



# Relatório de Gestão 2018-2020



# aba **60** anos

1. O Presidente do Conselho Superior, João Campos, durante o evento ABA Summit 2019
2. Reunião anual dos Comitês e GT's de 2019
3. Reunião na sede da ABA com representantes da Aliança sem Estereótipo no Brasil
4. Lançamento do livro "Líderes de Marketing"
5. A presidente da ABA Nelcina Tropardi durante a abertura do ENA 2019

# Sumário

Mensagem da Presidência	04
Futuro: visão estratégica para os próximos 5 anos	06
Conselho superior da ABA	08
Diretoria Nacional da ABA	09
Diretoria do Capítulo Rio	10
Corpo Executivo	11
ABA 60 anos	12
Nosso propósito	14
Finanças	15
Comunicação	15
Advocacy	16
Comitês & GT's	17
As entregas dos Comitês da ABA: Boas práticas e recomendações	39
Eventos	40
Pesquisa de satisfação	42
ABA em números	44
Parceiros e Patrocinadores	46
ABA Visita	48
ABA Visitada	52
Entidades parceiras da ABA	56
Empresas associadas	57

**MENSAGEM DA PRESIDÊNCIA**

# 60 anos: ABA fecha biênio com *resultados efetivos*



Para lembrar um número que nos marcou nesse biênio, chegamos ao fim dele com bem mais do que 60 motivos para comemorar. Como temos apreço pelos resultados, então, ainda sobre números, a ABA realizou, ao longo desses 2 anos, 24 eventos nacionais, regionais e locais, que juntos mobilizaram mais de 4 mil pessoas; lançamos 13 Guias e Manuais com o propósito claro de compartilhar conhecimento e orientação prática para o nosso mercado e participamos de 4 eventos internacionais. Estivemos também muito próximos de nossos pares da ABAP, ABP, ABMN, CONAR, ABERT, dentre outras 30 entidades do mercado, além de nossa estreita parceria com a ESPM e APP, para cuidarmos juntos de nossos líderes do futuro.

Fomos reconhecidos pela nossa missão, em prol de um marketing transformador, que mobilize os negócios e a sociedade, com mais de 8 prêmios recebidos, para a ABA e para nossa presidente executiva Sandra Martinelli. Essas homenagens mostram que estamos no caminho certo, em busca de um ecossistema ético, responsável e transparente.

E o porquê sintetizar esses dados para vocês? Porque foi um biênio repleto de concretizações para a ABA. Em 2018, nós iniciamos um processo de transformação para a Associação, consolidado em 2019, quando comemoramos as conquistas e resultados que atingimos hoje.



Em 2019, tive a honra de assumir a presidência da Entidade, algo muito especial para mim, justamente no ano em que a ABA completou 60 anos de atuação e eu quase 20 anos de estreito envolvimento com a Entidade, tendo presidido o Comitê Jurídico por 5 anos e integrado a Diretoria e Conselho por outros tantos.

Ao assumir a presidência, assumi a missão de garantir que seguiríamos de forma eficiente no controle das finanças e no reforço do nosso propósito, atuando em diversas frentes, pautadas pelo desejo de mobilizar o marketing para transformar os negócios e a sociedade. Produzimos expressivo e robusto arsenal de conteúdos e materiais de boas práticas, compartilhando conhecimento, promovendo engajamento e networking.

Ao longo de 2019, a ABA dedicou-se a uma agenda propositiva e agregadora. A mudança de mindset teve o objetivo de acompanhar, entender e suprir as necessidades de um consumidor em transformação constante, cada vez mais antenado às tendências tecnológicas, exigindo transparência e propósitos claros de marcas e empresas e com anunciantes ousados que se arriscam, investem e buscam essa conexão genuína. A campanha 'Mudando com a Mudança', criada pela Grey em comemoração aos 60 anos da ABA, sintetiza o novo momento que vivemos em 2019.

Os encontros dos Comitês Nacionais e dos Grupos de Trabalho nesse biênio cumpriram sua meta com maestria, ao se colocarem como palco de trocas de experiências, promovendo novos projetos e trazendo o lançamento de diversos guias valiosos, elevando o conhecimento e contribuindo para o desenvolvimento de profissionais.

Podemos destacar, entre suas diversas entregas relevantes em 2018, o "Guia GDPR para Profissionais de Marketing"; o "Guia para Representação Responsável de Gênero na Publicidade" e a "Carta Global de Mídia". Em 2019, entregamos conteúdos ainda mais relevantes para nosso mercado, tais como: o "Manual ABA de Boas Práticas e Responsabilidade pelo Fim do Assédio em Eventos"; o "Guia ABA Criando a ponte entre os times de Políticas Públicas e Marketing"; o "Guia ABA de Boas Práticas entre Agências de Publicidade e Clientes" e o "Manual ABA para adequação à LGPD – Orientações e boas práticas de governança de dados para Publicitários".

A nossa agenda nos últimos dois anos foi pautada por iniciativas, ações e eventos para os quais convidamos o mercado a se mobilizar conosco para posicionarmos o marketing como pilar estratégico nas empresas e de transformação na sociedade. Disseminamos experiências, provocamos reflexões e proporcionamos conteúdos relevantes, por meio de interações entre os principais representantes dos anunciantes, veículos, agências e entidades parceiras, reafirmando nosso protagonismo colaborativo.

As conquistas são muitas e agradeço a ativa participação dos associados, Conselho Superior, Diretoria Nacional, lideranças de Comitês e GTs, ao apoio das entidades irmãs, aos parceiros estratégicos e aos patrocinadores, e convido estes líderes a seguirem engajados no protagonismo colaborativo, que marca a gestão da ABA em 2019 e nos anos futuros.

## **Nelcina Tropardi**

Vice-Presidente de Sustentabilidade e Assuntos Corporativos da HEINEKEN

Presidente da ABA

A close-up portrait of a man with dark hair, smiling slightly, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. The background is blurred, showing what appears to be an office or industrial setting with some lights.

---

# Futuro

## **Visão estratégica para os próximos 5 anos**

Por **João Campos**, CEO da Pepsico no Brasil  
e Presidente do Conselho Superior da ABA

Com satisfação, estamos entregando o Plano ABA 2020, lançado em 2017, e partindo para o ABA 2025, que desenha para os próximos 5 anos a visão estratégica de nossa Entidade.

As entregas e ações desenvolvidas pela ABA no biênio de 2018 e 2019 comprovam nosso protagonismo colaborativo, pilar com o qual trabalhamos para posicionar o marketing como poderoso instrumento de mudanças na sociedade.

Temos consolidada nossa missão de mobilizar o marketing para transformar os negócios e a sociedade. É isso que nos move e vai mover a Entidade em direção aos próximos anos.

Agora, com Nelcina Tropardi na presidência, novos desafios vão surgir para consolidar o projeto da instituição. A ABA está ciente da responsabilidade que o marketing tem e do seu protagonismo na construção de um ambiente comercial ético e para o crescimento sustentável das operações das empresas.

Os resultados são fruto de um esforço coletivo dos profissionais que estão prontos para desenvolver soluções capazes de manter o mercado com um olhar pragmático para o futuro.

Gestão 2018-2020

# Conselho Superior da ABA



PRESIDENTE

**João Campos**  
Presidente da PepsiCo



CO-PRESIDENTE

**Sergio Pompílio**  
VP Assuntos Governamentais para  
América Latina da Johnson & Johnson

## Conselheiros



**Alexandre Bouza**  
Diretor de Marketing do  
Grupo O Boticário



**Fernando Bomfiglio**  
Head de Relações  
Institucionais da Souza Cruz



**Marcio Parizotto**  
Diretor de Marketing do  
Bradesco



**Poliana Sousa**  
Diretora de Marketing da  
Coca-Cola



**Danielle Bibas**  
VP Global de Marcas e  
Comunicação da Avon



**Hermann Mahnke**  
Diretor Executivo para  
Marketing Mercosul da  
GM



**Mariana Lucena**  
Diretora de Assuntos  
Corporativos  
Confectionery & Food da  
Mars Brasil



**Sarah Buchwitz**  
VP de Marketing e  
Comunicações para  
o Brasil e Cone Sul da  
Mastercard



**Fabio Toreta**  
Superintendente de  
Comunicação da Sabesp



**Luiz Serafim**  
Head de Marketing,  
Digital & eCommerce  
da 3M



**Marina Mizumoto**  
Diretora de Categoria da  
Lactalis do Brasil



**William Malfatti**  
Diretor de Comunicação,  
Relações Institucionais  
e Relacionamento com  
cliente do Grupo Fleury



