



VALORIZANDO A NOSSA GENTE

Confira dicas com especialistas e distribuidoras sobre como reconhecer sua equipe



Especial Seals 2018

Veja os destaques e as novidades do tradicional evento da Ambev

Entrevista

Especialista aborda os impactos das mudanças do Código de Trânsito

Cervejas Premium

Saiba quais são as tendências do segmento, que segue em expansão no País

Fique ligado nos destaques do setor de bebidas:
a **confenar** está disponível no site!



Acesse e compartilhe a qualquer hora do dia com
seus amigos, parceiros de negócios e familiares.

www.confenar.com.br



www.facebook.com/Confenar



DIRETORIA EXECUTIVA

Presidente

Carlos Eduardo Lang

Vice-Presidente

Murilo Duque G. de Souza

Diretoria

Adriana Cássia Neves

André Stormowski

Ataide Gil Guerreiro

Carlos Fuão

Mário Peres

Pedro Luiz Ciccotti

Thelmo Cargnelutti Jr.

Valtacíir Nei Ribeiro

Veriano Lima Junior

Victor Cirne de Simas

Vinicius Manfrim de Oliveira

REVISTA CONFENAR

Direção Geral

Carlos Eduardo Lang

Coordenação Geral

Adriana Cássia Neves

Nino Feoli Anele

Marcel Jardim

atendimento@confenar.com.br

Departamento Comercial

Nino Feoli Anele

negocioseparcerias@gmail.com

(51) 99999-7095

Coordenação Editorial

Angélica Consiglio (MTB 24182)

angelica@planin.com

Textos

Elaine Alves (edição)

Danilo Moreira

Júlia Pereira

Luiz Fernando Rodas

confenar@planin.com

Designer Gráfico

Felipe Serafim

Concepção do Projeto

PLANIN

(11) 2138-8900

www.planin.com

Impressão:

Referência Gráfica

Tiragem: 3.000 exemplares

Periodicidade: bimestral

Sugestões ou críticas

atendimento@confenar.com.br

CONFENAR

Rua Guararapes, 1.855 - 6º andar

Brooklin - São Paulo/SP - 04561-004

(11) 5505-2521

www.confenar.com.br

A Revista Confenar é distribuída para toda a Rede de Revendas Ambev, principais pontos de venda do País, entidades empresariais, associações representativas do segmento de distribuição de bebidas e representantes do governo, além de toda a indústria fornecedora de produtos, insumos e soluções para a Rede Confenar.

4

Editorial

Karl Lang, presidente da Confenar, comenta as conquistas do último ano e objetivos para 2018

6

Pronta-Entrega

Confira novidades e iniciativas que movimentaram a Confederação e as revendas pelo Brasil

8

Diário de Bordo

Conheça o Bahrem, de Goiânia (GO), com cardápio gourmet e ambiente descontraído

9

Perfil

Eduardo Buosi, sócio da Virgínia, conta sobre sua trajetória no segmento

10

Entrevista

Especialista Neuto Gonçalves dos Reis destaca as mudanças no Código de Trânsito Brasileiro

12

Especial Seals 2018

Veja os destaques da Rede no evento da Ambev, os resultados de 2017 e as metas deste ano

16

CAPA

Reconheça o trabalho dos colaboradores dentro da revenda, incentivando e motivando a equipe

22

Especial Cervejas Premium

Fique por dentro das novidades desse mercado que está em destaque no País

24

Negócio Certo

Parceiros da Confederação oferecem excelentes oportunidades para os revendedores

28

Boas Ideias

Confira as iniciativas realizadas nas distribuidoras, que são exemplos de boas práticas

30

Ambev em Foco

Presente em mais de 30 cidades, Skol Beats marcou presença no Carnaval com novas versões

32

Tome Nota

Especialista da Serasa Experian faz balanço da economia e comenta previsões positivas para 2018

33

De Olho na Mídia

Notícias sobre a Confederação e a Rede de Revendas que foram destaques na Imprensa nacional

34

Eu Recomendo

Leitores e equipe editorial da Revista indicam seus livros, filmes, aplicativos ou sites preferidos

35

Saideira

Que tal se divertir com nossa seção interativa?



Unidos pelo mesmo propósito



A Rede de Revendas Confenar é um braço estratégico da distribuição de produtos Ambev. Desempenhamos um papel fundamental e estamos totalmente inseridos nos negócios da Companhia. Da mesma maneira, nossos clientes são parte fundamental do andamento das nossas ações no mercado brasileiro.

Para falarmos a mesma língua, procuramos praticar e inserir no nosso dia a dia a cultura Ambev. Temos orgulho dos produtos com os quais trabalhamos. Fazer negócio com os nossos clientes, priorizando um atendimento de qualidade, manter a união da nossa Rede e não perder os diferenciais da Companhia foram essenciais para nos trazer até aqui.

Tivemos dois anos desafiadores para o nosso mercado, com economia retraída, carga tributária crescente, redução da massa salarial e a chegada dos nossos concorrentes em algumas regiões. Mesmo assim, a Rede de Revendas manteve o foco e a determinação para atingir os resultados que procurávamos, sempre pensando em um futuro promissor.

Tivemos excelentes frutos em 2017. Alcançamos regiões importantes, servindo como alavanca de volume e participação de mercado para as distribuidoras, conquistando um resultado 7,3% acima do ano anterior.

Não devemos esquecer, também, das diretrizes que escolhemos para os próximos dois anos: rentabilidade e valorização da Rede. Para cumprirmos nossos objetivos propostos para 2018, já estruturamos uma agenda produtiva para os próximos meses.

Nosso dever é cuidar do futuro com responsabilidade e comprometimento, atuando como parceiros estratégicos nas vendas e contribuindo para o fortalecimento da marca junto aos consumidores.

Somos guardiões das marcas e do nosso negócio, e temos o desafio de lidar com um setor cada vez mais desafiador. Estamos juntos nessa caminhada, pois onde o Brasil for, tem que ter os produtos Ambev e a Rede de Revendas Confenar estará lá!

Boa leitura!

Carlos Eduardo Lang,
Presidente da Confenar.

Queremos saber sua opinião sobre a nossa revista!

Para participar, envie um e-mail para confenar@planin.com com seu elogio, crítica ou sugestão de pauta. Nesta edição, vamos publicar os comentários enviados pelos leitores sobre o nosso informativo.

Aguardamos a sua opinião sobre esta edição! Até mais.

"A Revista Confenar é um instrumento muito importante de divulgação de conteúdo e de compartilhamento das melhores práticas entre as revendas. Por meio dela temos acesso a temas atuais relacionados ao nosso segmento, sabemos das ações desenvolvidas pela Rede e das iniciativas da Confederação que buscam o nosso fortalecimento como grupo. Especificamente sobre a edição 79, a matéria sobre a Reforma Trabalhista trouxe informações importantes para as nossas operações, já que se trata de um tema polêmico e cercado por muitas dúvidas. Nesse sentido, precisamos estar sempre atualizados para blindarmos o nosso negócio. Gostaria de destacar ainda a alta qualidade do material gráfico desenvolvido pela editora e a preocupação na geração de conteúdos relevantes."

Dedé Oliveira, diretor da Oliveira & Oliveira, de Abaetetuba (PA).

"Parabéns à Revista Confenar, em especial pela edição nº 79, pelos assuntos abordados, a começar pela capa sobre Reforma Trabalhista. O capítulo orienta, de forma muito clara, as adaptações e os cuidados que as revendas precisam priorizar em relação à reforma, possibilitando, assim, mais flexibilidade às empresas nas negociações com os sindicatos e funcionários. A Revista Confenar sempre tem mantido as revendas atualizadas nos assuntos de cunho social, negócios, produtos e demais temas que contribuem de forma positiva para as distribuidoras."

Heniffer E. Hoffmann, gerente de Gente e Gestão da São Rafael, de Linhares (ES).



Confenar participa de workshop com engenheiros da Ford

A Ford promoveu em dezembro de 2017, em sua fábrica de São Bernardo do Campo (SP), um workshop que abordou detalhes técnicos dos produtos da montadora, focando no segmento de distribuição de bebidas. O evento contou com a participação de integrantes da empresa, das áreas Comercial e Engenharia, da Confenar e Integramax.

“O encontro foi muito produtivo, pois conhecemos e avaliamos os diferenciais dos caminhões Ford. Também tivemos a oportunidade de apresentar nossas sugestões e necessidades para a montadora”, afirma o presidente da Regional Sul da Confenar, Adilar Luiz Blanger.

Já o diretor de Logística da Confederação, Thelmo Cargnelutti Junior, falou sobre a importância da interação direta com os engenheiros da Ford. “Indicamos para eles características da nossa operação. A interação é muito benéfica para que o fornecedor aprimore o produto segundo o ponto de vista de quem o utiliza”, reforça Cargnelutti.

Para o diretor nacional de Vendas e Marketing da Ford Caminhões, Oswaldo Ramos, esse relacionamento é fundamental. “Com essa ação estabelecemos uma relação perfeita entre a prática e a tecnologia, na busca pelo modelo ideal de produto que suportará tanto demandas de Vendas quanto de Pós-Vendas, com custos eficientes para cada tipo de aplicação.” ●



Diretores da Ford e da Confenar durante o evento

Univale reconhece colaboradores por dedicação à revenda

No início deste ano, a Univale, de Estrela (RS), promoveu a primeira reunião mensal “Super Matinal”. O evento contou com a presença dos colaboradores da revenda e foi importante para destacar as principais notícias e comunicados internos ao time da distribuidora.

