

Revista do **DISTRIBUIDOR**

Ano II • N.º 16

ABRIL DE 2001

E S P E C I A L

40

A N



COMO GANHAR DINHEIRO VENDO REVISTAS



*Desde o começo
tinha tudo para dar certo*



Responsabilidades, diferentes tarefas, muita vontade para que tudo desse certo. O tempo foi passando e as coisas ficando cada vez melhores. O entendimento aumentava ano a ano e novas idéias incrementando ainda mais nossa vida que já nasceu em intensa harmonia. Depois de 1696 edições em 34 anos, podemos afirmar: nossa história não teria sido a mesma sem a DINAP. Parabéns à DINAP e a todos seus funcionários e distribuidores pelos 40 anos.

Esta edição é uma homenagem à Dinap. É uma comemoração dos 40 anos da empresa e, ao mesmo tempo, um agradecimento à parceria dos distribuidores e ao empenho de seus colaboradores. Após quatro décadas de intenso trabalho, é bom olhar para trás e perceber nossos feitos. A Dinap nasceu de um sonho de independência, cresceu com o trabalho de profissionais dedicados e se consolidou como uma distribuidora que, acima de tudo, conquistou credibilidade no mercado. E você faz parte dessa história, contada nas próximas páginas por alguns de seus principais personagens.

Parabéns a todos e esperamos poder comemorar muitas outras décadas juntos!



Valter Pasquini
Diretor Superintendente
Dinap S.A.

Revista do
DISTRIBUIDOR
Dinap

ANO II • EDIÇÃO 16 • ABRIL DE 2001

DIRETOR SUPERINTENDENTE: VALTER PASQUINI
DIRETOR DE REDE: JOSÉ EUD ANTUNES
GERENTE DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA: PAULO CORTESI
COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO: ALVARO UTEMERGERHER BODAS
COORDENAÇÃO DE ARTE: VÍTORIO ARMANDO CASA GRANDE
EDIÇÃO: MARCIA KEDOUK
REDAÇÃO: MARCIA KEDOUK E VANESSA RODRIGUES
COLABOROU NESTA EDIÇÃO: ANA VASCONCELOS E ANA PAULA DONDON
ARTE E EDITORAÇÃO ELETRÔNICA: ARY A. NORMANHA E JUN ILYT TAKATA NORMANHA
FOTOLITO: UNIGRAPH
IMPRESSÃO: GRÁFICA CORSET
EDITADA PELA GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA DA DINAP



DINAP S.A.
DISTRIBUIDORA
NACIONAL
DE PUBLICAÇÕES

PLACAR ÀS SEXTAS-FEIRAS

No dia 6 de abril, a revista *Placar* passou a ser semanal. Uma mudança que vai atrair mais leitores e aumentar o seu faturamento, pois a publicação só será vendida em bancas e terá um preço atrativo, apenas **R\$ 1,99**. Além da qualidade editorial, a revista estará mais “quente”, trazendo um resumo da rodada do meio de semana e antecipando o que vai acontecer no fim de semana. A mudança será divulgada

em todos os meios de comunicação: jornais, revistas, rádio e TV e haverão outdoors espalhados por São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ) e mais 22 cidades. Aproveite a oportunidade para realizar ações promocionais em clubes, estádios, quadras de aluguel e centros empresariais e instrua os jornalheiros de sua praça a exporem a revista ao lado dos jornais ou próxima às publicações semanais de informação.



DINAP 40 ANOS

Em 1961, a Editora Abril já havia lançado vários títulos de sucesso, como o pioneiro Pato Donald e as revistas Capricho, Manequim e Quatro Rodas. A gráfica da Abril, chamada de SAIB - Sociedade Anônima Impressora Brasileira -, estava funcionando a todo o vapor. Para consolidar um antigo plano que tinha em mente, restava a Victor Civita apenas inaugurar sua própria distribuidora. “Eu queria ter a gráfica, a redação e finalmente a distribuição, para conquistar aquela independência indispensável”, dizia o fundador da Abril. Foi deste pensamento que nasceu, há exatos 40 anos, a Distribuidora Abril, que mais tarde seria chamada de Dinap.

Ao lado de Victor Civita, o sócio e amigo Gordiano Rossi administrava a empresa com eficiência. O irmão, Arthur Civita, seria o primeiro diretor da Distribuidora Abril e teria, entre outras, a complexa missão de traçar um mapa com os horários, destinos e paradas de todas as composições ferroviárias que partiam de São Paulo com os vagões carregados de revistas. Na prática, a Distribuidora Abril revolucionou e profissionalizou o mercado de publicações, levando facilidades a jornalheiros e distribuidores. Esse foi mais um importante legado de Victor Civita, que não pensava apenas em vender revistas, mas também em difundir educação, cultura e entretenimento.



Victor Civita

DINAP CO

Aprimorando-se ao longo de quatro décadas, Dinap consolida-se como empresa de ponta no mercado, com uma eficiente estrutura de atendimento e suporte a editores, distribuidores e jornalheiros



À esquerda, Victor Civita e seu sócio, Gordiano Rossi. Ao lado, inauguração da Agência São Paulo da Distribuidora Abril, em 1962, na Rua Martins Fontes, centro da cidade



COMPLETA 40 ANOS

As primeiras instalações da distribuidora ficavam na Rua Martins Fontes, no centro de São Paulo (SP), endereço que abrigava também a agência que atendia a todos os jornalheiros da cidade. Nos anos seguintes, novas agências foram inauguradas e o atendimento foi descentralizado, diluindo as filas que se formavam nos boxes.

O assistente de mercado **Anísio Francisco Santos**, que há 33 anos ingressava na empresa como boxista, recorda as suas principais funções: “Atendíamos os jornalheiros, conferíamos e recolhíamos o encalhe e recebíamos o dinheiro”. Era justamente esta uma de suas missões mais



arriscadas, pois reunia grandes sacos de dinheiro em espécie, resultado do faturamento do dia, e os levava de táxi até o banco. Alguém consegue imaginar esta operação nos dias de hoje?

Vendas e qualidade na distribuição

Paralelamente, a rede de distribuidores foi se formando pelo Brasil afora e, em geral, os pioneiros foram jornalheiros que deram certo. “Havia um jornalheiro em São Carlos, cidade do interior de São Paulo, que conseguiu a concessão na Companhia Paulista de Estrada de Ferro para vender revistas nos trens”, conta

Francisco Lopes Domingues,

consultor da Dinap. “Com o tempo, esse jornalheiro percebeu que as



peças gostavam de comprar publicações nas próprias estações, e passou a vender revistas também nesses locais. Seu negócio foi crescendo e formou-se uma cadeia. Foi assim que começou a Distribuidora Costanzo.”

Sr. Domingues, como é conhecido na Dinap, entrou na empresa em 1965, como gerente de agências, e tem boas histórias para contar. “Antes de existir a



Inauguração das novas instalações da Agência Primavera, em 1968, no centro de São Paulo e o manual Como Ganhar Dinheiro Vendendo Revistas, feito para os jornalheiros em 1963 (acima)

Distribuidora Abril, o reparte era dado ao jornaleiro sem critério algum. Muitas vezes, levava revistas aquele que chegasse primeiro. Quando eu comecei a trabalhar na distribuidora, aprendi a fazer o caderno-reparte com o Sr. Arthur. Somávamos o resultado das vendas das três últimas edições e fazíamos a média. Fomos pioneiros.”

Sr. Domingues recorda também a arrojada estratégia de lançamento da coleção em fascículos *A Bíblia Mais Bela do Mundo*, um negócio ousado para a época, porque ninguém havia pensado em publicar fascículos e os jornalheiros não estavam habituados a coleções. As edições eram impressas em papel especial

e na capa havia um filete de ouro. “Para conquistar distribuidores e jornalheiros, estimulando-os a se empenhar nas vendas do produto, Victor Civita deu a eles todo o reparte do primeiro número de presente”, afirma. Essa foi apenas uma de suas inúmeras demonstrações de que as vendas jamais sairiam de foco em toda a história da distribuidora.

As maravilhas da informática

Na passagem dos anos 60 para os 70, a Distribuidora Abril ganha um novo aliado: o computador. A gerente de atendimento de rede Maria de Lourdes Zuaneti,

OS DESAFIOS DA DISTRIBUIÇÃO, SEGUNDO VÁLTER PASQUINI, DIRETOR SUPERINTENDENTE DA DINAP

RDD - Qual o maior desafio no trabalho de distribuição?