# Gestão 2018-2020

## Diretoria Nacional da ABA



**PRESIDENTE**

**Nelcina Tropardi**  
VP Sustentabilidade e Assuntos Corporativos da HEINEKEN



**1º VICE PRESIDENTE**

**Frank Pflaumer**  
VP de Marketing & Comunicação da Nestlé

### Vice-Presidentes



**Afonso Champi**  
Diretor de Assuntos Corporativos - Brasil e Conosur Ferrero



**Disraeli Galvão**  
Diretor de Relações Governamentais Ambev



**José Cirilo**  
Diretor de Marketing Seara



**Renata Garrido**  
Diretora Jurídica e Relações Governamentais P&G



**Ricardo Wolff**  
Vice-Presidente Brasil Estratégia & Marketing Johnson & Johnson



**Dra. Vanessa Vilar**  
General Counsel Brazil Unilever

### Diretores



**Álvaro Garcia**  
Diretor de Executivo quem disse, berenice?



**André Svartman**  
Diretor Executivo de Marketing e E-commerce Saint Gobain



**Bárbara Miranda**  
CMO Global Havaianas Alpargatas



**Claudia Fernandes**  
Diretora de Marketing e Comunicação Azul Linhas Aéreas



**Claudia Neufeld**  
Diretora de Marketing Walt Disney



**Eduardo Gagliardi**  
Marketing VP EDP BRAZIL Danone EDP



**Grazielle Parenti**  
Diretora Global de Assuntos Corporativos BRF



**Igor Puga**  
Diretor de Marca e Marketing Santander



**Juliana Hosken**  
Diretora de Marketing BASF - Suvinil



**Loredana Sarcinella**  
Marketing, Trade and Channels SR Director Samsung



**Maria Lucia**  
Brand Marketing Communication Latam FCA



**Patricia Cardoso**  
Diretora de Marketing Pernod Ricard



**Patrick Sabatier**  
Diretor de Relações Institucionais L'Oréal



**Paula Costa**  
Vice Presidente de Marketing Diageo



**Priscila Cruz**  
Latam Legal and Compliance Director Reckitt Benckiser



**Silvana Balbo**  
Diretora de Marketing Carrefour



**Suzana Pamplona**  
Diretora de Inteligência de Marketing Natura



**Renata Brasil**  
Diretora de Comunicação Hypera



**Valeria Sombra**  
Vice Presidente Jurídico PepsiCo

# Diretoria do Capítulo Rio

## Presidente



**PRESIDENTE**

**Ana Paula Castelo Branco**

Diretora de Advertising & Brand Management  
Tim

## Vice-Presidente



**VICE-PRESIDENTE**

**Fernanda Saboya**

Gerente Sênior de Produtividade e Mídia  
Coca-Cola

## Diretores



**Adriana Bahia**

Gerente de Qualidade e  
Relacionamento com Clientes  
Bradesco Seguros



**Cinthia Lira**

Diretora de Segmentos  
Souza Cruz - RJ



**Danielle Troccoli**

Gerente de Publicidade e  
Promoção  
Dufry



**Luiz Roberto Gonçalves**

Diretor Acadêmico  
ESPM Rio

# Corpo Executivo



**Sandra Martinelli**  
Presidente Executiva



**Sandra Zanetti**  
Diretora de Assuntos  
Institucionais



**Paulo Neves**  
Diretor Financeiro



**Márcia Cristina Santos**  
Gerente Administrativa &  
Eventos



**Eliane Parra**  
Gerente Financeira



**Jéssica Ribeiro**  
Gerente Institucional



**Meire Werneck**  
Gerente Institucional

# Celebração dos 60 anos da ABA



Em 29 de fevereiro de 2019 a ABA - Associação Brasileira de Anunciantes – abriu as comemorações de seus 60 anos com um coquetel, reunindo 150 lideranças do ecossistema de marketing, comunicação e public affairs, em espaço cedido pela Pernod Ricard, em São Paulo.

O evento ressaltou o olhar sobre o futuro do marketing e da comunicação. A abertura do evento, realizada pela Presidente Executiva Sandra Martinelli, apresentou a agenda de 2019, destacando valores como excelência, ética, colaboração e respeito.

Durante o evento também foi lançada a nova campanha de publicidade da Entidade, criada pela agência GREY, que trouxe como tema “Mudando com a mudança”.

aba **60**  
anos

mudando  
com a  
mudança





O presidente do Conselho Superior da ABA, João Campos



Marcia Esteves, à época CEO na Grey



A presidente executiva da ABA, Sandra Martinelli, ao lado de Fernando Guntovitch, CEO da TG, e da Leader Coach Fabiana Guntovitch



Rafael Silveira, gerente jurídico da Johnson & Johnson e Jéssica Ribeiro, gerente institucional da ABA



O coquetel celebrou os 60 anos da ABA e reuniu parceiros da Entidade



O publisher e diretor-presidente do PROPMARK, Armando Ferrentini e o presidente da ABEP, Duilio Novaes

**UM NOVO OLHAR PARA O MARKETING.**

Conheça nossos comitês e presidentes em: [www.aba.com.br](http://www.aba.com.br)

**aba 60 anos**  
mudando com a mudança

Conheça nossos comitês e presidentes em: [www.aba.com.br](http://www.aba.com.br)

**aba 60 anos**  
mudando

com a Relatório de Gestão 2018-2020 **mudança**

# Nosso propósito

Mobilizamos o marketing para transformar a sociedade.



Diretoria e Conselho Superior (gestão 2018-2020)

## Porque existimos

Para liderar a construção do futuro no qual o marketing contribui para uma sociedade mais consciente e responsável no consumo e para o crescimento dos negócios por meio da eficiência e da criatividade. Vislumbramos um Brasil mais forte e uma sociedade mais livre e responsável.

## Nossos princípios fundamentais e objetivos permanentes:

- » Defender de forma permanente e intransigente a liberdade da comunicação comercial.
- » Representar, defender e orientar os interesses dos anunciantes brasileiros.
- » Reforçar o conceito e a prática da responsabilidade do anunciante e da propaganda, estimulando a autorregulação.
- » Manter permanente o diálogo com toda a sociedade e seus integrantes.
- » Incentivar a constante busca da maior eficácia do marketing e da comunicação e o aumento de sua utilização e rentabilidade como ativo competitivo de negócios, aglutinando, validando e disseminando as melhores práticas.
- » Conectar executivos e profissionais dos anunciantes e da cadeia produtiva do marketing e da comunicação.
- » Incentivar o desenvolvimento inovador, criativo e com propósito das marcas e da reputação das organizações anunciantes.
- » Incentivar a mais ampla visão e prática da sustentabilidade nas atividades de marketing e comunicação.
- » Ajudar as associadas a antecipar e planejar o futuro. Gerar, consolidar, disseminar e facilitar o acesso a conteúdo e educação relativa ao escopo de atuação da entidade.



# Finanças

As atividades e parcerias estabelecidas nos últimos dois anos tiveram foco em **inovação e excelência**, atraindo a expressiva participação e apoio promocional de grandes players do mercado, além de ações pro bono, para o programa de desenvolvimento profissional e iniciativas pontuais geradoras de valor.

A ABA manteve com **eficiência o controle das despesas e performance** em suas disponibilidades financeiras. Os resultados positivos são advindos das iniciativas de eventos e de sua expansão regional, além do forte trabalho na captação de parcerias, aliados à ação expressiva de conquista de novos associados, que somaram 143 nos últimos dois anos (2018 - 2020).

# Comunicação

## Folheto Institucional

A ABA lançou em dezembro de 2018 o Folheto Institucional, com o objetivo de disseminar sua missão e propósito para todo o ecossistema do marketing.



## Anuário ABA

Em 2018, a Revista anual da ABA foi lançada no início de dezembro e, em 2019, a edição especial em comemoração aos 60 anos da Entidade, “ABA 60 Anos, 60 Ações”, foi publicada no final de novembro.

# Advocacy



GT de Marketing Responsável



Comitê jurídico



Comitê de Relações Governamentais

O Advocacy é um dos pilares de atuação da ABA e tem como foco três frentes: defesa da liberdade de expressão; representação, defesa e orientação dos anunciantes, e diálogo permanente com o governo e toda a sociedade.

Esta frente da Entidade é suportada por uma estrutura composta pelo Grupo de Trabalho (GT) de Marketing

Responsável, coordenado por Sergio Pompílio, Vice-presidente de Assuntos Governamentais para a América Latina da Johnson & Johnson e Co-Presidente da ABA, e pelos Comitês Jurídico e de Relações Governamentais, respectivamente presididos por Dra. Mariângela Sampaio, Senior Legal Manager da Unilever/Latam Regional Category Counsel, e Daniela Rios, Gerente de Relações Governamentais da P&G. A combinação do trabalho dos três grupos, aliado ao direcionamento do Conselho Superior e Diretoria Nacional da ABA, é responsável pela construção de uma agenda relevante dos anunciantes junto ao governo e à sociedade, aumentando a visibilidade da Entidade e preparando-a para ser cada vez mais reconhecida como fonte de informação no âmbito da publicidade.

Há aproximadamente 6 anos, a ABA conta com o apoio da assessoria jurídica Magalhães e Dias – Advocacia e, em

dezembro de 2019, demos início ao contrato com a Foco Legislativo como nova assessoria para assuntos de Relações Governamentais em Brasília.

Contamos com a colaboração do GT de Marketing Responsável nos lançamentos do Guia GDPR para Profissionais de Marketing - Cinco conceitos que todo o profissional de marketing deve saber sobre Regulamentação Geral de Proteção de Dados, Guia de Representação Responsável de Gênero na Publicidade e Manual ABA para adequação à LGPD – Orientações e boas práticas de governança de dados para Publicitários.

O GT também contribuiu com a produção do artigo intitulado “Dia das Crianças e o marketing responsável”, por ocasião do Dia das Crianças, assinado por Sandra Martinelli, Presidente-Executiva da ABA e publicado no jornal Propmark em outubro de 2018.





Sergio Pompilio, Vice-presidente de Assuntos Governamentais para a América Latina da Johnson & Johnson, Copresidente do Conselho Superior e Sponsor do GT de Marketing Responsável da ABA.

No biênio 2018-2019, seguimos com entregas relevantes dos **nove Comitês Nacionais e do Grupo de Trabalho Capítulo Rio da ABA**. O aperfeiçoamento profissional, a troca de experiências e a construção de boas práticas de mercado foram resultados constantes nas reuniões entre os integrantes.

