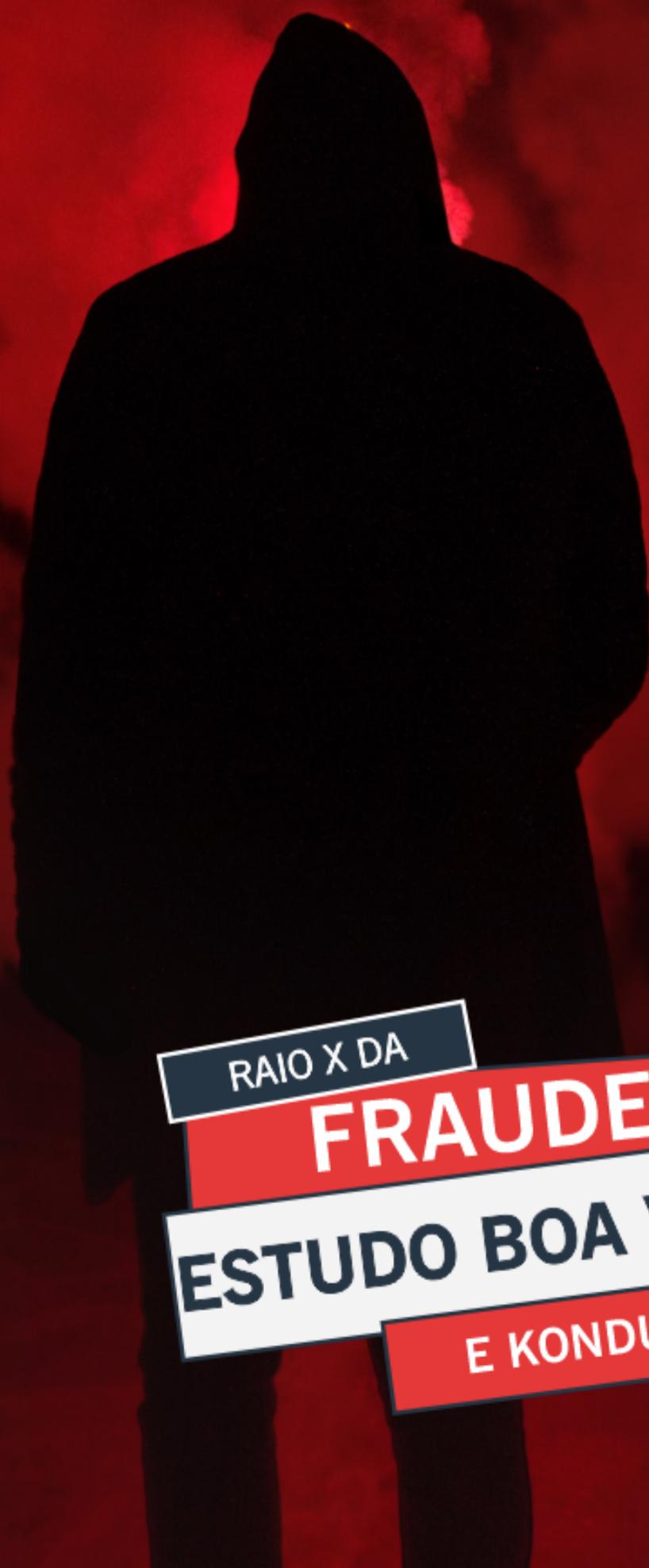


**REVISTA**

# **ACEA**

*A Revista da Associação Comercial de Amparo - Março de 2022. Ano 19. Edição 219*



**RAIO X DA**

**FRAUDE**

**ESTUDO BOA VISTA**

**E KONDUTO**

# EDITORIAL

**Editora Responsável:** Karine Gallo

**Publicidade:** Departamento Comercial

**Projeto Gráfico:** Karine Gallo - Comunicação | Marketing

**19 3807.3533 / 3808.6944 / 9 8257.6821**





# DIRETORIA

## Triênio 2021/2022/2023

**Presidente:** Larissa Demate

**Vice-Presidente:** Cláudia Martins

**1ª Tesoureira:** Adriana Flaibam

**2º Tesoureiro:** José Geraldo Augusto

**1º Secretário:** Nilton Elias Camargo

**2º Secretário:** Luciano Marcos de Siqueira

**Diretor de Patrimônio:** Fernando Garcia da Silva

**Diretor de Marketing e Promoções:** Mara Guilardi de Oliveira

**Diretor de SCPC:** Délcio Barros Briozo

**Diretores Adjuntos:** Elvio Caleffi Júnior | Rodrigo Barbosa

**Conselheiros Fiscais:** Luciano Micai | Sérgio Antônio Carra | Carlos Benedito Polidoro Frare

RAIO X DA

**FRAUDE**

**ESTUDO BVS/**

**KONDUTO**



- Em estudo, serviço antifraude Konduto/Boa Vista calcula ter evitado, no ano passado, mais de R\$7,2 bilhões em prejuízos, em cerca de 25 milhões de tentativas de fraude;

