



Nova unidade de Duque de Caxias é inaugurada

GOVERNADOR SÉRGIO CABRAL PARTICIPA DO LANÇAMENTO DO PARQUE INDUSTRIAL ERICIL PREGNOLATTO



A SHV Gas Brasil inaugurou, em junho, o maior e mais moderno parque de engarrafamento de Gás LP do mundo, em Duque de Caxias, no Rio de Janeiro. Com investimentos da ordem de R\$ 30 milhões, a Unidade recebeu um sistema de enchimento de botijões de última geração e foi batizada com o nome do ex-funcionário Ericil Pregnatalto, que trabalhou por 46 anos na distribuidora. Sua trajetória no mercado de gás teve início em 1959, como auxiliar de faturamento, e sua determinação e conhecimento do negócio o tornaram o primeiro Diretor de Relações com o Mercado da distribuidora.

“Hoje é um dia ímpar para a família SHV Gas Brasil. Contamos com a melhor tecnologia disponível no setor neste parque. Sua modernização operacional resultou em qualidade de serviços e em um melhor atendimento a nossos clientes. A reforma também trouxe melhores condições de trabalho para os colaboradores, já que o novo sistema de enchimento oferece mais segurança na operação”, ressaltou o Diretor-Presidente da distribuidora, Lauro Cotta, durante a inauguração.

O evento de lançamento, realizado no dia 29 de junho, contou com a participação de diversas autoridades, entre elas o Governador do estado, Sérgio Cabral; o Vice-Governador, Luiz Fernando Pezão; o Presidente da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), Eduardo Eugênio Gouvêa Vieira; e o Presidente do Sindigás, Sérgio Bandeira de Mello. A família de Ericil Pregnatalto também esteve presente na inauguração.

“Isso aqui é um gol de placa em Duque de Caxias, na Baixada Fluminense. O estado do Rio de Janeiro está vivendo um ótimo momento e tem atraído muitos investimentos. Esse parque de envasamento, que é um dos mais modernos do mundo, é um exemplo disso”, destacou o Governador.

O projeto de modernização da Unidade foi realizado em parceria com a empresa dinamarquesa Kosan Crisplant, líder mundial no segmento de envase de Gás LP. O parque ganhou um sistema de enchimento, denominado Flexspeed, que conta com 60 balanças de abastecimento e tem a capacidade de produzir 4 mil vasilhames de 13 quilos por hora, o dobro dos demais em operação atualmente.

“O Flexspeed, em conjunto com os dois carrosséis já em atividade, aumentou a capacidade de produção da base de 1 milhão para 1,5 milhão de botijões por mês. Com isso, a SHV Gas Brasil passou a ter um dos maiores e mais modernos parques de engarrafamento do mundo”, explicou o Diretor de Logística da distribuidora, Márcio Bastos.

A reforma também promoveu melhorias operacionais e logísticas, com a criação de uma plataforma para a movimentação de vasilhames vazios e a ampliação do atual pátio de manobras em 13 mil metros quadrados para receber cerca de 250 caminhões por dia, o que facilita o processo de carga e descarga. A obra incluiu ainda novas instalações administrativas e a modernização dos sistemas de segurança e elétrico do parque. ▲

02
PÁGINA

SHV GAS BRASIL
SHV PROMOVE SEGUNDA ETAPA DE ENCONTRO COM REVENDEDORES

04
PÁGINA

SHV GAS NO MUNDO
MAKRO CONSOLIDA LIDERANÇA NO MERCADO ATACADISTA

08
PÁGINA

CLIENTES
SUPERGASBRAS SE DESTACA NO MERCADO DE AGRONEGÓCIOS

03
PÁGINA

SHV GAS BRASIL
1º ENAGÁS É SUCESSO DE PÚBLICO

05
PÁGINA

ENTREVISTA
ENTREVISTA COM O CONSULTOR JOSÉ TAVARES DE ARAUJO JR.





GUILHERME ROSMAN

Diretor de Operações
da SHV Gas Brasil

// PALAVRA DO DIRETOR

NESTE NÚMERO, celebramos o lançamento do maior e mais moderno parque de engarrafamento de Gás LP do mundo. A Unidade, localizada em Duque de Caxias, no Rio de Janeiro, foi inaugurada com festa que contou com a participação do Governador do estado, Sérgio Cabral. Com um sistema de enchimento de botijões de última geração, a base da SHV Gas Brasil se tornou referência para a indústria mundial de Gás LP.