Em 30 de outubro, durante a **Reunião Anual de Comitês e GTs**, constatamos que 2019 representou o ano das entregas da ABA. Foram 10 guias de boas práticas lançados, 33 reuniões realizadas com 366 participações de integrantes representando 77 de nossas empresas associadas.



Reunião anual dos Comitês Nacionais e GTs Capítulo Rio da ABA de 2018



Reunião anual dos Comitês Nacionais e GTs Capítulo Rio da ABA de 2019

# LIDERANÇAS E PRINCIPAIS ENTREGAS DOS COMITÊS NACIONAIS E GTs CAPÍTULO RIO DA ABA EM 2018 E 2019

## Branding & Conteúdo | 2018



PRESIDENTE

**Eduardo Picarelli**

Diretor de Marketing,  
Marcas Mainstream and  
Sponsorship da HEINEKEN



VP

**Andrea Rubim**

Gerente de Digital,  
Mídia e PR da Nestlé

**Artigos publicados no PropMark  
assinados por Eduardo Picarelli:**

**“Uma discussão sobre o poder do conteúdo”**

Tema abordado na primeira reunião do Comitê, na sede do Google, em 9 de abril, com apresentações do Google e Tastemade.

🔗 [tinyurl.com/poder-conteudo](https://tinyurl.com/poder-conteudo)

**“E não é que o Qatar está logo ali...”**

Tema abordado na segunda reunião do Comitê sobre “O valor dos grandes eventos globais”, realizada na sede do Facebook Brasil.

🔗 [tinyurl.com/qatar-logo-ali](https://tinyurl.com/qatar-logo-ali)

## Branding & Conteúdo | 2019



PRESIDENTE

**Kellen Silverio**

Diretora de  
Marketing da  
Hasbro do Brasil



VP

**Marcos Sgarbi**

Especialista de  
Marketing Digital da  
3M

**Guia ABA Better Marketing:  
priorizando pessoas**

- » Guia elaborado originalmente pela WFA;
- » O guia concretizou o compromisso de contribuir para o mercado brasileiro;
- » Trouxe experiências reais de empresas que perceberam a transformação das expectativas dos consumidores.



## Comunicação | 2018



PRESIDENTE

**Ana Esteves**

à época Gerente de Patrocínios a Negócio, Ciência e Tecnologia da Petrobras



VP

**Isa Miamoto**

Coordenadora de Comunicação Externa da Unilever

### Aperfeiçoamento profissional dos integrantes do Comitê com foco em três principais temáticas:

- » Storytelling digital para falar sobre sustentabilidade
- » Consumo Consciente: Resíduos Sólidos
- » Marketing com Influenciadores
- » Planejamento e início da elaboração do Guia ABA de Boas Práticas da Transformação Cultural nas Organizações, lançado em 2019.

## Comunicação | 2019



PRESIDENTE

**Regina Teixeira**

Diretora de Assuntos Corporativos da Pepsico



VP

**Isa Miamoto**

Coordenadora de Comunicação Externa da Unilever

### Guia ABA de Boas Práticas da Transformação Cultural nas Organizações

- » As melhores práticas trazidas pelo manual foram resultado de análises sobre a cultura colaborativa, fator humano e valores de uma empresa;
- » Apresentou aplicações práticas essenciais para a transformação cultural nas organizações.





## Consumer Experience | 2018



PRESIDENTE

**Betania Gattai**

Consumer Engagement  
Centre Cluester Lead  
Latam & Brazil da  
Unilever

VP

**Em definição**

**Incentivo ao conhecimento e expertise dos associados sobre temas relevantes em Consumer Experience:**

- » Tendências em soluções para melhoria da experiência do consumidor no mundo digital
- » Gerenciamento das Emoções, fator de diferenciação em marketing de serviços e na experiência do consumidor
- » Modelos de gerenciamento de social Engage – case Unilever
- » Os desafios da digitalização e do autosserviço

## Consumer Experience | 2019



PRESIDENTE

**Betania Gattai**

Consumer Engagement  
Centres Manager for  
Latam & Brasil da  
Unilever

VP

**Ivan Félix**

Gerente de Atendimento  
ao Consumidor da  
Alpargatas Brasil da  
Unilever

VP

**Mara Rocha**

Gerente de Customer  
Experience Bradesco  
Seguros

**Desenvolvimento de Pesquisa sobre a Relevância dos times de SAC nas companhias e de Estudo sobre a visão do consumidor sobre o trabalho de Consumer Experience**

- » Pesquisa quantitativa, com lançamento previsto para 1º trimestre de 2020, na qual serão avaliados entre outros pontos:
- » Disposição do consumidor ao uso dos canais de atendimento para outros temas, além de reclamações.
- » Relevância de canais “alternativos” para atendimento ao consumidor.
- » Impacto do atendimento no futuro do cliente com a marca.



## Insights | 2018



PRESIDENTE

### **Candice Pomi**

Diretora de Pesquisa de Mercado para América Latina da Kimberly Clark



VP

### **Maria Greenblat**

à época Diretora Global de Consumer Insights da Johnson & Johnson



VP

### **Paola Toscano**

Marketing, à época Strategy & Insights Brazil da Danone

### **Artigo “Precisamos de ‘right data’ e não de ‘big data’**

- » O artigo foi publicado em janeiro de 2019
- » Assinado por Maria Carolina Greenblat, GSI Global FemCare Director da Johnson & Johnson e vice-presidente do Comitê de Insights da ABA
- » Objetivo: explorar temas que o Comitê discutiu em suas reuniões, como a relação dos dados nas empresas com as melhores tomadas de decisões de negócios

### **Elaboração e lançamento da Metacuradoria do Comitê de Insights**

- » O documento traz uma curadoria de Artigos, Livros, TEDs, Sites e Aplicativos, realizada pelo trabalho colaborativo dos integrantes do Comitê de Insights
- » Objetivo: seleção de conteúdos atuais sobre tendências de mercado e consumo

## Insights | 2019



PRESIDENTE

### **Candice Pomi**

Diretora de Pesquisa de Mercado para América Latina da Kimberly Clark



VP

### **Leandro Delarue**

Head of Marketing Analytics da Natura

### **Criatividade em workshop**

- » A consultoria de inovação e transformação digital, Frank & Einstein, apresentou o workshop “Criativo eu?”, na sede da ABA, para 28 participantes;
- » O grupo exercitou a capacidade criativa, desenvolvendo competências pessoais e profissionais.

### **Workshop sobre as mudanças no mercado**

- » Realizado na sede do Facebook em São Paulo, contou com apresentação institucional ABA;
- » Workshop “4Cs - Quatro conceitos atuais para atendermos às rápidas mudanças nas demandas dos consumidores.

### **Início da Pesquisa Inside Insights 2020**

- » Primeira Pesquisa Brasileira sobre o futuro da carreira do pesquisador
- » Parceria com Scoop & Co
- » Destinada à profissionais da área de Pesquisa de mercado & Insights no Brasil

## Jurídico | 2018



PRESIDENTE

**Dra. Vanessa Vilar**

à época Legal  
Director LATAM-  
Cluster Category  
Counsel da Unilever

VP



**Dra. Ana Pescarmona**

Head of Legal da Coty

### Pilares do Comitê

**Jurídico:** Liberdade de Expressão Comercial e Marketing Responsável.

### Grandes temas:

Publicidade Infantil, Diversidade (representação responsável de gênero e raça), Rotulagem, Condecine e Lei Geral de Proteção de Dados.

### Guia GDPR para Profissionais de Marketing:

- » Cinco conceitos que todo profissional de marketing deve saber sobre a Regulamentação Geral de Proteção de Dados
- » Lançado durante o evento ABA Summit 2018, em outubro
- » Tradução e tropicalização do documento desenvolvido pela World Federation of Advertisers (WFA), com apoio da Hunton & Williams
- » Desenvolvimento de infográfico pelo GT de Direito Digital com base no guia

### Guia para Representação Responsável de Gênero na Publicidade

- » Tradução e tropicalização do documento “Guide to Progressive Gender Portrayals in Advertising”, originalmente elaborado pela WFA
- » O documento de boas práticas objetiva inspirar os profissionais de marketing a desafiar suas próprias comunicações, com evidências convincentes de um estudo de viabilidade para anúncios não estereotipados de algumas das marcas líderes globais – assim como as implicações para a inação
- » Lançado durante o evento ABA Cannes Insights 2018, by GoAd, em julho
- » Elaboração de infográfico que objetiva compilar as etapas que os profissionais de marketing e criação podem seguir para melhorar o modo como os mesmos e suas marcas abordam a questão de gênero

(continua) >

## Jurídico | 2018

### **Fórum dos Princípios de Empoderamento das Mulheres (WEPs) 2018:**

- » Ligado ao movimento #UnstereotypeAlliance
- » Apresentação do Guia para Representação Responsável de Gênero na Publicidade
- » Participação de Dra. Vanessa Vilar, presidente do Comitê Jurídico da ABA à época e Sandra Martinelli, Presidente-Executiva.