- Embora as tentativas de fraude tenham representado 0,94% dos pedidos no comércio eletrônico (contra 2,07% em 2020), tíquete médio das “compras fake” subiu 2,8 vezes, para R\$ 321, enquanto compras dos clientes comuns subiu apenas R\$ 4

A participação das tentativas de fraude no total de pedidos feitos no comércio eletrônico brasileiro diminuiu entre 2020 e 2021, passando de 2,07% para 0,94%, de acordo com o Raio-x da Fraude,

relatório elaborado pela Konduto, vertical de antifraudes da empresa de inteligência analítica Boa Vista. O valor das tentativas de compras “fake” representou 1,35% do valor transacionado no ano passado contra 3,07% em 2020.

Em números absolutos, as tentativas evitadas pelo serviço Konduto de fraude aumentaram 66% em 2021, atingindo 25 milhões, contra 15 milhões de golpes frustrados no ano anterior. Estas tentativas evitadas somaram R\$ 7,27 bilhões, ante R\$ 3,5 bilhões em 2020, ou seja, os valores envolvidos mais do que dobraram. O “tíquete médio” das fraudes abortadas subiu 3,8 vezes, de R\$ 289,21 em 2020 para R\$ 321,77 no ano passado. Já o valor médio das compras reais ficou praticamente estável, passando de R\$ 116,96 para R\$ 122,66 de um ano para o outro.

“Os números mostram principalmente que a quantidade de vendas não fraudulentas tem aumentado exponencialmente nos últimos anos, movimento impulsionado pela pandemia, uma situação que contribuiu para que os consumidores utilizassem, com cada vez mais frequência o e-commerce para realizar compras habituais. Por isso, mesmo com grande aumento do volume e, ainda mais, dos valores envolvidos nas fraudes evitadas a participação das compras ‘fake’ caiu em relação ao total”,

explica Tom Canabarro, Diretor de Soluções Antifraude da Boa Vista Serviços.

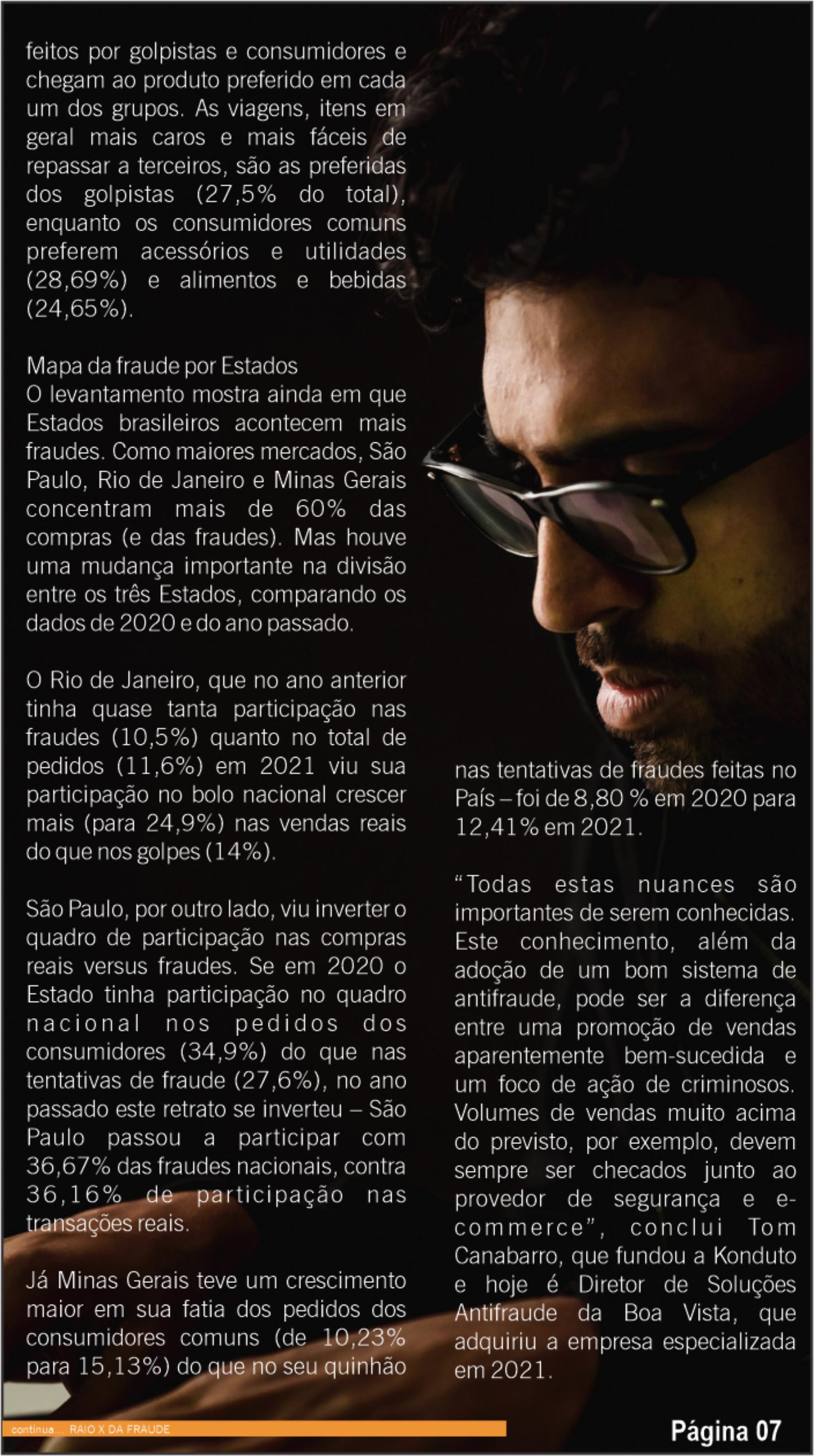
“Mas estes números também mostram que o nosso serviço de combate às fraudes no comércio eletrônico, que é baseado na análise do comportamento dos golpistas, somada à inteligência artificial, aumentou a sua eficiência. Em 2021, aumentou em 92% o número de pedidos que analisamos, mas a participação daqueles que eram fraudulentos em relação ao total caiu”, completa Canabarro.