A distribuidora se destaca na busca constante pela inovação e investe em infraestrutura e tecnologia, a fim de oferecer produtos e serviços cada vez melhores a seus clientes. Desde 2004, foram destinados mais de R\$ 150 milhões para a modernização de seus parques. Hoje, 90% das unidades já contam com os melhores equipamentos disponíveis no mercado, como carrosséis eletrônicos, lanças telescópicas para carregamento, detectores de vazamentos e o-ring (anéis de borracha que evitam vazamentos na válvula do botijão).

Outro projeto importante é a modernização da Qualival, que realiza a requalificação dos botijões da empresa. Sua base será transferida para uma área maior, onde funcionava o antigo parque da Minasgás, ampliando sua capacidade de produção de 120 mil para 200 mil vasilhames por mês. Um novo e moderno maquinário será instalado no local para a fabricação de tintas e válvulas.

A SHV Gas Brasil também se preocupa com o desenvolvimento sustentável e com as práticas de preservação do meio ambiente. Os novos parques passaram a aproveitar de forma mais eficiente a iluminação solar, com a instalação de telhas transparentes, e a água da chuva, que é utilizada para molhar plantas, por exemplo.

Todas essas medidas refletem em qualidade para o consumidor final, que terá a certeza de estar adquirindo um produto seguro por meio da SHV Gas Brasil.

SHV GAS BRASIL

SHV dá início à segunda etapa de encontros com revendedores

REUNIÕES COMEÇARAM COM REPRESENTANTES DA REGIÃO CENTRO-OESTE

A SHV Gas Brasil iniciou, em julho, a segunda etapa de encontros com revendedores. Durante as reuniões, a empresa apresentará as propostas elaboradas para atender às demandas colocadas pela rede de revenda na rodada inicial dos encontros, realizada no primeiro semestre de 2010. De acordo com o Gerente de Mercado Envasado Corporativo, Flávio Baltensberger, serão promovidos seis fóruns até o final do ano, um por mês, em cada região do Brasil. Com isso, a distribuidora estará com mais de 400 parceiros em todo o país.

Na primeira reunião, em Goiás, os participantes assistiram a palestras sobre temas variados, entre eles a estratégia de migração para a marca Supergasbras. Segundo Flávio, eles entenderam os benefícios da adoção de uma bandeira única e ficaram bastante motivados com a iniciativa. Os representantes da região Centro-Oeste também conheceram os resultados de um estudo, feito por uma consultoria externa, sobre a fidelização do consumidor final.

“Essa pesquisa mostrou o que influencia a decisão de compra do consumidor. Baseada nisso, a área de marketing montou um plano de ação para tentar influenciar positivamente esta decisão de compra a favor das nossas marcas e garantir a eficiência de nossa rede de revenda no mercado. Apresentamos o filme publicitário que criamos para apoiar esta estratégia e reforçar a marca Supergasbras e também o kit de comunicação do revendedor, que traz orientações

sobre o melhor uso de cada mídia e peças de comunicação prontas para serem produzidas ou veiculadas”, explica.

Além disso, foram organizados grupos de debates, nos quais os revendedores tiveram espaço para opinar sobre os temas e os projetos apresentados. O “Super Parceiro”, por exemplo, que irá padronizar as atividades das vendas, foi citado por Douglas Cerqueira, de Brasília, como uma das iniciativas positivas. Ele também elogiou a nova dinâmica do encontro, que permitiu uma participação mais ativa dos revendedores.

“O ‘Super Parceiro’ irá representar um suporte mais concreto da SHV Gas Brasil. O projeto deixará a empresa mais próxima de nós, mas será preciso percorrer cada revenda para entender suas particularidades”, aponta.

Aprendizado, motivação e relacionamento com a rede foram alguns dos benefícios que Jaime Batista Pinto e Maria de Lourdes Souza, de Goiânia, conquistaram por meio dos encontros. Eles contam que, a partir da primeira rodada de reuniões, passaram a apoiar o combate à venda clandestina de Gás LP e, mesmo com uma queda no volume de vendas, estão satisfeitos por fazer parte deste movimento.