A empresa também reconheceu os funcionários que se destacaram no mês de dezembro, além dos que tiveram um bom resultado ao longo do ano. Também foram apresentados os principais indicadores de desempenho e da ouvidoria da Univale.

“A homenagem é importante, pois serve como motivação para que, cada vez mais, todos estejam empenhados para fazer o melhor e entregar os resultados planejados”, diz o diretor Comercial da distribuidora, Nestor Muller. ●



Alguns dos Destaques de 2017. Vencedores foram contemplados com troféu e um certificado

Confira outras formas de reconhecimento e dicas na matéria de Capa desta edição!

Novas ações da diretoria de Gente e Capacitação

A diretoria, liderada por Vinícius Manfrim de Oliveira, anunciou novidades para 2018. Confira algumas delas e participe!

Atualização no E-Gente

A Confenar anunciou uma nova atualização na plataforma E-Gente. O sistema, disponível para operações em todas as revendas, é utilizado para padronizar o fluxo de informações relacionadas aos processos de Gente na Rede.

“A sistematização do Ciclo de Gente trouxe mais qualidade ao acompanhamento do desempenho dos nossos colaboradores e mais confiabilidade na gestão do processo”, explica o diretor de Gente e Capacitação da Confederação, Vinícius Manfrim de Oliveira.

Desta vez, o sistema contemplará mais dados voltados à segurança das equipes. “Segurança é um tema prioritário para as nossas operações. Nesse sentido, acreditamos que quanto maior a disponibilidade de informações, maior será a qualidade da nossa gestão.”

Mais capacitação

Em parceria com a Fundação Adolpho Bósio de Educação no Transporte (Fabet), a diretoria anunciou uma nova oportunidade de capacitação direcionada aos colaboradores, revendas e Centros de Distribuição Compartilhada (CDCs). A ação vai disponibilizar cursos, como Direção Defensiva, Formação de Motorista Educador, Operador de Empilhadeira e Gestão de Frotas.

O objetivo principal é oferecer aos associados o acesso a cursos de qualidade. Além de atender às exigências dos processos de DPO da Ambev, as revendas e CDCs terão profissionais cada vez mais capacitados e treinados para uma condução segura e com menor custo.

Gestão Empresarial

A Rede de Revendas terá uma nova turma do curso de MBA, mas agora focado em gestão empresarial. A ideia é capacitar os colaboradores e expandir o *networking* entre as operações, troca de experiências e atualização em relação aos aspectos gerais do mercado.

Com duração de 14 meses, o curso será 70% on-line e 30% presencial, com aulas ministradas em São Paulo (SP).

As turmas serão formadas exclusivamente por executivos e revendedores associados à Confederação. “Estamos negociando um formato In Company com a Fundação Getulio Vargas (FGV) para uma turma fechada de alunos da Rede. Estimamos que teremos um curso cerca de 30% mais barato que um MBA de formato tradicional”, explica o diretor.

Para mais informações, entre em contato com a Confenar pelo e-mail: gente@confenar.com.br ●



Para saber mais novidades sobre as revendas, acesse nosso Facebook:



www.facebook.com/Confenar

Estilo de boteco com qualidade gourmet

O bar e restaurante Bahrem, localizado na cidade de Goiânia (GO), foi criado em dezembro de 2009. A ideia de abrir o estabelecimento partiu de dois amigos, que já gostavam de aproveitar a noite sentados na mesa de um bom bar. Juliano Carrilho e Izídio Inácio Geraes trabalhavam com festas e boates, e identificaram nesse meio uma chance de se destacarem profissionalmente.

O Bahrem nasceu para ser um boteco de amigos e, hoje, é considerado referência em boa gastronomia aliada com diversão na cidade. O cardápio da casa conta com variedades, como os pratos com bacalhau, filé à parmegiana, frango grelhado, salada caesar e a tábua de frios, além dos chamados sandubás, acompanhados de fritas.

Pensando em ampliar os negócios, os sócios inauguraram, em outubro de 2016, o Bahrem Burger, uma hamburgueria gourmet de extenso cardápio, que conta com saladas, massas, petiscos, steaks, hot dogs e sobremesas, além do portfólio de bebidas Ambev. Esse estabelecimento está localizado no Setor Marista, também na capital de Goiás.

Durante a semana, o público que frequenta o bar e restaurante Bahrem é, na maioria, composto por famílias e turistas, que estão em Goiânia a negócios. "No fim de semana, há muitos jovens, que encontram aqui uma cerveja gelada, um som de qualidade e muita gente bonita", conta Geraes.

Os produtos Ambev que fazem mui-

to sucesso nesse ponto de venda são a Antarctica Pilsen e o chope Brahma, mas o principal item do cardápio da casa é a cerveja Original. Todos fornecidos pela revenda ReGra, localizada em Aparecida de Goiânia (GO). O estabelecimento comercializa, aproximadamente, 600 caixas de 600ml

de Cerveja Original por mês e 100 barris de chope Brahma.

Para este ano, o proprietário reforça o objetivo do estabelecimento. "Continuar no topo dos maiores vendedores de cerveja de Goiânia", comenta. ●



Clima descontraído de boteco com o requinte do ambiente são alguns dos diferenciais do local



De pai para filho

Paranaense de Maringá, Eduardo Buosi é sócio e gestor da área Comercial na Distribuidora de Bebidas Virgínia, localizada em sua cidade natal. No ramo desde 1984, começou a carreira aos 14 anos na revenda que, na época, era comandada por seu pai. A empresa segue como um negócio de família, hoje liderada por Eduardo e pelo irmão, Waldemar Buosi, além do sócio, Carlos Pacolla.

Buosi começou muito cedo e evoluiu dentro da distribuidora. “Desempenhei inúmeras funções. Fui office boy, vendedor, gerente de Logística e também da área Comercial. Fiz vários cursos pela Ambev, além de participar, como presidente, da Assorev-PR (Associação das Revendas Ambev do Estado do Paraná) e de alguns comitês pela Confenar”, explica o revendedor.

Fundada em 1951 pelo pai de Eduardo, a Virgínia começou como fábrica de refrigerantes, vinagres e depósito de vinhos. Tornou-se uma revenda a partir de 1960, inicialmente com a marca Brahma. Com o passar dos anos, cresceu até virar distribuidora exclusiva dos produtos Ambev para Maringá e outros 60 municípios da região. A empresa já ganhou, inclusive, o Leão de Ouro no Programa de Excelência da Companhia.

A Virgínia atende, hoje, na área Noroeste do Paraná, uma população total de mais de 1 milhão de pessoas. Considerada uma das maiores distribuidoras do Estado, a empresa conta com 307 colaboradores e comercializa uma média superior a 50 mil hectolitros em produtos Ambev por mês. Os destaques do portfólio são Skol, Brahma, Antarctica, Budweiser e Stella Artois.



Eduardo Buosi atua na área Comercial da revenda Virgínia

Além de comandar o negócio e vender muitas cervejas, Buosi também aprecia uma boa bebida nas horas de folga. “Costumo viajar bastante, tenho muitas cervejas especiais, artesanais e importadas. Também pude conhecer várias cervejarias pelo mundo. Sou um grande degustador e harmonizador”, afirma. Fora do trabalho, pratica esportes e curte a família: “Tenho 5 filhos, incluindo trigêmeos. Gosto muito de esportes e pratico vários,

como futebol, squash e mountain bike”, destaca o empresário. ●

Distribuidora de Bebidas Virgínia

Cidade: Maringá - PR

Colaboradores: 307

Distribuição: 51,6 mil hectolitros/mês

Frota: 44 caminhões de Entregas e 6 para Puxadas

Legislação de trânsito e o **impacto no setor de bebidas**

Diretor Técnico da NTC&Logística fala sobre as principais alterações realizadas até o momento e seus reflexos no transporte de cargas



Foto – Divulgação

O Código de Trânsito Brasileiro (CTB) tem passado por mudanças nos últimos anos, inclusive com novas regras que entram em vigor em 2018. Neuto Gonçalves dos Reis, diretor técnico da NTC&Logística, explica como esses ajustes podem impactar de forma significativa o transporte de carga e como as distribuidoras devem preparar seus colaboradores para as diretrizes vigentes.

Quais são os principais desafios logísticos que as empresas enfrentam para realizar suas entregas no País?

Uma das maiores dificuldades é a deficiência, quantitativa e qualitativa, das estradas. O Brasil possui cerca de 1,7 milhão de rodovias, das quais apenas 12% (212 mil quilômetros) são pavimentadas. Outro problema é o aumento exponencial dos roubos de carga, que já ultrapassou a casa das 20 mil ocorrências em 2017, com prejuízos superiores a R\$ 1,7 bilhão durante o ano.

Como as distribuidoras de bebidas podem vencer esse cenário?

Em relação às rodovias, devemos lutar por mais investimentos em infraestrutura, sejam públicos ou privados. Quanto aos

roubos de carga, as transportadoras estão tomando medidas onerosas (que aumentam em até 10% o custo do transporte), como monitoramento das frotas, escoltas e outras técnicas de gerenciamento de riscos. Geralmente, esses custos adicionais são repassados ao embarcador na forma de taxas.

O Código de Trânsito Brasileiro teve algumas mudanças desde 2016. Quais foram as principais alterações que impactam o transporte de cargas?