Conhecer os hábitos do fraudador é fundamental. Verdadeiro mapa do comportamento dos fraudadores brasileiros, o Raio-X da Fraude da Konduto/Boa Vista mostra o quanto é importante conhecer os detalhes de seu “modus operandi”. Em 2021, por exemplo, o número de ataques realizados pelo celular representou 70% das tentativas, contra 62% em 2020 e apenas 20% em 2016. “Assim como o consumidor tem utilizado, cada vez mais o celular para realizar suas compras, os fraudadores seguem o mesmo caminho, deixando o uso

de computadores em segundo plano”, afirma o diretor da Boa Vista.

Ao mesmo tempo em que os celulares se destacam como favorito dos fraudadores, o navegador Google Chrome tem sido a plataforma preferida para as compras (77,5% do total) – e também para as fraudes (59%). No entanto, o Raio-X da Fraude mostra um crescimento preocupante das fraudes praticadas usando o Firefox. Respondendo por apenas 1,69%% dos pedidos totais, este navegador foi utilizado em 25,4% das compras “fake”.

Viagens são o pedido preferido dos golpistas. O relatório da Konduto/Boa Vista mostra ainda as semelhanças e diferenças entre o comportamento do fraudador e o do consumidor comum. Os dias com maior volume de vendas, assim como das tentativas de fraudes é de segunda a sexta-feira. Ao contrário do que se poderia imaginar, os fraudadores (como os clientes normais) evitam fazer pedidos durante a madrugada – o horário preferido para compras, assim como para golpes, é entre o meio-dia e a meia-noite. As diferenças começam no valor médio dos pedidos



feitos por golpistas e consumidores e chegam ao produto preferido em cada um dos grupos. As viagens, itens em geral mais caros e mais fáceis de repassar a terceiros, são as preferidas dos golpistas (27,5% do total), enquanto os consumidores comuns preferem acessórios e utilidades (28,69%) e alimentos e bebidas (24,65%).

#### Mapa da fraude por Estados

O levantamento mostra ainda em que Estados brasileiros acontecem mais fraudes. Como maiores mercados, São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais concentram mais de 60% das compras (e das fraudes). Mas houve uma mudança importante na divisão entre os três Estados, comparando os dados de 2020 e do ano passado.

O Rio de Janeiro, que no ano anterior tinha quase tanta participação nas fraudes (10,5%) quanto no total de pedidos (11,6%) em 2021 viu sua participação no bolo nacional crescer mais (para 24,9%) nas vendas reais do que nos golpes (14%).

São Paulo, por outro lado, viu inverter o quadro de participação nas compras reais versus fraudes. Se em 2020 o Estado tinha participação no quadro nacional nos pedidos dos consumidores (34,9%) do que nas tentativas de fraude (27,6%), no ano passado este retrato se inverteu – São Paulo passou a participar com 36,67% das fraudes nacionais, contra 36,16% de participação nas transações reais.

Já Minas Gerais teve um crescimento maior em sua fatia dos pedidos dos consumidores comuns (de 10,23% para 15,13%) do que no seu quinhão

nas tentativas de fraudes feitas no País – foi de 8,80 % em 2020 para 12,41% em 2021.