Além de workshops e conferências, os revendedores da região Centro-Oeste também participaram de uma partida de futebol, que contribuiu para promover um momento de descontração e integrá-los ainda mais. ▲



O Diretor de Negócios Envasado da SHV Gas Brasil, Julio Cardoso, conversa com os revendedores no encontro do Centro-Oeste

Sindigás promove o 1º Encontro Nacional do Setor de Gás LP

ENAGÁS DEBATEU ESTRATÉGIAS PARA O FUTURO DO MERCADO

Entre os dias 18 e 20 de agosto, mais de 350 pessoas se reuniram no 1º Encontro Nacional do Setor de Gás LP (Enagás), realizado em Campinas (SP). De acordo com o Presidente do Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Gás LP (Sindigás), Sérgio Bandeira de Mello, a ideia para a organização do evento surgiu a partir do Fórum Mundial de Gás LP, quando o público demonstrou interesse em participar de uma reunião anual para debater os temas pertinentes ao mercado brasileiro.

A Supergasbras levou um grupo de 80 convidados, entre revendedores e colaboradores, para participar dos painéis, que tiveram como foco o consumidor final. A distribuidora, que contou com um estande institucional no evento, também ofereceu um jantar de confraternização para sua equipe na noite de abertura. Para o Diretor de Planejamento e Marketing

em 100% do território brasileiro. Não conheço nenhum produto como o nosso no varejo que não tenha prazo de validade. Devemos ter orgulho do nosso setor, pois temos em nossas mãos uma energia excepcional. A partir dos debates promovidos aqui, iremos construir um cenário muito melhor para todos nós”, apontou o Presidente do Sindigás.

Ações para a fidelização dos clientes, erradicação da venda ilegal do combustível, retenção e capacitação de talentos na revenda foram alguns dos assuntos em pauta durante o Enagás. Uma das palestras mais concorridas foi a do Presidente da Copernicus Marketing Consulting, Alberto Cerqueira Lima, sobre o desejo do consumidor de Gás LP. Ele apresentou um estudo que revelou os atributos motivadores para a compra do botijão e identificou os canais de venda utilizados pelos consumidores. O levantamento mostrou que 57% dos clientes procuram pontos de



Os debates do 1º Enagás tiveram foco no consumidor final



A Supergasbras levou ao evento mais de 80 convidados, entre revendedores e colaboradores

da SHV Gas Brasil, Rubem Mesquita Vieira, a realização do Enagás foi um passo importante para a profissionalização do segmento. “Tivemos a chance de falar abertamente sobre o futuro do Gás LP no Brasil com todos os integrantes da cadeia de distribuição e revenda”, afirmou.

No dia 19 de agosto, a programação oficial foi aberta com uma mesa coordenada por Sérgio Bandeira de Mello e composta pelo Superintendente de Comunicação Institucional da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), Durval Carvalho de Barros; o Capitão do Corpo de Bombeiros de Campinas, Luis Rubens; o representante do Procon de São Paulo, José Ricardo Bastos; o Presidente do Sindicato dos Revendedores de Gás do Interior do Estado de São Paulo (Siregás), Giovanni Buzzo; e o Presidente do Sindicato das Empresas Representantes de Gás LP da Capital e dos Municípios da Grande São Paulo (Sergás), Robson Carneiro.

“Nós atendemos cerca de 53 milhões de lares, vendemos mais de 33 milhões de botijões por mês e estamos presentes

venda formais e que 36% deles são fiéis, ou seja, nunca trocam de fornecedor. Agilidade, confiança e qualidade foram os principais motivos destacados pelos entrevistados para a escolha do revendedor.

Para fechar o encontro, foram realizados dois talk shows no dia 20 de agosto. O primeiro foi sobre o programa de erradicação da venda ilegal de Gás LP e contou com a presença de representantes da ANP, do Ministério Público e do Sindigás. A segunda mesa reuniu líderes das principais distribuidoras – entre eles o Diretor de Negócios Envasado da SHV Gas Brasil, Julio Cardoso –, que debateram sobre o futuro do setor de Gás LP.

