula fez uma análise do cenário atual e as palestras realizadas ajudaram a delinear este momento de transformação.
- 88 **VTI ABAD 2011**
Empresários partirão para Nova York e Washington
- 90 **VEÍCULOS**
Venda de caminhões menores e furgões em alta
- 94 **TECNOLOGIA**
Tablets para auxiliar a força de vendas
- 100 **OPORTUNIDADES**
Benefícios extras movimentam a limpeza doméstica
- 106 **BEBIDAS**
Produtos premium atraem jovens
- 112 **CANDIES**
Consumidor exige itens de maior valor agregado
- 118 **BAZAR**
O mercado de sandálias de borracha
- 130 **PONTO DE VISTA**
José Bastos Couto fala sobre a expectativa para a ABAD 2012 Rio de Janeiro

SEÇÕES

- 12 **SUA OPINIÃO**
Espaço para o leitor
- 14 **ON-LINE**
Confira os destaques do portal Newtrade
- 16 **INDÚSTRIA**
Informações estratégicas sobre os fornecedores
- 18 **LANÇAMENTOS**
Novos produtos da indústria
- 20 **NEGÓCIOS**
Notícias econômicas do atacado distribuidor
- 22 **PAINEL**
Notícias de macroeconomia do País e do mundo
- 123 **ABAD NEWS**
A rotina da associação traduzida em informação
- 122 **COLUNA**
Legislação **ANDRÉ BLANCO**
Guerra dos portos reabre discussão sobre ICMS

24



WLUADIMIR DE SOUZA

88



DREAMSTIME

106



DREAMSTIME



CAPA: FOTO DREAMSTIME

A Revista DISTRIBUIÇÃO perguntou aos seus leitores quais os temas que gostariam de ler em suas páginas. Vejam algumas das respostas recebidas.

Publicar artigos referentes a gestão de pessoas, motivação e liderança.

Luana Rebouças- São Paulo/SP

Falta estudo mais específico de distribuidoras e pesquisas mais detalhadas.

Israel Amim Almeida- Vitória da Conquista/BA

Dar mais espaço à regionalização do setor.

Helder Moraes Lima- Lauro de Freitas/BA

Anotamos as sugestões e prometemos, na medida do possível, incluir os temas em nossas pautas futuras.

Gostaria de ler uma reportagem abordando o Estado da Bahia, os negócios e as empresas nordestinas.

Pedro Araujo Santos- Feira de Santana/BA

Pedro, na edição de agosto publicamos um caderno especial sobre o Nordeste, que você poderá conferir e apreciar.



Edição passada abordou o desenvolvimento dos negócios no Nordeste

ERRATAS

Na edição 222, julho de 2011, na matéria "Abocanhando novos consumidores", páginas 62 a 66, diferente do informado, Gerson Grohskopf é coordenador da área de Higiene Bucal da Condor.

Na edição 223, agosto de 2011, na matéria "Ordem inversa", páginas 122 a 126, a aspa no último parágrafo da matéria pertence a Edmilson Selarim Junior, gerente-executivo do Instituto ABAD e não a Estanislau Maria de Freitas Júnior, do Instituto Akatu, conforme creditamos.

FALE COM A GENTE

PARA ASSINATURAS INDIVIDUAIS E CORPORATIVAS

Use a revista DISTRIBUIÇÃO para apoiar o trabalho de capacitação de sua equipe de profissionais, fazendo assinaturas individuais ou para grupos, com condições especiais de preço. Consulte a nossa área de Relacionamento para conhecer a tabela de preços da EBC. Faça a sua assinatura agora mesmo e receba a DB já no próximo mês. Discuta as reportagens publicadas com a sua equipe e envie os comentários para a nossa redação.

PARA MANDAR CARTAS E SUGESTÕES

A revista DISTRIBUIÇÃO quer conhecer a sua opinião. Escreva dizendo quais temas chamaram mais a sua atenção, o que achou das reportagens que leu e, principalmente, se elas foram úteis para o seu trabalho. Envie suas críticas e sugestões para a revista DISTRIBUIÇÃO, Rua Apeninos, 1.126, 9º e 10º andares, CEP 04104-021, São Paulo, SP, ou para o e-mail ebc@ebceditora.com.br. Com a sua participação, faremos da DB uma revista cada vez mais útil para os atacadistas distribuidores.