“Todas estas nuances são importantes de serem conhecidas. Este conhecimento, além da adoção de um bom sistema de antifraude, pode ser a diferença entre uma promoção de vendas aparentemente bem-sucedida e um foco de ação de criminosos. Volumes de vendas muito acima do previsto, por exemplo, devem sempre ser checados junto ao provedor de segurança e e-commerce”, conclui Tom Canabarro, que fundou a Konduto e hoje é Diretor de Soluções Antifraude da Boa Vista, que adquiriu a empresa especializada em 2021.

GOOGLE CLOUD

**ACELERA**

**TRANSFORMAÇÃO**

**DIGITAL DA BVS**



Desde que foi criada como empresa independente, em 2010 -- a partir do Serviço Central de Proteção ao Crédito (SCPC), um banco de dados criado 55 anos antes por um de seus acionistas, a Associação Comercial de São Paulo --, a Boa Vista passou por uma revolução. Deixou de ser um tradicional birô de crédito para se tornar uma companhia que alia inteligência analítica à alta tecnologia para transformar dados em soluções para empresas e consumidores. Para apoiá-la nesta mudança, a Boa Vista se tornou uma companhia de capital aberto (a única de seu setor de atuação), com a realização, em setembro de 2020, de seu IPO (oferta inicial de ações). Agora, a Boa Vista está prestes a concluir mais uma revolução, a sua transformação digital. Neste processo, a Boa Vista conta com um aliado fundamental, a tecnologia do **G o o g l e C l o u d**.

A opção pelo armazenamento de dados em nuvem foi uma consequência natural do redirecionamento da prioridade da Boa Vista em ser uma empresa de analytics -- e do seu próprio crescimento acelerado. Hoje, a empresa dispõe não apenas do SCPC, mas de múltiplas bases de dados próprias e aquelas surgidas de inovações regulatórias, como os dados de milhões de brasileiros armazenados no Cadastro Positivo. Produzir as melhores soluções analíticas sobre estas imensas bases de dados é o foco da empresa. Mas a empresa detectou uma questão que a impactava nesse movimento: a limitação na escalabilidade para seus recursos e processos. Com os

sistemas e meios de armazenamento de dados existentes, a equipe de data analytics não conseguia testar, com a velocidade e a eficiência buscadas, múltiplos modelos analíticos simultaneamente e implementar técnicas modernas de machine learning.

### Boa Vista Beyond

A empresa então apostou na criação da Boa Vista Beyond, iniciativa responsável pela migração de seu patrimônio informacional para a nuvem. O primeiro passo foi a construção de um data lake - sistema de armazenamento de dados que permite usá-los diversas vezes, assim como para diferentes fins e combinações - no Google Cloud. O sistema proporcionou um processamento mais robusto, alta escalabilidade, além de aprimorar a segurança e a governança dos dados. A implementação foi rápida. Em quatro meses, todo o ambiente originário da ferramenta anterior já estava operando de forma nativa no **G o o g l e C l o u d**.

Hoje, cerca de 80% das bases de dados mais estratégicas para a companhia já foram migradas -- ao longo de 2022, 100% delas estarão na nuvem. Uma das ferramentas do sistema, o BigQuery, utilizado para o armazenamento das bases de dados estruturadas, proporcionou uma grande evolução na governança das informações, além de mais visibilidade em relação aos custos de consumo de cada produto e a segurança na disponibilização dos dados. A centralização dos



processos no data lake também possibilitou a aplicação de técnicas de mascaramento de dados, além da criação de bases sintéticas que reforçam a proteção de informações sensíveis.

A migração de Máquinas Virtuais (VMs), sistemas que simulam um ambiente computacional, foi outra ideia para a tecnologia de dados da Boa Vista. A partir da solução Migrate for Compute Engine, a equipe conseguiu mover para o processamento em nuvem, cerca de 500 VMs em quatro meses, abrangendo em torno de 7,5 mil processadores. O resultado foi uma maior replicabilidade na reutilização de soluções, facilitando a migração de produtos já existentes e a criação de novos. Além disso, mais de mil horas de operação da equipe de infraestrutura da empresa foram automatizadas.

#### Análise de dados 20 vezes mais rápida

A migração para nuvem foi essencial para a implantação do Centro de Excelência em Analytics (CEA) da Boa Vista, no qual são desenvolvidas soluções, como softwares, voltadas não apenas para pessoas jurídicas, mas também para pessoas físicas. As soluções desenvolvidas pelos cientistas de dados do CEA permitem, por exemplo, que empresas e instituições financeiras avaliem com mais exatidão clientes mais propensos a renegociar dívidas e a utilizar financiamentos para compras, e a fazer a gestão de riscos em relação a linhas de crédito. Para proporcionar mais eficiência e celeridade no desenvolvimento das soluções da Boa Vista, a equipe do CEA trabalha sobre uma massa gigantesca de dados -- aplicando sobre eles algoritmos e machine learning --, que demandam uma imensa capacidade de armazenamento.