Entre as principais alterações está a atualização nos valores das multas de trânsito e ajustes com base na variação do IPCA. Outra medida digna de nota é a introdução do artigo 165-A, que permite ao agente de trânsito aplicar, a quem se recusar a fazer o teste, exame clínico, perícia ou outro procedimento que permita certificar influência de álcool ou outra substância psicoativa, que terá, como resultado, multa e apreensão do veículo. No caso do Contran, destaco as Resoluções 552/2015, que acabam de entrar em vigor, sobre as obrigações dos frotistas e que exigem medidas mais rigorosas quanto à amarração das cargas, que devem estar devidamente seguras, ancoradas e acondicionadas no compartimento de carga ou em superfície de carregamento do veículo. Devem ser utilizados também dispositivos de amarração, como cintas têxteis, correntes ou cabos de aço, com resistência total à ruptura por tração de, no mínimo, duas vezes o peso da carga, bem como o uso de dispositivos adicionais e pontos

de amarração adequados para a carga durante o percurso.

Esses ajustes trazem algum benefício significativo para o Brasil? Por quê?

Creio que esses e outros ajustes são essenciais para aumentar a segurança do trânsito e retirar o Brasil da triste liderança no caso de mortes e feridos nesses tipos de acidentes.

Como as distribuidoras de bebidas podem atender essas mudanças, mantendo a segurança do colaborador e da carga?

É importante treinar e conscientizar os motoristas, inclusive com a realização contínua da Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho (Sipat), reforçando os riscos e a postura correta no trânsito. Afinal, cerca de 90% dos acidentes envolvem falha humana.

O uso do celular ao volante é um dos fatores de acidentes no País. Com a regra vigente, é possível garantir um contro-

le mais eficaz dos condutores para evitar esse tipo de comportamento?

De acordo com a legislação brasileira de trânsito, usar o celular enquanto dirige é proibido, mesmo que se esteja utilizando fones de ouvido que permitam deixar as mãos livres. Essa determinação faz parte do artigo 252 e pode ser encontrada no Código de Trânsito Brasileiro. Essa infração, que era considerada média, passou a ser gravíssima (sete pontos na carteira), o que deve contribuir para coibir esse comportamento.

O Sistema de Notificação Eletrônica que permite que o aviso de multa chegue mais rápido ao conhecimento do usuário também pode contribuir para a gestão da conduta do colaborador da revenda ao volante? Por quê?

Acredito que isso pode contribuir para a melhor gestão dos motoristas, pois chegará rapidamente ao conhecimento do condutor e da empresa. ●



Thelmo Cargnelutti Junior, diretor de Logística da Confenar

"Para vencermos os obstáculos logísticos no Brasil, as revendas precisam estar focadas em gestão de pessoas e se prepararem para os desafios que enfrentamos no dia a dia, inclusive atualizando suas equipes sobre as mudanças vigentes na legislação de trânsito. Com uma gestão baseada em treinamento do time, com segurança em todas as áreas da empresa, e investindo em tecnologia vamos sempre melhorar nosso negócio."

Qualidade do campo ao copo

Seals destaca resultados
positivos de 2017 e
traz as novidades
para este ano

Revendedores,
diretores da
Confenar e
executivos da
Ambev no Seals
2018

Nos dias 22 e 23 de janeiro foi realizado, em São Paulo, o Seals – tradicional evento da Ambev que tem como objetivo celebrar os resultados do ano que passou e alinhar as estratégias para este ano.

Além das revendas, diretoria e do presidente da Confederação, Carlos Eduardo Lang, a ação também reuniu os executivos da Ambev. Na oportunidade, Lang fez um discurso indicando que as distribuidoras estão totalmente inseridas no âmbito de negócio da Companhia, investindo no DPO e SPO e atuando estrategicamente e como guardiões das marcas para gerarem novas vendas.

“A importância do Seals para a Rede de Revendas não é somente reconhecer as melhores distribuidoras do País, mas ressaltar os resultados positivos obtidos no ano anterior e atualizar as novidades da Ambev para que todos estejam alinhados com as prioridades do novo período”, diz a diretora de Comunicação e Marketing da Confederação, Adriana Neves.

Com o tema “Qualidade do campo ao copo”, o encontro deste ano destacou questões voltadas à logística, gestão e operações, além dos diferen-

ciais dos produtos da Companhia. O mestre cervejeiro da Ambev Maurício Soufen realizou uma palestra exclusiva, ressaltando ao público presente curiosidades do mundo da cerveja, a história da bebida, seus tipos e como ela é feita.

Revendas em destaque

O Seals também foi palco de premiações, com homenagens para as 20 revendas qualificadas na última temporada. O pódio dos três primeiros colocados no Programa de Excelência (PEX) foi composto pela **Rizatti** (SP), com o Leão de Ouro; **Irmãos Farid** (MG), com o Leão de Prata; e **Minasbeb** (MG), com a conquista do Leão de Bronze.

Além do reconhecimento, as 20 revendas ganharam um incrível presente da Companhia. Neste ano de Copa do Mundo, um revendedor de cada empresa vencedora vai, com um acompanhante, para a Rússia assistir ao mundial.

Outra ação ressaltou os resultados das distribuidoras de bebidas durante o ano passado. O Reconhecimento Feras 2017 destacou as revendas que fizeram um excelente trabalho nas áreas de Vendas, Operações e Comercial.

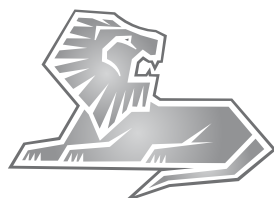


Graziela Solera (primeira mulher à esquerda) e Daniel Rizatti (sexto integrante à direita) na entrega do título de embaixadores

Confira a lista completa do PEX:



RIZATTI* (Geo SP)
1º Lugar – Leão de Ouro



IRMÃOS FARID* (Geo MG)
2º Lugar – Leão de Prata



MINASBEB (Geo MG)
3º Lugar – Leão de Bronze

Veja também as revendas Feras:



ACB CHAPECÓ | GEO SUL
BEBIDAS FARID | GEO MG
BRASUL | GEO MG
CERVANTES | GEO MG
CONEBEL | GEO SP
DISBENOP | GEO CO
DISFONTE | GEO SUL
IRMÃOS FARID | GEO MG
MINASBEB | GEO MG
PAU BRASIL – SOUSA | GEO NE
REGRA | GEO CO
RIZATTI | GEO SP

* Listagem por ordem alfabética

4º DISFONTE* | GEO SUL
5º CERVANTES | GEO MG
6º CONEBEL | GEO SP
7º BRASUL | GEO MG
8º REGRA* | GEO CO
9º BEBIDAS FARID | GEO MG
10º ACB | GEO SUL
11º DISBENOP | GEO CO
12º PAU BRASIL – SOUSA* | GEO NE
13º MARBELA* | GEO RJ/ES
14º EXCELENTE TIGERS | GEO SP
15º TARUMÃ | GEO MG
16º MENEGAZZO – AVARÉ | GEO SP
17º NOROESTE | GEO MG
18º ALFA BEBIDAS* | GEO NO
19º VIRGÍNIA | GEO SUL
20º CBB | GEO NE

*Fera Regional



ATLÂNTICA | GEO SP
BEBIDAS FARID | GEO MG
BRASUL | GEO MG
CBB | GEO NE
CERVANTES | GEO MG
DISFONTE | GEO SUL
IRMÃOS FARID | GEO MG
MENEGAZZO – AVARÉ | GEO SP
MINASBEB | GEO MG
NOROESTE | GEO MG
REGRA | GEO CO
RIZATTI | GEO SP

* Listagem por ordem alfabética



BEBIDAS FARID | GEO MG
BRASUL | GEO MG
CERVANTES | GEO MG
DISFONTE | GEO SUL
IRMÃOS FARID | GEO MG
MINASBEB | GEO MG
REGRA | GEO CO
RIZATTI | GEO SP

* Listagem por ordem alfabética

Programa Voa

A Ambev se preocupa com as pessoas. Por isso, durante o evento apresentou o Programa Voa, iniciativa na qual apoia ONGs do Brasil, indicando como é possível ter um modelo próprio de gestão.

A ONG Gerando Falcões, de São Paulo, foi a primeira a ser adotada pela Ambev. Eduardo Lyra, empreendedor social que iniciou a organização, esteve presente no Seals 2018 e destacou as melhorias resultantes da união do projeto com a Companhia.

Próxima geração

Um dos momentos mais emocionantes do evento foi, sem dúvida, a entrega do título de embaixador para dois sucessores de revendas: Graziela Solera, da **ReGra** (GO), e Daniel Rizatti, da **Rizatti** (SP).

Graziela iniciou sua vida na área de bebidas em 1991. A sucessão começou há 28 anos, com um treinamento *on the job* com seu pai, líder da revenda. “A sucessão é um processo natural do mundo corporativo, que tem início no desejo do líder de perpetuar a empresa e os projetos realizados ao longo da sua trajetória”, destaca a sucessora da revenda, que dedica todo seu sucesso no mercado de bebidas ao seu pai.

Segundo Graziela, ela acompanhava seu pai com frequência na empresa. “Ele tinha muita vontade de implementar projetos e uma crença absoluta de que estávamos aliados com as melhores pessoas. Agora, vou seguir fazendo a minha parte!”, declara a revendedora.

A embaixadora da revenda ReGra ainda ressalta a importância do Seals: “É o momento em que renovamos nossas diretrizes e os melhores resultados do ano anterior são reconhecidos. Estamos aliados à Companhia, com gente que veste a camisa rumo ao sucesso, formando parcerias duradouras.”

Daniel Rizatti é outro sucessor, ele está há 18 anos na revenda Rizatti. “Agora, como embaixador, tenho a responsabilidade de manter e buscar a excelência”, comenta o revendedor.