PARA ANUNCIAR NA REVISTA E NO SITE

Mostre a sua empresa e o seu mix de produtos aos atacadistas distribuidores de todo o Brasil anunciando na revista DISTRIBUIÇÃO e no site www.revistadistribuicao.com.br. Ganhe visibilidade para os cerca de 120 mil leitores que atuam na cadeia de abastecimento por meio do setor atacadista distribuidor. Entre em contato com o Departamento Comercial da EBC por carta, pelo fax (11) 5572-5335, ☎ (11) 5572-1221 ou e-mail comercial@ebceditora.com.br.

MUDANÇA DE FORMATO

No fim do mês de agosto, as lojas do Carrefour, nos bairros do Ipiranga e do Morumbi, na cidade de São Paulo, fecharam suas portas. Nos locais trabalhavam 600 funcionários. Segundo a empresa, os locais sofrerão reformas mudando a bandeira de Carrefour para Atacadão, rede atacadista voltada ao consumidor final. Sendo assim, a empresa propôs que os empregados destes estabelecimentos que querem continuar no grupo serão reaproveitados e os que não querem ficar receberão seus direitos devidos.

Leia mais no canal Varejo



Os principais acontecimentos da ABAD 2011 Recife estão na Newtrade.TV

CONVENÇÃO ANUAL

Se você perdeu o que aconteceu na ABAD 2011 Recife ainda dá tempo de conferir o que houve de melhor no Portal Newtrade. Reportagens, matérias e entrevistas com os principais executivos e líderes das empresas da cadeia de abastecimento podem ser vistas na Newtrade.TV. Já o que os mais de 200 expositores levaram em termos de novidades, lançamentos e tendências para o mercado de consumo estão na cobertura especial da ABAD 2011 Recife. *Acesse, assista e confira. (newtrade.com.br/TV)*



PODCAST

Eduardo Campos, governador de Pernambuco, fala do cenário econômico no Estado e no Brasil

OS PLANOS DA P&G NO BRASIL

Acompanhe na Newtrade.TV os planos da Procter & Gamble, maior companhia de bens de consumo do mundo, com atuação em 140 países, 250 marcas e um faturamento de 82 bilhões de dólares, para crescer no Brasil. Rodolfo Alegre, gerente de *trade marketing* e inovação da P&G, detalha o papel do atacado distribuidor e dos distribuidores exclusivos para que a companhia passe de 160 mil pontos de venda, para 320 mil PDVs atendidos no Brasil até o ano de



Rodolfo Alegre, da P&G, ressalta a importância do setor

2015, País onde a receita da empresa alcança três bilhões de reais ao ano. *Acesse o canal entrevistas no Portal Newtrade.TV (newtrade.com.br/TV)*



O QUE VOCÊ QUER VER NO SITE
Queremos saber que tipo de conteúdo você deseja encontrar na web. Você pode participar da construção do portal enviando para o e-mail web@ebceditora.com.br sugestões de ferramentas e de reportagens, vídeos, áudios, fotos, informações etc.

VEJA TAMBÉM

- ✓ **Capa:** ABAD 2011 Recife promove uma maior integração entre os elos da cadeia de abastecimento para uma melhor geração de ideias que se revertam em benefícios no mercado brasileiro
- ✓ **Entrevista:** O economista Paulo Rabello de

Castro, do Movimento Brasil Eficiente, fala sobre a simplificação fiscal e uma melhor gestão sobre os recursos públicos

- ✓ **Panorama:** O ex-presidente Lula faz uma análise do seu governo e do atual momento econômico

ASSOCIAÇÃO DE ARTIGOS ESCOLARES

Fabricantes e importadores de artigos escolares anunciaram durante a 25ª Office PaperBrasil Escolar, que ocorreu entre os dias 22 a 25 de agosto, em São Paulo, a criação da Associação Brasileira de Fabricantes e Importadores de Artigos Escolares (ABFIAE). Fazem parte da ABFIAE a BIC, Compactor, Ebrás, Faber-Castell, Mercur, Molin, Pilot, Sertic, Summit e Tilibra. O objetivo da ABFIAE é representar os interesses dos associados junto aos órgãos regulamentadores e fiscalizadores, promover treinamentos, fornecer dados de mercado, entre outros. O presidente da BIC, Horácio Balseiro, foi eleito presidente do conselho diretor da ABFIAE. "A associação deve criar normas e diretrizes adequadas para promover condutas comerciais, éticas e profissionais no mercado nacional", afirma Balseiro.