Pasquini - É conseguir chegar onde está o nosso público-alvo, colocando o produto certo, na quantidade certa, no local certo.

RDD - Esse desafio é permanente. O que há de novo?

Pasquini - O que muda hoje são os meios de que você dispõe para fazer

Victor Civita funda a Distribuidora Abril, com seu sócio Gordiano Rossi. O primeiro diretor foi Arthur Civita, irmão de Victor



1961

É inaugurada a Agência São Paulo da Distribuidora Abril, no centro da capital paulista

1962



É publicada a primeira edição do boletim *Novidades Abril*

1963

A distribuidora começa a fazer a chamada “inspeção de bancas”, um sistema semelhante ao atual *check-up*

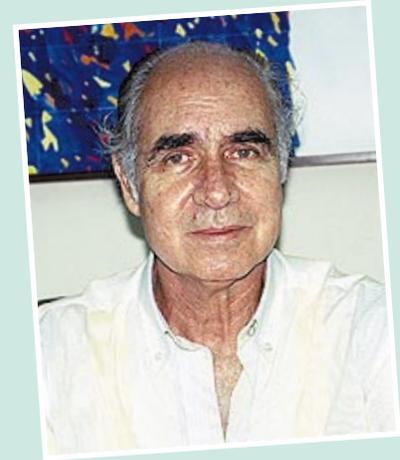
Lançamento do manual *Como Ganhar Dinheiro Vendendo Revistas*, a primeira publicação a ensinar técnicas de vendas aos jornalheiros

São Paulo é a sede da primeira Convenção Nacional de Distribuidores

1964



Os melhores momentos dos distribuidores que começaram junto com a Dinap



Férias lucrativas

Em uma viagem de férias para **João Pessoa (PB)**, **Garibaldi Cittadino** descobriu sua vocação para os negócios com publicações. Nesse passeio, ele aproveitou para conhecer o mercado e abriu a Distribuidora de Publicações Garibaldi Ltda., há 40 anos. Com investimento e muita garra, em 1991, Garibaldi abriu uma sede para atender a Dinap com exclusividade. Nesse mesmo período, entre o final da década de 80 e início de 90, o distribuidor aproveitou para se informatizar. Os treinamentos também são muito importantes, na visão de Garibaldi, pois ensinam o jornaleiro a ser um comerciante de revistas. "O mais positivo da Dinap é que ela não deixa a pessoa se acomodar", diz. Nessas quatro décadas em parceria com a Dinap, Garibaldi não titubeia. "Ela é a minha vida, minha forma de viver e de ver o mundo", conclui.

Primeira edição da revista Veja sendo embarcada para o Norte e Nordeste

isso. Trabalhamos não só com o histórico de vendas como também com o potencial de vendas de cada ponto.

RDD – *O que o distribuidor pode fazer para vender mais?*

Pasquini – É preciso entender as especificidades de cada ponto-de-venda e tirar proveito da segmentação das publicações. Hoje, o mercado é altamente segmentado, temos produtos específicos para cada público. Portanto, não adianta querer colocar todos os produtos no ponto-de-venda, primeiro porque não caberiam, e depois porque é preciso se adequar ao público que passa pelo local.



Lançamento de *A Bíblia Mais Bela do Mundo*, a primeira coleção de fascículos no Brasil



É divulgada a lista de distribuidores que ganharam o Troféu Abril



A Distribuidora se expande e passa do subsolo de um prédio, no centro de São Paulo (SP), para um local bem maior, na Lapa



1965

Novidades Abril ganha ares de revista, com cores nas capas e em algumas páginas internas

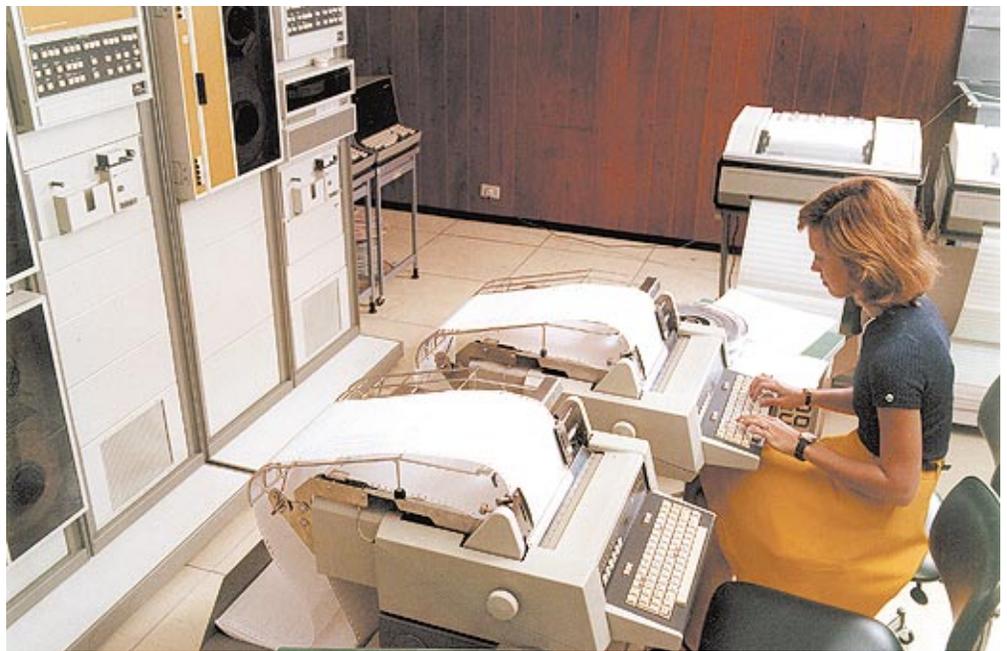
1966

1967



De avô para neto

No mercado desde 1926, a Disa - Distribuidora Santana Ltda. -, de **Belo Horizonte** (MG), foi fundada por Vicente Santana e hoje é administrada pelo neto Humberto Chamarelli Santana Filho, o **Bebeto**, que já prepara a quinta geração da família para gerir o negócio. Bebeto, assim como o pai, cresceu vendendo revistas e hoje acredita que a mais importante evolução destes 40 anos foi a informatização ocorrida na Dinap no final da década de 80. "Nessa época, nós também adotamos o sistema na distribuidora, o que tornou o atendimento aos jornaleros muito mais ágil", afirma. Na opinião dele, a modernização, que começou pelo controle informatizado de publicações, continuou na realização de treinamentos e culminou com a melhoria da aparência dos pontos-de-venda. "As bancas atuais são um verdadeiro show de exposição e vendas", analisa.



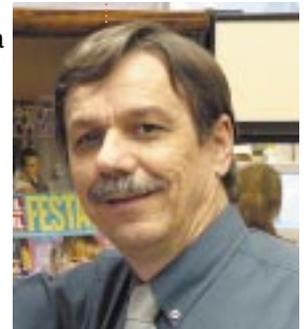
a **Tuca**, acompanhou de perto toda a evolução dos sistemas de informática e fala sobre o assunto com propriedade: "A informatização começou em 1971, com os computadores L2000, que faziam apenas a emissão de notas. Três anos depois, essas máquinas foram substituídas pela geração HP2100, que faziam os cadernos-reparte. Outros processadores foram sendo implantados, agregando novas tarefas. Em 83, ganhamos um computador supermoderno para a época, migramos tudo o que estava



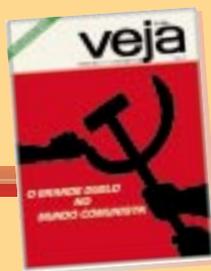
no HP e desenvolvemos novos sistemas de faturamento e check-up."