“A realização do Enagás foi fundamental para superarmos o desafio de garantir a eficiência e a qualidade na prestação de um serviço de utilidade pública. As apresentações foram valiosas e, com certeza, irão contribuir para entendermos melhor as demandas do consumidor e trabalharmos em cima disso. Todos estão convidados para a próxima edição do encontro em 2011”, completou Sérgio Bandeira de Mello. ▲

Makro consolida liderança no mercado atacadista

EMPRESA CONTA COM 185 LOJAS E ESTÁ PRESENTE NA ÁSIA E NA AMÉRICA DO SUL

O comércio de gêneros alimentícios e não alimentícios é uma das principais frentes de atuação do grupo SHV. Por meio do Makro, que atualmente conta com 185 lojas na América do Sul e na Ásia, a holding alcançou a liderança no mercado atacadista. O superatacado opera por meio de um sistema de autosserviço, com lojas amplas e estrategicamente localizadas, nas quais os clientes profissionais podem suprir todas as necessidades de seus negócios em um único lugar. Sua primeira loja foi aberta em 1968, na Holanda.

Presente na América Latina desde a década de 70, o Makro tem como objetivo ser o mais eficiente canal de abastecimento para clientes profissionais, principalmente revendedores e transformadores de alimentos, com a melhor oferta e um grande canal de distribuição para os fornecedores do continente. Brasil, Argentina, Venezuela, Colômbia e Peru são os países onde a empresa atua na América do Sul.

Há 38 anos no Brasil, o superatacado possui a maior cobertura do setor no território brasileiro, com 74 lojas, distribuídas por 24 estados, além do Distrito Federal. O Makro trabalha com uma seleção de produtos desenvolvida especificamente para as demandas de seu público, que inclui marcas líderes e marcas próprias, como Aro, M&K, Baldaracci, Q-Biz e MK-Tech. A companhia também tem 72 restaurantes e 28 postos de combustíveis no país.



O Makro está há 38 anos no Brasil e possui a maior cobertura do setor no país

MAKRO NA AMÉRICA DO SUL

1972 Makro no Brasil

O conceito da empresa é introduzido na América do Sul

1988 Makro na Argentina

Abertura da primeira loja em Buenos Aires

1992 Makro na Venezuela

Inauguração da primeira loja em Caracas

1995 Makro na Colômbia

Abertura da primeira loja em Bogotá

1998 Abertura do escritório central, em São Paulo

2009 Makro no Peru

Inauguração da primeira loja em Lima

Suas lojas contam com um sistema de televendas, pelo qual os consumidores podem realizar cotações de preços e finalizar a compra sem sair do seu negócio. Além disso, grande parte dos estabelecimentos dispõe de um serviço de entrega para clientes transformadores de alimentos.

O Makro também faz contratos corporativos para abastecer empresas que tenham operação em todo o Brasil. Com uma rede de parceiros composta por cerca de 2 mil fornecedores, o superatacado está capacitado para oferecer uma grande variedade de produtos a preços acessíveis.

Depois de um ano de forte expansão em 2009, a expectativa do Makro é aumentar a atratividade de suas lojas e assegurar a avaliação de seus produtos a níveis satisfatórios em todos os seus estabelecimentos. A empresa continuará oferecendo produtos alimentícios e não alimentícios com excelência em preço, qualidade e variedade. ▲

ENTREVISTA

— José Tavares de Araujo Jr.



Ex-Secretário de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda fala sobre a atuação dos revendedores independentes no mercado de Gás LP

DOUTOR EM ECONOMIA PELA UNIVERSIDADE DE LONDRES E EX-PROFESSOR TITULAR DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO, JOSÉ TAVARES DESTACA A IMPORTÂNCIA DA MANUTENÇÃO DA MARCA PARA AS DISTRIBUIDORAS E PARA OS CONSUMIDORES E ANALISA OS EFEITOS DA PORTARIA 297 DA AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO NO SETOR.

COMO A PORTARIA 297 DA AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO (ANP), QUE PERMITE QUE OS REVENDEDORES COMPREM GÁS LP DE VÁRIOS DISTRIBUIDORES, INFLUENCIOU O MERCADO?

