

Diretoria é reeleita para mais dois anos

No último dia 26 de fevereiro, o Conselho de Administração da ABML reconduziu ao comando da instituição para o biênio 2002/2004 a diretoria executiva encabeçada pelo presidente Pedro Moreira.

Houve apenas uma substituição na direção que assume em 21 de março: Marcos Costa deixa a vice-presidência para Márcio Fruguele (Fiel), que, por sua vez, passa a diretoria administrativa para Ailton Baldi (Danzas). Euzébio Angelotti Neto (Skam) continua na financeira.

A gestão liderada por Pedro Moreira foi reconhecida pelo dinamismo e transparência. Somente no ano passado, a administração implantou 25 ações, entre as quais se destacam: o Programa ABML de Qualidade e Excelência (PAQE), para certificar produtos e serviços das empresas do segmento e evitar a proliferação de "aventureiros"; e a criação do Prêmio ABML, que já foi disputado em duas edições e que, pelo alto nível dos concorrentes, está sendo chamado de o "Oscar da Logística" no Brasil.

Este segundo mandato terá como bandeiras a expansão da ABML, com núcleos em outros Estados, e a geração de negócios entre as empresas associadas, além de compartilhar o co-



ANGELOTTI (DIRETOR FINANCEIRO), FRUGUELE (VICE-PRESIDENTE), PEDRO MOREIRA (PRESIDENTE) E AILTON BALDI (DIRETOR ADMINISTRATIVO)

nhecimento logístico para tornar as organizações brasileiras mais competitivas no mercado global.

A administração que se encerra fez do Congresso Internacional da ABML, realizado todo mês de outubro, um dos mais respeitados eventos do setor – considerado ótimo por 88% dos

participantes da última edição e bom por 12%.

Outra ação importante foi a da Bolsa de Negócios e Oportunidades e seu "Pool de Compras". Houve ainda o acordo com a Anamaco (Associação Nacional dos Comerciantes de Materiais de Construção), que

representa um poderoso setor de nossa economia.

Entre os departamentos da ABML, resalta-se o trabalho de padronização de embalagens e sistemas logísticos junto às montadoras automobilísticas, com apoio da Anfavea; o de padronização de sistemas de armazenagem; o de indicadores, que visa medir a atividade

econômica do setor e o de Operadores Logísticos, que discute com autoridades a diferenciação de alíquotas de ICMS entre os estados.

No Departamento de Empresas Usuárias, houve a adesão de Philip Morris, Bombril-Cirio, Sucos del Vale, Johnson & Johnson, Kodak, Unilever, Grupo Pão de Açúcar e Infraero, entre outras grandes empresas.

Têm feito muito sucesso também os Pontos de Encontro, que agora são realizados em outros pólos logísticos, como São José dos Campos e Campinas, além do Linha Direta, mostrando em outros Estados as soluções oferecidas pelos associados.

Leia mais sobre as metas para 2002 no editorial (página 2) e no calendário de eventos (última página).

DIRETORIA

PRESIDENTE	PEDRO FRANCISCO MOREIRA – CHEP
VICE-PRESIDENTE	MARCIO FRUGUELE – FIEL
DIRETOR FINANCEIRO	EUZÉBIO ANGELOTTI NETO – SKAM
DIRETOR ADMINISTRATIVO	AILTON BALDI – DANZAS LOGÍSTICA

DEPARTAMENTOS

AUTOMAÇÃO, SOFTWARE E CONSULTORIA
EMILHADERAS
ESTRUTURAS PARA ARMAZENAGEM
OPERADORES LOGÍSTICOS
PALETES, EMBALAGENS E EQUIPS.RELAC.
RODAS E RODÍZIOS
SISTEMAS DE ELEVAÇÃO
SISTEMAS TRANSPORTADORES
USUÁRIOS

CONSELHEIROS

CRISTIANO TEIXEIRA – SEAL
EUZÉBIO A. NETO – SKAM
MARCIO FRUGUELE – FIEL
AILTON BALDI – DANZAS LOGÍSTICA
PEDRO FRANCISCO MOREIRA – CHEP
ROBERTO SCHIOPPA – MET.SCHIOPPA
THOMAS AHLGRIMM – STAHL
MARCOS ANTONIO COSTA
SERGIO ALACOQUE – PHILIP MORRIS
LINEU MATOS C.PENTEADO
RUY PIAZZA FILHO

Compromisso com o associado

Caros Amigos,

Pretendo ocupar este espaço não só em agradecer a todos vocês que aprovaram nosso trabalho à frente da ABML nos últimos anos, mas para falar um pouco do que vamos fazer no próximo biênio.