Há 27 anos, **Darcio Bellini** era admitido na empresa como analista de reparte, e vivenciou a transição

da análise de reparte manual para a informatizada. "Os grandes ganhos foram a segurança nos dados de vendas, a confiabilidade que se tem na informação, a redução de papéis e de tempo gasto. À medida que crescemos no volume de títulos



A emissão de notas fiscais, faturas e os cálculos de repartes é informatizada



É lançada a revista **Veja**, primeira publicação semanal da Abril

1968

É inaugurada a Agência Primavera, em São Paulo (SP)



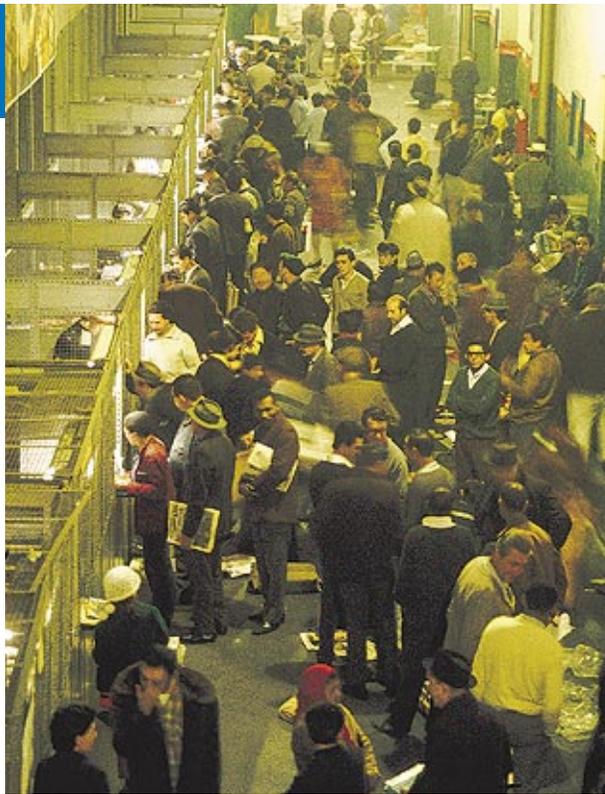
O Troféu Árvore de Ouro é criado para premiar o melhor distribuidor entre os ganhadores do Troféu Abrilio

Inicia-se a publicação do Calendário de Lançamentos, na revista **Novidades Abril**

1971



À esquerda, o HP 2100, o primeiro computador exclusivo da distribuidora, em 1974. À direita, o movimento na Agência Primavera, em São Paulo, mostra que ela já estava ficando pequena para atender ao crescente número de jornalistas



Batalha vencida

A história de Vivaldino Oliveira seria diferente se ele não houvesse recebido uma chance de trabalho dos padrinhos de carreira Octávio Sagebin, distribuidor de revistas, e Victor Civita, fundador da Editora Abril. O esforço de Vivaldino resultou na abertura da Distribuidora Oliveira Ltda., há 40 anos, em **Novo Hamburgo** (RS). Hoje, o filho e sócio **Oberdan Oliveira** conta com orgulho a história do pai, de quem também herdou o tino para os negócios. "Meu pai descobriu que a praia, por exemplo, é um bom local para vender revistas porque as pessoas têm tempo ocioso. A nossa distribuidora é a única que atende todo o litoral gaúcho", conta. A informatização do controle de publicações, para Oberdan, é o grande passo que a Dinap deu em 1989. Há cerca de dois anos, Oberdan terminou de implantar o sistema na distribuidora e está satisfeito com o "tempo livre" que ganhou para ir atrás de novos pontos-de-venda, em busca de nichos de mercado diferentes. "Antigamente, 80% do nosso dia era dedicado ao trabalho operacional e 20% destinado à preocupação em vender. Hoje, é o inverso", explica.

lançados, fomos otimizando nosso trabalho. A velocidade da informação é muito importante para nós, para a tomada de decisão de tiragens futuras e sobre o reparte. Temos dados sobre as vendas no dia seguinte ao recolhimento e isso é fantástico", afirma

Darcio, que hoje é diretor de distribuição de publicações - Abril.

Quando entrou na Dinap, em 1978, a gerente comercial centro-norte das agências de São Paulo **Iltes**



Bevilacqua era analista de reparte de fascículos. Ela relembra as

dificuldades dos processos manuais: "A distribuição tinha qualidade mas era tudo muito trabalhoso. Perdíamos muito tempo no 'fazer'", afirma. "Hoje é muito melhor, porque você tem todas as ferramentas para colocar o

produto com precisão no ponto-de-venda. Podemos ser mais atuantes, dinâmicos, trabalhar em cima de resultados." Iltes está há 23 anos na Dinap mas diz ter sempre a sensação de que acabou de entrar na empresa.

Outro veterano que acompanhou toda essa evolução foi Vitório Armando Casa Grande. Em 1970,

A distribuidora adquire seu primeiro computador exclusivo, um HP 2100, que fazia o caderno-reparte das praças e agências

1974



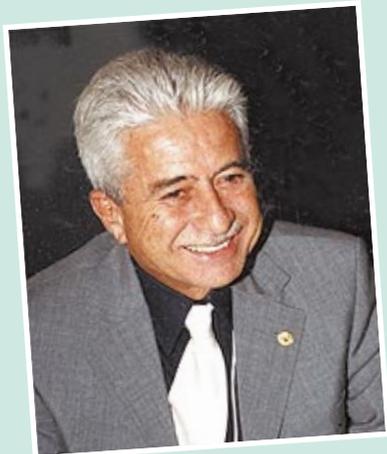
1975

É lançado o *mail-phone*, sistema de secretária eletrônica pelo qual os distribuidores obtinham atendimento em tempo integral.



1976

Implantação da chamada de encalhe personalizada com nome e código de cada distribuidor.



Parceiros ontem e sempre

"Tínhamos de distribuir revistas para o interior do Estado do Ceará em caminhões de ovos e galinhas", conta **José Almor de Albuquerque Neto**, ao reproduzir a história que ouvia de seu pai, José Almor de Albuquerque Júnior, o fundador da Almor Distribuidora Ltda., de Fortaleza (CE), em 1961. Depois de 40 anos de parceria com a Dinap, Almor acredita que muitos passos foram importantes para o avanço da distribuidora, entre eles a informatização e os treinamentos. "Adotamos a informática junto com a Dinap. Com o sistema, a gente consegue colocar as revistas na hora certa, no ponto certo e na quantidade certa", explica. Outra ferramenta que ajudou muito a estreitar o relacionamento entre o distribuidor e os jornaleros, na opinião de Almor, foram os cursos oferecidos pela Dinap. "Foi a maior evolução que a gente teve. A troca de informações é muito rica e sentimos uma melhora no ponto-de-venda e no atendimento que o jornaleiro oferece para o cliente", afirma. Ele acredita que estas mudanças positivas resultam hoje em um crescimento conjunto. "Todos nós somos aliados: Dinap, distribuidora e jornaleros", finaliza.



o **Casão**, como é conhecido entre os colegas, começou como boxista. Mas seu sonho se realizaria quatro anos depois, quando migrou para o Departamento de Promoções para fazer a arte da *Novidades Abril*, que depois se transformaria na *Novidades Dinap*. Na época, o estilete e a cola, importantes aliados no seu trabalho, eram usados para fazer o past-up das publicações internas da distribuidora. Como tudo na Dinap,



EXPOSIÇÃO ITINERANTE CONTA 40 ANOS DE HISTÓRIA

Para comemorar os 40 anos da Dinap será inaugurada, dia 17 de abril, uma exposição no Novo Edifício Abril, em São Paulo (SP). A mostra é itinerante, composta por 40 painéis que contam toda a história da empresa, sua evolução e as transformações, até os dias de hoje. A exposição será levada à gráfica da Abril, à unidade de distribuição da Raposo Tavares, em São Paulo, às agências de São Paulo e Rio de Janeiro e às principais praças.

O sistema de telex começa a ser utilizado para que os distribuidores enviem seus pedidos, sugestões e reclamações

1980



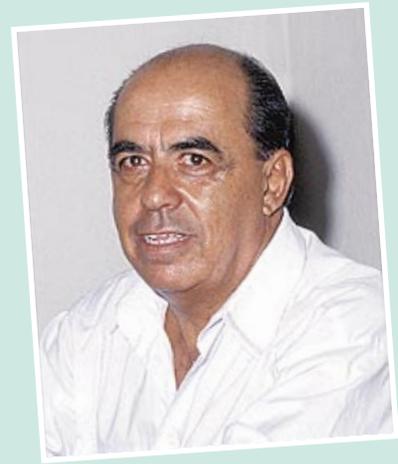
1982



A Abril se divide em Editora Abril e CLC (Comunicações Lazer e Cultura). A distribuidora fica sob a administração da CLC, muda-se para o município de Osasco (SP) e passa a se chamar Dinap