### **MaxiMídia 2018:**

- » Participação de Dra. Vanessa Vilar, Presidente do Comitê Jurídico da ABA à época
- » Painel “Dados, Privacidade e Marcas: como as companhias devem se comportar agora”
- » Como o uso de dados, diante das novas leis de proteção à privacidade digital, deve ser tratado daqui para a frente? Empresas e marcas têm como desafio se adaptar às novas normas e esse tema precisa ser debatido publicamente no nosso mercado

### **Participação em Seminário sobre Publicidade Infantil**

- » Realizado em abril, promovido pela Abral (Associação Brasileira de Licenciamento)
- » Representados por Dra. Vanessa Vilar, defendemos a liberdade de expressão, considerando a atuação responsável e ética do Marketing para o público infantil

### **Programa Arena do Marketing**

- » Participação de Dra. Vanessa Vilar representando a ABA
- » Edição de maio, promovida pela Folha em parceria com a ESPM
- » Defesa do Comitê Jurídico de que a educação para o consumo deve ser o foco da discussão sobre a publicidade voltada para o público infantil em detrimento de sua proibição

(continua) >

## Jurídico | 2018

### **Digital Governance Exchange (DGX)**

- » Evento que aconteceu em Londres, em 6 de setembro
- » Participação de Dra. Vanessa Vilar, por Skype, a convite da WFA
- » Apresentação sobre o assunto “Lei Geral de Proteção de Dados Brasileira e seus impactos no Marketing”

### **Simpósio “Responsabilidade Social e Científica das Empresas de Alimentos”**

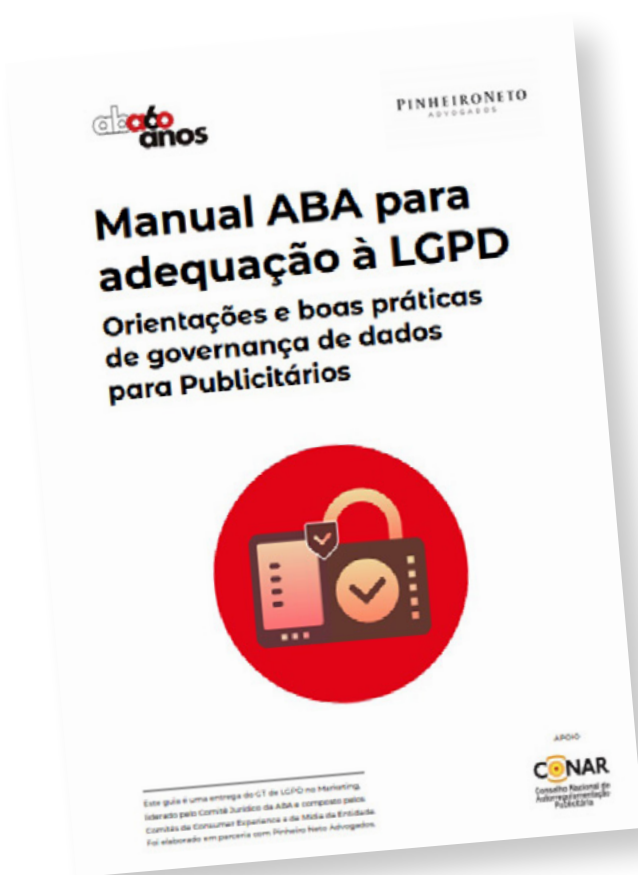
- » Participação de Dra. Eliane Quintella, Legal Marketing and Litigation Senior da Danone e membro do Comitê Jurídico da ABA
- » Painel “Apoio Institucional Externo – Marketing X Responsabilidade Social”
- » O simpósio abordou a mobilização do setor com projetos que estão sendo desenvolvidos e focados no bem-estar e qualidade de vida

### **Anvisa na ABA**

- » Dr. Renato Porto, Diretor de Regulação Sanitária da Anvisa, participou da primeira reunião do Comitê Jurídico para abordar o tema “Regulação de Rotulagem de Produtos, com foco em comunicação e no consumidor”. O encontro foi realizado no auditório do CONAR, contou com a presença de 45 executivos das empresas associadas, representantes dos Comitês Jurídico e de Relações Governamentais, que decidiram fazer sua primeira reunião do ano conjuntamente, em função da presença da Anvisa



## Jurídico | 2019



### Manual ABA para adequação à LGPD

- » O Guia é uma entrega do Grupo de Trabalho de LGPD no Marketing, liderado pelo Comitê Jurídico da ABA e composto pelos Comitês de Consumer Experience e de Mídia
- » Elaborado em parceria com Pinheiro Neto Advogados e apoio do CONAR
- » Tem o objetivo de difundir e esclarecer as novas regras da LGPD e apoiar os anunciantes a atualizarem suas práticas de Marketing & Comunicação

### Memorando de entendimento sobre Publicidade Online e Direitos de Propriedade Intelectual

- » O Comitê Jurídico da ABA, representado por Dra. Mariângela Sampaio, assinou, em 3 de dezembro, o memorando, cujo objetivo é fortalecer a proteção dos direitos de propriedade intelectual e reduzir os danos causados por atos infratores
- » O memorando foi gerado com apoio da ABA e participação no Conselho Nacional de Combate à Pirataria e aos Delitos contra a Propriedade Intelectual - CNCP, órgão consultivo da estrutura da Secretaria Nacional do Consumidor, Ministério da Justiça e Segurança Pública (Senacon)



PRESIDENTE  
**Dra. Mariângela Sampaio**

Legal Manager na UnileverLatam



VP  
**Dra. Mariângela Sampaio**

Head of Legal da Coty



VP  
**Dr. Péricles D'ávila Mendes Neto**

Diretor Jurídico da Walt Disney

## Jurídico | 2019

### **Contribuições em parceria com o Comitê de Relações Governamentais da ABA:**

- » Contribuição à consulta pública sobre recall aberta pela Senacon, sobre portaria que disciplina o procedimento de comunicação da nocividade ou periculosidade de produtos e serviços após sua colocação no mercado de consumo, doravante denominado chamamento ou recall
- » Contribuição à consulta pública sobre Rotulagem dos Alimentos, aberta pela Anvisa
- » Contribuição à consulta pública sobre o Plano de Mídia de Chamamento (Recall), aberta pela Senacon
- » Apoio na contratação da assessoria de Relações Governamentais da ABA, Foco Legislativo

### **Participação da ABA no GT Digital do CONAR**

- » O Comitê Jurídico da ABA compõe este grupo de trabalho sendo representado por Dra. Vanessa Vilar
- » Posicionamentos pela Liberdade de Expressão:
- » O Comitê Jurídico trabalhou na elaboração de documentos de posicionamentos da Entidade para auxiliar/pautar a articulação
- » da ABA com stakeholders no Congresso, Executivo e Judiciário
- » Serão dois documentos com lançamento previsto para o primeiro semestre de 2020
- » Os guias trabalharão, cada um, os temas da publicidade para o público infantil e da publicidade de bebidas alcoólicas

## Mídia | 2018



PRESIDENTE  
**Marco Frade**  
à época Head de Digital, Media & PR da LG



VP  
**Denis Onishi**  
Gerente de Mídia da FCA



VP  
**Gabriela Alves**  
Head of Media da Pepsico

### Carta Global de Mídia

- » Tradução e tropicalização do documento “Global Media Charter”, produzido pela WFA
- » Atende a uma necessidade de maior cuidado e transparência na publicidade online
- » Aponta oito princípios de parceria sobre alguns dos aspectos mais críticos da publicidade digital
- » Lançado durante o evento ABA Mídia, realizado em 25 de setembro, em São Paulo



[tinyurl.com/carta-global-midia](http://tinyurl.com/carta-global-midia)

### Livro Atitude Digital

- » Escrito por Flavio Ferrari, da UNIT34 e Sponsor Intelectual do Comitê de Mídia apoiado pelo Comitê de Mídia da ABA
- » Lançamento oficial durante o evento ABA Mídia 2018, em 25 de setembro
- » A obra, que traz uma série de entrevistas com executivos “C-Level” sobre o tema “transformação digital”, contou com um ponto de venda durante o evento e a presença do próprio autor para autógrafos

### Apoio ao PMV – Painel de Marketing de Veículos:

- » O Comitê apoiou a 23ª Edição do PMV – Painel de Marketing de Veículos, promovido pela Singular, Mídia & Conteúdo

### Apoio ao desenvolvimento da próxima geração de profissionais de Mídia:

- » Participação de Marco Frade como painelistas em evento sobre Criatividade para a Mídia Exterior em SP, promovido pela ESPM

## Mídia | 2019



PRESIDENTE  
**Marco Frade**  
à época Head de Digital, Media & PR da LG



VP  
**Denis Onishi**  
Gerente de Mídia da FCA



VP  
**Gabriela Alves**  
Head of Media da Pepsico

### Estudo Digital Marketing Readiness by McKinsey & Company

- » O Comitê de Mídia da ABA divulgou o estudo, apoiando o alto número de respondentes.
- » Em 5 de fevereiro foi apresentado o estudo;
- » Estudo contemplou um roadmap para que as empresas possam atingir a maturidade na atividade;
- » O objetivo foi traçar um panorama da maturidade da atividade, analisar as melhores práticas adotadas pelas empresas líderes e sugerir caminhos para evolução.

### Encontro #ABAforadaABA com Eletromídia

- » O Comitê de Mídia promoveu um de seus encontros em parceria com Eletromídia com objetivo de explorar oportunidades em mídias OOH

### Guia ABA de Métricas de Audiência e AdVideo

- » Documento de boas práticas elaborado pela liderança e integrantes do Comitê de Mídia da ABA
- » Propõe boas práticas para a mensuração de publicidade no formato de AdVideo;
- » O guia é resultado de estudos e debates do Comitê realizados por 18 meses



### Disseminação dos conceitos da Carta Global de Mídia

- » A tropicalização do documento original “Global Media Charter”, da WFA, foi realizada em 2018. Em 2019, o Comitê trabalhou na sustentação e disseminação dos conceitos da Carta junto ao mercado de Marketing nacional.