A portaria 297 tem o seu mérito por ter marcado o final de um longo processo de reforma e simplificação das normas do setor de distribuição de Gás LP, que havia começado em 1990. Até a sua criação, os vínculos entre revendedor e distribuidor eram de exclusividade obrigatória, de acordo com as regras do segmento. Essa era uma norma redundante, já que essa exclusividade é algo que, dentro do processo de concorrência do mercado de Gás LP, as distribuidoras vão buscar naturalmente. Para fazer isso, as empresas contam com uma ampla proteção, tanto das leis que protegem a marca quanto da Constituição Federal. Entretanto, depois de editada a portaria 297, a ANP partiu de um extremo ao outro. Antes, havia uma regra redundante, que foi substituída por um procedimento que viola a lei de proteção à marca. Quando um revendedor vai à ANP e diz que irá vender botijões de mais de uma marca, se essas distribuidoras não lhe deram autorização, aquela pessoa estará cometendo um crime de falsidade ideológica e a ANP estará

legitimando essa atitude. Ao fazer isso, o órgão estará atuando contra os seus interesses, os das distribuidoras e os do consumidor final.

O SENHOR ACREDITA QUE PARA PROMOVER A CONCORRÊNCIA NA DISTRIBUIÇÃO DE GÁS LP É NECESSÁRIO ROMPER OS VÍNCULOS DE EXCLUSIVIDADE ENTRE AS DISTRIBUIDORAS E SUAS REDES DE REVENDA?

Existe uma imprecisão na portaria 297, pois o texto diz que o fato de o revendedor comercializar várias marcas poderia beneficiar o consumidor. Isso não é verdade, pois no mercado de Gás LP a competição que importa é entre as distribuidoras. Em um país com as dimensões do Brasil, seria antieconômico se a companhia engarrafasse e entregasse o botijão com funcionários próprios nas residências dos consumidores nos 5,5 mil municípios brasileiros, pois isso envolveria um enorme custo administrativo. É por essa razão que as empresas têm que trabalhar de forma descentralizada, por meio de vendas, mas sempre controlando a qualidade do serviço final prestado ao cliente. Dessa forma, quem está competindo pelo bom atendimento

ao consumidor são as distribuidoras e não os revendedores. Esse é o grande equívoco da portaria 297, que diz que o revendedor que oferece mais de uma marca estimula a competição entre as distribuidoras. Isso é falso.

DE QUE MANEIRA A PRESENÇA DESSES REVENDEDORES INDEPENDENTES NO MERCADO AFETA OS CLIENTES?

O Gás LP é um produto homogêneo, cuja qualidade não pode ser aferida no ato da compra. O cliente escolhe o seu fornecedor em função de vários outros serviços, entre eles a presteza no atendimento e a assistência. Ao olharmos do ponto de vista do consumidor, quando existe a marca, é possível identificar quem está provendo o serviço. Ela cumpre uma função econômica fundamental, já que melhora a qualidade da informação, permitindo que o cliente tome as suas decisões com maior segurança. Além disso, a marca é o instrumento pelo qual as empresas competem e buscam uma identidade própria e uma reputação, a fim de ganharem parcelas de mercado. Na sua ausência, a oferta é feita por uma série de provedores anônimos, sem compromisso com a qualidade. Assim, se por hipótese existirem

no mercado apenas revendedores independentes, desaparecerá a competição pela qualidade no setor. A única maneira possível de garantir um bom atendimento é por meio de uma rede exclusiva de revendedores, pois assim haverá uma entidade que estará encarregada de controlar a qualidade do serviço nessas unidades.

COMO A MARCA PODE CONTRIBUIR PARA A FIDELIZAÇÃO DO CONSUMIDOR? DE QUE FORMA A DISTRIBUIDORA PODE AJUDAR OS REVENDEDORES NESSE PROCESSO?