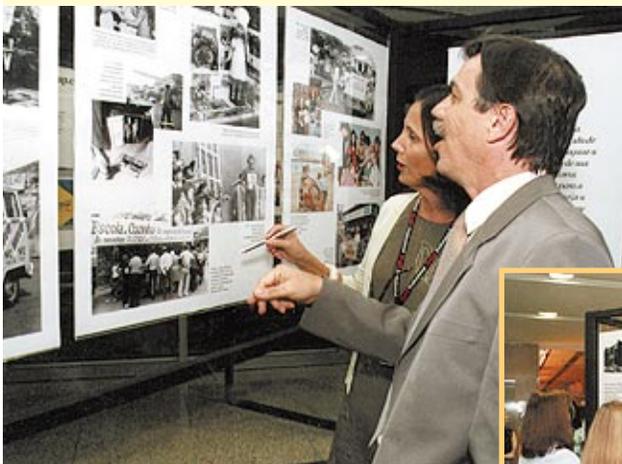


À esquerda: Richard, Victor e Roberto Civita. Com a divisão do grupo, em 1982, a Dinap fica sob a administração da CLC e muda-se para o município paulista de Osasco (acima)



Tudo em família

O distribuidor **Adolfo Martins da Costa Quintão** começou como jornalista. Um dia foi a São Paulo (SP) visitar a Editora Abril e, como não havia uma distribuidora de produtos Abril na região de **Ipatinga** (MG), foi proposto que ele a fizesse. Assim nascia a Distribuidora Quintão Ltda. Um dos filhos de Adolfo, Wagner Agostini Quintão, formou-se em Administração e tinha como meta modernizar a empresa do pai. Em junho de 1992, o filho começou a trabalhar na distribuidora e, seis meses depois, conseguiu o que queria: informatizar a empresa. “Isso possibilitou o aumento do nosso capital e mais investimentos na própria empresa”, conta. Wagner contratou um analista de sistemas para implantar a tecnologia e ensinar aos funcionários como lidar com a máquina. Há alguns anos, a família Quintão tinha duas distribuidoras, até que a Dinap aconselhou que as sedes se juntassem, para baixar os custos e aumentar os investimentos. Foi assim que a distribuidora conseguiu comprar mais máquinas e uma sede própria.



Recheada de fotos, curiosidades e muita informação, o evento é imperdível, seja para saber tudo sobre a trajetória da distribuidora ou para matar a saudade dos velhos tempos.



1983

Os troféus Abrillo e Árvore de Ouro são substituídos pelos troféus José Fico e Victor Civita, respectivamente



1986

A Editora Abril e a CLC tornam-se sócias na administração da Dinap



Meu caro amigo,

Olha só, que lançamento da **Editora CARAS**: belos fascículos, contando a história do cinema, uma coleção de **10 grandes filmes em DVD**, uma dúzia dos melhores e mais famosos atores de Hollywood.

Quer mais? É para já:

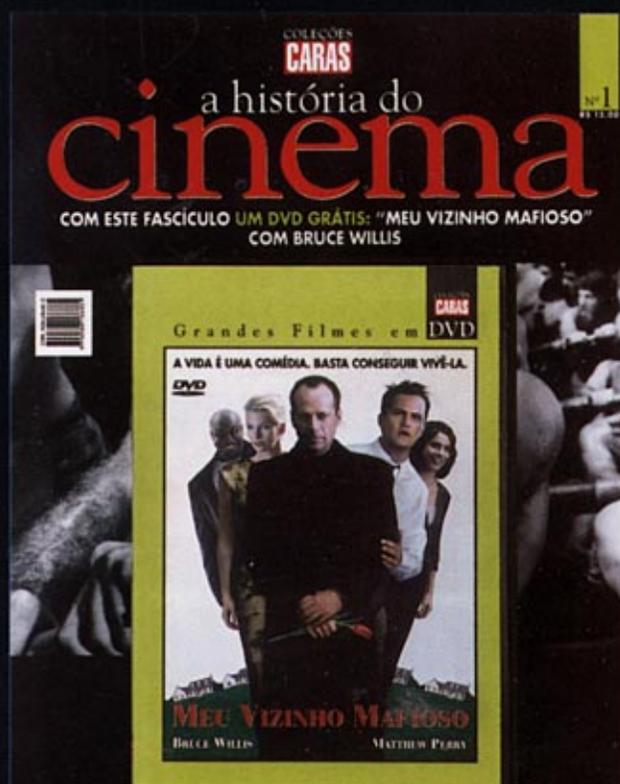
Campanha de lançamento com 4 páginas em **CARAS**, página dupla em **Veja**, **Isto É**, **Época** e **Exame**. Comerciais nos programas mais adequados do **SBT**, inclusive "Show do Milhão", e nos melhores **Canais a Cabo**.

Quer mais? Agora é a sua parte, junto às bancas, retribuindo nosso esforço com uma **excelente exposição do produto**. Contamos com você, que tem sido um dos grandes responsáveis pelo sucesso da nossa revista semanal.

Um abraço, sorte e saúde,

EDITORIA CARAS

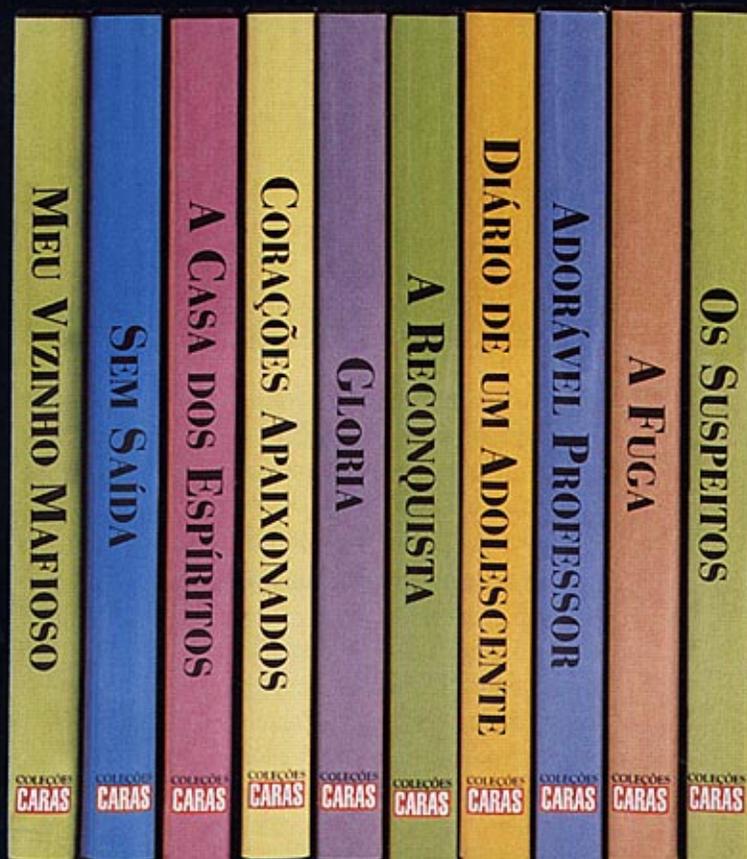
Em cartaz
na banca
mais próxima



Comprando o fascículo nº 1,
você recebe grátis o filme em DVD
"Meu Vizinheiro Mafioso"

Finalmente nas bancas, uma coleção em fascículos acompanhada de uma série de filmes em DVD, com a qualidade **CARAS**. Comprando os fascículos de "A História do Cinema", você recebe grátis um filme em DVD por semana. Não perca!

Coleção “A História do Cinema” + “Grandes Filmes em DVD” Grátis



Fascículo
R\$ 15,00+
DVD Grátis.

Durante 10 semanas, um
fascículo com um DVD diferente
para você colecionar

LEVE OS GRANDES ASTROS DO CINEMA PARA A SUA CASA:

Bruce Willis - Sean Connery - Kevin Costner

Sharon Stone - Leonardo DiCaprio - John Travolta - Meryl Streep

Kim Basinger - Antonio Banderas - Alec Baldwin - Glenn Close

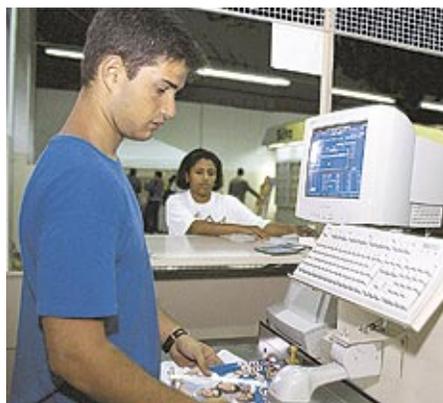
Na próxima semana: fascículo nº 2 com o filme “Sem Saída” grátis.