Horácio Balseiro foi eleito presidente do conselho diretor da ABFIAE



DIVULGAÇÃO

CREMER ADQUIRE TOPZ

A Cremer anunciou, em agosto, a compra dos ativos da sua concorrente do mercado de algodão, a Topz. Os ativos comprados no valor de 73 milhões de reais incluem as marcas Topz, Salvelox, Salvedped, entre outras. Também estão incluídos os contratos de representação como a linha de xampus Tom & Jerry e da Pucca, carteira de clientes e estoques da Topz. "A aquisição desses ativos está em linha com a estratégia da companhia de aumentar sua competitividade, expandindo seu portfólio de produtos no varejo e ampliando sua plataforma de produtos de higiene e beleza", diz Marcos Morra, gerente de Marketing da Cremer. Atualmente o segmento hospitalar é responsável por 50% do faturamento da empresa. No caso da Topz, 50% do faturamento advém do algodão. A Cremer detém 15% do mercado de algodão, enquanto a Topz 12%. A marca Topz deve ser mantida em alguns itens.

73 milhões

de reais, foi o quanto a Cremer investiu em ativos comprados que incluem as marcas Topz, Salvelox, Salvedped, entre outras

OLHO NO BRASIL

As indústrias colombianas estão de olho no Brasil e nas oportunidades de negócio que surgiram com o aumento do consumo. Para promover o encontro entre exportadores colombianos e importadores brasileiros, a Proexport Colômbia, entidade do governo colombiano responsável pela promoção do Turismo, Negócios e Investimentos, trouxe para São Paulo, nos dias 1º e 2 de setembro, cerca de 150 empresários, no intuito de fomentar exportações. "A Colômbia tem um setor industrial bastante competitivo, com produtos diferenciados que não existem no mercado brasileiro", diz Carlos Rodríguez, cônsul comercial e diretor da Proexport Colômbia no Brasil. Do lado colombiano indústrias de cosméticos, vestuário, rum, *lingeries*, moda praia, café, e também de *snacks*, que estão de olho na classe C brasileira. Os colombianos fizeram estudo para saber o gosto do brasileiro e apostam em sabores ainda desconhecidos por aqui, à base de pimenta e até frutas. Do lado brasileiro, só para citar alguns exemplos, empresas como o Atacadista Roldão, o Grupo Pão de Açúcar, e o Carrefour já se mostram interessados em produtos colombianos.



DORI TERÁ CD EM ALAGOAS

Com inauguração prevista até outubro de 2011, o novo centro de distribuição da Dori Alimentos, localizado em Maceió, Alagoas, será o primeiro na região. A intenção da empresa é aproveitar o desenvolvimento do Nordeste do País e aumentar assim sua capilaridade e nível de serviços nos Estados da Paraíba, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Sergipe, além da capital alagoana. "Avaliamos a construção do novo CD também pela economia de combustível e buscaremos empresas de transporte local", comentou Carlos Barion, presidente da Dori. Estima-se que o novo empreendimento aumente a receita da Dori em 36 milhões de reais na região. Fruto de um estudo que direcionou os investimentos para novos centros de distribuição, a instalação ocupará 1200 m² com capacidade de giro de 1000 palletes, que movimentarão cerca de 600 toneladas de produto por mês. A Dori tem um portfólio atual de aproximadamente 350 itens e registrou em 2010 um faturamento de 429 milhões de reais, o que representa um crescimento de 13,5% em relação a 2009.

Carlos Barion busca com o investimento aumentar a receita da empresa na região



Nossa energia não para. Muito menos na sua loja.

As Pilhas e Baterias Elgin dão muito mais força para o seu negócio. É mais energia para atrair clientes e resultados para sua loja. Elas são duráveis, seguras e a sua linha é completa: pilhas de zinco, alcalinas e recarregáveis (AA, AAA, C e D) e baterias de lítio e alcalinas. Pilhas e Baterias Elgin. Muito mais força para o seu negócio.



Não aceite falsificações.
Compre as originais.

- Alcalinas
- Recarregáveis
- Zinco
- Lítio

www.elgin.com.br
SAC: 0800 70 35446 – (11) 3383-5555

ELGIN



BIC lança seis novas cores

REFERÊNCIA NO MERCADO

Com a intenção de ser referência no mercado de marcadores a BIC lança seis novas cores em tons pastéis – BIC Marking Paradise Pastel Color – e seis novas cores em tons terra – BIC Marking Earthly Expressions –, além de um estojo completo com 36 cores diferentes. “A empresa também quer contribuir com o trabalho manual e artístico e até mesmo incentivar o hobby pelo artesanato dos nossos consumidores”, complementa Carina Narcizo, gerente de produto da categoria de papelaria da companhia.

A linha BIC Marking Paradise

Pastel Color tem as cores rosa, amarelo, laranja, verde, azul e lilás. Já a linha em tons terra vem em mostarda, azul marinho, café, laranja terra, verde-escuro e roxo. O estojo de 36 cores traz todas as cores acima, as do blister BIC Marking Color regular e mais 18 tonalidades distintas.