Para ele, o evento organizado pela Ambev é um momento muito importante, em que todo o plano para o ano é compartilhado entre os colaboradores e há o destaque para as melhores operações. “A homenagem de embaixador sucessor é motivo de muito orgulho e honra. É um grande prazer fazer parte de um seleto grupo que, ao longo dos anos, se destacou por sua consistência operacional”, completa Rizatti. ●

VALORIZAÇÃO PROFISSIONAL

Atualmente, há muitas empresas que oferecem diversas atividades para incentivar suas equipes como confraternizações mensais, premiações e salas de jogos dentro das companhias. Mas isso é o suficiente – e o ideal – para deixar o seu time mais motivado no trabalho?





Será que todas as empresas valorizam seus profissionais? Elogios são o suficiente para incentivar os colaboradores a manterem um bom trabalho? Muitos líderes e gestores encontram dificuldades na hora de reconhecer seus talentos. Mais do que ter bons resultados em vendas e manter o crescimento do negócio, ter uma equipe unida e com pessoas engajadas tornam a empresa ainda mais forte no mercado.

O estudo Melhores Empresas para Trabalhar do Great Place To Work (GPTW) no Varejo 2016 identificou as 50 melhores redes do mercado de varejo e os motivos pelos quais os funcionários as valorizam tanto. Uma das razões é o fato de que as premiadas não enxergam os colaboradores como executores de atividades, mas sim como parte integrante e fundamental da estratégia. Essa visão levou grandes redes de varejo a um crescimento no faturamento, no ano anterior à pesquisa.

No mercado de distribuição de bebidas não é diferente. Se o time da sua revenda está ganhando e você não quer alterá-lo, reconheça os talentos que o compõem.

Segundo a sócia-diretora da Improve Human Consulting, consultoria especializada em oficinas comportamentais, Cris Cintrão, um elogio sincero ou um agradecimento são poderosos elementos para gerar um ambiente leve e alegre. “Desde que nascemos, buscamos reconhecimento. O que mais prezamos é a sensação de que estamos fazendo um bom trabalho”, diz Cris.

O PAPEL DA LIDERANÇA

Além de ser o responsável pelo gerenciamento das equipes e atividades, o líder tem um papel muito importante no desenvolvimento profissional dos colaboradores. Isso se deve a alguns fatores:

- O líder é um espelho de comportamento para os colaboradores;
- A cultura e os valores da empresa são transmitidos por ele;
- O reconhecimento direto vem do líder da equipe e é passado aos superiores.

Cabe ao líder fazer com que os profissionais se sintam valorizados pelas atividades que desempenham diariamente, além de manter a equipe unida em prol de uma causa. “Hoje, trabalhamos com diferentes gerações em um único ambiente de trabalho. Por isso, é preciso inspirar a cooperação e o respeito entre diferentes jeitos de ser e agir, evitando assim a competição entre os profissionais”, explica Cris.

Evitar um clima negativo e competitivo também é uma das funções do líder, que deve coibir comporta-

mentos que gerem desconforto. “Se os gestores promovem um ambiente de colaboração, todos se envolvem na busca por objetivos comuns”, afirma a especialista. Segundo ela, a produtividade é maior em empresas onde a luta por espaço é menor e as pessoas sentem confiança e segurança para fazer o melhor, compartilhando melhores práticas e soluções.

Os líderes ainda são responsáveis por incentivar os colaboradores. Mas como fazer isso?

- 1) Informe e explique as metas. Muitas empresas não passam informações relevantes sobre os objetivos das equipes, o que pode desmotivar os funcionários;
- 2) Reconheça comportamentos alinhados aos valores da empresa;
- 3) Convide os colaboradores para ajudarem na busca por novas ideias para atingir as metas da empresa. Se eles ajudam com sugestões, se engajam para que tudo ocorra bem;
- 4) Informe frequentemente como está o andamento dos resultados do negócio e dos desempenhos individuais do time.



Luciana Franco e Cris Cintrão, sócias da Improve

VESTINDO A CAMISA

Segundo um estudo divulgado pelo Instituto Gallup, apenas 13% dos empregados em todo o mundo se consideram engajados com o ambiente de trabalho. Isso ocorre, na maior parte dos casos, pelo excesso de burocracia, falta de autonomia, processos de aprovações ineficientes, entre outros.

Outra pesquisa, agora da Deloitte, divulgada pelo portal Exame.com em 2017, revela que quase 80% dos 10 mil líderes de RH e de negócio de 140 países ouvidos pela consultoria consideram a experiência do trabalhador uma tendência importante ou muito importante para a sobrevivência da organização. No Brasil, são quase 95%. Os dados estão presentes no relatório Global Human Capital Trends, divulgado em 2017.

Além de não ser benéfica para o profissional, a falta de engajamento também pode prejudicar a equipe como um todo. Para evitar o clima negativo no ambiente de trabalho, os líderes devem procurar formas de aliviar o estresse e trazer mais qualidade de vida e bem-estar aos colaboradores, otimizando o potencial individual e coletivo da força de trabalho.

"A liderança deve praticar os valores da empresa e os funcionários conhecerem seus próprios valores, percebendo onde eles se encaixam no trabalho", afirma Cris.

Um colaborador treinado também estará mais motivado. Além de reconhecer o investimento da empresa no seu potencial, ele sentirá que, cada vez mais, está preparado para desempenhar

sua função dentro da organização. "Esse ponto pode não parecer muito óbvio, mas faz uma grande diferença na motivação e no desenvolvimento pessoal dos nossos funcionários", destaca o diretor de Gente e Capacitação da Confenar, Vinícius Manfrim de Oliveira.

SER RECONHECIDO

Saber que seu trabalho tem sido feito da melhor maneira possível e seus superiores enxergam isso são itens valiosos para um colaborador. "Podemos utilizar desde um programa de incentivos até um elogio. Tudo tem um papel importante na motivação e no comprometimento da equipe", destaca Manfrim.

O diretor ainda lembra que estabelecer metas é fundamental no reconhecimento, já que tanto o líder quanto o colaborador precisam saber de forma objetiva o que estão reconhecendo e pelo que estão sendo reconhecidos, respectivamente.

A sócia-diretora da Improve Human Consulting, Luciana Franco, ressalta que o ideal é fazer o *feedback* de maneira exclusiva. "Ajudar o colaborador a melhorar suas fraquezas também é uma forma de reconhecer sua importância dentro da empresa. Esse *feedback* deve ser sempre de forma privada."

"FEEDBACKS E CRÍTICAS CONSTRUTIVAS TAMBÉM SÃO MANEIRAS DE RECONHECER O COLABORADOR E SUA IMPORTÂNCIA DENTRO DA EMPRESA."
LUCIANA FRANCO, SÓCIA-DIRETORA DA IMPROVE HUMAN CONSULTING



DE OLHO NO SEU TIME

A Right Management, empresa do ManpowerGroup (líder global em gestão de carreiras e talentos), realizou uma pesquisa e descobriu que os profissionais motivados são 50% mais produtivos. Foram 30 mil pessoas entrevistadas em 15 países, sendo que 10 eram brasileiras.

Mas como saber se seu colaborador está ou não motivado no cargo que ele ocupa? Confira essas dicas:

REPRE NÓS SEGUINTE PONTOS:

- Uso repetido de palavras negativas;
- Espera impaciente pelo término do expediente;
- Afastamento dos colegas de trabalho;
- Realiza somente as tarefas necessárias, não é proativo;
- Não atinge as metas estipuladas para a equipe;
- Discorda de mudanças, sugestões ou críticas construtivas;
- Não demonstra interesse em participar de atividades ou treinamentos;
- Faltas frequentes durante a semana.



Se você percebe que um de seus colaboradores está agindo dessa forma, está na hora de resolver o problema.

COMO ENGAJAR O COLABORADOR?

- Invista em momentos de relaxamento e descontração;
- Deixe claro que todos fazem parte de um time unido;
- Promova atividades que todos participem juntos;
- Almoços coletivos e celebrações ajudam a aliviar a preocupação do profissional;
- Defina metas comportamentais para incentivar a cultura da empresa;
- Acostume-se a apresentar *feedbacks* ao colaborador e elogiá-lo;
- Compartilhe um propósito e incentive-o a atingir esse objetivo.

COMO RECONHECER MINHA EQUIPE?

- Dedique tempo para ajudar seu time no crescimento profissional;
- Planeje premiações em forma de treinamentos, cursos e viagens;
- Promova o pagamento de bônus estruturado e de maneira justa;
- Celebre pequenas e grandes conquistas;
- Separe um tempo diário para atenção individual ao colaborador;
- Se for o caso, avalie uma maneira de reajustar a remuneração e os benefícios.



REDE MAIS MOTIVADA

Reconhecimento e engajamento das equipes são temas prioritários para a Rede de Revendas. “Quando tratamos esses assuntos com a devida importância, temos resultados excepcionais nas distribuidoras”, destaca Manfrim.

Na **ReGra**, de Aparecida de Goiânia (GO), é utilizado o Diagnóstico de Trabalho Ocupacional (DTO), apontando as principais oportunidades em cada função para desenvolver a trilha de carreira dos colaboradores. “Divulgamos em nossas Super Matinais os funcionários que se destacaram no mês, os aniversariantes e os integrantes com maior tempo de casa. Também realizamos mensalmente reuniões de remuneração para os colaboradores com maior oportunidade, acompanhando o salário variável, treinando as equipes em busca desses resultados e direcionando os supervisores e coordenadores a recuperarem os colaboradores com maior GAP”, destaca a gerente de Gente e Gestão, Raquel Gonçalves.

A revenda já começou 2018 estipulando as metas para o ano e apresentando-as à equi-

pe, assim todos os colaboradores ficam engajados e unidos rumo aos resultados esperados. “Essas iniciativas são fundamentais para que os times se sintam inseridos no Sonho da revenda e entendam seu papel e responsabilidade em busca desse objetivo”, diz Raquel.