Agora os modelos analíticos gerados pela CEA contam com maior precisão e o processamento de dados é até 20 vezes mais rápido. Com isso, as equipes conseguem dedicar mais tempo aos testes para aprimorar os modelos, melhorando a qualidade dos produtos e a experiência do usuário final. Em comparação com a infraestrutura anterior, hoje é possível entregar nove vezes mais modelos analíticos do que Boa Vista conseguia anteriormente. O desempenho só foi possível por conta da construção da plataforma de big data e a posterior migração de máquinas virtuais para a nuvem, que garantiram a escalabilidade necessária para treinar modelos analíticos complexos.

“O Google Cloud tem trabalhado muito próximo dos nossos engenheiros para poder fornecer a melhor solução em cloud”, comenta Eraldo Bernardino, o diretor de Tecnologia da Boa Vista. “É o que garante a resolução de todas as nossas demandas do dia a dia e dos problemas que encontramos pelo caminho para termos a velocidade que precisamos”.

Para Milena Leal, diretora de negócios com grandes empresas de Google Cloud para o Brasil, a parceria com a Boa Vista é o retrato da maneira como o Google Cloud pode apoiar as empresas a se tornarem mais competitivas, resolvendo seus problemas de negócios. “As empresas precisam dedicar-se ao seu core business, gerando negócios e contribuindo com o desenvolvimento do país. Nosso papel, portanto, é tornar aspectos operacionais mais simples e que demandem menos tempo do cliente”, conclui.

O trabalho da Boa Vista foi reconhecido durante a primeira edição do prêmio Google Cloud Customer Awards, realizado em outubro. Nele, foram reconhecidas as implementações em nuvem mais inovadoras de diversos segmentos e a Boa Vista foi uma das premiadas, na categoria Serviços Financeiros.

A parceria também tem proporcionado mais eficiência operacional e redução de custos, beneficiando os clientes. Exemplo disso é o produto Blue Box Boa Vista, ferramenta de marketing para empresas com inteligência analítica aplicada, que agora custa 15% do seu valor original.

A transformação digital foi acompanhada ainda de mudanças processuais e organizacionais na Boa Vista.

“Essas mudanças nos proporcionaram mais agilidade em aspectos operacionais e na solução de desafios, do ponto de vista de tecnologia e de negócios. Hoje, contamos com mais de 20 squads com profissionais de diversas áreas, que contribuem com sua experiência em nossa operação. E se antes demorávamos três meses para fazer um score, hoje leva menos de um mês para estar na mão dos clientes”, explica o diretor de Tecnologia da Boa Vista.

ÓTICAS  
**clara**

Laboratório Próprio  
Seus óculos prontos em 30 minutos!

PROMOÇÃO  
**VARILUX®**  
EM DOBRO

**GANHE  
OUTRO  
VARILUX®**

NA COMPRA DE UM VARILUX®  
COM CRIZAL E/OU TRANSITIONS®

WhatsApp (19) 3807-9973

Facebook Óticas Clara Instagram @oticasclaraof

Rua Treze de Maio, 303

Centro - Amparo/SP

**AS MELHORES  
LENTES DO  
MERCADO?  
NÓS TEMOS.**

**CHILLVISION**

*Crizal*

Lentes KODAK

Transitions

**VARILUX**



**AQUI TEM UMA**

**CHILLI  
BEANS**

COMO MELHORAR

A RELAÇÃO ENTRE

CONTRIBUINTES E

O FISCO

por Sílvia Pimentel



É possível melhorar a relação entre contribuintes e o fisco e, com uma parceria mais saudável, reduzir a alta litigiosidade no Brasil. Estimativas apontam que o contencioso tributário corresponde 75% do Produto Interno Bruto (PIB), muito acima do que ocorre em outros países.

Quanto maior a assistência, transparência, cooperação e respeito das administrações fazendárias e procuradorias em relação aos contribuintes, maior a conformidade tributária e redução dos processos judiciais.

Essa é uma das principais conclusões do Diagnóstico do Contencioso Tributário Brasileiro, estudo de 300 páginas, realizado por pesquisadores do Insper, com o apoio do Conselho Nacional de Justiça (CNJ).

O trabalho deverá servir como consulta obrigatória na formulação de políticas no âmbito da administração tributária, incluindo as discussões em curso da reforma tributária que tramita no Congresso Nacional.

A pesquisa teve duração de sete meses, foi realizada a partir da análise de 750 milhões de decisões, informações dos diários oficiais de todos os tribunais do país e entrevistas com gestores de secretarias de fazendas e procuradorias em vários estados brasileiros. O trabalho envolveu 128 órgãos, entre tribunais judiciais e administrativos, fiscos, procuradorias e defensorias.