MESA SAUDÁVEL

A Camil dá continuidade à sua campanha “Saudável é comer bem” com o lançamento da Linha Natural. Composta pelos produtos Arroz parboilizado integral, Proteína Texturizada de Soja, arroz polido integral e biscoito de arroz salgado.

“Buscamos agregar novos valores aos nossos produtos e à alimentação dos consumidores”, afirma Jacques Maggi Quartiero, diretor de Marketing da Camil. A linha será lançada este mês e até o final de 2011, a empresa agregará mais três itens à linha.

Linha Natural inclui biscoitos de arroz salgado



CUIDADOS MASCULINOS

Marca reconhecida pelos produtos relacionados à higiene masculina, a Bozzano lança uma linha de desodorantes antitranspirantes. O produto é testado dermatologicamente e oferece 24 horas de proteção contra a transpiração. “O desodorante chega como uma excelente opção de produto que alia qualidade e eficácia à tradição de uma marca”, afirma a Gabriela Garcia, diretora executiva da Hypermarcas. Os produtos podem ser encontrados em quatro fragrâncias: Polaris, Veja, Draco e Helix e uma variante sem perfume. Já estão disponíveis no formato aerosol e em embalagens 150 ml.

Lançamento pode ser encontrado em quatro fragrâncias



LINHA ESPECIAL

A Borges traz para o Brasil o azeite extra-virgem El Coupage com assinatura do chef Ferran Adriá, considerado quatro vezes consecutivas o melhor do mundo. Esta é a segunda parceria entre o prestigiado chef e a Borges. A primeira foi a linha de azeites aromáticos especiais. “Já somos uma das três principais marcas de azeite do mercado nacional e prevemos um desempenho bastante positivo em 2011, cerca de 40% sobre 2010”, afirma Bernardo Pontes, gerente de Marketing e Vendas da Borges Brasil. Para 2012, a expectativa é a consolidação da rede de distribuição e novos produtos.

Azeite tem assinatura do chef Ferran Adriá



Produto garante
rápida absorção



CABELOS MAIS BONITOS

A Seda traz ao mercado sua nova Linha de Spray para Pentear. Nas apresentações Liso Perfeito e Sedoso, Liso Extremo Total, Cachos Comportados e Definidos e SOS Ceramidas, a linha tem como principal objetivo tornar a vida das mulheres mais prática. O aplicador profissional garante uma ampla micro-vaporização do produto em todo o cabelo e uma rápida absorção. Pode ser usado nos cabelos molhados ou secos. O produto chega ao mercado assinado por profissionais como Yuko Yamashita, Thomas Taw e Ouidad.



A **ABAD 2011** nos trouxe o melhor dos resultados: a comprovação do sucesso de nossos clientes.



Com **profissionais experientes** e comprometidos, a Target busca conhecer a fundo as necessidades de seus clientes.

O resultado à dedicação exclusiva ao setor de distribuição é o alto nível de qualidade e aderência das soluções aos negócios.



Automação de Depósito



Business Intelligence



Sistema de Gestão



Gerenciamento de Estoque



Nota Fiscal Eletrônica



Automação da Força de Vendas

Agradecemos a todos os clientes e amigos que visitaram nosso estande na ABAD 2011.



target 15 anos
Solução em Distribuição

Rua Tunassu, 390 - Perdizes - São Paulo/SP - 05005-000 - +55 11 3801.4015
Av. Presidente Vargas, 2121 - Alto da Boa Vista - Ribeirão Preto/SP - 14025-700 - +55 16 3442.7816
Rua Albino Meira, 140 - Parnamirim - Recife/PE - 52060-120 - +55 81 3269.8919

www.targetistemas.com.br

EBC EM RECIFE REAFIRMA PARCERIAS NA AÇÃO TRADE E INOVA COBERTURA

A participação da Editora Brasileira do Comércio, que edita as Revistas DISTRIBUIÇÃO e ABASTECIMENTO, foi além do pavilhão da 31ª Convenção Anual do Atacadista Distribuidor e Sweet Brazil International, em Recife, Pernambuco. A ação de trade entregou quatro mil sacolas em hotéis da cidade, que continham edição das duas publicações e brindes de patrocinadores como Perfumes Dana, Bic Bond, Fraldas Capricho, PC Sistemas, Alfacell e Volvo. Para a próxima convenção, que será no Rio de Janeiro, a editora planeja aumentar a distribuição de revistas para seis mil exemplares. Também foi promovido um concurso cultural, que presenteou com um cupom para sorteio de um tablet, aqueles que fizessem atualização cadastral ou assinatura das duas revistas. Entre os 1,2 mil participantes, o ganhador foi Ramon Goulart, presidente da RGB Group. Após as 18 horas os visitantes do estande puderam degustar os vinhos do Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN). Além das ações, foi a primeira vez que a EBC Editora montou um estúdio de TV em seu estande. “O estúdio da NewTrade.TV foi determinante. Mesmo aqueles que não estiveram presentes, puderam acompanhar o que estava acontecendo através do nosso site”, afirma Rogério Oliva, diretor-comercial.