Já na **Alfa Bebidas**, de Teresina (PI), os colaboradores são reconhecidos mensalmente por seus desempenhos. “Cada função tem seus critérios definidos pelos gestores e o profissional é acompanhado durante o mês. No final, o colaborador com maior pontuação será o destaque de sua função”, conta a analista de Gente e Gestão, Marina Sampaio.

A premiação acontece durante a reunião matinal do setor e na Super Matinal, que reúne todos os colaboradores. É entregue um crachá diferenciado e um bôton para que o colabo-

rador seja identificado por onde passar. “Para o time de Vendas temos incentivos com premiação remunerada para os melhores e para o Operacional são feitos brindes para homenagens semestrais”, explica Marina.

Em Sousa (PB), a revenda **Pau Brasil** estabelece a cultura da empresa em todas as áreas e trabalha para que todos se sintam prestigiados de alguma forma, estabelecendo um método de meritocracia com premiações e promoções. Assim como na Alfa Bebidas, a distribuidora realiza o Feras, premiando os colaboradores de destaque no mês com um crachá e bôton especiais.

“O colaborador que conseguir o maior número de bôtons de



Alfa Bebidas, de Teresina (PI), premia colaboradores de destaque



ReGra, de Aparecida de Goiânia (GO), realiza a Super Matinal e destaca os aniversariantes do mês



Pau Brasil, de Sousa (PB), reconhece os melhores do ano na distribuidora



sua área, em um ano, será eleito na convenção anual da revenda o destaque da área, ganhando uma premiação especial. Já o colaborador com mais bótons em toda a empresa é eleito o "Fera do Ano", relata o sucessor da Pau Brasil, Alisson Aragão.

Segundo o sucessor, a busca pela melhoria contínua influencia os colaboradores a criarem novas formas de trabalho, inovarem nas rotinas e se adaptarem às mudanças mais facilmente.

Já a revenda **Barreto Noman**, de Teófilo Otoni (MG), realiza programas que estimulam o engajamento, a motivação e boas práticas. "Sem dúvida, o maior incentivo é o exemplo pessoal. A liderança da empresa, cer-

ca de 80%, é proveniente de reconhecimento e promoção interna!", afirma a gerente de Gente e Gestão, Mariane Fernandes.

Segundo Mariane, a empresa aproveita as reuniões e realiza pesquisas para saber a opinião do time. De acordo com as sugestões, organiza ações adequadas para a revenda. "Iniciativas de reconhecimento, por mais simples que possam ser, são uma ferramenta poderosa", afirma.

A distribuidora **Nuernberg**, de Criciúma (SC), está sempre em busca de melhores resultados pessoais e profissionais para os colaboradores, fazendo com que eles estejam sempre cientes da importância do trabalho que fazem diariamente.

"Como consequência dos resultados obtidos pela equipe, desenvolvemos ações específicas de reconhecimento, como a premiação aos que têm mais tempo de casa (a cada cinco anos) e o destaque Top do Mês, com a participação de todos os setores", conta a gerente de Gente e Gestão, Arichene Alexandrino de Melo.

RECONHECIMENTO AMBEV

Uma das iniciativas de reconhecimento realizadas anualmente pela Ambev é o Programa de Excelência (PEX), que contempla os processos de SDPO das revendas de todo o Brasil. Já o programa Feras destaca as distribuidoras com bons resultados em Vendas, Operações e Comercial. Saiba mais no Especial Setor desta edição!



Barreto Noman, de Teófilo Otoni (MG), realiza trabalho conjunto de engajamento do time



Nuernberg, de Criciúma (SC), faz ações de reconhecimento para valorizar equipes

Para ela, a motivação é o que leva os times mais longe e é nisso que a distribuidora acredita. "Estreitamos a relação da revenda com os funcionários para mostrar que eles são valorizados. Nossos programas de SPO/DPO, por exemplo, sempre sustentam a concepção de que uma equipe que trabalha unida, ganha unida", diz Arichene.

A diretoria de Gente e Capacitação também está à disposição das distribuidoras. "Vamos construir juntos uma Rede cada vez mais motivada, treinada e engajada", completa Manfrim. ●

Segmento promissor para os negócios

Venda de cervejas premium no País é impulsionada por consumidor, cada vez mais curioso por novos sabores

Que brasileiro gosta de cerveja não é nenhuma novidade. Mas o que talvez seja surpresa é o grande crescimento, nos últimos anos, do mercado de cervejas premium no País. Os números de venda da categoria vêm aumentando significativamente ano após ano, e o público que aprecia a bebida parece estar cada vez mais disposto a gastar um pouco mais em troca de sabores diferentes.

De acordo com uma pesquisa realizada por analistas do Banco UBS e divulgada, neste ano, no portal Estadão.com foram analisadas tendências de consumo de bebidas alcoólicas dos brasileiros entre 18 e 54 anos. O estudo concluiu que os gastos da população com cerveja estão subindo, e vão continuar assim. Além de gastarem mais, os entrevistados se mostraram dispostos a experimentar novos sabores, o que ajuda a explicar o ganho de mercado das cervejas premium.

Estima-se que, em 2016, para cada litro de vinho consumido no País foram consumidos quatro litros de cervejas premium, segundo estudo da Euromonitor divulgado no portal Exame.com no último ano. Para o mestre cervejeiro da Ambev Luciano Horn, a paixão brasileira e a grande diversidade de sabores da categoria de cervejas são algumas das razões para esse crescimento.

“A diversidade de sabores e tipos atrai pessoas que até então não estavam acostumadas com a cerveja. Assim, você ganha cada vez mais espaço no mercado, encantando os consumidores com opções diferentes para cada ocasião”, afirma o especialista.

Durante o último Agenda Confenar, Horn ministrou aos revendedores parceiros da Confederação um treinamento sobre cervejas e apresentou o portfólio das marcas premium da Ambev. O especialista falou sobre a categoria e fez harmonizações, mostrando a melhor combinação para cada tipo da bebida.



Colorado Demoiselle
(Chocolate & Coffee Stout)



Colorado Appia
(Honey Wheat Ale)



Bohemia 14-Weiss
(Cerveja Premium de Trigo)



"Na categoria premium, temos um portfólio vasto, que atende a qualquer ocasião de consumo. É muito relevante que se conheça a fundo os produtos Ambev para que possamos efetivamente atender às demandas do consumidor", explica o mestre cervejeiro.

Mais conhecimento, mais vendas

Na distribuidora **Disfonte**, de Passo Fundo (RS), a categoria premium Ambev, que inclui marcas como Brahma Extra, Bohemia, Budweiser, Corona e Stella Artois, já representa cerca de 20% das vendas totais de cerveja na empresa. "O segmento de cervejas mais elaboradas vem mostrando um crescimento constante. Em 2017, tivemos um aumento de 28% em premium, que é um dos focos de investimento da Companhia", indica o diretor Comercial da revenda, Marco Zandoná.

A **Rotele**, de Campo Grande (MS), passou a investir mais na categoria, que já corresponde a 12,5% do volume total de vendas. "Investimos em premium e garantimos estoques adequados, promovendo treinamento e incentivo para a equipe, com foco em distribuição e volume. Temos também ações de mercado voltadas para produtos premium em todos os segmentos", explica o gerente Comercial da revenda, André Kochi.

No Brasil, segundo Horn, a Ambev registrou um grande crescimento nesse setor em 2017. As vendas das marcas Budweiser, Corona e Stella Artois apresentaram aumento acima dos 10% no período. O mesmo aconteceu com a linha core plus, uma divisão da categoria que inclui a Brahma Extra e a Bohemia.

Além disso, o setor craft brasileiro, outra divisão premium, que inclui artesanais, como a Colorado e a Wäls, foi o grande destaque no World Beer Awards de 2017. A Ambev foi a cervejaria mais premiada do mundo nessa premiação, confira a matéria completa na edição 79 da Revista Confenar, disponível em nosso site! ●

Confira as cervejas premium brasileiras vencedoras no World Beer Awards 2017

Bohemia Imperial

Bohemia 838

Bohemia 14-Weiss

Colorado Appia

Colorado Demoiselle

Colorado Eugênia

Colorado Guanabara

Colorado Ithaca Wood Aged

Colorado Murica

Colorado Nassau

Wäls Brut

Wäls Verano

Wäls Bohemian Pilsner

Wäls Dubbel

Wäls Hopcorn IPA

Wäls Niobium

Wäls Quadrupel

Wäls Session

Wäls Trippel

Fontes: Ambev/World Beer Awards



CTZ do Brasil oferece serviços de Telefonia IP com preço competitivo

Há cinco anos, a CTZ Telecom, agora CTZ do Brasil, é parceira da Confenar. A empresa atua no mercado nacional com foco no segmento de telecomunicações, seguindo as normas da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

A CTZ do Brasil trabalha, especificamente, em serviços de Telefonia IP (VoIP), utilizando a rede de dados baseada no Protocolo de Internet (IP, sigla em inglês). As soluções são voltadas para pequenas, médias e grandes organizações e garantem uma redução de até 60% nos custos de telefonia.

Novidades no mercado

Cada revenda tem as suas particularidades. Por isso, a CTZ do Brasil oferece um portfólio de produtos flexíveis para todos se comunicarem melhor e com os menores custos.

O diretor Comercial da companhia, Oscar Almeida, aponta as novidades da empresa. “Para o projeto Virtual Desktop Infrastructure (VDI), customizamos o PABX Virtual IPX tornando-o uma solução 100% Cloud de central telefônica. Com um investimento baixo, essa solução permite o acesso a todas as vantagens da telefonia IP, somada aos serviços padrão das centrais tradicionais e contando

com uma grande variedade de opções de valor agregado”, comenta Almeida.