O objetivo principal do levantamento

é identificar quais as possíveis causas do elevado contencioso brasileiro em matéria tributária e propor soluções de curto, médio e longo prazo para garantir a redução na quantidade de processos, agilidade nos julgamentos e reduzir a necessidade de acessar o Poder Judiciário.

Sabe-se que a alta litigiosidade e a percepção de insegurança do sistema tributário de um país interferem no desenvolvimento econômico, gerando distorções na economia, no processo de atração de investimentos e na segurança jurídica.

## ELEVADO CONTENCIOSO

O contencioso tributário brasileiro é expressivo e está muito distante dos padrões mundiais. De acordo com o relatório publicado pelo Núcleo de Tributação do Insper em dezembro de 2020, no âmbito da pesquisa “Observatório do Contencioso Tributário”, os valores discutidos nas esferas administrativa e judicial corresponderam a 75% do PIB.



“Isso significa que o contencioso gerou 5,44 trilhões de reais em capital improdutivo, que poderia estar sendo utilizado pelas empresas para produzir mais, para gerar mais empregos, mas estão envolvidos em processos, garantias judiciais, pagamento de advogados e Contadores”, analisa Larissa Longo, pesquisadora do Núcleo de Tributação do Insper.

Nos países da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), a mediana do contencioso administrativo beira a 0,28% do PIB e, para um grupo de nações da América Latina, chega a 0,19% do PIB.

## COMUNICAÇÃO E TRANSPARÊNCIA

Um dos achados do estudo diz respeito aos portais das administrações tributárias, considerados não amigáveis e funcionais pela maioria dos contribuintes. O estudo recomenda o aprimoramento dos portais de consulta à legislação tributária, com a atualização de normas, atos e interpretação, conforme o art. 212 do CTN (Código Tributário Nacional).

A pesquisa também constatou que há falta de transparência das procuradorias e secretarias de fazenda quanto aos pareceres e notas referentes aos atos normativos. Para o bem da democracia, é importante que o contribuinte tenha acesso rápido e fácil aos pareceres ou notas técnicas em que o fisco se baseou para seus atos normativos. Nesse quesito, o

contribuinte no Brasil fica às cegas.

Conceitualmente, de acordo com o trabalho, a transparência ativa ocorre quando o órgão público coloca à disposição em sua página na internet tais documentos, independentemente de requerimento do contribuinte. Já a transparência passiva é verificada nas hipóteses em que o contribuinte deve provocar os órgãos da administração tributária e formular pedido individual.

Na consulta feita a 72 órgãos, entre Procuradorias e Fiscos, dos 16 que responderam, só três adotam transparência ativa, quanto a atos preparatórios, como notas, estudos, pareceres internos sobre legalidade e constitucionalidade das normas e atos tributários.

## INTERPRETAÇÃO DA LEGISLAÇÃO

Outra constatação é que os fiscais autuam o contribuinte antes que a interpretação de uma nova legislação seja conferida pelo órgão máximo do órgão pertencente à administração tributária.

No Brasil, é comum a aplicação divergente da legislação por um mesmo órgão, provocando insegurança jurídica nos contribuintes e, conseqüentemente, aumento de conflitos e do contencioso tributário.

Desse modo, a interpretação de uma nova legislação pelo órgão máximo do órgão pertencente à administração tributária abrange toda norma que seja de observância obrigatória pelos agentes e órgãos

fiscais inferiores, assim como toda e qualquer norma que gere dúvida sobre a sua aplicação

Assim, diante do risco de formação de contencioso e pela falta de segurança jurídica ao contribuinte, o estudo sugere a criação de norma que impeça o lançamento tributário com entendimentos jurídicos que não estejam definidos pelo órgão como um todo.

## TRIBUTO QUE MAIS APARECE

De acordo com Larissa Longo, um dos achados mais surpreendentes para a equipe de pesquisa foi a constatação de que o IPTU (Imposto sobre Propriedade Territorial Urbana) é o tributo mais litigado do Brasil.

Pelo levantamento, o imposto municipal aparece em 25% dos processos judiciais tributários, seguido do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), com 16,45% e a Contribuição Previdenciária, com 8,23%.

“De forma preliminar, concluímos que o elevado número de processos se deve ao fato de que o IPTU é um tributo com uma base de contribuintes muito maior que os demais. Além disso, desconfiamos que a maior parte desses processos seja execuções fiscais, que não discutam aspectos relacionados ao tributo em si, mas apenas à cobrança de IPTU devido e não pago”, explica a pesquisadora.

O resultado chama a atenção porque diversos estudos, incluindo internacionais, confirmam a relação entre complexidade, insegurança jurídica e contencioso. “Percebemos que o elevado contencioso tributário não é um problema isolado, mas consequência da complexidade da legislação, assim como a insegurança jurídica também é”, analisa.

