DISDAL

O trabalho por trás das prateleiras

Nascida em Brasília da união de empresários com mais de duas décadas de experiência em distribuição, atacado e varejo, a Disdal se consolidou como uma das principais distribuidoras do Centro-Oeste e do Norte do país. Hoje, representa indústrias nacionais e multinacionais e envolve cerca de 2 mil pessoas em sua operação.

Apesar da expansão para outros estados, o coração do negócio continua na capital. É no DF que ficam a matriz e também o Centro de Distribuição Clair Dal Berto, batizado em homenagem ao fundador. Só no DF, a Disdal atende cerca de 5 mil pontos de venda e reúne cerca de 650 parceiros diretos e indiretos. Com investimento em tecnologia e na capacitação das equipes, a distribuidora aposta no cumprimento rigoroso dos prazos e no atendimento próximo para crescer.

A Disdal completa 20 anos em 2026, mas a história da família Dal Berto com o comércio começou três décadas antes. Em 1976, Pedro Dal Berto abriu uma pequena mercearia embaixo de casa, em Francisco Beltrão, no Paraná. Em 1988, ele deixou como herança uma Kombi para três dos sete filhos: Edy, Cedi e Clair. Com o veículo, os irmãos começaram a vender doces a pronta-entrega, primeiro passo de uma trajetória que passaria pela rede Ítalo Supermercados e pelo atacado La Valle.

Em 2004, a família entrou em sociedade na Ced Centro, distribuidora que atendia o Centro-Oeste e o Norte. Com o fim da parceria, nasceu em Brasília, em 2006, a Disdal. "Hoje, somos uma distribuidora B2B com matriz em Brasília e filiais em Goiás, Rondônia e Acre. Atendemos mais de 21 mil pontos de venda e funcionamos como extensão das indústrias que representamos no varejo", conta Rafaela Dal Berto Carneiro, diretora de Trade da Disdal e filha de Clair.

Para a executiva, o que diferencia a marca é o que acontece depois da entrega: a execução no ponto de venda. "Temos mais de 300 promotores e mais de 500 profissionais na força de vendas cuidando para que o produto esteja na gôndola certa, com preço e exposição", explica.

Segundo Rafaela, a indústria hoje procura quem faz o produto girar, e não apenas quem entrega. Na prática, isso significa levar o produto a todo tipo de comércio, garantir que ele esteja bem exposto e acompanhar o que chega ao consumidor. Esse modelo aproximou a Disdal de marcas como Red Bull, Kraft Heinz, Nissin, Mondelez, PepsiCo, NIVEA, Colgate, Ypê, SC Johnson, 3M e Duracell. "Com elas, montamos ações conjuntas, como o Clube VIP Disdal, que reúne os maiores clientes de cada região e os principais fornecedores. É um exemplo de como a parceria entre indústria e distribuidor faz o produto crescer", diz.

Essa relação de confiança, segundo ela, vem da identidade construída em duas décadas. "Somos uma marca sólida e regional, que fala a língua do comerciante e tem a ética como base", ressalta. Internamente, a empresa busca transmitir aos colaboradores um sentimento de família, herança da origem do negócio. O resultado aparece nos reconhecimentos: a certificação Great Place to Work, renovada há mais de cinco anos, e um lugar entre as 40 melhores no ranking das Melhores Empresas para Trabalhar no Centro-Oeste.

Divulgação



Carolyne Dal Berto Espíndola de Queiroz, Lucas Felipe Dal Berto, Luciana Maria de Costa Dal Berto e Rafaela Dal Berto Carneiro

Cultura familiar

Com a morte de Clair Dal Berto, em 2022, a gestão passou para a segunda geração da família. Para Rafaela, a transição exigiu mais do que manter o legado do pai. "Tivemos que provar que éramos capazes de estar à frente de um negócio", afirma. A resposta veio em três frentes. Na governança, a distribuidora criou um conselho consultivo com especialistas de fora da família, um Programa de Integridade, uma controladoria autônoma e um canal de denúncias. Em pessoas, investiu na Academia de Líderes, no Workshop de Vendas e em treinamento contínuo. Com os clientes, iniciativas como o Clube de Vantagens, o Almoço de Negócios e eventos com varejistas e indústrias passaram a fazer parte da estratégia.

A proximidade com o varejo faz parte da história de Rafaela. Aos 18 anos, ela entrou na Disdal como representante comercial autônoma (RCA), atendendo comerciantes da Asa Norte, da Asa Sul, do Lago Norte, do Varjão e da Rodoviária. "Tive ensinamentos que nenhuma faculdade poderia me dar: aprendi a conversar com o cliente, criar relacionamento, resolver problemas, levar 'não' e continuar insistindo e, principalmente, conhecer a empresa de fora para dentro", conta. Hoje, com mais de 12 anos de casa, ela resume: "O jeito de família continua, mas com mais processo".

Três perguntas para Rafaela Dal Berto Carneiro, diretora de Trade da Disdal

Por que a família veio para o Centro-Oeste e escolheu Brasília como base?

A mudança começou em 2004, com a sociedade na Ced Centro, que atuava no Centro-Oeste e no Norte. Nessa época, nos mudamos para Cuiabá. Quando a Ced se separou, em 2006, meus pais escolheram Brasília como sede da nova empresa, pois sabiam que era a cidade com o maior potencial. Já tínhamos filiais em Rondônia e Acre, e a de Goiás veio em 2014.

Como a gestão foi dividida entre mãe e filhas? O que mudou na cultura?