Temos o compromisso de desenvolver o setor e gerar negócios para nossos associados. Faremos isso dando continuidade a projetos já aclamados e criando outros.

É o caso do Logística Ao Vivo, mesa redonda aberta ao público, em que os temas mais palpitantes do setor serão debatidos por usuários, associados e outros profissionais do ramo.

Estamos descentralizando nossos tradicionais Pontos de Encontro, por acreditar que podemos contribuir e aprender com outros centros logísticos. Os próximos serão em Campinas e Vale do Paraíba.

Faremos neste ano três Linhas Diretas – em Porto Real, Recife e Goiânia – com objetivo de discutir a logística nesses importantes pólos do segmento e, principalmente, para levar ao mercado usuário um show-room com os equipamentos e soluções oferecidas pelos nossos associados.

A mesma intenção terão os estandes comunitários que montaremos nas feiras mais importantes do Brasil para nossa área – Abras, Abad e Anamacó.

Um dos pontos altos deste ano será a presença de um dos maiores nomes da logística no mundo em nosso 4º Congresso Internacional, em outubro: o Dr. C. John Langley Jr., Ph.D, ex-presidente do Council of Logistics Management (CLM) e diretor do Fórum Executivo de Supply Chain no Georgia Institute of Technology.

Para nossa honra também, o congresso será aberto pelo economista Gustavo Loyola, ex-presidente do Banco Central por duas vezes e que nos dará um panorama do cenário brasileiro às vésperas de um novo governo. Tudo isso, amigos, comprova a importância e a representatividade que a ABML alcançou em apenas cinco anos. Mas não chegaríamos até aqui se não fosse pelo sólido trabalho feito nas gestões dos nossos ex-presidentes Lineu Camargo Penteado e Ruy Piazza e pela obstinação de todos os conselheiros do biênio que se encerra, aos quais rendo minhas homenagens na pessoa do nosso vice-presidente Marcos Costa, que deixa um importante trabalho para a entidade. Seja bem-vindo Ailton Baldi (Danzas).

Graças a pessoas como estas podemos afirmar que continuaremos crescendo. Sempre!

PEDRO FRANCISCO MOREIRA
PRESIDENTE

Ponto de Encontro chega aos maiores pólos do interior

O Ponto de Encontro não é mais exclusividade dos associados da ABML na capital paulista, onde é tradicionalmente realizado na Sociedade Harmonia de Tênis. Por acreditar que todos têm muito a aprender e discutir nos principais centros logísticos do Estado, a entidade está levando esse evento para o interior de São Paulo e outros Estados.

A cidade escolhida para estreitar como sede da nova fase do Ponto de Encontro foi Taubaté, no Vale do Paraíba, uma das principais regiões industriais do país, situada estrategicamente entre São Paulo e Rio.

O evento, que reuniu 120 profissionais no Hotel Fazenda Mazzaropi, marcou a criação do núcleo local da ABML e atendeu uma solicitação dos associados da região, que queriam ver debatido o tema Logística e Oportunidades junto às empresas ali instaladas.

A organização do Ponto de Encontro do Vale do Paraíba contou com o apoio do Departamento de Usuários da entidade, nas pessoas de Jefferson Castilho (Johnson & Johnson), Hugo Fernandes (Kodak) e Edvaldo Moreira (Linde).

O primeiro case apresentado foi o da J&J, pelo seu gerente de Desenvolvimento Mário Biagiotto (: “VMI (Vendor Managed Inventory) - A Integração Indústria/Varejo na Gestão Eficiente dos Estoques”).