Na opinião da pesquisadora, são louváveis as iniciativas que busquem a melhoria do



contencioso tributário. Mas isso é insuficiente, caso sejam feitas de forma isolada. “ É necessário que sejam também melhor investigadas as causas da complexidade tributária e que sejam tomadas iniciativas legislativas para resolvê-las”, sugere.

Em termos percentuais, os cinco tributos ou temas tributários federais que mais demandaram consultas fiscais, um indicador que expressa a

dúvida dos contribuintes na interpretação da legislação, foram PIS/COFINS (12,18%), IRPJ e CSLL (9,25%), contribuições previdenciárias (8,68%), IRPF (4,36%) e Simples Nacional (2,94%).

## PRINCIPAIS RECOMENDAÇÕES

<b>Ao Poder Executivo</b>	<p>Criar setores estruturados, compostos por especialistas, com competência para realizar a revisão da legislação tributária de maneira abrangente e perene.</p> <p>Aprimorar a legislação a fim de prever prazo para que os órgãos da administração tributária divulguem em seus sítios eletrônicos os estudos, os pareceres e as notas técnicas editados, sob pena de suspensão de sua eficácia enquanto o ato normativo não for disponibilizado ao acesso dos contribuintes.</p>
<b>Ao Poder Judiciário</b>	<p>Aperfeiçoar os portais de consulta à legislação dos órgãos que integram a administração tributária, com a divulgação proativa e consolidada da legislação tributária e dos atos normativos publicados para a sua interpretação, a fim de que a legislação tributária seja de fácil acesso e conhecimento pelos contribuintes</p>
<b>Ao Poder Legislativo</b>	<p>Criar lei que uniformize a competência para a prática de atos de elaboração e interpretação de normas tributárias, e, caso se opte pela existência de mais de um órgão, estabeleçam-se regras claras de governança entre eles.</p>



# CERTIFICADO DIGITAL

é na Associação Comercial de Amparo

atendimento normal na Pandemia

## Descontos Especiais para Associados

Adquira e agende seu horário: [www.aceamparo.com.br](http://www.aceamparo.com.br)



# DÊ UM MATCH! COM A HTM

Uma experiência avançada na gestão de seus equipamentos por meio de tecnologia IoT. O HTM Match é um aplicativo que oferece uma série de benefícios que irão qualificar sua rotina de atendimentos.

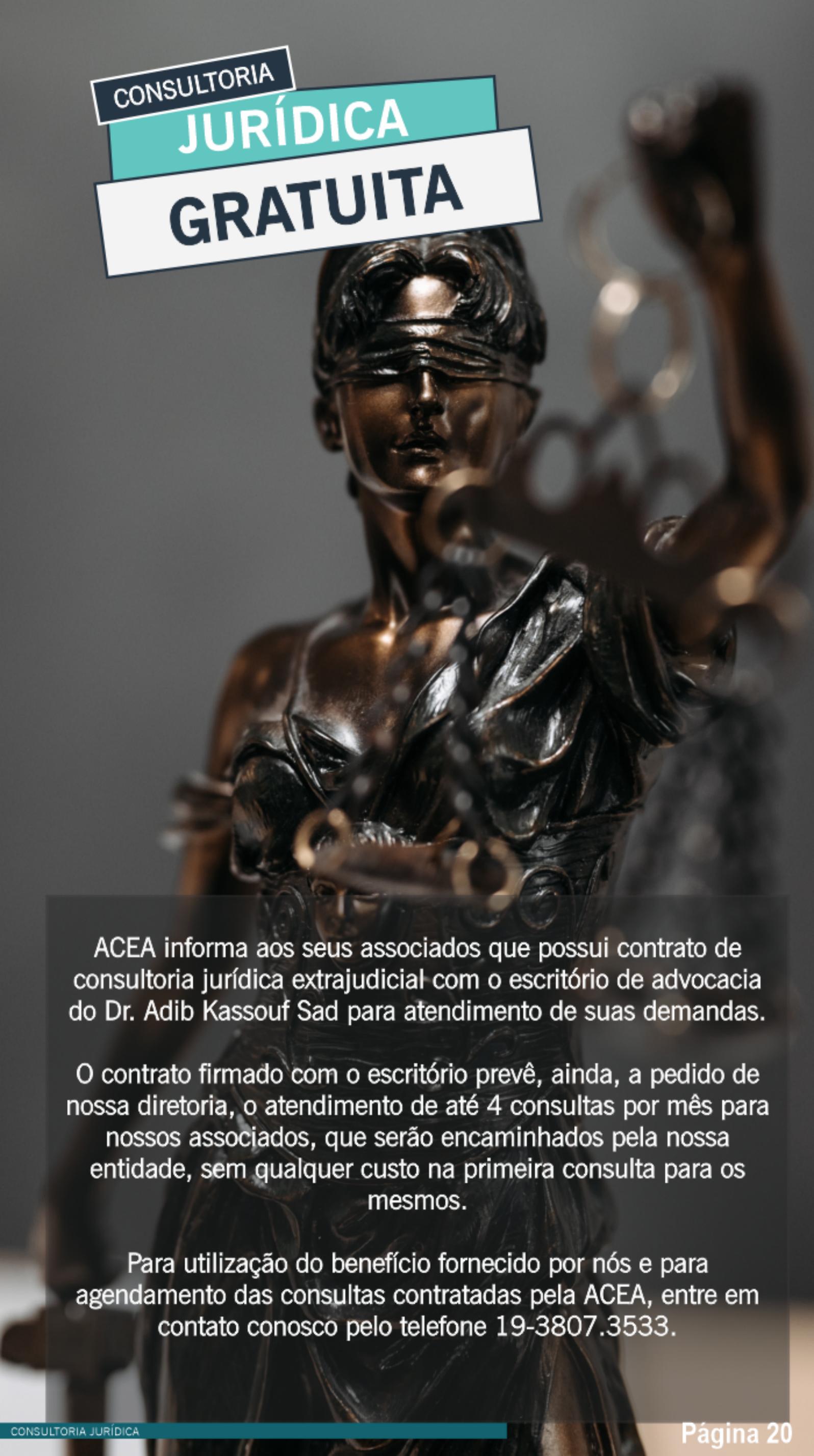
Baixe o aplicativo, cadastre seus equipamentos HTM