## Mídia | 2019

### Relatório global de maturidade do mercado programático de 2018

- » Tradução e tropicalização do guia, elaborado originalmente pela WFA em parceria com a Infectious Media;
- » O documento tem como objetivo de contextualizar o cenário para o mercado de anúncios e mídias programáticas

### Encontro #ABAforadaABA com JCDecaux

- » O Comitê de Mídia promoveu um de seus encontros em parceria com a JCDecaux com objetivo de explorar oportunidades em mídias OOH



## Relações Governamentais | 2018



PRESIDENTE

**Juliana Vansan**

Diretora de Relações Governamentais da HEINEKEN



VP

**Larissa Moré**

Head Corporate Affairs Manager Latam da Reckitt Benckiser



VP

**André Porto**

Gerente de Relações Governamentais da Coca-Cola FEMSA

### Direcionamento da contratação da assessoria de Relações Governamentais da ABA

- » O Comitê de Relações Governamentais da ABA direcionou a Entidade na contratação de uma assessoria de Relações Governamentais sediada em Brasília, à época, JC Articulação e Estratégias

### Mapa de Risco da ABA

- » O mapa de risco da ABA foi elaborado pelas lideranças e integrantes do Comitê de Relações Governamentais, com apoio do Comitê Jurídico
- » Definição dos assuntos prioritários para os associados da ABA
- » Material base para o trabalho da assessoria de Relações Governamentais da ABA em Brasília

## Relações Governamentais | 2019



PRESIDENTE

### Daniela Rios

Gerente de Relações Governamentais da P&G



VP

### Larissa Moré

Head Corporate Affairs Manager Latam da Reckitt Benckiser



VP

### André Porto

Gerente de Relações Governamentais da Coca-Cola FEMSA

### Manual ABA de Boas Práticas e Responsabilidade pelo Fim do Assédio em Eventos

- » Lançado em 19 de fevereiro, durante o evento de celebração dos 60 anos da ABA
- » O Comitê de Relações Governamentais elaborou e lançou o documento como resposta à relevância e urgência do tema “assédio sexual”
- » O documento reforçou o protagonismo com que a ABA trata e trabalha o tema, por meio de ações concretas, para que a publicidade cumpra seu papel de conscientização
- » Divulgado em inglês e português pela WFA - World Federation of Advertisers
- » Em uma união de esforços, saberes, competências e propósitos, o Comitê de Relações Governamentais contou com a expertise da Think Eva, núcleo de inteligência ligado à ONG Think Olga, que trabalha com o objetivo de empoderar mulheres por meio da informação

### Estratégia de Advocacy da ABA

- » O Comitê de Relações Governamentais, apoiado pelo Comitê Jurídico da ABA, foi responsável pelo direcionamento da contratação de nova assessoria em Brasília da Entidade, a Foco Legislativo
- » Em 2019, iniciou o trabalho de elaboração do Plano Estratégico de Advocacy da ABA, em parceria com a Foco Legislativo
- » Direcionou a revisão do Mapa de Risco da ABA para fundamentar a criação do Plano Estratégico de Advocacy

## Relações Governamentais | 2019



### Guia Criando a Ponte entre os Times de Marketing e Políticas Públicas

- » O guia foi trazido para o Brasil como uma entrega do Comitê de Relações Governamentais, com apoio do Comitê de Comunicação da ABA
- » O documento, que em sua versão brasileira conta com o apoio da ABRIG – Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais – está inserido no contexto da revolução digital e seu forte impacto nas empresas e na forma como elas se relacionam com diferentes stakeholders
- » Esta entrega defende ser fundamental que as marcas promovam o alinhamento estratégico de sua comunicação com outras áreas da empresa, especialmente com a área de assuntos corporativos, que engloba os times de relações governamentais, políticas públicas e regulamentação, sendo, em última instância, responsável por salvaguardar a reputação da companhia



## Sourcing | 2018



PRESIDENTE

**Sheila Vieira**

à época Commerce  
Procurement Manager  
da HEINEKEN



VP

**Carolina Miana**

à época Coordenadora  
de Compras de  
Marketing na  
HEINEKEN

### Participação de Sheila Vieira no artigo “Procurement quer ser estratégico na relação com área de marketing”

- » No artigo, Sheila diz que “Um dos objetivos do comitê da ABA é fomentar uma nova cultura para o procurement: otimizar investimentos e mostrar que marketing é investimento e não custo”

## Sourcing | 2019



PRESIDENTE

**Sheila Vieira**

à época Commerce  
Procurement Manager  
da HEINEKEN



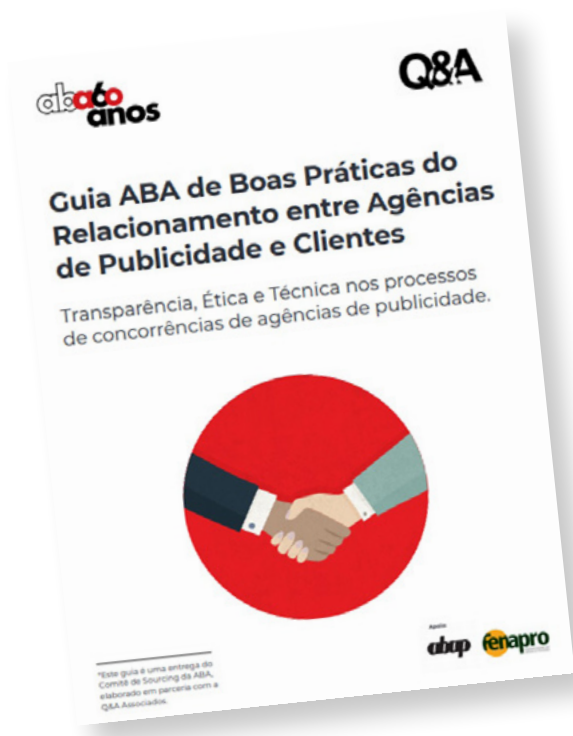
VP

**Carolina Miana**

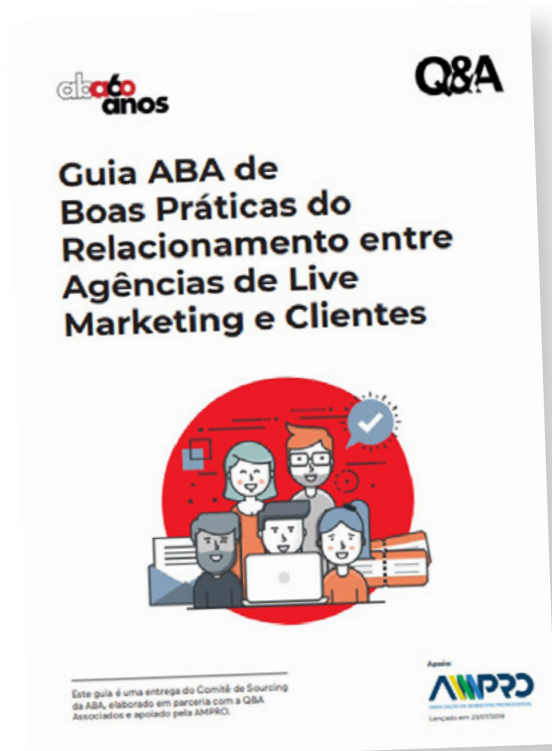
Commercial Media da  
P&G

### Guia ABA de Boas Práticas do Relacionamento entre Agências de Publicidade e Clientes

- » Lançado durante a realização do evento Branding@ABA, em 25 de abril, em São Paulo;
- » Contou com 29 tópicos e dez princípios para uma relação saudável, ética e transparente;
- » Elaborado em parceria com a Q&A Associados, contou com o apoio da ABAP (Associação Brasileira de Agências de Publicidade) e da FENAPRO (Federação Nacional das Agências de Propaganda), tendo como sponsor Danielle Bibas, Conselheira da ABA e Vice-Presidente de marcas e comunicação da Avon.



## Sourcing | 2019



### **Guia ABA de Boas Práticas do Relacionamento entre Agências de Live Marketing e Clientes**

- » Lançado durante a realização do evento ABA Cannes Insights – By GoAd, em 23 de junho, em São Paulo;
- » Estimula a transparência, ética e consciência na rede de relacionamentos dos atores do mercado publicitário;
- » Desdobramento das questões levantadas na publicação do primeiro “Guia ABA de Boas Práticas do Relacionamento entre Agências de Publicidade e Clientes”.
- » Conteúdo desenvolvido em parceria com a Q&A, Associados, Consultoria Especialista no Relacionamento entre Agências e Clientes.

## Trade & Retail | 2018



PRESIDENTE

### Eduardo Castro

Gerente Sr de Trade Marketing – Trade Marketing e Serviços ao Mercado da BASF/ Suvinil



VP

### Thiago Cunha

Gerente Nacional de Trade Marketing do McDonald's

#### Latam Retail Show

- » Realizado entre 28 e 30 de agosto. ABA estruturou o painel “Um Minuto de Silêncio para o Antigo Marketing de Varejo”
- » Participação de Eduardo Castro e Thiago Cunha, presidente e vice-presidente do Comitê de Trade & Retail como moderadores do painel e responsáveis pela curadoria

#### Artigo “Tendências do varejo e do comportamento do shopper”

- » Publicação no PropMark em 29 de outubro

#### Assuntos abordados:

- » Comportamento de compra e consumo da nova geração
- » Transformação dentro das empresas para acompanhar a evolução do consumidor
- » Omnichannel – o All Line chegou para ficar
- » Ferramentas digitais e experiências no Varejo – O digital contribuindo no aumento da venda na loja física

#### Participação no evento Ampro Live Talks:

- » Participação de Eduardo Castro, como presidente do Comitê de Trade & Retail da ABA, no painel “Como alinhar agências, varejo e indústria ao futuro do trade.