Desde 2009, quando terminou a sociedade entre os irmãos, meus pais, Clair e Luciana, administravam a Disdal juntos. Em 2022, perdemos meu pai, o nosso fundador. Foi o maior desafio da nossa história. Minha mãe, Luciana, assumiu a presidência. Minha irmã Carolyne assumiu a Diretoria Financeira, e eu, a Diretoria de Trade Marketing.

O que o consumidor deveria saber sobre o trabalho por trás da prateleira?

Quando alguém pega um produto na gôndola, não vê a cadeia inteira que trabalhou para ele estar ali: a negociação com a indústria, o armazém, a roteirização de madrugada, a entrega e o promotor que organiza a exposição e confere o preço. Nosso papel é "aproximar produção e consumo", como está na nossa visão. Se o produto está lá, bonito e no preço, alguém fez isso acontecer. E sempre brincamos que nosso trabalho só termina quando o shopper escolhe o nosso produto para levar para casa!

CRIME

Corpo de Bombeiros (CBMDF) registrou 3.564 chamadas falsas de janeiro a novembro deste ano, alta de 4% em relação a 2025

Trotes colocam vidas em risco

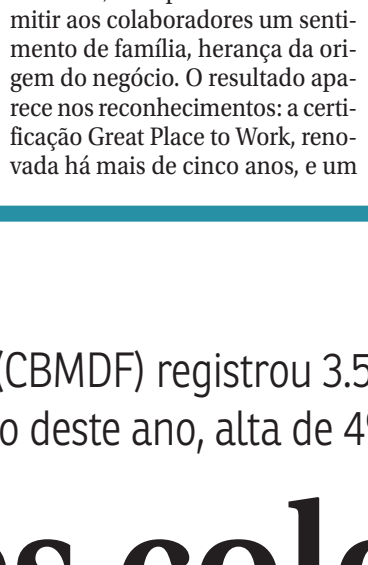
» DAVI CRUZ

Para fazer piadas com os atendentes, algumas pessoas acionam os telefones de emergência e relatam situações que nunca aconteceram. Os trotes, que podem parecer brincadeiras inofensivas, podem comprometer o trabalho das equipes de socorro e colocar em risco a vida de quem realmente precisa de ajuda. No Distrito Federal, o Corpo de Bombeiros (CBMDF) registrou 3.564 chamadas falsas entre 1º de janeiro e 4 de novembro de 2026, um aumento de 4% em relação ao mesmo período do ano passado, quando foram contabilizados 3.421 registros.

Em todo o ano de 2025, a corporação contabilizou 3.976 ocorrências desse tipo, o equivalente a cerca de 11 ligações falsas por dia. Neste ano, a média é de, aproximadamente, 10 trotes por dia. De acordo com o CBMDF, a maioria das chamadas falsas é feita por crianças. Entre as situações mais recorrentes estão relatos falsos de incêndios em residências, nas próprias casas ou em imóveis vizinhos. Durante o atendimento, alguns comportamentos levantam suspeitas, como risadas, dificuldade para fornecer informações básicas sobre a ocorrência e ausência de um adulto para confirmar o chamado.

Outra força de segurança prejudicada é a Polícia Militar (PMDF), que, por meio do Centro de Operações da Polícia Militar (COPOM), informou que, entre 4 de novembro de 2025 e 4 de novembro deste ano, foram identificadas 19.588 ligações caracterizadas como trote, de um total superior a 1,2 milhão de chamadas recebidas pelo telefone 190. Segunda a corporação, o número representa, aproximadamente, 1,6% dos atendimentos, com média de 54 trotes por dia e 1.632 por mês, mantendo-se em patamar semelhante ao dos anos anteriores.

Pacífico



Prejuízos

Os chamados falsos também podem comprometer a disponibilidade de recursos humanos e materiais. "Essa mobilização pode prejudicar a capacidade de resposta da corporação, especialmente quando há outras emergências em andamento. O deslocamento desnecessário de uma viatura pode aumentar o tempo de resposta para uma ocorrência real, colocando em risco pessoas que efetivamente necessitam de atendimento", informou o CBMDF.

Além dos prejuízos operacionais, as chamadas falsas podem trazer consequências na esfera criminal. "A linha fica ocupada e as equipes saem para um endereço onde não há nada, enquanto alguém com uma emergência de verdade pode ficar sem atendimento. No fim, a vítima do trote é a sociedade", explica o advogado criminalista Alexandre Carvalho.

Segundo o especialista, o enquadramento jurídico depende do conteúdo da ligação. Quando alguém inventa um crime para provocar a atuação policial, pode responder por comunicação falsa de crime ou de contravenção, previsto no artigo 340 do Código Penal. A pena é de detenção de um a seis meses ou multa. Quando a pessoa anuncia um desastre ou perigo inexistente, como um incêndio ou desabamento, pode ser enquadrada no artigo 41 da Lei das Contravenções Penais, cuja pena é de prisão de 15 dias a seis meses ou multa.

Se for comprovado que o trote atrasou um atendimento e que a demora provocou a morte ou lesão de alguém, o autor pode responder por homicídio ou lesão corporal culposa. Também pode haver discussão sobre dolo eventual, caso fique demonstrado que a pessoa assumiu conscientemente o risco.

Menores de 12 anos estão sujeitos a medidas de proteção previstas no Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA). No caso de adolescentes entre 12 e 18 anos, eles podem responder por ato infracional e receber medidas socioeducativas. Na esfera civil, os pais ou responsáveis também podem ser obrigados a reparar os prejuízos causados pelos filhos menores.