COLEÇÕES
CARAS



Reconhecimento garantido

No final da década de 40, Agrício Braga montou uma banca de revistas no interior de **Goiânia** (GO). Com o crescimento, o sobrinho Agenor Braga e Silva começou a auxiliar Agrício na administração do negócio que, em 1948, se transformou na Distribuidora Jardim. "O conceito 'distribuidora' tornou-se palpável com o surgimento da Dinap", reconhece Alberto Viana Cotias Braga e Silva, o **Beto**, filho de Agenor. Com a expansão da Dinap, as pequenas lojas especializaram-se na distribuição de publicações e os processos se aperfeiçoaram. "A Dinap estimula a atuação nos pontos-de-venda, as promoções, a abertura de novas revistarias e a informatização", diz. Segundo Beto, a Distribuidora Jardim atendia cerca de cem bancas em 1985, com um número relativamente menor de revistas do que hoje. Com a chegada dos computadores, hoje é possível atender a 310 bancas e distribuir muito mais publicações. "Em 1987, compramos o primeiro computador e de lá para cá não paramos mais de investir em tecnologia. A Dinap, com certeza, sempre esteve na vanguarda desse processo", afirma.



sua maneira de trabalhar evoluiu. Hoje, dispõe dos mais modernos equipamentos para suas produções, entre elas, a *Revista do Jornaleiro* e o boletim *Últimas Novidades*.

Tantas transformações conferem à Dinap o status de empresa de ponta, que não deixa a desejar a nenhuma distribuidora do mercado mundial. Há cerca de dois anos, o diretor superintendente da Dinap, Valter Pasquini, e um grupo de diretores, entre eles o próprio Darcio, esteve nos Estados Unidos para verificar quais ferramentas os americanos estavam usando na distribuição. "Nos deparamos com uma estrutura, tanto de mão-de-obra quanto de informática, que fica aquém da nossa.

O que dá mais satisfação é que todo esse desenvolvimento da Dinap é fruto de know-how interno. Nada foi comprado. Tudo o que temos hoje nasceu aqui dentro, inclusive no que se refere a recursos humanos." Pasquini conclui: "Fomos num país de primeiro mundo buscar algo inovador para o nosso processo e não encontramos absolutamente nada melhor do que o que temos. Não deixamos a desejar a ninguém".

Rito de passagem para o novo milênio

Mais mudanças aconteceriam no ano de 1982. Roberto Civita passou a administrar a Editora Abril e o irmão, Richard, a CLC – Comunicações,

É criado o Troféu Promoção do Ano para premiar os melhores promotores da Dinap

É implantado o programa de informatização para os distribuidores, chamado Sistema Distribuidor

O Seminário de Promotores volta a ser realizado, reunindo profissionais de promoção das agências de São Paulo, Rio de Janeiro e dos principais distribuidores regionais

1987

1989

1991





A década de 90 é marcada pela modernização e abertura de novas agências em São Paulo e Rio, por sistemas mais ágeis de expedição (à esq.) e intenso treinamento de jornalheiros em todo o Brasil (acima)

Lazer e Cultura. Esta última assumiu a Distribuidora Abril, mudando o seu nome para Dinap – Distribuidora Nacional de Publicações –, e transferiu a sede para o município paulista de Osasco.

Quatro anos mais tarde, a Editora Abril e a CLC tornaram-se sócias na administração da Dinap, em cotas de igual participação. Nesse mesmo ano foi criado o Conselho de Administração, com representantes dos dois grupos acionistas.

Na década de 90, impulsionada pelo aumento expressivo da quantidade de títulos, a Dinap promoveu grandes investimentos na melhoria da qualidade dos serviços prestados e na modernização de seus processos.

OS NÚMEROS DA DINAP

- Mais de 28 mil pontos-de-venda atendidos
- 145 distribuidores regionais
- 18 agências
- 58 editores atendidos
- 46 milhões de exemplares distribuídos por mês
- 385 títulos distribuídos nos pontos-de-venda (exceto álbuns e cromos)



Tri-campeã

Em 1959 **Agrício Braga**, fundador da Distribuidora Jardim, de Goiânia (GO), abriu uma filial em **Brasília** (DF). “Somos parceiros da Dinap desde quando ela foi fundada”, recorda Agrício Braga Filho, atual administrador da distribuidora. Trabalhando com o pai, Agrício acompanhou as mudanças ocorridas no processo de modernização da distribuição de revistas. “Comparar o método de trabalho da época em que comecei com a forma atual é como comparar um Fusca com um carro importado”, brinca o distribuidor. “Antigamente só havia as bancas. Hoje existem vários pontos alternativos e outros canais de venda”, exemplifica. Agrício destaca o trabalho em conjunto com a Dinap nos últimos anos. “A partir de 1994 as exigências de modernização e qualidade fizeram com que evoluíssemos em seis anos o que não evoluímos em trinta”, afirma. Tantas mudanças resultaram na profissionalização da distribuidora e, conseqüentemente, no seu crescimento. A Distribuidora Jardim já ganhou quase trinta troféus, entre eles um Árvore de Ouro e dois Victor Civita, prêmios concedidos ao melhor distribuidor do ano.

A Distribuidora reestrutura o Departamento de Promoções, uma das iniciativas para incentivar o aumento de vendas dos jornalheiros

Implantação da expedição automatizada

O Encontro Nacional dos Distribuidores Dinap passa a ser dirigido ao planejamento de ações e definições de estratégias de trabalho

1992

1993

1995

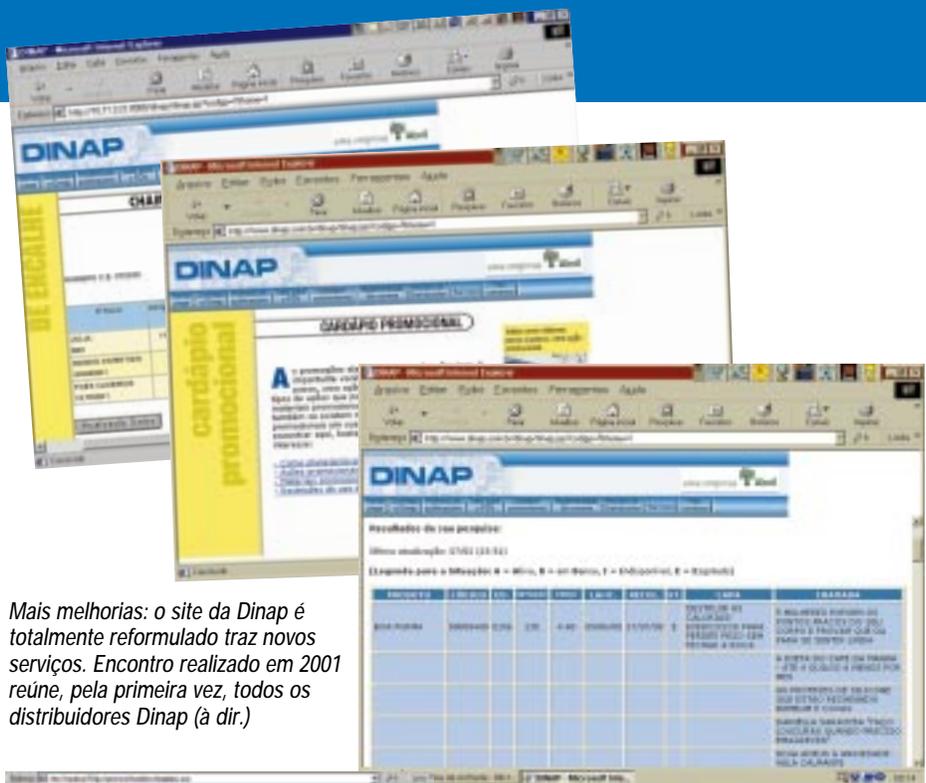
Os novos critérios de avaliação dos trabalhos promocionais da rede são publicados na revista *Novidades Dinap*





Quatro gerações

Em meados de 1908, o italiano Ercole Cupello chegava ao **Rio de Janeiro (RJ)** para começar o negócio de distribuição de jornais e revistas, levando os produtos no lombo de um burrico, da capital fluminense até Teresópolis. Quarenta anos depois, em 1948, Ercole Cupello Filho e Waldemiro Cupello assumiram o negócio do pai, vendendo as publicações de casa em casa, até que o clã abriu a primeira banca de revistas da cidade. “Quando a Abril foi fundada, os Cupello passaram a distribuir seus produtos também”, conta. Aquele era o começo de um longo relacionamento. **Ercole Antônio Cupello**, a terceira geração da família, começou a trabalhar na Distribuidora Cupello como boxista, em 1971. “Acompanhamos a evolução que a Dinap trouxe para o mercado: o contato direto com a gente, a implantação do sistema, convenções, encontros e cursos de treinamento. Tudo isso nos ajuda a crescer e a aprimorar nosso trabalho”, argumenta. Depois da regionalização da distribuição, a distribuidora passou a atender treze municípios fluminenses, o que equivale a 145 pontos-de-venda.