## Trade & Retail | 2019



PRESIDENTE

### Eduardo Castro

Gerente Sr de Trade Marketing – Trade Marketing e Serviços ao Mercado da BASF/ Suvinil



VP

### Thiago Cunha

Gerente Nacional de Trade Marketing do McDonald's

#### Manual ABA de Execução de Trade em Lojas

- » Lançado durante a realização da reunião do Conselho Superior da ABA, em 26 de novembro
- » Tem por objetivo evocar a importância do desenvolvimento das melhores práticas na execução dos produtos em loja e assim aprimorar a experiência do consumidor no ponto de venda

## ABA - Capítulo Rio

### Grupos de Trabalho em 2018 e 2019

#### Grupos de trabalho em 2018

##### Coordenadores:

##### Branding & Conteúdo

**Alessandra Carreiro**, gerente de Planejamento de Comunicação e Marcas, BR Distribuidora

##### Comunicação & Sustentabilidade

**Berenice Menezes**, Press Relation Manager da TIM

##### Insights

**Adriana Bahia**, Gerente de Qualidade e Relacionamento com Clientes do Bradesco Seguros

**Luiz Romero**, Diretor Acadêmico de Pós-Graduação e Educação Executiva, da ESPM

##### Mídia

**Mariana Bieler**, Gerente Setorial de Mídia da Petrobras

**Suellen Medeiros**, Mídia da United Health Group Brasil (Amil)

##### Trade & Retail

**Cinthia Lira**, Gerente de Desenvolvimento de Marketing da Souza Cruz

## ABA Capítulo Rio

### Grupo de trabalho em 2019

Como parte de seu plano estratégico para 2020, a ABA unificou seus Grupos de Trabalho no Capítulo Rio em um único grupo, intitulado GT ABA Capítulo Rio. A união de forças entre os GTs anteriores resultam em maior robustez nas reuniões em termos de agenda e quórum.

A estrutura única do GT ABA Capítulo Rio será coordenado por 6 executivos, responsáveis por temas específicos, conforme indicado abaixo:

#### **Branding e Consumer Experience**

**Alessandra Carreiro**, gerente de Planejamento de Comunicação e Marcas, BR Distribuidora

#### **Comunicação e Insights**

**Adriana Bahia**, Gerente de Qualidade e Relacionamento com Clientes do Bradesco Seguros

**Berenice Menezes**, Press Relation Manager da TIM

**Luiz Romero**, Diretor Acadêmico de Pós-Graduação e Ed. Executiva, da ESPM

#### **Trade & Retail**

**Cynthia Lira**, Gerente de Desenvolvimento de Marketing da Souza Cruz

#### **Mídia**

**Igor Rocha**, Digital Jr. Manager da Coca-Cola



# As Entregas dos Comitês da ABA: Boas Práticas e Recomendações



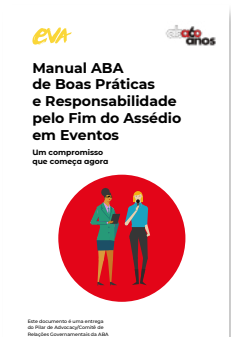
JULHO 2018  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Jurídico



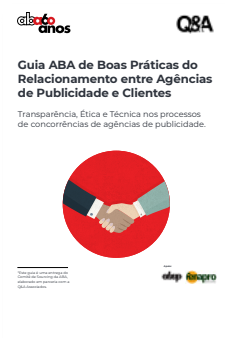
SETEMBRO 2018  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Mídia



OUTUBRO 2018  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Jurídico



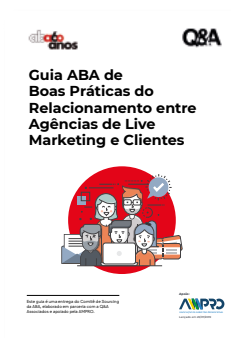
FEVEREIRO 2018  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Relações Governamentais



ABRIL 2019  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Sourcing



JUNHO 2019  
GT COMPOSTO Consumer Experience, Jurídico e Mídia



JULHO 2019  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Sourcing



AGOSTO 2019  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Mídia



AGOSTO 2019  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Mídia



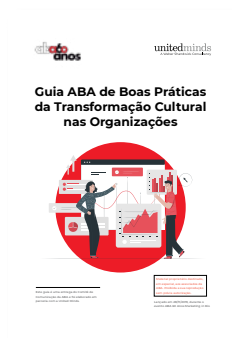
OUTUBRO 2019  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Branding & Conteúdo



OUTUBRO 2019  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Relações Governamentais



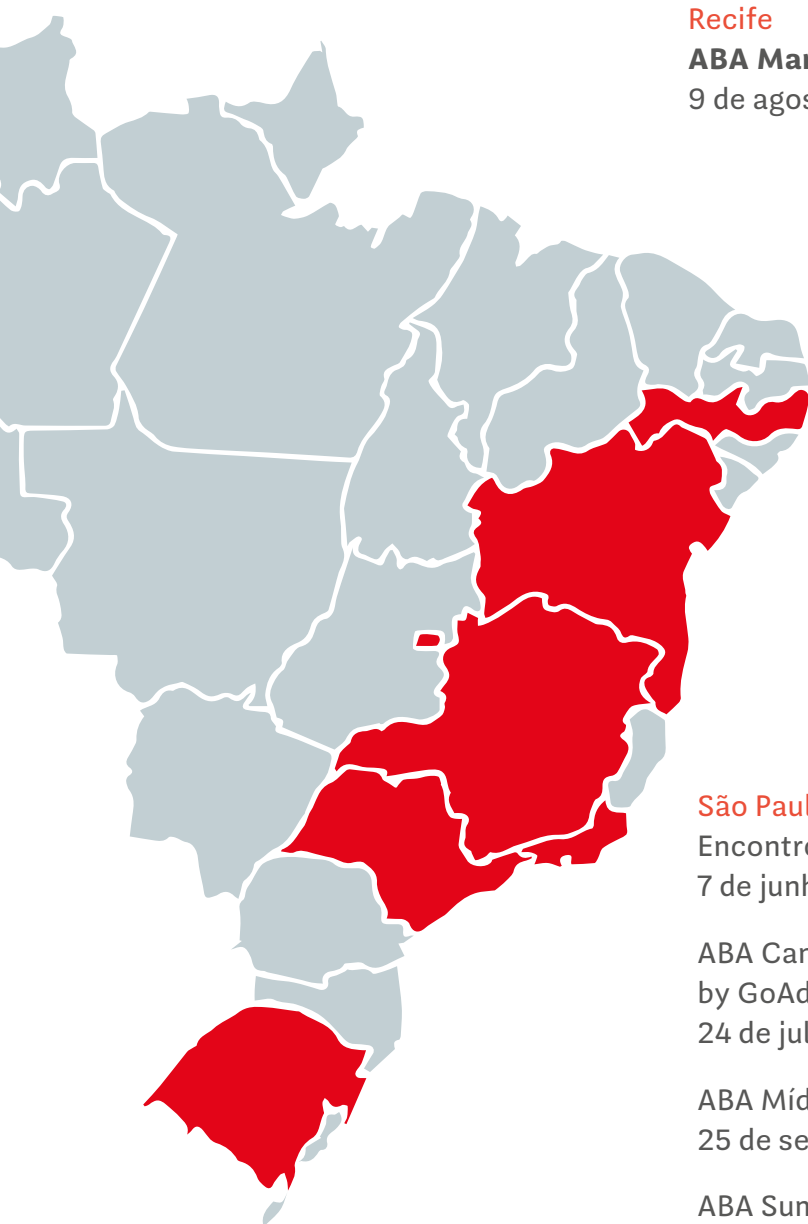
NOVEMBRO 2019  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Trade & Retail



NOVEMBRO 2019  
COMITÊ RESPONSÁVEL: Comunicação

# Eventos

## 2018



### Recife

**ABA Marketing** in Recife

9 de agosto

### Salvador

**ABA Marketing** in Salvador

4 de abril

### Brasília

**ABA Marketing** in Brasília

13 de setembro

### Rio de Janeiro

**ABA Marketing** in Rio

7 de novembro

### São Paulo

Encontro Nacional de Anunciantes (ENA)