Oliva anunciando o sorteio do tablet com Selva Tassara, do Grupo PC, e Vicente Puerta, diretor-presidente da EBC Editora. Abaixo, o ganhador Ramon Goulart



Marques de olho na fidelização do cliente

DIVERSIFICAR PARA CRESCER

Para Raimundo Marques, diretor da Expansão Distribuição & Serviços, para manter a fatia do mercado no futuro, não bastará às empresas fornecer produtos e serviços melhorados a preços competitivos. Nem simplesmente proporcionar programas de benefícios e descontos preferenciais. Para conquistar a fidelidade do cliente a longo prazo será necessário mudar a maioria desses enfoques, e buscar uma definição individual de valor. “Os clientes são vistos como uma grande massa sem muita diferenciação. O enfoque necessitará ser centrado no lado individual”, explica.

CASH & CARRY

O Atacadão já representa 75% do lucro e 50% das vendas do Carrefour no Brasil. Os números foram divulgados por Lars Olofsson, presidente da rede durante recente encontro com jornalistas no País. Segundo o executivo, o Carrefour se divide em dois no País, que são os hipermercados e o Atacadão. O primeiro formato, nas palavras dele, “não cresce como gostaria”, enquanto o segundo foi classificado como “a estrela do varejo”, com taxa de crescimento superior a 20%. Essa declaração foi reforçada pela rede, que recentemente fechou duas lojas Carrefour em São Paulo (Ipiranga e Morumbi), que passarão por reformas e se tornarão Atacadão. Hoje, no Brasil, a rede tem 108 hipermercados, 49 mercados de bairro e 74 lojas Atacadão. Até o final do ano, serão inaugurados 17 novos pontos de venda de atacado de autosserviço, sendo que seis serão antigas lojas Carrefour.

MUDANÇA ESTRATÉGICA

Contente com os bons resultados obtidos em sua operação no Piauí, onde atua como DEC – Distribuidor Especializado em Cosméticos, o atacadista Rio Piranhas definiu mudanças estratégicas para sua operação no Maranhão. A ideia é reduzir o número de indústrias representadas de 120 para cerca de 20, nos próximos dois anos. De acordo com o diretor da empresa, Pedro de Oliveira, a intenção não é ser DEC no Maranhão, mas sim um distribuidor especializado em algumas indústrias, de diversos setores como alimentos, limpeza e outros segmentos de mercado, com as quais pretendem trabalhar toda a linha. Segundo ele, esta é a tendência de todo atacado, sair do generalista para o especializado firmando uma parceria com as indústrias. “Quanto menos indústrias você trabalha, mais você tem foco nelas e, conseqüentemente, a indústria também aposta mais em você, com preços e condições diferenciadas”, explica.



Raul Inácio de Souza deixou legado familiar e empresarial

DESPEDIDA

Faleceu na primeira semana de Agosto, o empresário e fundador da Distribuidora Souza Roxo, do Rio Grande do Sul, Raul Inácio de Souza, aos 73 anos de idade. Aos 33 anos, com um caminhão emprestado por um amigo e apoio do sogro Tomás Prudêncio Roxo, o empresário começou a vender sabão na cidade de Torres/RS. Tempos depois iniciou com a operação de alimentos, dando início à empresa. À frente da companhia ficam os filhos, Paulo Henrique e Luís Fernando de Souza. “Ele foi um grande exemplo de homem e um grande pai, com um histórico com tantos feitos, uma vida dedicada à família, à comunidade e à empresa que criou. Temos de dar segmento ao legado que ele nos deixou”, diz Luís.



Geladeira - Fogão



Incandescentes



Fluorescentes Eletrônicas



Bolinhas



Luminária de Emergência

O giro mais rápido no ponto de venda.

Lançamentos



Mini Spiralux



Globo



A linha mais completa de soluções para iluminação.
Distribuição em todo o território nacional.
A marca que mais cresce no setor.
Quem quer resultados, vende Ourolux.

OUR LUX[®]
www.ourolux.com.br