## E CONCORRA A PRÊMIOS INCRÍVEIS!



**HTM**  
TECNOLOGIA DE RESULTADO

 @htmeletronica  
 /htmeletronica  
 /htmeletr  
 /htmeletronica



CONSULTORIA

JURÍDICA

GRATUITA

ACEA informa aos seus associados que possui contrato de consultoria jurídica extrajudicial com o escritório de advocacia do Dr. Adib Kassouf Sad para atendimento de suas demandas.

O contrato firmado com o escritório prevê, ainda, a pedido de nossa diretoria, o atendimento de até 4 consultas por mês para nossos associados, que serão encaminhados pela nossa entidade, sem qualquer custo na primeira consulta para os mesmos.

Para utilização do benefício fornecido por nós e para agendamento das consultas contratadas pela ACEA, entre em contato conosco pelo telefone 19-3807.3533.



**UNiVERSO**  
CONTABILIDADE

GESTÃO CONTÁBIL  
E EMPRESARIAL

[www.universoconsult.com.br](http://www.universoconsult.com.br)

(19) 3808.8890



**Conectando empresas e candidatos.**



**AMPARO**  
EMPREGA

Uma iniciativa da Associação Comercial de Amparo.

Anuncie suas vagas de emprego  
*gratuitamente!*

SOLICITE SEU LOGIN E SENHA:

 **193807.3533**

[www.amparoemprega.com.br](http://www.amparoemprega.com.br)





# LABORAVES

Supermercado Agropecuário



[www.laboraves.com.br](http://www.laboraves.com.br)

Tel: 19-3808.8900

Av. Bernardino de Campos, 254 - Centro - Amparo - SP



# EDITORIAL

**Editores Responsáveis:** Karine Gallo

**Publicidade:** Departamento Comercial

**Projeto Gráfico:** Karine Gallo - Comunicação | Marketing  
19 3807.3533 / 3808.6944 / 9 8257.6821

# DIRETORIA

## Triênio 2021/2022/2023

**Presidente:** Larissa Demate

**Vice-Presidente:** Cláudia Martins

**1ª Tesoureira:** Adriana Flaibam

**2º Tesoureiro:** José Geraldo Augusto

**1º Secretário:** Nilton Elias Camargo

**2º Secretário:** Luciano Marcos de Siqueira

**Diretor de Patrimônio:** Fernando Garcia da Silva

**Diretor de Marketing e Promoções:** Mara Guilardi de Oliveira

**Diretor de SCPC:** Délcio Barros Briozo

**Diretores Adjuntos:** Elvio Caleffi Júnior | Rodrigo Barbosa

**Conselheiros Fiscais:** Luciano Micai | Sérgio Antônio Carra | Carlos Benedito Polidoro Frare



**REVELANDO MOMENTOS,  
REGISTRANDO SENTIMENTOS!**

**FASHION  
CASAMENTOS  
RETRATOS  
FAMÍLIA  
EVENTOS  
CORPORATIVOS**



**GUSTAVO SUZUKI  
FOTOGRAFIA**

**(19) 98305-1930 / [www.gustavosuzuki.com.br](http://www.gustavosuzuki.com.br)  
[instagram.com/GustavoSuzukiFotografia](https://www.instagram.com/GustavoSuzukiFotografia)  
[facebook.com/GustavoSuzukiFotografia](https://www.facebook.com/GustavoSuzukiFotografia)**