7 de junho

ABA Cannes Insights –

by GoAd

24 de julho

ABA Mídia

25 de setembro

ABA Summit

23 de outubro

### Porto Alegre

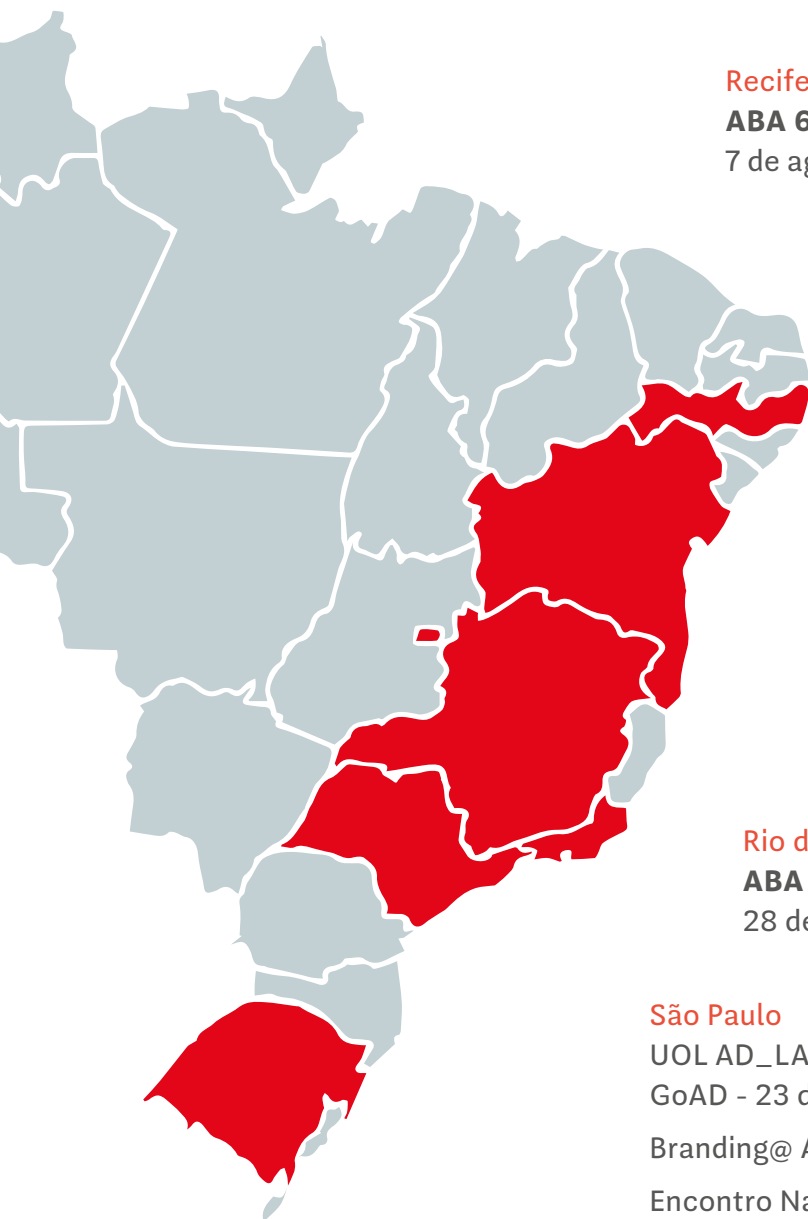
**ABA Marketing** in Porto Alegre

26 de abril

Em 2018 foram realizados 10 eventos, dentre eles o ENA, em junho, o ABA Mídia, em setembro, e o ABA Summit, em outubro, todos em São Paulo. Neste ano, os encontros atraíram um número maior de interessados e contaram com diversos profissionais qualificados que trocaram valiosas experiências e intensificaram o networking. Esses encontros também geraram expressivos projetos, recomendações e guias de melhores práticas que agregaram valor aos associados e ao mercado.

# Eventos

## 2019



### Recife

**ABA 60 anos** Marketing in Recife  
7 de agosto

### Salvador

**ABA 60 anos** Marketing em  
Salvador 10 de abril

### Belo Horizonte

**ABA 60 anos** Marketing in Belo Horizonte  
11 de setembro

### Brasília

**ABA 60 anos** Marketing in Brasília  
23 de maio

### Rio de Janeiro

**ABA 60 anos** Marketing in Rio  
28 de novembro

### São Paulo

UOL AD\_LAB apresenta ABA SXSW insights 2019, by  
GoAD - 23 de abril

Branding@ ABA 2019 - 25 de abril

Encontro Nacional de Anunciantes (ENA)  
4 de junho

ABA Cannes Insights – by GoAd - 23 de julho

ABA Mídia - 27 de agosto

ABA, AMPRO & Q&A: As boas práticas do  
relacionamento entre agências de Live Marketing e  
clientes - 3 de setembro

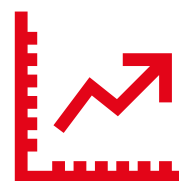
ABA & APP: Os Futuros Profissionais de Propaganda  
26 de setembro 03 de outubro

ABA Summit - 22 de outubro

### Porto Alegre

**ABA 60 anos** Marketing  
in Porto Alegre  
12 de junho

# Pesquisa de satisfação



Eventos 2018		Expetativas atendidas	Conteúdo	Palestrantes	Divulgação	Organização
1.	ABA Marketing in Salvador	100%	100%	100%	100%	100%
2.	ABA Marketing in Porto Alegre	100%	100%	100%	91,3%	100%
3.	ENA 2018	84,6%	89,2%	92,3%	97%	84,6%
4.	ABA Canes Insights - by GoAd	100%	100%	100%	96,2%	96,2%
5.	ABA Marketing in Recife	97,6%	100%	100%	76,2%	95,3%
6.	ABA Marketing in Brasília	100%	93,75%	94%	93,75%	94%
7.	ABA Mídia	88%	97%	97%	100%	97%
8.	ABA Marketing in Belo Horizonte	87,1%	96,8%	100%	88%	100%
9.	ABA Summit	89%	96,5%	97,7%	93,7%	95,5%
10.	ABA Marketing in Rio	100%	100%	100%	100%	100%

Eventos 2019		Expetativas atendidas	Conteúdo	Palestrantes	Divulgação	Organização
1.	ABA Marketing in Salvador	95%	95%	98%	88%	100%
2.	UOL AD_LAB apresenta ABA SXSW Insights 2019, by GoAd	100%	100%	100%	100%	100%
3.	Branding @ABA	100%	100%	100%	100%	100%
4.	ABA 60 anos Marketing em Brasília	97%	94%	93%	88%	97%
5.	ENA 2019	78%	74%	93%	96%	89%
6.	ABA 60 anos Marketing em Porto Alegre	89%	89%	100%	100%	89%
7.	ABA Cannes Insights 2019, by GoAd	100 %	93%	100%	87%	87%
8.	ABA 60 anos Marketing em Recife	95%	100%	100%	87%	100%
10.	ABA Summit 2019	91%	94%	97%	87%	97%
11.	ABA 60 anos Marketing in Rio	95%	95%	95%	95%	95%



# ABA em números

## 2018

### 10

Eventos realizados

### 2021

Participantes

### 35

Painéis

### 111

Palestrantes/  
moderadores

### 53

Patrocinadores/  
apoiadores

### 94,6%

de índice de  
aprovação do público  
(bom, muito bom e excelente)

Posts em  
redes sociais

### 810

Portal

### 1.105

Facebook

### 1.333

Linkedin

### 1.118

Instagram

### 1.180

Twitter

## Agenda da ABA 2018

✓ **10** eventos próprios

✓ **36** reuniões com agências

✓ **19** eventos externos

✓ **13** reuniões com associações

✓ **54** reuniões de Comitês e GTs

✓ **47** reuniões com o mercado

✓ **26** reuniões com veículos

✓ **21** reuniões com os parceiros estratégicos

✓ **85** reuniões com anunciantes

✓ **6** reuniões de Diretoria / Conselho

# ABA em números

## 2019

**14**

Eventos realizados

**2436**

Participantes

**46**

Painéis

**157**

Palestrantes/  
moderadores

**50**

Patrocinadores/  
apoiadores

**94,6%**

de índice de  
aprovação do público  
(bom, muito bom e excelente)

Posts em  
redes sociais

**870**

Portal

**751**

Facebook

**551**

Linkedin

**563**

Instagram

**579**

Twitter

## Agenda da ABA 2019

✓ **14** eventos realizados

✓ **28** reuniões com agências

✓ **17** eventos externos

✓ **111** reuniões com as associações

✓ **41** reuniões de Comitês e GTs

✓ **104** reuniões com o mercado

✓ **20** reuniões com os veículos

✓ **21** reuniões com os parceiros estratégicos

✓ **125** reuniões com veículos

✓ **5** reuniões de Diretoria/  
Conselho

# Parceiros e patrocinadores 2018

## 15

PARCEIROS  
ESTRATÉGICOS



## 13

PATROCINADORES



## 17

PARCEIROS  
DE MÍDIA



## 05

PARCEIROS  
PRO BONO



# Parceiros e patrocinadores

## 2019

# 18

### Parceiros estratégicos



# 15

### Patrocinadores



# 15

### Parceiros de mídia



# 06

### Parceiros Pro Bono



## ABA Visita



1. Maren Lau, do Facebook
2. Amilcare Neto, da RedeTV!, Silvana Balbo, do Carrefour, e Sandra Martinelli
3. Anne Hamon e Olga Martinez, da Amélie
4. Dr. Luciano Benetti Tim, Secretário Nacional do Consumidor, Dr. Leonardo Martins e Dra. Vanessa Villar, da Unilever
5. Daniela Rios, da P&G



## ABA Visita



- 6. Márcio Maciel e Cristiano Flores, da ABERT; Jéssica Ribeiro, Sandra Martinelli e Sandra Zanetti, da ABA
- 7. Ricardo Wolff, da Johnson & Johnson
- 8. Renato Camera, da GSK
- 9. Marcio Borges, da WMcCann Rio
- 10. Marcelo Pacheco, do Grupo RBS
- 11. Dr. Edney Narchi e Carlos Eduardo Correa, do CONAR; Alexandre Gibotti e Alexandre Secco, da ABAP; Dra. Lucia Magalhães, Jéssica Ribeiro e Sandra Martinelli, da ABA
- 12. Marco Bebiano, e Isabella Milano, ambos do Google.

## ABA Visita



- 14. ABA participa da reunião do Conselho de Comunicação da SECOM-SP, com a presença do governador João Doria
- 15. Armando Ferrentini e Tiago Ferrentini, do PROPMARK, e Sandra Martinelli
- 16. Elio George, da Riachuelo
- 17. Patrícia Borges e Patrick Sabatier, da L'oréal
- 18. Simone Mesquita, do BNDES-Rio



## ABA Visita



- 20. Sebastian Linnemann, da Estácio – Rio
- 21. Ana Paula Castello Branco, da TIM
- 22. Thomaz Naves, da Record TV
- 23. Otelmo Drebes Jr., da Loja Lebes
- 24. Nelcina Tropardi, Presidente da ABA e Vice-Presidente de Sustentabilidade e Assuntos Corporativos da HEINEKEN, visitando o Propmark e concedendo uma entrevista especial para toda a equipe editorial.