Entre as facilidades que a solução PABX Virtual IPX oferece estão as ligações entre matriz e filiais a custo zero na mesma rede de telecomunicação da CTZ do Brasil e a escuta supervisionada, que traz melhorias no atendimento.

A parceria com a Confederação também gerou bons frutos. Os serviços prestados às revendas Atlântica, de Guaratinguetá (SP), e Ribeira Beer, de Registro (SP), que já são clientes, comprovam, na prática, os benefícios das soluções da empresa. ●

Conheça alguns diferenciais dessa parceria:

- Suporte virtual;
- Atualização constante da tecnologia;
- Isenção de multas no caso de rescisão de contrato;
- Planos sob medida de acordo com a necessidade do cliente;
- Consultores qualificados, que oferecem todo o suporte sobre novas tecnologias;
- Avaliação do sistema de telefonia do cliente, com isenção de assinatura mensal;
- Possibilidade de exportar os dados da conta em formato de planilha;
- Conta on-line, disponibilizada em tempo real para garantir o controle total dos custos.



Lenanzo apresenta novidades para a segurança da equipe e da carga

ALenanzo, parceira da Confenar há mais de quatro anos, inovou e traz novos serviços para a Rede neste ano.

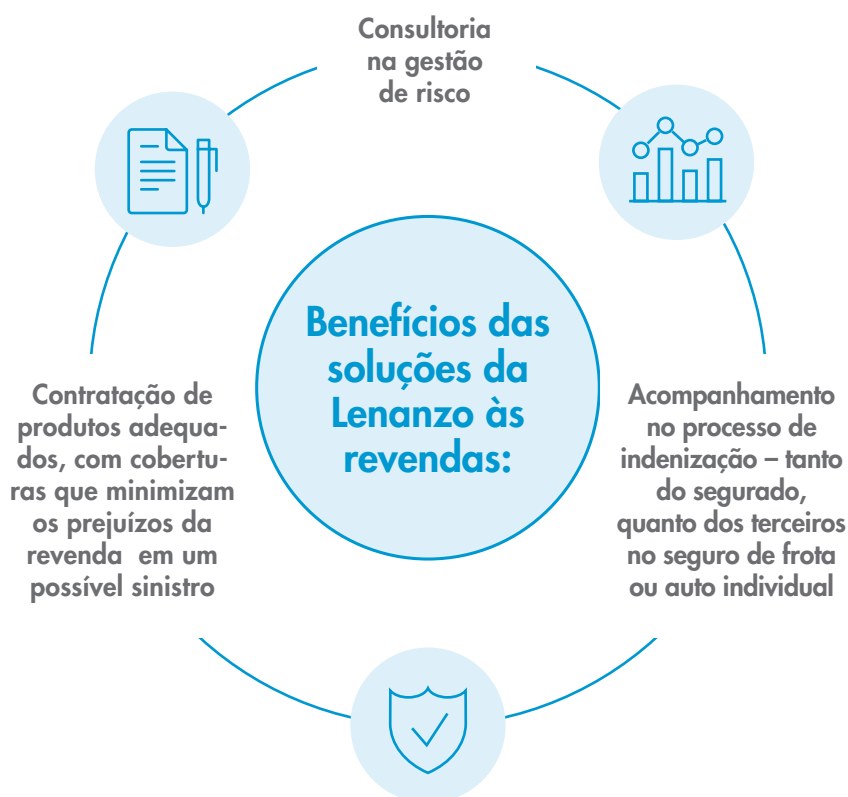
“Fechamos com a seguradora uma negociação para que as revendas utilizem o rastreador da Veltec também na operação de Puxada, com o objetivo de monitorar a carga. Algumas distribuidoras precisam adquirir os sensores e atuadores exigidos pela seguradora, mas será muito vantajoso para todas, especialmente na parte de gestão logística”, conta o gerente de Vendas e Riscos Corporativos da Lenanzo, Guilherme Granja. A vantagem desta novidade é que o revendedor passa a ter segurança e telemetria num mesmo equipamento.

Com seguros para pessoas físicas e jurídicas, a corretora oferece diversos produtos às revendas, os mais adquiridos são os de frota (veículos), empresarial, de vida em grupo (colaboradores) e o de transporte (carga). Esse último traz a tranquilidade quando as mercadorias estão em circulação, expostas a riscos de roubo/furto ou quando ocorrer um aci-

dente. “Esse seguro garante à revenda a indenização do prejuízo ocorrido, desde que sejam cumpridas as exigências feitas pela seguradora no contrato do seguro”, comenta Granja.

A empresa conta ainda com medidas de Gestão de Risco, e faz questão de afirmar a importância desse serviço. “A Ges-

tão de Risco consiste em ações necessárias para minimizar ao máximo a possibilidade de ocorrer um sinistro com o veículo e, consequentemente, com a carga por ele transportada. É importante ressaltar que esse assunto está e estará sempre em alta quando houver o risco de uma perda”, diz o gerente. ♦



lenanzoseguros
corretora especializada

MSI SAT Rastreadores disponibiliza soluções à Rede de Revendas

A MSI SAT Rastreadores, há 14 anos no mercado e há três atuando como parceira da Confenar, traz soluções de monitoramento e rastreamento de motos e veículos leves para a Rede de Revendas.

Um dos serviços oferecidos pela empresa é o **Tech Safety**, monitoramento em tempo real, via web, voltado para acompanhar a utilização de motocicletas e carros pelo condutor, observando os aspectos:

O que vem por aí

Para 2018, a MSI SAT Rastreadores traz serviços exclusivos, como a Queda Controlada, que garante uma análise, via sistema, das últimas 74 posições do condutor, segundo a segundo, antes do registro de um possível acidente. Com isso, a equipe da empresa é capaz de realizar uma avaliação minuciosa do ocorrido e enviar o laudo para as revendas.

Outra novidade é o Ibutton, identificador de motorista, que beneficia as revendas para saber quem está na condução do veículo.

O controle de velocidade em vias urbanas é outro diferencial da MSI SAT Rastreadores. Por meio de um *buzzer* (sinal sonoro em veículos leves) ou da luz de LED (em motocicletas), o motorista ou motociclista é avisado da mudança de velocidade na via para seguir no padrão permitido por lei, evitando acidentes.

A tecnologia presente nos serviços da companhia possibilita diversos benefícios para a Rede, como destaca um de seus clientes. “Implementamos a solução **Tech Safety**, da MSI SAT Rastreadores, e conseguimos a diminuição expressiva de custos de manutenção das motos, pneus, entre outros. Destaque para a economia de 25% a 30% no combustível da frota”, reforça o técnico de Segurança da União (RS), Altenir Andrade.

A MSI SAT Rastreadores pretende expandir seus serviços para os quatro cantos do Brasil e segue com uma boa expectativa para este ano. “Estamos otimistas em função da parceria que temos com a Confenar. Pretendemos crescer na Rede em outras regiões e estamos satisfeitos com a visibilidade”, comenta o gerente financeiro da empresa, Rogério Stürmer. ●



Yamaha traz motocicletas com condições especiais às distribuidoras

A parceria com a Confenar desde o último ano garante às distribuidoras as mais modernas motocicletas do mercado nacional, disponibilizadas pela Yamaha.

A montadora oferece condições especiais para a Rede de Revendas, como a Revisão Preço Fixo para a maioria dos modelos, na qual o revendedor saberá exatamente quanto pagará desde a primeira até a sétima revisão.

A marca também disponibiliza vantagens como os preços diferenciados com faturamento direto da fábrica e financiamento em até 48 meses para as distribuidoras. “Os produtos Yamaha proporcionam aos associados à Confenar mais economia em todo o ciclo de vida da motocicleta, com preços competitivos para sua aquisição e na compra de futuras peças e serviços de pós-venda”, afirma a coordenadora de Vendas Especiais da Yamaha, Vanessa Bergamini.

Aliado a isso, o parceiro oferece a linha de peças genuínas Y-TEQ, que incluem corrente, coroa e pinhão, pastilhas de freios, pneus e câmaras de ar, seguindo as especificações, padrões de segurança e qualidade da empresa e com garantia de fábrica.

Rede motorizada

Entre os modelos disponibilizados nessa parceria para as distribuidoras estão: XTZ 150 Crosser, em duas versões – XTZ 150 Crosser S e XTZ 150 Crosser Z; e a Factor 150, disponível também na versão ED.

Além disso, há também a FAZER 150, com a tecnologia Yamaha de freios UBS, que garante frenagens seguras em curtos espaços. O modelo possui o painel mais completo da categoria, com iluminação branca em LED, contendo o exclusivo marcador de marcha e a indicação “ECO”, que acende quando o motor trabalha na faixa de rotação de maior eficiência, indicando uma pilotagem mais econômica.

A FAZER 150, em sua versão carga, foi desenvolvida para a Ambev e está disponível para os associados Confenar. Outros benefícios fornecidos pela marca na motocicleta são: par de antenas corta pipa, baú e protetores do baú e de pernas.

A Yamaha possui, atualmente, 367 concessionárias com pontos de vendas distribuídos em todo território nacional para que a revenda possa ter o conforto de realizar os serviços na localidade mais próxima, de acordo com a sua necessidade. ●

Modelo FAZER 150 na versão carga



Pau Brasil investe em ações de endomarketing

Em 2017, a Pau Brasil, de Sousa (PB), percebeu que o endomarketing seria uma estratégia eficaz para manter a equipe motivada e alinhada com os objetivos da revenda. Por isso, colocou o método em prática e obteve resultados significativos.