Mais melhorias: o site da Dinap é totalmente reformulado traz novos serviços. Encontro realizado em 2001 reúne, pela primeira vez, todos os distribuidores Dinap (à dir.)



O IPV (Informações do Ponto-de-Venda) permite a troca direta e diária de informações com as bancas

O departamento comercial foi reestruturado, originando um departamento de promoções. De novo, a informática entra em cena de forma decisiva para o ganho de qualidade. Foram implantados a expedição automatizada, o módulo comercial, o sistema administrador de cobrança, a conferência eletrônica de encalhe. “Este último sistema, por exemplo, fez com que a relação com o jornaleiro ficasse muito mais transparente, porque ele via na hora tudo o que estava acontecendo. Acabou a desconfiança e isso foi amplamente reconhecido pelos profissionais dos pontos-de-venda”, afirma Tuca.

No final dos anos 90, o Grupo Abril adquire os 50% pertencentes

O Grupo Abril compra a parte da Dinap pertencente ao Grupo CLC

1996

Um conjunto de manuais com informações sobre ações promocionais é lançado para toda a rede



Os distribuidores da Dinap começam a participar do Curso de Formação de Multiplicadores para ensinar conceitos e técnicas de venda aos jornaleiros

1998

Começa a ser implantado o SAC (Sistema Administrador de Cobrança)

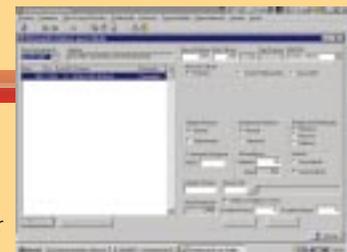
É lançada a *Revista do Jornaleiro*



1999

Nasce a *Revista do Distribuidor*

É implantado o Módulo Comercial, sistema que leva em conta as vendas e permite identificar características e potencial dos pontos-de-venda, para analisar e distribuir repartes





Responsabilidade = Lucratividade

Ainda garoto, **Oswaldo Patrício de Souza** sonhava em vender revistas. “Entrei em contato com as editoras da época e usei minha experiência no comércio para me tornar um distribuidor”, recorda. A Prefeitura autorizou que ele abrisse uma banca no centro da cidade, o primeiro ponto-de-venda de **Criciúma** (SC). “Com o surgimento da Dinap, os processos de distribuição se organizaram e a OPS tornou-se oficialmente uma distribuidora”, conta. Para Oswaldo, a Dinap foi a responsável pelo desenvolvimento do sistema de distribuição de revistas. “Desde o começo, a distribuidora encaminhava promotores para visitar as praças regionais e motivá-las a se expandir”, relata. Nos últimos anos a informática mudou os processos de distribuição. “A Dinap exigiu mais dos distribuidores e tivemos que acompanhar o ritmo para crescer junto com eles”, conta. Para Oswaldo, essas exigências só trouxeram vantagens e mais lucratividade. Na comemoração de 50 anos da Abril, o distribuidor foi homenageado com uma placa entregue por Roberto Civita, presidente do grupo.

à CLC e passa a ter 100% do controle acionário da Dinap. A evolução da empresa acelera-se nesse período, quando toda a rede de distribuição foi reestruturada. A quantidade de praças foi reduzida de 350 para 143, possibilitando que a Dinap pudesse acompanhar de perto o trabalho em cada uma delas. Além disso, as

distribuidoras tornaram-se mais rentáveis, pois passaram a atender uma região e não apenas uma cidade. **José Eud Antunes**, diretor de rede, afirma: “Novos padrões de distribuição foram

estabelecidos, com metas a serem atingidas, visando vender mais, reduzir o encalhe, atender à demanda e maximizar vendas”. Em dois anos, a Dinap treinou toda a rede, fornecendo-lhes as ferramentas necessárias para o aumento de vendas, a melhoria de qualidade do relacionamento com os jornalheiros e do trabalho nos pontos-de-venda. Mais de 11 mil jornalheiros já foram treinados em suas cidades pelos próprios distribuidores, superando as expectativas, que eram firmadas em 10 mil, e gerando o aumento no faturamento dos distribuidores. Graças ao aprimoramento constante de seus processos, a Dinap conquistou dois terços do mercado, com qualidade atestada por todos os seus parceiros.



A Dinap bate recorde de treinamento de jornalheiros, distribuidores e assessores de vendas



É realizado em São Paulo o Encontro Nacional de Distribuidores Dinap. Pela primeira vez, a Dinap reúne todos os seus distribuidores regionais em um encontro nacional de trabalho

2000



O site da Dinap entra no ar de cara nova, com ainda mais serviços e informação

2001

É lançado, na Convenção Nacional, o Troféu Dinap, para homenagear os 20 melhores distribuidores do ano. Ele substitui o Troféu José Fico.



AGILIDADE NO ATENDIMENTO

Distribuidores farão os pedidos de N.A. diretamente pelo site da Dinap

Mais uma novidade chega para aprimorar o atendimento a pedidos de números atrasados. A partir de maio, os distribuidores farão suas solicitações através do site da Dinap, o que agilizará o processo. “O distribuidor terá a garantia do atendimento, pois estará acessando o estoque disponível na Dinap, no momento da consulta, e reservando as quantidades pedidas pelos jornalheiros”, afirma Maria de Lourdes Zuaneti, a Tuca, gerente de administração de rede da Dinap. Assim que o processo estiver implantado no site, todos os distribuidores receberão um

manual com instruções para utilizar essa ferramenta.

Hoje, a Dinap dá o retorno das solicitações de números atrasados em 24 horas, as publicações chegam às agências em três dias e às distribuidoras em até uma semana. Com a novidade, muitas distribuidoras receberão os exemplares em quatro dias, dependendo da distância e das frequências da praça, e as agências de São Paulo em apenas dois dias (veja box).

Mas, para que os leitores recebam rapidamente suas publicações, o trabalho dos jornalheiros é muito importante, porque as bancas são a

principal alternativa para o leitor pedir números atrasados. Aqui vão algumas dicas para você lucrar com esse serviço.

- ✓ Reúna os jornalheiros de sua praça e ressalte a importância de atender bem o leitor. Além de conquistar novos clientes, a banca vai faturar mais.
- ✓ Dê sempre retorno ao jornalheiro, mesmo que seja negativo.
- ✓ Consulte diariamente o listão de N.A no site da Dinap.
- ✓ Peça para o jornalheiro informar o leitor quanto tempo dura o processo.
- ✓ Encaminhe rapidamente os pedidos à Dinap.

Dinap uma empresa **Abril**

Home page | Conheça a Dinap | Portfólio de publicações | Tudo para o PDV | Cardápio promocional | Suplementação de cromos | Revista do Distribuidor | Serviços | Fale conosco

Pedido
Consulta
Cancelamento

SOLICITAR NÚMEROS ATRASADOS

Nº. Cota: (opcional)
Antonio José Joaquim da Silva Xavier

Selecionar publicação por:
 Título Código

Publicação	Edição	Chamada de Capa	Cap
<input type="checkbox"/> Revista Veja	1680	O universo é muito grande e inexplorável	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Super Interessante	1680	O universo é muito grande e inexplorável	<input type="checkbox"/>

Selecionar Todos | Confirmar pedido | Cancelar pedido | Inc

São Paulo terá central de atendimento a jornalheiros

Os jornalheiros da Grande São Paulo já podem fazer seus pedidos de números atrasados por telefone. Uma das grandes vantagens da central de atendimento, localizada na Agência Leopoldina, é que o jornalheiro poderá solicitar os exemplares no momento em que o leitor está na banca, acelerando todo o processo.