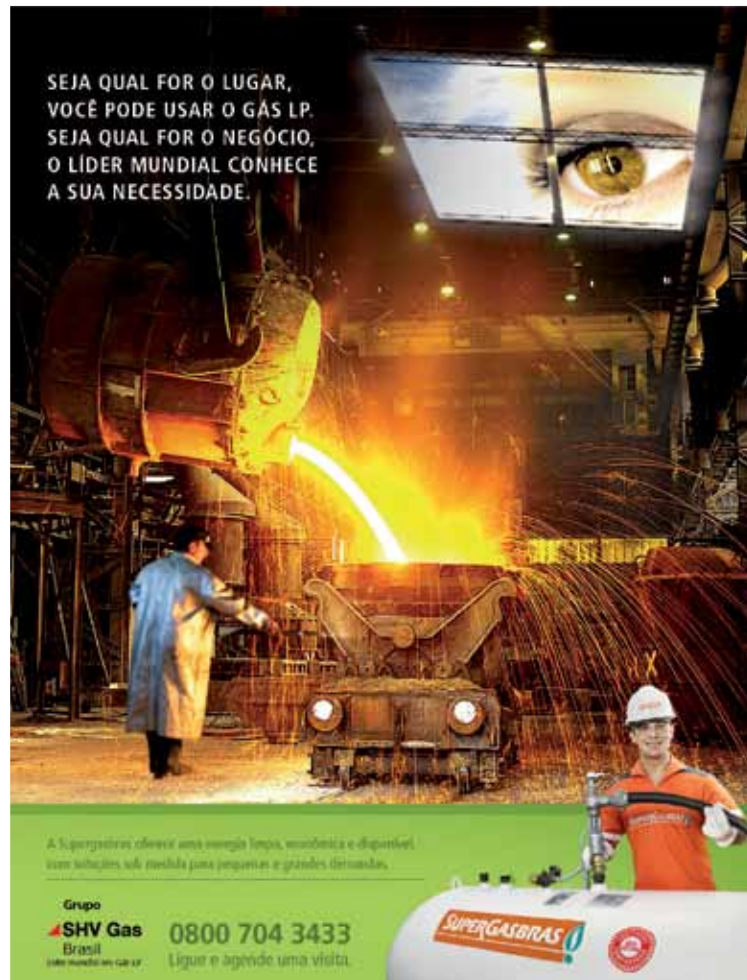
A marca é um instrumento fundamental de concorrência entre as distribuidoras. Elas competem para terem parcelas de mercado estáveis, ou seja, uma clientela fixa, que tenha um vínculo de fidelidade com a marca. Isso é construído e assegurado ao longo do tempo pela qualidade dos serviços, o que implica treinamento permanente de sua rede de revenda e investimentos em publicidade. A relação de exclusividade entre revendedor e distribuidor é de interesse mútuo, porque a companhia oferece uma série de instrumentos de apoio às vendas. ▲

“ O CLIENTE ESCOLHE O SEU FORNECEDOR EM FUNÇÃO DE VÁRIOS OUTROS SERVIÇOS, ENTRE ELES A PRESTEZA NO ATENDIMENTO E A ASSISTÊNCIA. AO OLHARMOS DO PONTO DE VISTA DO CONSUMIDOR, QUANDO EXISTE A MARCA, É POSSÍVEL IDENTIFICAR QUEM ESTÁ PROVENDO O SERVIÇO ”

NOTAS

// NOVA CAMPANHA PARA SEGMENTO GRANEL

No mês de setembro, a Supergasbras lançou uma nova campanha de mídia para o mercado granel. Com foco nos segmentos industrial, agronegócios, padarias e condomínios residenciais, as peças destacam que a empresa, líder mundial em distribuição de Gás LP, oferece aos clientes de todos os setores a melhor solução em energia, além de um atendimento diferenciado. A campanha “Olho” tem sido veiculada em revistas de negócios e interesse geral de circulação nacional e também em veículos segmentados.



Peça da campanha “Olho”

// SUPERGASBRAS LANÇA CAMPANHA PARA MERCADO RESIDENCIAL

A divertida dupla formada pelo Sr. Fogão e o botijão Ligeirinho é a estrela do novo filme da Supergasbras, que faz parte da estratégia de mudança de marca no Norte e no Nordeste do país. Na campanha, que foi produzida em animação com uma linguagem bem-humorada, com o objetivo de despertar a atenção do público familiar, os personagens mostram ao consumidor que entrega rápida e segura, qualidade no atendimento, instalação gratuita e equipe capacitada são alguns dos diferenciais oferecidos pela Supergasbras no mercado residencial. Peças de mídia impressa e promocional também foram criadas para reforçar a confiança e a qualidade da marca junto ao cliente final.