A revenda promove bate-papos contínuos entre colaboradores e gestores, define ações que unem todas as áreas da empresa, faz eventos para celebrar as metas atingidas, realiza treinamentos ministrados por integrantes de diferentes setores e prioriza os cuidados com a segurança e saúde ocupacional de todos.

No último ano, a distribuidora registrou, em pesquisa interna, um índice de 92,87% de engajamento dos funcionários nas iniciativas realizadas. “Isso impacta positivamente no aprimoramento do clima organizacional, no compromisso diário dos nossos colaboradores em fazer sempre o melhor e, consequentemente, nas promoções internas”, destaca a gerente de Gente e Gestão, Geniana Moreira.

Para 2018, os planos estão a todo o vapor. “Vamos reforçar os valores fundamentais da Pau Brasil, possibilitando um ambiente colaborativo para todos. Faremos também atividades com foco na capacitação profissional, ações para o desenvolvimento pessoal, *feedbacks* frequentes e comemorações por conquistas, como o alcance das metas.” ●



Pau Brasil realiza diversas atividades, como cursos para capacitação das equipes

Jovens iniciam vida profissional na Menegazzo

Para contribuir com a capacitação da juventude que começará no mercado de trabalho, a Menegazzo, de Avaré (SP), participa do Programa Menor Aprendiz. Desde 2009, diversos jovens já passaram pela revenda, que conta, atualmente, com sete aprendizes em seu quadro de colaboradores. Eles atuam em diferentes segmentos como os setores Administrativo e de Vendas.

Um diferencial do programa da Menegazzo é a migração dos aprendizes para outros departamentos. “A diversificação do conhecimento é muito importante, tanto para a realização das tarefas como para o relacionamento com pessoas de diferentes áreas. A cada nova equipe, o jovem aprende como se adaptar e adquire mais capacitação para lidar com diversas ações no cenário corporativo”, conta o gerente de Gente e Gestão, Alcides Goulart Junior.



Aprendizes adquirem conhecimento em diferentes situações na revenda

Os jovens também passam por treinamentos, recebem dicas de conduta e aprendem como montar apresentações para recepcionar os futuros aprendizes da empresa. Todos os que desempenham com êxito suas atividades também têm a oportunidade da efetivação. ●

União realiza treinamento voltado para a segurança da equipe

Com foco no índice de zero acidentes, a União, de Ijuí (RS), mantém uma grade contínua de ações de capacitação, incluindo o curso “Caminhão Simulado” – realizado três vezes ao ano pela empresa.

A ação simula a entrega de produtos no ponto de venda com o intuito de reforçar pontos como atenção na realização da tarefa, avaliação de riscos, cumprimento das rotinas de segurança e comportamento seguro para evitar lesões como quedas e outros riscos na descarga e no manuseio das bebidas.

“Após essa iniciativa identificamos mudanças positivas no grupo, que segue corretamente as normas de segurança”, diz a coordenadora de Gente e Gestão da revenda, Juliana Machado.

Juliana também destaca alguns comportamentos essenciais para uma entrega segura, entre eles, o uso de cones para sinalização do veículo, utilização dos três pontos de apoio ao descer do caminhão, nunca pular da cabine ou da carroceria e

usar corretamente o carrinho e os Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) para movimentação e manuseio de produtos.

“Mesmo com minha experiência sempre procuro avaliar com calma todas as ações ao meu redor para evitar acidentes”, afirma o motorista Glademir de Paula, que atua há mais de 20 anos na revenda. ●



Prática do Caminhão Simulado traz bons resultados para a revenda

Conebel promove projeto de reciclagem e bazar colaborativo

Desde 2006, a Conebel, de São José do Rio Preto (SP), por meio do Projeto Recycle Conebel, reserva todo o material interno que não será mais utilizado e que é possível reciclar para, posteriormente, vender os itens. Todo o lucro gerado pela ação é revertido para a compra de kits com material escolar voltados aos filhos dos colaboradores.

Para realizar a entrega dos materiais às crianças, a Conebel promove o Dia da Família, momento em que os filhos podem conhecer o ambiente de trabalho dos pais e, acompanhado dos responsáveis, ver os diversos setores da distribuidora. O evento é uma grande confraternização e a data é muito aguardada por todos os colaboradores da empresa.

A novidade do último Dia da Família foi a realização de um grande bazar colaborativo, feito com

peças doadas pela revenda e por alguns funcionários. O caixa gerado com essa ação foi, também, revertido para o Projeto Recycle Conebel. ●



Kits de material escolar foram entregues às crianças

Skol agitou o Carnaval em mais de 30 cidades

Com o conceito “Tá Redondo, Tá Junto”, Skol promoveu o encontro de diversas pessoas na estação mais divertida do ano. Com uma série de ações democráticas em todo o Brasil, a marca garantiu o verão mais redondo de todos os tempos.

No Carnaval deste ano, a Skol esteve presente em mais de 30 cidades, sendo a cerveja oficial da festa nas ruas de São Paulo, Salvador, Recife, Olinda, Belo Horizonte e Porto Alegre. A cerveja patrocinou blocos, trios, camarotes e festas para fazer a melhor e mais democrática folia do Brasil. Foram cerca de 300 festas, trios e blocos patrocinados em todo o País.

Em São Paulo, a marca foi a cerveja oficial do Carnaval de rua. Além da parceria com a prefeitura da cidade, que contribuiu com a infraestrutura e organização da festa, a cerveja patrocinou diretamente mais de 50

blocos, que misturaram estilos, cores e culturas para conectar o público à festa. Em parceria com a Dream Factory – empresa responsável pela organização da ação – Skol fez o credenciamento de 10 mil ambulantes.

Já em Salvador, a grande novidade foi a Casa Skol, um camarote democrático, aberto ao público, no circuito Barra-Ondina, que foi o ponto de encontro do Carnaval. Com uma varanda redonda, quem estivesse do lado de fora do espaço acompanhou as apresentações dos artistas, tornando a festa ainda maior com a conexão entre os públicos. Na cidade, Skol apoiou mais de 100 eventos patrocinados só neste verão.

Recife e Olinda receberam o maior investimento já feito na re-

gião. Foram mais de 70 eventos assinados pela marca, contando com mil ambulantes treinados e credenciados. Para homenagear o Galo da Madrugada, que comemorou 40 anos em 2018, 10 galos assinados por cinco artistas plásticos pernambucanos foram espalhados por Recife.

“O principal objetivo da Skol em um momento como o Carnaval é estar ainda mais perto dos consumidores, oferecendo a melhor experiência possível de Norte a Sul do País. Convidamos a todos para reunir amigos, esquecer atitudes quadradas e curtir a festa mais redonda e democrática”, diz a diretora de Marketing da Skol, Maria Fernanda de Albuquerque. ■



Casa Skol agitou Carnaval de Salvador



Recife teve homenagem ao Galo da Madrugada

Skol Beats ganhou novas versões para o Carnaval deste ano

Depois das versões Senses, Spirit e Secret, já conhecidas do público, Skol Beats apresentou seus dois novos rótulos: Fire e Frost – uma para o calor da noite e outra para aquele frio na barriga que acontece quando há as paqueras.

As bebidas foram criadas especialmente para o Carnaval e tiveram seu visual inspirado nas baladas e festas noturnas. São dois produtos inéditos no mercado, que trazem diferentes e inusitadas sensações para o consumidor.

“Skol Beats nasceu para inovar. As novas Fire e Frost vão muito além de novos sabores. Trazendo novas sensações, brincam inclusive com a combinação das duas versões. É um novo leque de possibilidades para o público, cada um poderá escolher a temperatura certa para o verão e para o Carnaval”, explica o gerente de Marketing da Skol Beats, Alexandre Costa.

Com os novos produtos, a Skol Beats, que já é uma das bebidas mais consumidas no Carnaval, entrou com tudo na brincadeira e convidou os foliões para experimentarem a combinação das duas versões. Juntas, elas são o encontro per-

feito para novas experiências na estação mais divertida do ano.

Skol Beats Fire e Frost são edições limitadas para o verão e serão vendidas em latinhas de 269 ml, com embalagens especiais e super coloridas. A versão Fire vem com tons de laranja, amarelo e vermelho e a Frost traz uma mistura entre o roxo e o azul. As novas bebidas chegam ao mercado em: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Recife e Salvador. ●



Balancos e projeções para a economia brasileira

Fazendo um balanço de 2017, vemos que a economia brasileira encerrou o ano numa posição bem melhor do que começou. A superação do período recessivo de 2015 e 2016 foi concretizada. A inflação cedeu, significativamente, abrindo espaço para contínuas reduções da taxa de juros. O setor externo exibiu desempenho favorável com a balança comercial registrando superávit recorde. O mercado de trabalho iniciou com os primeiros sinais de reação.

Nesse contexto, a retomada do crescimento econômico que, inicialmente, concentrou-se nas exportações e no setor agropecuário (pela excelente safra agrícola), ganhou um reforço importante com a reativação do consumo das famílias, impulsionado não apenas pela recomposição dos trabalhadores assalariados, mas também pela volta do crédito e pela maior confiança dos consumidores na economia.

A continuidade dessa tendência favorável ao consumo das famílias deverá ser a principal mola propulsora da economia neste ano. Afinal, a inflação se manterá sob controle, as taxas de juros continuarão perto de suas mínimas históricas – incentivando a oferta e a demanda de crédito – o desemprego prosseguirá na sua trajetória de queda gradual e a confiança dos agentes econômicos estará em recuperação.