EVENTO CONTOU COM REPRESENTANTES DAS PRINCIPAIS EMPRESAS DA REGIÃO, COMO KODAK E JOHNSON & JOHNSON

À tarde, foi a vez de Maria Cristina Bertoni Ferreira, gerente de Operações de Logística Doméstica da Kodak falar sobre “Terceirização na Logística: Vantagens e Desvantagens”.

Jefferson Castilho e Hugo Fernandes apresentaram o Departamento de Empresas Usuárias da ABML como “Fórum de Integração e Debate da Logística das Organizações”.

O evento foi encerrado com uma mesa redonda, discutindo o cenário e as perspectivas logísticas para a região.

Em 2002 a ABML fará Pontos de Encontro em Campinas (março), São José dos Campos (maio), Rio de Janeiro (setembro) e Jacaréí (dezembro). Confira as datas na agenda publicada na última página.



AUDITÓRIO DO HOTEL MAZZAROPI FICOU LOTADO COM MAIS DE UMA CENTENA DE PROFISSIONAIS

DIRETORIA DA ABML DURANTE DISCURSO DE ABERTURA DO JANTAR DE GALA



À ESQUERDA, NELSON OTAVIANI (LONGA) COM RAFAEL OTAVIANI E ACOMPANHANTE

EDSON AGUSTINETTI (BOMBRIIL) E ESPOSA



FRANCISCO TABAJARA (DANZAS LOGÍSTICA) E ESPOSA

Jantar de gala reúne a nata da logística

Nada melhor do que encerrar um ciclo de realizações com uma bela festa. Foi isso o que aconteceu no jantar de fim de ano da ABML, na Sociedade Harmonia de Tênis, em São Paulo. Como lembrou em seu discurso o pre-

sidente Pedro Moreira, a associação reúne hoje 80% da massa crítica do setor

Ele agradeceu pessoalmente o empenho dos conselheiros dos diversos departamentos da entidade nas pessoas de Odilon Brandão Melo, Thomas Algrimm, Ro-

gério Refinetti, Cristiano Teixeira e Ricardo Sueiras.

“Em que pese sermos uma associação de empresas, ela é construída por pessoas. E hoje temos um grupo de associados de primeiríssima linha”, disse Pedro, que também citou nomi-

nalmente os patrocinadores que tornaram possível o encontro que encerrou 2001: Danzas Logística, Embalatec, Fiel, Hyster, Longa, Marfinite, Metalúrgica Schioppa, Yale e CHEP.

Acompanhe aqui uma seleção de cenas do evento.

PROFISSIONAIS DOS MAIS DIVERSOS SEGMENTOS DA LOGÍSTICA FORAM RECEBIDOS EM COQUETEL...



...E ASSISTIRAM A UMA APRESENTAÇÃO DOS “TROVADORES URBANOS”, QUE HOMENAGEARAM A ABML COM UMA PARÓDIA DE “ASA BRANCA”

FLÁVIO MIRANDA, DA ALTAMIRA INDÚSTRIA METALÚRGICA, E ESPOSA



FÁBIA HELENA E CÉLIA SANCHEZ, DA ABML, QUE ORGANIZARAM O EVENTO

Brasil entra no clube mundial de empilhadeiras

O mercado brasileiro de empilhadeiras e paleteiras nunca esteve entre os maiores do mundo. Na realidade, ele não chega a ter 3% de participação no cenário global. No entanto, graças à ABML, os dados desse setor no Brasil estão sendo acompanhados pelo seleto grupo dos grandes fabricantes mundiais.

Desde janeiro, o Departamento de Empilhadeiras da entidade está enviando mensalmente os dados do mercado nacional para as três maiores associações de montadores destes veículos no mundo - FEM (Europa), JIVA (Japão) e MHIA (Estados Unidos). Juntas, elas produzem um indicador da mo-

vimentação global deste segmento e, a partir deste ano, estão incluindo os números brasileiros neste quadro.

A importância desta iniciativa é, ao mesmo tempo, dar visibilidade ao mercado brasileiro, que sequer era notado no contexto mundial, e, aos nossos fabricantes, um panorama preciso de que como evoluem esses negócios no planeta.