## ABA Visitada



1. Dra. Lucia Magalhães e Dr. Gabriel Dias, do escritório Magalhães e Dias Advocacia, assessoria jurídica da ABA
2. Renata Brasil, da Hypera
3. Fabiano Destri Lobo, da Mobile Marketing Association
4. Luiz Fernando Rodovalho e Wilson Nogueira Jr., do SEPEX - SP
5. Thais Chede, da TV Globo
6. Fatima Rendeiro, da ABP e da In Loco
7. Marianna Souza, da APRO



## ABA Visitada



- 
- |  |   |
|--|---|
| <p>8. Paulo Neves, da ABA, Pedro Silva, do IVC, e Marco Frade, da ABA</p>      | <p>11. Sérgio Bronzato e Fábio Toretta, ambos da Sabesp</p>     |
| <p>9. Allan Fonseca, da Guardians, e Pyr Marcondes, do Meio &amp; Mensagem</p> | <p>12. Eduardo Simon, da DPZ&amp;T, e Ênio Vergeiro, da APP</p> |
| <p>10. Sergio Giorgetti e Patricia Mascagni, ambos da Visa</p>                 | <p>13. Marcus Vinicius Chisco, da CNN Brasil</p>                |



# Entidades parceiras

## Entidades Internacionais Parceiras:

**WFA** - World Federation of Advertisers

**ANA** - Association of National Advertisers

**ISBA** - Incorporated Society of British Advertisers

## E outras 60 associadas nacionais de anunciantes, nos 6 continentes, filiadas à WFA

**ABAP** - Associação Brasileira de Agências de Publicidade

**ABOOH** - Associação Brasileira de Out-of-Home

**ABEP** - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa

**ABERJE** - Associação Brasileira de Comunicação Empresarial

**ABERT** - Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão

**ABF** - Associação Brasileira de Franchising

**ABIA** - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos

**ABICAB** - Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas

**ABIR** - Associação Brasileira das Indústrias de Refrigerantes e de Bebidas Não Alcoólicas

**ABMN** - Associação Brasileira de Marketing e Negócios

**ABP** - Associação Brasileira de Propaganda

**ABRACOM** - Associação Brasileira das Agências de Comunicação

**ABRADI** - Associação Brasileira dos Agentes Digitais

**ABRAL** - Associação Brasileira de Licenciamento de Marcas e Personagens

**ABRINQ** - Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos

**ABRE** - Associação Brasileira de Embalagem

**ABTA** - Associação Brasileira de Televisão por Assinatura

**AMPRO** - Associação de Marketing Promocional

**ANER** - Associação Nacional de Editores de Revistas

**ANJ** - Associação Nacional de Jornais

**APP** - Associação dos Profissionais de Propaganda

**CEBDS** - Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável

**CENP** - Conselho Executivo das Normas-Padrão

**CONAR** - Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária

**CPPU** - Comissão de Proteção à Paisagem Urbana

**CLUBE DE CRIAÇÃO**

**ESOMAR** - Sociedade Europeia para Pesquisa de Opinião e Mercado

**FENAPRO** - Federação Nacional das Agências de Propaganda

**GA&N** - Grupo de Atendimento & Negócios

**GM** - Grupo de Mídia

**GP** - Grupo de Planejamento

**IAB** - Interactive Advertising Bureau

**IPA** - Instituto Palavra Aberta

**IVC** - Instituto Verificador de Comunicação

**MMA** - Mobile Marketing Association

**MSP** - Mauricio de Sousa Produções

**POPAI Brasil** - Marketing de Varejo no Ponto de Venda

**SEPEX** - Sindicato das Empresas de Publicidade Exterior

# Empresas associadas

## AÉREO

Azul Linhas Aéreas  
Gol Linhas Aéreas  
LATAM Airlines Brasil

## ALIMENTOS

Ajinomoto do Brasil  
Arcor do Brasil  
Asa Indústria  
Aurora Alimentos  
Barilla  
Bauducco  
Bimbo do Brasil  
BRF Foods  
Bunge  
Burger King  
Cacau Show  
Camil Alimentos  
Cargill  
Danone  
Ferrero  
JBS – Seara  
JDE Coffee  
Kellogg's  
Lactalis do Brasil  
Mars Brasil  
McDonald's  
Mondeléz  
Nestlé  
Nissin Foods do Brasil  
Pepsico  
São Braz  
Unilever  
Vigor

## AUTOMOTIVO

Audi do Brasil  
FCA  
General Motors  
Hyundai  
MAN (caminhões VW)  
Peugeot Citroën  
Pirelli  
Toyota  
Volkswagen

## BANCOS E SERVIÇOS FINANCEIROS

Alelo  
Banco do Brasil  
Banco do Nordeste  
B3 – Brasil, Bolsa,  
Balcão

BNDES  
Bradesco  
Caixa  
Cielo  
Desenvolve SP  
Itaú Unibanco  
Mastercard  
Santander  
Visa

## BEBIDAS

AmBev  
Bacardi-Martini  
Campari  
Cervejaria Petrópolis  
Coca-Cola  
Coca-Cola Femsa  
Diageo  
Heineken  
Müller  
Pernod Ricard  
Red Bull

## CONSTRUÇÃO E MERCADO IMOBILIÁRIO

MRV Engenharia  
Weber Saint-Gobain

## EDUCAÇÃO

Cultura Inglesa SP  
ESPM Rio  
Estácio de Sá

## ELETRÔNICO

AOC  
Electrolux  
LG  
Samsung

## EMBALAGEM

Tetra Pak

## ENERGIA/QUÍMICA/ PETROQUÍMICA/ SIDERURGIA

3M  
Akzo Nobel  
BASF  
BR Distribuidora  
Ipiranga  
Raízen (Shell/Cosan)  
Sherwin-Williams

Syngenta  
Ultragaz

## HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS

Asa Indústria  
Avon  
BDF Nívea  
Colgate-Palmolive  
Coty  
Embellez  
Grupo Boticário  
IFF Essências  
Johnson & Johnson  
L'Oréal  
Natura  
P&G  
Unilever  
**HIGIENE/LIMPEZA**  
Kimberly-Clark  
Reckitt Benckiser

## MATERIAL ESCOLAR/ BRINQUEDOS

Faber Castell  
Hasbro  
Mattel

## MODA E VESTUÁRIO

Alpargatas  
Grendene  
Renner  
Riachuelo

## MINERAÇÃO

Vale

## PLÁSTICOS E BORRACHAS

Bridgestone do Brasil

## PORTAIS

OLX  
UOL  
Verizon Media

## PRODUTOS E SERVIÇOS DE SAÚDE

Eurofarma  
GlaxoSmithKline Brasil  
Grupo Fleury  
Grupo Notre Dame

Intermédica  
Hypera  
Sanofi

## SEGURADORAS

Sul América Seguros  
UHG Brasil (Amil)

## SERVIÇOS E ENTRETENIMENTO

CVC Viagens  
Localiza – Rent a Car  
Sem Parar  
Sodexo Pass  
Walt Disney

## SERVIÇOS PÚBLICOS

CDHU  
CPFL  
CPTM  
EMAE  
Metrô SP  
Sabesp

## TABACO

Souza Cruz

## TECNOLOGIA/ SOFTWARE

SAP Brasil

## TELECOMUNICAÇÕES

Nextel  
Oi  
Telefonica Vivo  
Tim

## VAREJO

Carrefour  
Dufry – Duty Free  
Grupo Pão de Açúcar  
Grupo Polocal  
Lojas Lebes  
Magazine Luiza  
Walmart / Walmart.com

Foto 1: Reunião com a Diretoria Capitulo-Rio, em novembro de 2019

Foto 2 – A presidente da ABA, Nelcina Tropardi, durante o evento “Rádio: Mercado em Sintonia”, promovido pela ABERT

Foto 3: Igor Tobias, Jéssica Ribeiro, Celio Ashcar Jr., Sandra Martinelli, Morena Leite, Sheila Vieira, Patricia Segatto Palley e Wilson Ferreira Jr., durante o lançamento do Guia ABA de Boas Práticas do Relacionamento entre Agências de Live Marketing e Clientes

Foto 4: Sandra Martinelli, ao lado de Adelio Brito (Mackenzie), Josué Brazil (UNITAU), João Oliver (Wunderman), Filipe Crespo (FECAP/APP/Creativosbr) e Enio Vergeiro (APP), durante o evento “Os Futuros Profissionais de Propaganda”, realizado em parceria com a APP







Associação Brasileira de Anunciantes  
aba.com.br  
comunicacao@aba.com.br  
+55 11 3283-4588

 [bit.ly/facebook-aba](https://bit.ly/facebook-aba)  
 [twitter.com/abatransformar/](https://twitter.com/abatransformar/)  
 [instagram.com/abatransformar/](https://instagram.com/abatransformar/)  
 [bit.ly/linkedin-aba](https://bit.ly/linkedin-aba)

---

Filiada à WFA  
World Federation of Advertisers



wfanet.org  
info@wfanet.org  
+32 2 502 57 40

 [twitter @wfamarketers](https://twitter.com/wfamarketers)  
 [youtube.com/wfamarketers](https://youtube.com/wfamarketers)  
 [linkedin.com/company/wfa](https://linkedin.com/company/wfa)