Os distribuidores poderão consultar as quantidades e edições disponíveis no estoque, as chamadas de capa e o preço das publicações antes de confirmar o pedido

Dinap uma empresa **Abril**

veja

O PT COR-DE-ROSA

Código:	552
Nome:	Veja
Preço Comercializado em N. A. R\$:	125,00
Dt. Lançamento:	14/03/2001

Fechar

ABRIL LANÇA MEU DINHEIRO

Planejar os gastos pessoais e familiares ou optar pelo melhor investimento financeiro são assuntos cada vez mais presentes no dia-a-dia do brasileiro. Para auxiliar as pessoas nesse trabalho, chega às bancas no dia 10 de maio *Meu Dinheiro*, a revista da Editora Abril que servirá como um guia financeiro para toda a família. Mensalmente, o leitor terá informações sobre serviços bancários, investimentos, empréstimos, seguros, cartões de crédito, carreira e pequenos negócios, entre outros assuntos. Tudo de forma prática, com uma linguagem simples, didática e bem-humorada. Para divulgar o lançamento, você receberá cartazes, reprints e minibanners.



As duas primeiras edições terão preço especial de R\$ 4,90

CHEGAMOS AOS 40!

Quarenta anos depois de dar seus primeiros passos, a Dinap sente-se com a experiência e maturidade de um adulto, com a vitalidade e a esperança de um jovem e com a alegria e os sonhos de uma criança.



Agradecemos a todos vocês, especialmente àqueles que nos acompanham desde os primeiros dias e que, há 40 anos, dividem conosco tantas conquistas.



- Adolfo Martins da Costa Quintão – Ipatinga (MG)
- Agrício Braga Filho – Brasília (DF)
- Albano Henriques Martins Neto – Belém (PA)
- Alberto Viana Cotias Braga e Silva – Goiânia (GO)
- Ana Teresa Costanzo Cavaretto – Bauru (SP)
- Bruno Alberto Gianetti – Piracicaba (SP)
- Ennio Ghizini Júnior – Americana (SP)
- Ercole Antônio P. Cupello – Teresópolis (RJ)
- Ernesto da Costa Miranda Filho – Campinas (SP)
- Fernando Eugênio Ghignone – Curitiba (PR)
- Francesco Garofalo – Volta Redonda (RJ)
- Francisco Assis Monteiro Leite – Macapá (AP)
- Francisco Raimundo – Barra Mansa (RJ)
- Garibaldi Cittadino – João Pessoa (PB)
- Hugo Armando Costanzo Neto – São Carlos (SP)
- Humberto Chamarelli-S. Filho – Belo Horizonte (MG)
- José Alaor de Albuquerque Júnior – Fortaleza (CE)
- José Pires – Botucatu (SP)
- Marco Antonio Sebben – Passo Fundo (RS)
- Marilda Tereza S. Godinho – Cachoeiro de Itapemirim (ES)
- Norberto Paiva Magalhães Neto – Santos (SP)
- Oberdan Oliveira – Novo Hamburgo (RS)
- Oswaldo Patrício de Souza – Criciúma (SC)
- Renato Paulo Nora – Caxias do Sul (RS)
- Ricardo Ferrarezi de Andrade – Araraquara (SP)
- Roberto Afonso dos Santos – Presidente Prudente (SP)

CAMPANHAS CONTINUAM EM 2001

Novidades sobre as campanhas *Ultrapassando os Limites* e *Desafio São Paulo/Rio*. Nove funcionários das agências da Dinap do Rio de Janeiro e de São Paulo foram premiados com vales-compra por terem superado suas metas no desafio *Ultrapassando os Limites*. “A campanha continua em 2001 e serão utilizados dois critérios de avaliação: crescer em faturamento em, no mínimo, 10% e reduzir as despesas da agência”, diz Maurício Ajzenberg, diretor de agências da Dinap. Além disso, o *Desafio São Paulo/Rio* passa a se chamar *Troféu F. L. Domingues* e, a partir deste ano, tem como objetivo premiar a agência que apresentar o melhor desempenho em faturamento, nível de encalhe, pesquisa de satisfação do jornaleiro e número de jornaleiros treinados. A cada trimestre, a vencedora receberá o troféu em caráter transitório. No final do ano, durante a Convenção Nacional de Distribuidores Dinap, a melhor será premiada com o **Top Dinap Agências** e levará definitivamente o troféu.



Os gerentes Flávia Galindo e Emir Bastos, da Agência Rio, e Luiz Carlos Tricarico, da Agência Campo Grande, são premiados com vales-compras no encerramento da campanha *Ultrapassando os Limites*. Fernando Mathias, gerente comercial da Agência Rio é homenageado pela conquista do Troféu F. L. Domingues



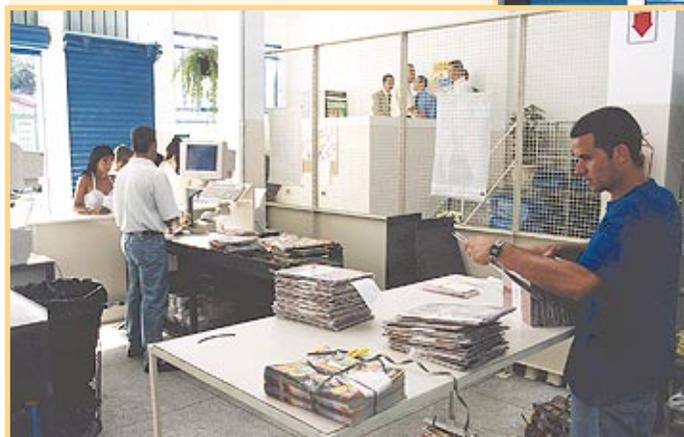
FOTOS DE EUGENIO GOULART

NOVA AGÊNCIA EM MAUÁ

Cerca de 110 jornaleiros que retiravam seus repartes na Agência Santo André foram beneficiados, desde o dia 1º de março, com a inauguração da Agência Mauá, na Grande São Paulo. A princípio, a agência vai contar com três funcionários para atender os jornaleiros da região e com um assessor de vendas para percorrer as bancas, detectar problemas, buscar parcerias e levantar dados para a abertura de novos pontos. “Até o final do ano, pretendemos atrair mais jornaleiros e ampliar o número de cotas para 140”, explica Sidney da Costa, gerente comercial das agências do ABC da Dinap.



Além de estacionamento, a Agência Mauá possui dois terminais para a conferência do encalhe



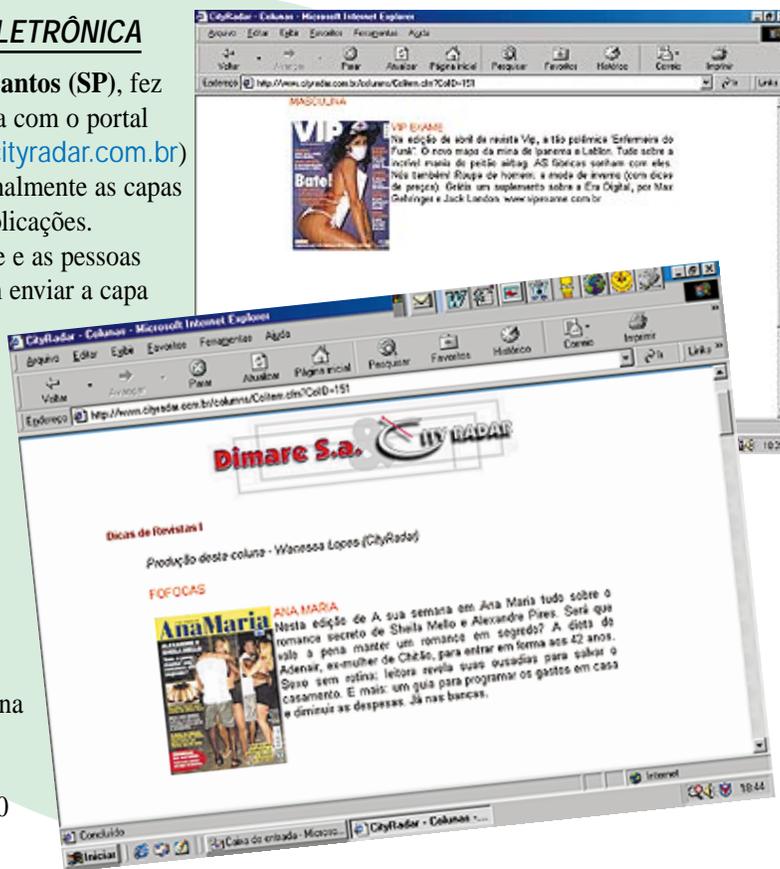
FOTOS DE EUGENIO GOULART

ASSESSORES NOS PONTOS-DE-VENDA

Em Ribeirão Preto (SP), os jornaleiros contam com o apoio de assessores da Dirp para realizar promoções e explorar, ao máximo, o potencial dos pontos-de-venda. “É um trabalho direcionado às necessidades de cada banca”, conta o distribuidor Roberto Baracchini. Os assessores também dão dicas de como fidelizar a clientela. Na revistaria Woodstock, por exemplo, o proprietário se uniu ao comércio local para que, ao comprar em qualquer uma das seis lojas parceiras, o cliente tenha descontos nas outras. “A promoção não tem prazo para acabar, de tanto que deu certo”, conta a gerente da distribuidora Beatriz Biazoli.