Sr. Fogão e o botijão Ligeirinho são os personagens do novo filme da Supergasbras

// COLEÇÃO DE RECEITAS SUPERGASBRAS

Os consumidores têm mais um motivo para escolherem os botijões da Supergasbras. Em julho, a distribuidora lançou a coleção de livros “Supergasbras – As Melhores Receitas para seu Dia a Dia”, que será entregue aos clientes residenciais na compra de um vasilhame de 13 quilos nas revendas VIPs. A cada mês, um novo volume trará sugestões de pratos doces e salgados, com fotos e o passo a passo do modo de preparo. Todas as receitas foram testadas e têm o mesmo padrão de qualidade dos produtos da empresa. A previsão é que a ação continue até dezembro de 2011.



NOTAS

// FEIRAS MOVIMENTAM O SEGUNDO SEMESTRE DO ANO



Estande da Supergasbras na Nova Equipotel

A Supergasbras marcou presença na Expocon Brasília 50 anos, realizada entre os dias 1 e 4 de julho, no Distrito Federal. A exposição, voltada para o setor condominial, teve o meio ambiente como tema central. Na ocasião, a distribuidora apresentou ao público os diversos benefícios do uso do Gás LP, que é uma energia ecológica, no segmento residencial. Ainda em julho, a empresa participou da FIPAN, em São Paulo, que tem foco no mercado de food service; da Metal Mecânica, no Paraná, que reuniu os principais nomes da indústria mecânica; e da Mec Show, no Espírito Santo, que promoveu o encontro entre empresários do ramo de fabricação de equipamentos, prestadores de serviços de montagem e de manutenção industrial.

Entre os dias 4 e 7 de agosto, a Supergasbras esteve na 13ª Construsul, realizada em Porto Alegre. O evento tem como público-alvo construtoras, lojas de materiais de construção, engenheiros, arquitetos e incorporadores e, em sua última edição, contabilizou mais de 65 mil visitantes. Já em setembro, a distribuidora foi uma das expositoras na Nova Equipotel, em São Paulo, na qual apresentou um forno de padaria pioneiro movido a Gás LP. Nesse mesmo mês, a companhia participou da Expo Síndico, organizada pelo Secovi, em São Paulo.

// KIT DE COMUNICAÇÃO PARA OS REVENDEDORES SUPERGASBRAS

Os revendedores autorizados Supergasbras em todo o Brasil passaram a contar com uma nova ferramenta que irá auxiliá-los no desenvolvimento de seus negócios, o kit de comunicação do revendedor, elaborado pela área de marketing e distribuído através da equipe comercial, responsável pelo apoio direto às vendas. O material tem o objetivo de ajudá-los na elaboração de suas estratégias de comunicação e traz orientações sobre o melhor uso de cada mídia. Além disso, o kit possui peças prontas para serem produzidas ou veiculadas, como anúncios, outdoors e folhetos, que podem ser personalizados com o telefone de cada revenda. Com isso, os parceiros poderão investir na comunicação com o cliente final de forma mais eficiente e integrada.

**Bom no atendimento.
Bom na rapidez. Bom para você.**

Mais do que um produto de qualidade, a Supergasbras oferece um serviço de qualidade:

- Entrega rápida e segura
- Qualidade no atendimento
- Equipe treinada e identificada
- Instalação gratuita

**Ligou, chegou.
4003-3433
Revendedor Autorizado**

SUPERGASBRAS

Anúncio do kit de comunicação do revendedor

// SUPERGASBRAS NA BUSCA POR CRIANÇAS DESAPARECIDAS

A Supergasbras continua engajada na busca por crianças desaparecidas no Rio de Janeiro. Por meio do projeto "Chega de Saudade", a empresa já distribuiu, junto aos seus botijões, mais de 18 milhões de cartelas com fotos de jovens desaparecidos no estado. A iniciativa tem o apoio da Fundação da Infância e Adolescência (FIA), da Secretaria Estadual de Assistência Social e Direitos Humanos e do governo do estado do Rio de Janeiro.