NOVA IMAGEM

Para Euzébio Angelotti Neto, diretor operacional da Skam, a única fabricante no Brasil com capital 100% nacional, o trabalho da ABML está fazendo o país ser reconhecido

como produtor de equipamentos e não mais como importador. "Antes o mundo nem sabia que o Brasil fazia empilhadeiras", lembra.

Na verdade, os números ainda são modestos. Enquanto há apenas três fabricantes nacionais, existem 14 importadores no país. Somente no segmento de empilhadeiras elétricas, são vendidas 350 mil unidades anualmente no mundo e a Skam, por exemplo, produz 500.

No ano 2000, os Estados Unidos venderam 210 mil destes equipamentos (elétricos ou à combustão), contra 4 mil no Brasil, entre fabricantes nacionais e importadores. Mas a boa notícia é que, nos últimos cinco anos, o mercado nacional aumentou suas vendas de 3 mil para 5 mil empilhadeiras por ano.

Para João Campos, diretor comercial da Nacco, um dos fatores que dificulta a expansão do mercado nacional é o excesso de mão-de-obra desqualificada. "Quanto mais barata a remuneração de pessoal, menor é a paletização da carga. Somente com o desenvolvimento do país é que esse tipo de emprego desaparecerá", afirma.

DADOS CONFIÁVEIS

A troca de informações entre os países possibilitará a elaboração de estatísticas mais precisas sobre o mercado no Brasil. "Os números nacionais

levantados pelo Departamento de Empilhadeiras da ABML já eram excelentes, mas agora, com dados oficiais do movimento internacional, poderemos analisar o quadro geral", diz Ruy Piazza Filho, diretor-presidente da Still.

Também é uma vantagem poder acompanhar os passos dos *global players*, os maiores fabricantes internacionais do equipamento. "Quando o mercado está bom na Europa e EUA, eles deixam de lado o Brasil, mas quando lá está fraco eles se voltam para cá, vendendo a preços mais baixos em nosso território", afirma Piazza.

É claro que para ter as informações dos concorrentes estrangeiros as empresas brasileiras também precisam revelar as suas. "Mas se não tivermos estatísticas confiáveis ninguém sabe o que fazer. É como jogar no escuro", conclui Piazza.

O fato dos outros fabricantes nacionais terem acesso aos resultados de sua empresa não preocupa João Campos, da Nacco. "Somos concorrentes, mas não inimigos", declara.

MERCADO EXTERNO

Outra vantagem do intercâmbio de indicadores é que os fabricantes brasileiros ficam sabendo como estão os mercados vizinhos, principalmente no Mercosul e, com isso, podem traçar estratégias de exportação para esses locais.



JOÃO CAMPOS, DIRETOR COMERCIAL DA NACCO



RUY PIAZZA FILHO, DIRETOR-PRESIDENTE DA STILL



EUZÉBIO ANGELOTTI NETO, DIRETOR OPERACIONAL DA SKAM

Mas as pretensões dos brasileiros são maiores. Ruy Piazza, da Still, já cogita exportar suas máquinas para os EUA.

E Angelotti, da Skam, diz que sua empresa está se preparando para que, nos próximos três anos, possa vender peças e mo-

tores para empilhadeiras elétricas no mercado internacional.

“Quando a Alca chegar, queremos que nossa empresa

seja vista como um investimento interessante”, afirma o executivo, que também é diretor financeiro da ABML.

Fabricantes ganham com Pool de Compras

A Bolsa de Negócios, criada no ano passado pela ABML, já está proporcionando aos seus associados ganhos de competitividade.

Depois de unir empresas para adquirir chapas de aço a custos mais vantajosos, a entidade tem agora outro Pool de Compras, desta vez entre quatro fabricantes de empilhadeiras.

Nacco, Still, Lift Trans e Skam estão programando

a importação conjunta de correntes para os veículos que produzem. O grupo tem feito reuniões para ajustar os padrões dos componentes utilizados por suas máquinas e, em seguida, deve definir qual país será o fornecedor. Os mais cotados são Alemanha e China, mas o levantamento das melhores condições de negócio ainda não está concluído.

“Essa iniciativa da ABML deve ter impacto

significativo no preço de nossos produtos e torná-los mais competitivos”, diz Euzébio Angelotti Neto, da Skam.