DIVULGAÇÃO ELETRÔNICA

A Dimare, de Santos (SP), fez uma parceria inédita com o portal City Radar (www.cityradar.com.br) para divulgar semanalmente as capas e chamadas das publicações. “O alcance é grande e as pessoas que acessam podem enviar a capa para amigos por e-mail”, diz Cristiane Silva Negrão, promotora da Dimare. A distribuidora também aproveita o canal para criar promoções para os internautas. O resultado surpreendeu: a página de revistas do site é uma das mais visitadas, com 2 500 *page views* por dia.



AGÊNCIA SANTO AMARO VENCE CAMPANHA

A campanha *Veja Missão Melhor Impossível* foi encerrada com uma grande festa na Agência Santo Amaro, em São Paulo. A campanha durou seis semanas e tinha como objetivo atingir uma meta de venda de 53 mil exemplares por edição de *Veja* na cidade. A agência vencedora receberia mil camisetas pólo para distribuir entre os jornalheiros e, se a meta fosse cumprida, os funcionários de todas as agências participariam de uma festa. As vendas ficaram 2 mil exemplares abaixo da meta, mas a Agência Santo Amaro apresentou um grande crescimento, acima do estipulado. “Mesmo não alcançando a meta, decidimos premiar a agência com as camisetas e com a festa porque elacresceu 19% nas vendas, o que é um resultado excelente”, explica Adriane Dias, gerente de varejo da revista. Com a campanha, as vendas de *Veja* na Grande São Paulo durante o veraneio tiveram um aumento de 16,7%, em comparação com o mesmo período do ano passado.



FOTOS DE EUGENIO GOULART



Sandra Galli, gerente de marketing da revista *Veja*, entrega as camisetas aos funcionários. Ao lado, a equipe vencedora toda reunida

VISUAL MAIS ATRAENTE

A reforma de bancas é um investimento com retorno certo. O posto avançado da Distribuidora Sant’Anna, em Contagem (MG), está trabalhando nisso desde a sua abertura. “Fizemos uma parceria com os jornalheiros: quem não pode comprar uma banca nova, compra uma antiga que seja melhor ou maior”, diz Solange Sant’Anna, distribuidora. Nos últimos meses foram instaladas seis novas bancas na região, uma foi trocada e seis estão em negociação. Essas mudanças, aliadas a outras 32 ações promocionais feitas desde outubro, estão contribuindo para que as 200 bancas dêem um salto nas vendas.

APOSTA NA COMUNICAÇÃO

A Amazonas Distribuidora, de Manaus (AM), realizou um encontro com 70 jornalheiros em janeiro para ouvir sugestões e eventuais reclamações, além de pesquisar o grau de satisfação com a distribuidora. “Queremos estar sempre perto do jornalheiro e ouvir suas críticas”, explica José Fernando Silva de Souza, gerente operacional da distribuidora, que planeja repetir os encontros a cada dois meses.

FILMES EM DVD NAS BANCAS

A Editora Caras preparou uma coleção que vai ser campeã de bilheteria nas bancas da sua praça: *Coleção Caras "A História do Cinema"*. Serão dez fascículos semanais acompanhados de dez filmes de sucesso em DVD. Uma grande oportunidade para aumentar as vendas nos meses de abril, maio e junho, já que a coleção conta com uma forte campanha, incluindo materiais para ponto-de-venda como cartazes, banners, displays de balcão e faixas de topo, comerciais nas principais emissoras de TV e anúncios nas principais revistas da Editora Abril e nas publicações *IstoÉ* e *Época*.



A cada fascículo, os leitores vão conhecer um pouco da história do cinema. O primeiro número traz grátis o filme *Meu Vizinho Mafioso*

PARCERIA É O LEMA

Para triplicar as vendas do kit *Almanaque Abril 2001*, a Distribuidora de Revistas Bottura, de **Patos de Minas (MG)**, confeccionou e entregou 2 500 folhetos em diversas escolas da cidade, para que os alunos preenchessem e entregassem pessoalmente em uma banca. Assim, estariam participando do sorteio de um kit *Almanaque Abril 2001*. O trabalho dos jornaleros também foi fundamental para o sucesso da ação. Além de divulgar o produto entre os pais dos estudantes, eles ajudaram a distribuir os folhetos. Em apenas 20 dias de promoção, as vendas tiveram um aumento de 384% em comparação com o ano passado, saltando de 34 exemplares para 164. "Até o final da promoção, dia 20 de abril, superaremos a meta de 550% de crescimento nas vendas. Pretendendo continuar promovendo ações em parceria com os jornaleros", diz o distribuidor Celio Bottura.



BOA IDÉIA PARA LUCRAR

A Editora Nova Cultural lança no dia 16 de abril a revista *Boa Idéia*, que todos os meses trará sugestões de decoração para os ambientes da casa, explicações passo a passo de técnicas de pintura e restauração de móveis e orientações de profissionais especializados, entre outros assuntos. “Realizamos diversas pesquisas e descobrimos um nicho de mercado composto por leitoras que buscam soluções criativas para decorar sua casa”, afirma Caroline Amiach, gerente de produto da Nova Cultural.



Páginas internas ilustrativas

ORIENTE SEUS JORNALEIROS A EXPOR BOA IDÉIA AO LADO DE PUBLICAÇÕES DE DECORAÇÃO

MÓDULO COMERCIAL AVANÇA

Em março, dez distribuidores participaram do treinamento para implantação do módulo comercial nas praças. Durante o curso, eles receberam todas as informações para implantá-lo, desde a infra-estrutura tecnológica até a coleta de dados sobre os pontos-de-venda. “O módulo comercial oferece diversas ferramentas para melhorar a qualidade da distribuição”, diz Iara Silva Vergara, supervisora de treinamento da rede da Dinap. Hoje, 32 distribuidores já utilizam o novo sistema. “Não tenho a menor dúvida de que esse módulo contribuiu decisivamente para que ganhássemos o Top Dinap de Qualidade de Distribuição 2000”, diz Luiz Antonio Almeida Prado, o Branco, distribuidor de Sorocaba (SP).



As praças receberam orientações para adequar sua estrutura para a implantação do módulo comercial

NOVA EDITORA NA DINAP



A K Editores chega ao mercado distribuindo seus títulos pela Dinap. No fim do ano passado, a editora lançou o especial *Revista da Fé – Horóscopo 2001*, e alcançou um

ótimo resultado de vendas. Agora, a K Editores lança sua primeira publicação mensal, *Seu Filho e Você*, inspirada na revista *Eltern*, a mais vendida no mundo no segmento de cuidados com crianças. A publicação só será comercializada em bancas e trará tudo o que mães e pais precisam saber para criar seus filhos de maneira saudável e feliz. Para o lançamento, as bancas receberão cartazes, reprints e faixas de topo e promotoras estarão nos maiores pontos-de-venda de São Paulo e do Rio de Janeiro divulgando a revista para o público-alvo.

Agora toda 6ª feira nas bancas

PLACAR, a revista oficial do futebol do Brasil, agora é semanal. A **PLACAR SEMANAL** vai trazer as notícias mais quentes da semana, as polêmicas da rodada, entrevistas, curiosidades e a opinião de quem entende do assunto.

Com a **PLACAR SEMANAL** você vai ter uma ótima chance para trabalhar novos pontos e explorar locais de grande circulação.

Oriente seus jornaleiros para oferecer a **PLACAR SEMANAL** aos leitores e aumente seu volume de vendas e seu faturamento.

Confira as vantagens na **PLACAR SEMANAL**:

- Será vendida a **R\$1,99**, atraindo mais leitores para as bancas;
- Capas regionalizadas com os craques preferidos dos leitores;
- Não será vendida através de assinatura, os leitores só poderão comprá-la nas bancas.

Prepare-se
para faturar
uma bolada com a
PLACAR SEMANAL!