Recentemente, a FIA divulgou que Carolina Ruanny Alvim de Souza, de 13 anos, foi encontrada no dia 24 de março de 2010. De acordo com a instituição, 32 crianças foram reintegradas às suas famílias neste ano.

Em outra ação voltada para o público infante-juvenil, a Supergasbras assinou, em agosto, com outras 19 grandes empresas, a Declaração de Compromisso Corporativo de Enfretamento da Violência Sexual de Crianças e Adolescentes, que é uma parceria do Sistema Firjan com a Secretaria de Direitos Humanos, a Petrobras e o Conselho Empresarial Brasileiro para Desenvolvimento Sustentável (CEBEDS). Como forma de prevenir esse tipo de violência, a distribuidora vem promovendo iniciativas de sensibilização, incentivando a denúncia e declarando a rejeição a qualquer forma de exploração sexual de crianças e adolescentes.

Supergasbras é referência no setor de agronegócios

DISTRIBUIDORA OFERECE SOLUÇÕES INOVADORAS PARA O SEGMENTO

A previsão para a safra de grãos em 2010 no Brasil é de 145 milhões de toneladas. De olho neste cenário promissor, a Supergasbras tem investido em novas tecnologias voltadas para o mercado de agronegócios. De acordo com o Gerente de Desenvolvimento de Mercado Granel, Marcos Moisés, o Gás LP se destaca no segmento como uma alternativa econômica, ecológica e eficaz e é uma excelente opção para a secagem de grãos, já que proporciona um aumento de produtividade e na qualidade do produto final.

Uma das soluções oferecidas pela empresa aos produtores rurais é o secador móvel de grãos e sementes abastecido a Gás LP, que tem como função reduzir a umidade da colheita antes do seu armazenamento. O equipamento já é usado nas regiões Centro-Oeste, Norte, Nordeste e Sul. Uma de suas vantagens é a redução no tempo de secagem dos grãos em comparação ao processo feito a partir da lenha.

“Por meio do secador móvel, o controle da temperatura é automático e seguro, o que dispensa a necessidade do acompanhamento constante de um operador. Além disso, a queima do Gás LP é completa e não gera resíduos, diferente da secagem a lenha. Com isso, o produto final tem uma melhor qualidade e se torna mais valorizado”, aponta Marco Moisés.

O Gerente lembra ainda que o Gás LP é uma energia limpa e que, para cada quilo do produto utilizado, cerca de dez árvores deixam de ser cortadas. Segundo ele, o combustível é amplamente usado no segmento de secagem agrícola nos países desenvolvidos e sua flexibilidade de logística e abastecimento o torna a melhor alternativa energética para o setor.

Distribuidora inova com sistema TPC

A Supergasbras, em parceria com a Lazo TPC, também desenvolveu uma tecnologia inovadora que elimina a necessidade do uso de agrotóxicos em culturas agrícolas. Movido a Gás LP, o Thermal Pes Control (TPC) funciona por meio da aplicação de ar quente em alta velocidade na planta, o que gera uma reação em seu sistema fisiológico e aumenta sua capacidade de defesa.

O equipamento, que teve sua eficácia comprovada no tratamento de doenças, pragas e insetos, já está sendo utilizado por produtores no cultivo de uvas no Brasil. Sua aplicação promove um aumento de rendimento na produção e uma redução de custos, além de resultados melhores na colheita e na qualidade do produto final. A Supergasbras fechou um acordo para fornecer, com exclusividade, o Gás LP para a Lazo TPC. ▲

// OUTROS USOS DO GÁS LP NA AGRICULTURA

Horticultura: aquecimento e controle de temperatura de estufas de plantas, flores e frutas.

Avicultura: abastecimento de campânulas a gás para irradiação de calor, garantindo o crescimento acelerado de pintos e a redução de doenças pulmonares entre os animais. Também pode ser utilizado em lança-chamas para limpeza e na esterilização de aviários.



O uso do Gás LP oferece vantagens competitivas para os produtores rurais



O GÁS LP SE DESTACA NO SEGMENTO COMO UMA ALTERNATIVA ECONÔMICA, ECOLÓGICA E EFICAZ E É UMA EXCELENTE OPÇÃO PARA A SECAGEM DE GRÃOS