“A Bolsa de Negócios está aberta para buscar outras oportunidades que beneficiem seus associados. Essa é uma das missões da ABML”, afirma o presidente da entidade, Pedro Moreira.

Mesmo empresas de setores distintos, mas com alguns interesses

similares, têm tirado proveito desse fórum, como no caso das chapas de aço.

Outra ação estudada pela Bolsa de Negócios é a venda de materiais inservíveis de uma empresa para outra, que assim evita sua importação.

O grupo também cogita formar um pool de publicidade para dar mais visibilidade a seus produtos, com custos compartilhados.

Tecnologia da Informação no varejo de material de construção

PROF^a OFÉLIA TORRES

A mudança progressiva do espaço tradicional para espaços virtuais nas empresas significa contato mais próximo com os consumidores externos e empregados, maior fluidez de dados e inovações tecnológicas, resposta imediata com a transmissão de dados em tempo real, universalização de informações, antes restrita a um grupo especializado, e acesso à informação, independente do lugar em que se esteja.

Estima-se em torno de 50 o número de sites disputando o mercado da construção civil no Brasil, mas se considerarmos a implementação gradual do *e-commerce*, indo desde a *home page* com a introdução de uma folha publicitária na Internet, *Business to Consumer*, transações realizados no varejo com compradores individuais, *Business to Business*, com transações comerciais realizadas entre empresas, ou mesmo *Consumer to Consumer*, chega-se aos portais, que estão sendo construídos a partir de 2000 e "buscam englobar toda cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico por meio da aplicação intensiva de tecnologia de comunicação e de informação" (ALBERTIN, 2001).

De fato, alguns dos princi-



"Não implantar Sistemas Integrados de Decisão (SID) repercute na elevada insatisfação dos usuários"

pais portais que despontam a partir de 2000 revelam não só o interesse que vem despertando o *e-commerce* no setor de material de construção, mas também o volume de investimentos e expectativas de retornos de investidores em capital de risco.

De um total de US\$ 104,8 milhões investidos, as expectativas de retorno são também elevadas em um mercado que movimentou, no ano passado, US\$ 56 bilhões, dos quais a venda de materiais representa US\$ 30 bilhões.

As estratégias para se atingir estas metas envolvem, sobretudo, a cooptação de grandes indústrias de material de construção. No Tecto, são 500 fabricantes divulgando seus produtos, como também grandes distribuidores logísticos já instalados no mercado. Para venda *on-line*, o público-alvo re-

presenta cerca de 200 construtoras. Mas é bem provável que ocorram algumas segmentações desses portais por regiões ou produtos onde os grandes não atuem, em uma nova estratégia de desconcentração geográfica de Centros de Distribuição.

Em linhas gerais, as grandes empresas atuantes no setor de varejo de material de construção apresentam uma relação tímida com a informatização, principalmente no que se refere aos sistemas mais avançados que auxiliam a tomada de decisão.

Entretanto, uma grande quantidade de *sites* está usando o ambiente digital apenas com o intuito institucional, tais como informações sobre a empresa e suas lojas e produtos, como um grande catálogo eletrônico.

Porém, existem empresas, ainda que poucas, com uma postura mais agressiva e efeti-

vamente realizando vendas pelo ambiente eletrônico. Contudo, este possui algumas limitações e desafios, pois as empresas ainda não disponibilizam todos os produtos para venda via internet e os meios de pagamento, na maioria dos casos, permanecem restritos ao cartão de crédito.

Acrescente-se o fato de que a área de entrega também é restrita, apesar de que, em alguns casos, esta negociação possa ser realizada no ambiente tradicional, com a contratação isolada de transportadoras.

Embora a tecnologia de informação seja neutra e sua implementação não constitua, isoladamente, uma garantia de sucesso nos negócios, as empresas do setor começam a perceber a necessidade de se informatizar para usufruir da agilidade e facilidade oferecida por esta, focadas em seus parceiros logísticos e fornecedores, mas também nas mudanças de comportamento dos consumidores.