É claro que riscos ainda existem no horizonte. O setor agropecuário não dará a mesma contribuição ao crescimento econômico em 2018 como o fez em 2017. As primeiras estimativas da safra de grãos para este ano dão conta de uma retração de 9% na produção agrícola.

Além disso, caso o Governo não consiga sucesso na aprovação da Reforma da Previdência há chances de as demais agências internacionais de risco seguirem o exemplo da Standard & Poor's e promoverem o rebaixamento da nota de crédito do Brasil. Não devemos nos esquecer de mencionar as incertezas que naturalmente surgirão por conta das eleições presidenciais, produzindo postergação de investimentos.

Entretanto, tais riscos, mesmo que integralmente materializados, não serão suficientes para impedir que o ano seja positivo para a evolução da economia brasileira. Sustentada pela pers-

pectiva de uma inflação baixa e estável, redução dos juros, expansão do crédito, recuperação gradual do emprego e recuo da inadimplência, a previsão é de um crescimento entre 2,5% e 3,0% para a economia do País em 2018. ■

Essa tendência favorável ao consumo das famílias

deverá ser a principal mola propulsora da economia neste ano



Luiz Rabi,
economista da Serasa Experian

Confira os destaques da Confenar na Imprensa brasileira

Mídia:



terra

“ Confenar aponta os desafios do mercado de bebidas para a alta temporada ”

Para o período de alta temporada, Karl Lang, presidente da Confenar, prevê um movimento intenso nos negócios. 'A economia está melhorando. Mais pessoas estão voltando ao emprego com carteira assinada e, com uma certa estabilidade, o brasileiro quer aproveitar as datas comemorativas para festejar', diz Lang.

Dezembro de 2017



Mídia:



“ Confenar aponta os desafios do mercado de bebidas para a alta temporada ”

Nos últimos meses de 2017, a Rede intensificou a capacitação dos colaboradores para oferecer um serviço com ainda mais qualidade e investiu no treinamento dos sucessores para que eles se envolvam cada vez mais nos negócios. A parceria com empresas de diferentes segmentos também é uma estratégia adotada pela Confenar para incentivar as vendas de suas revendas.

Dezembro de 2017



Mídia:



“ Confenar aponta os desafios do mercado de bebidas para a alta temporada ”

'Para atender a todos e não faltar bebidas neste período, a nossa logística de distribuição está preparada e com o pé no acelerador para ser colocada em operação', diz Karl Lang, presidente da Confenar. O planejamento da Confenar começou no início do segundo semestre de 2017. Todos os estoques foram organizados e a frota foi alinhada para que a entrega seja feita de forma eficiente.

Dezembro de 2017



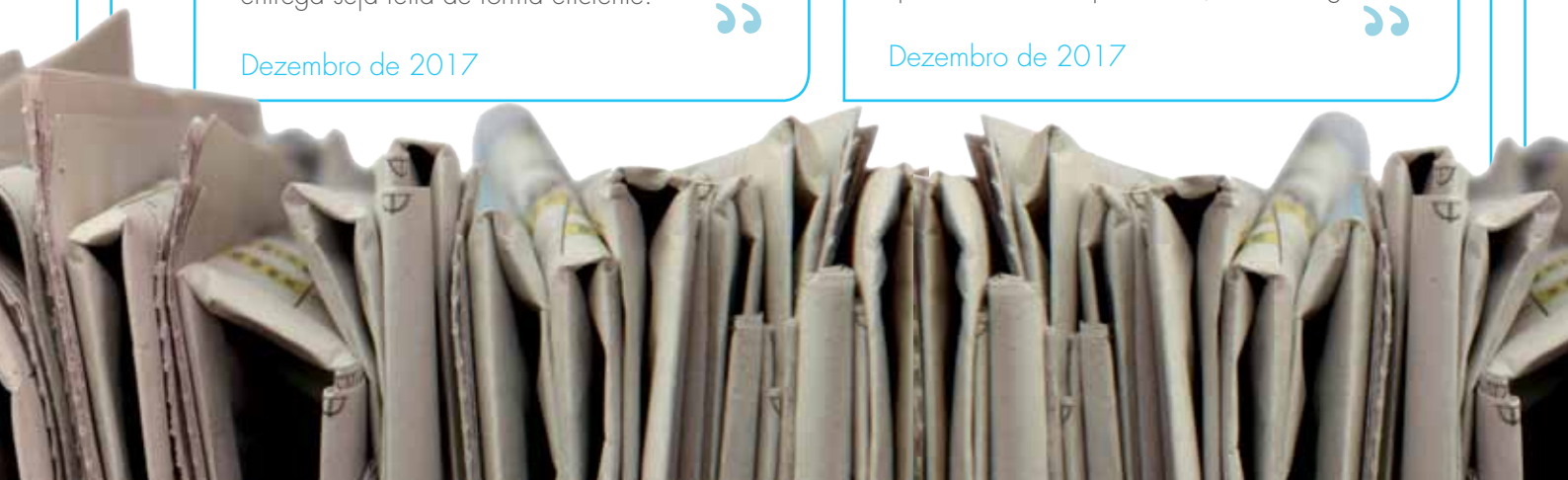
Mídia:



“ Confenar aponta os desafios do mercado de bebidas para a alta temporada ”

A Confenar atua com foco no futuro, de olho nas tendências do mercado e mudanças de gosto do consumidor. Exemplo disso são as cervejas artesanais. 'As pessoas têm experimentado e gostado desse tipo de bebida, muitas vezes substituindo as cervejas tradicionais. Por isso, nossas afiliadas estão se preparando para essas transformações e para oferecer de prontidão o que o consumidor quer beber', afirma Lang.

Dezembro de 2017



Você tem alguma sugestão de filme, site, livro ou aplicativo para compartilhar com os leitores da Revista Confenar? Então envie um e-mail para confenar@planin.com com a sua recomendação.

Livro: O Executivo e o Martelo – Reflexões fora da caixa sobre ética nos negócios



Logo no início do livro, os autores deixam claro que pretendem fazer uma reflexão filosófica, sociológica e psicanalítica de fácil compreensão sobre os principais temas polêmicos do dia a dia das grandes corporações. O tema principal da obra é a ética empresarial, facilmente entendida em todos os argumentos apresentados ao longo do livro. A leitura é recomendada para executivos e gestores, já que os escritores trazem uma simples discussão: para bater metas é preciso trabalhar suas outras capacidades, com bom senso e confiando em sua própria razão.

Autor: Clóvis de Barros Filho e Arthur Meucci | **Editora:** HSM | **Ano:** 2017

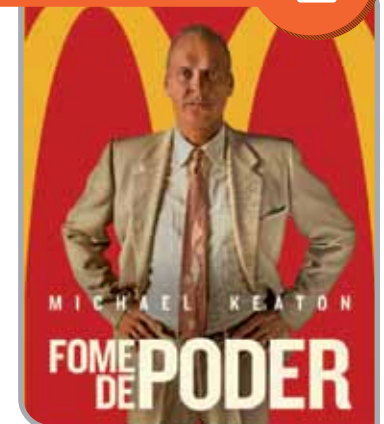


Filme: Fome de Poder



O filme conta a história de ascensão dos irmãos McDonald's, que tinham um negócio inovador, mas não estavam dispostos a expandir. Ray Kroc (Michael Keaton), investidor que notou o crescimento repentino da empresa, sugere um plano para impulsionar o negócio nos Estados Unidos. Pouco a pouco, Kroc elimina os irmãos Richard e Maurice da rede, transformando a marca em um gigantesco império alimentício. O filme traz um mix de exemplos positivos e negativos do mundo corporativo.

Direção: John Lee Hancock | **Ano:** 2017



Aplicativo: MindMeister



O MindMeister é um aplicativo destinado à organização de ideias por meio de um diagrama, chamado Mapa Mental. O app promete ajudar empresas a melhorarem a comunicação interna e promoverem uma cultura de inovação. Com a ferramenta é possível criar chats de conversa e incluir diversos colaboradores, inclusive os que não ficam alocados dentro da revenda.

Android: <http://bit.ly/1yj7AGf>
iOS: <https://apple.co/2D8BYyE>



DESCUBRA AS CURIOSIDADES DO MUNDO DA CERVEJA

Entrevistamos Jaime Pereira Filho, autor do livro "Entre umas e todas – Meu jeito de fazer e entender cerveja". Ele contou algumas curiosidades do universo dessa bebida para testar seus conhecimentos.

Se você é apaixonado por cerveja, que tal descobrir o que é verdadeiro e falso a seguir:

- ☒ Garrafas e latas de cerveja devem ser sempre armazenadas de pé
- ☐ A única diferença entre cerveja e chope é a pasteurização
- ☐ O chope sempre é armazenado em barril
- ☐ É impossível fazer uma cerveja sem fermento
- ☐ Cenosillicaphobia é o medo de copos vazios
- ☐ Produzir uma cerveja artesanal pode demandar, no mínimo, 726 horas
- ☐ Segundo a Lei de Pureza Alemã, de 1516, só é permitido usar água, cevada e lúpulo na produção da bebida
- ☐ Existem cervejas com teor alcoólico acima de 50% em volume
- ☐ O homem faz cervejas há 8 mil anos
- ☐ O lúpulo é um conservante natural da cerveja



QUER FAZER SUCESSO NO MUNDO DIGITAL?



CONECTAMOS MARCAS
COM OS MELHORES
INFLUENCIADORES
DO BRASIL.

Substitua as antigas campanhas de marketing por novas ações de relacionamento com clientes e influenciadores digitais.

A **PLANIN** tem ferramentas e usa as mais modernas técnicas para transformar o diálogo das marcas com o mercado.