Já os espaços internos do ambiente virtual em empresas de varejo de material de construção estão atualmente se concentrando na categoria inicial de relatórios gerenciais informatizados de controle por grupo de atividades consideradas prioritárias.

Em pesquisa de campo por nós efetuada na cidade de São Paulo foram mencionados, por ordem de importância na implementação e utilização, alguns controles operacionais automatizados em empresas de pequeno e médio porte: Controle de Vendas com Emissão de Cupom Fiscal; Controle e Reposição de Estoques; Controle Financeiro de Contas a Pagar e Contas a Receber; Programação de Compras; Contabilidade; Faturamento de Vendas; Folha de Pagamento de Pessoal; Cadastro de Clientes e Fornecedores; Controle de Vendas por Vendedores e Leitura de Código de Barras.

Observamos que a implementação dos relatórios de controles automatizados é gradual, obedecendo a uma ordem de prioridade na eliminação de pontos críticos do gerenciamento rotineiro dos negócios e no cumprimento de exigências de ordem tributária e fiscal incontornáveis.

Entretanto, não observamos a adoção de *softwares* integradores que permitissem a introdução de Sistemas Integrados de Decisão – SID. A não implementação de SID implica não só em uma visão estratégica compartimentada, mas também na pulverização de contratação externa de *softwares* isolados por modalidade de controle, com alto grau de incompatibilidade, fato que repercute também na elevada insatisfação das empresas usuárias.

OFÉLIA TORRES É PROFESSORA NA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS DE SÃO PAULO E CONSULTORA EM FLEXIBILIZAÇÃO DE UNIDADES E REDES DE NEGÓCIOS

Cruzando fronteiras

O trabalho da ABML como representante maior do setor logístico brasileiro está sendo reconhecido internacionalmente. No final do ano passado, o presidente da entidade, Pedro

Moreira, foi à capital chilena Santiago proferir palestra sobre “As oportunidades de negócios no Cone Sul” a um grupo de aproximadamente 100 empresários que participaram do Logisti – K

2001 – Chile. Em um painel de presidentes de associações da Federação de Logística do Mercosul, ele falou sobre o papel da ABML no cenário brasileiro e na integração com os países da região.

ABML na TV



A ABML esteve recentemente no ar nos mais importantes canais da TV aberta do país. O presidente Pedro Moreira foi entrevistado pelo Conexão Sebrae, que é exibido semanalmente nas redes Globo, Bandeirantes e Record. Ele teve quatro participações ao longo do programa especial sobre administração de estoques. O tema teve tanta repercussão entre os empresários que a edição foi reprisada.

Seminário no Nordeste



Também no final do ano passado, o presidente da ABML participou, como convidado de Maria Rey (foto), do Latin American Logistics Center

(LALC), do seminário “A Logística Integrada e seu valor estratégico para os negócios e a competitividade das empresas”, em Recife.

Plano de comunicação

Como entidade de porte nacional, a ABML prepara-se para uma expansão sólida e duradoura. E para isso contará com uma das principais ferramentas para fundamentar bem suas bases: um Plano Estratégico de Comunicação. O jornalista André Sales, repórter e redator do “ABML em Notícias”, acaba de inscrever a associação

como objeto de estudo do curso de Pós-Graduação em Gestão de Processos Comunicacionais, na USP. Orientado nos próximos dois anos pelos mais respeitados teóricos no assunto, o plano será entregue ao final da segunda gestão de Pedro Moreira e deixado como contribuição desta para ser implantado pelas próximas.

Grandes nomes na agenda de eventos de 2002

Se no ano passado a ABML já se destacou pelo seu intenso volume e qualidade de eventos, em 2002 sua programação está ainda melhor. Personagens renomados dos cenários logístico, econômico e político farão parte do calendário do setor.

Um dos destaques é a presença já confirmada do professor doutor John Langley Jr., PhD, como *key speaker* (principal palestrante) do 4º Congresso Internacional da ABML, que acontecerá nos dias 16 e 17 de outubro, simultâneo à Expo ABML 2002 e à entrega do 3º Prêmio ABML de Logística.

Ex-presidente do Council of Logistics Management (CLM), professor de Supply Chain Management e diretor do Fórum Executivo de Supply Chain do Georgia Institute of Technology, Langley Jr. é mundialmente reconhecido como um dos grandes expoentes da comunidade logística internacional.

Ele é especialista em estratégias de supply chain, terceirização em logística e aplicação da tecnologia da informação no gerenciamento da logística e supply chain, além de autor e co-autor de livros como "Creating Logistics Value" e "The Management of Business Logistics: A Supply Chain



Perspective", que teve sua sétima edição publicada neste ano.

ANÁLISE ECONÔMICA

A exemplo do que ocorreu no ano passado, quando o 3º Congresso Internacional foi aberto pelo ex-ministro da Fazenda Máílson da Nóbrega, a edição deste ano também trará como convidado um respeitado analista do panorama macroeconômico: o ex-presidente do Banco Central Gustavo Loyola, doutor em Economia pela Fundação Getúlio Vargas.

Maílson da Nóbrega, por sua vez, interessou-se tanto pelo trabalho desenvolvido pela ABML que já confirmou sua presença no "Ponto de Encontro" marcado para o dia 23 de maio, na Sociedade Harmonia de Tênis.

Também já foram convidados a participar destes eventos o deputado federal Aloízio Mercadante (PT-SP), para 20 de agosto, e o

presidente da Fiesp, Horácio Lafer Piva, para 19 de novembro.

Destacam-se ainda os "Pontos de Encontro" no interior de São Paulo, em Campinas, São José dos Campos e Jacareí; o lançamento do "Logística ao Vivo", mesa redonda aberta ao público; e a realização, em Porto Real (RJ), Goiânia e Recife, do "Linha Direta", que levará as soluções logísticas oferecidas pelos associados às empresas usuárias destes importantes centros para o setor.

Acompanhe no quadro todos os eventos marcados para 2002. Mais informações pelo telefone (11) 5082-3972 ou e-mail (congresso@abml.org.br).

NOTA

A última edição do ABML Notícias não informou a participação de duas empresas entre os patrocinadores do 3º Congresso Internacional da ABML: Fort Paletes e Logisplan.

Março

21 Cerimônia de Posse da Diretoria e Conselho de Administração para o biênio Abril/2002 – Março/2004

14 I Ponto de Encontro ABML de Empresas e Profissionais de Logística – Regional Campinas. Local: Campinas/SP

Abril

10 Linha Direta: "Do Fabricante para o Cliente" Local: Porto Real /RJ

24 I Mesa Redonda "Logística ao Vivo", trará a discussão sobre Operadores Logísticos Local: São Paulo/SP

Mai

15 II Ponto de Encontro ABML de Empresas e Profissionais de Logística – Regional Vale do Paraíba/SP. Local: São José dos Campos/SP

23 Ponto de Encontro em São Paulo, com Maílson da Nóbrega.

Junho

13 Linha Direta "Do Fabricante para o Cliente" Local: Goiânia/GO

17 II Mesa Redonda "Logística ao Vivo", trará a discussão sobre Tendências de Equipamentos de Movimentação e Armazenagem. Local: São Paulo/SP

Agosto

8 III Mesa Redonda "Logística ao Vivo", trará a discussão sobre Aspectos Tributários na Logística, em São Paulo /SP

20 Ponto de Encontro em São Paulo, com o deputado federal Aloízio Mercadante (a confirmar).

Setembro

25 II Ponto de Encontro ABML de Empresas e Profissionais de Logística – Regional Rio de Janeiro Local: Rio de Janeiro/RJ

Outubro

16 e 17 IV Congresso Internacional da ABML, ABML EXPO 2002 e III Prêmio ABML de Logística Local: Novotel Center Norte - SP.

Novembro

19 Ponto de Encontro em São Paulo, com Horácio Lafer Piva - Presidente da Fiesp (a confirmar).

16 e 17 IV Congresso Internacional **26 e 27** Linha Direta "Do Fabricante para o Cliente" Local: Recife /PE

Dezembro

12 III Ponto de Encontro ABML de Empresas e Profissionais de Logística – Regional Vale do Paraíba/SP Local: Jacareí/SP

18 Jantar de Confraternização de Final de Ano